

TINJAUAN YURIDIS HAK KONSUMEN ATAS PELAYANAN DAN JASA

DI KEDAI BUBUR KACANG HIJAU (BURJO)

(Studi Kasus di Burjo Titik Kumpul)

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi Sebagai Persyaratan memperoleh

Gelas Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum

Program kekhususan Hukum Perdata



Diajukan Oleh :

INDRAWAN DIMA TRIADMOJO

30302100164

PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)

SEMARANG

2025

TINJAUAN YURIDIS HAK KONSUMEN ATAS PELAYANAN DAN JASA DI KEDAI BUBUR KACANG HIJAU (BURJO)

(Studi Kasus di Burjo Titik Kumpul)



Dr. Muhammad Ngazis, S.H., M.H
NIDN: 06-0112-8601

**TINJAUAN YURIDIS HAK KONSUMEN ATAS PELAYANAN DAN JASA
DI KEDAI BUBUR KACANG HIJAU (BURJO)**

(Studi Kasus di Burjo Titik Kumpul)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

INDRAWAN DIMA TRIADMOJO

30302100164

Telah Dipertahankan Dihadapan Tim Penguji

Pada tanggal 2025

dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus



Mengetahui
Dekan Fakultas Hukum

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : INDRAWAN DIMA TRIADMOJO
NIM : 30302100164
Jurusan : Perdata
Fakultas : Hukum

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang diajukan dengan judul **“TINJAUAN YURIDIS HAK KONSUMEN ATAS PELAYANAN DAN JASA DI KEDAI BUBUR KACANG HIJAU (BURJO) (Studi Kasus di Burjo Titik Kumpul)”**. adalah hasil karya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kersarjanaan di perguruan tinggi atau karya yang pernah ditulis/diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis beracu dalam daftar pustaka. Skripsi ini adalah milik saya, segala bentuk kesalahan dan kekeliruan dalam Skripsi ini adalah tanggung jawab penulis.

Semarang,

2025

INDRAWAN DIMA TRIADMOJO

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : INDRAWAN DIMA TRIADMOJO
NIM : 30302100164
Jurusan : Perdata
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyerahkan Karya Ilmiah berupa Skripsi dengan judul :
“TINJAUAN YURIDIS HAK KONSUMEN ATAS PELAYANAN DAN JASA DI KEDAI BUBUR KACANG HIJAU (BURJO) (Studi Kasus di Burjo Titik Kumpul)”. dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikanya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/ Plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 2025

Yang menyatakan,

INDRAWAN DIMA TRIADMOJO

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

"Banyak orang tanya, 'Bisnis apa yang bagus?'
Jawabnya, bisnis yang bagus adalah yang dibuka,
bukan yang ditanyakan terus."

- Bob Sadino -

Skripsi ini penulis persembahan kepada:

- Kedua Orang Tua sebagai salah satu bukti cinta dan rasa terima kasihku yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan karya tulis ini.
- Almameterku UNISSULA.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrahmatullahi wabarakatuh

Syukur Almamdlillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan hukum / skripsi yang berjudul “**TINJAUAN YURIDIS HAK KONSUMEN ATAS PELAYANAN DAN JASA DI KEDAI BUBUR KACANG HIJAU (BURJO) (Studi Kasus di Burjo Titik Kumpul)**” Sebagai persyaratan wajib bagi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) ilmu hukum.

Selama penyusunan skripsi ini penulis telah banyak menerima bimbingan, arahan, saran, serta dorongan dari berbagai pihak , oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan atau menyampaikan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua serta keluarga besar, yang selalu memeberikan doa dan dukungan untuk saya dalam hal apapun.
2. Bapak Prof. Dr. H. Gunarto S.H., S.E, Akt, M.H. Selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung
3. Bapak Prof. Dr. H. Jawade Hafidz, S.H., M.H Dekan Fakultas Hukum UNISSULA Semarang.
4. Ibu Dr. Hj. Widayati, SH., MH. Wakil Dekan I Fakultas Hukum UNISSULA Semarang dan Dr. Denny Suwondo, SH., MH. Wakil Dekan II Fakultas Hukum UNISSULA Semarang.
5. Bapak Dr. Muhammad Ngazis, S.H., M.H Ketua Prodi Fakultas Hukum UNISSULA Semarang serta selaku dosen pembimbing dengan kesabaran yang luar biasa telah membimbing dan meluangkan waktu tenaga maupun pikiran hingga skripsi ini
6. Ibu Ida Musofiana, S.H., M.H dan Ibu Dini Amalia Fitri.,S.H.,M.H Sekretaris Prodi Fakultas Hukum UNISSULA Semarang
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang dan Staff, Karyawan Fakultas Hukum UNISSULA Semarang

8. Staf dan Karyawan Fakultas Hukum UNISSULA Semarang

Penulis menyadari masih adanya kekurangan penulisan skripsi ini, Oleh sebab itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak di kemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Semarang,

2025

Penulis



ABSTRAK

Manusia adalah mahluk sosial yang berarti tidak bisa hidup sendiri, atau memiliki ketergantungan terhadap sesama manusia. Dari peristiwa tersebut manusia memiliki ide untuk berdagang atau berusaha. Perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan perdagangan. Dalam kegiatan perdagangan ini diharapkan menimbulkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hak konsumen atas pelayanan dan jasa di kedai bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul dan untuk mengetahui produk pangan yang disajikan oleh Burjo Titik Kumpul telah memenuhi Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

Metode penelitian menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. yaitu suatu penelitian dimana penelitian tersebut menekankan pada ilmu hukum serta penelitian lapangan, tetapi disamping itu juga mengaitkan kaidah-kaidah hukum yang berlaku di dalam masyarakat. Spesifikasi penelitian hukum yang akan digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi), lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan yaitu hak konsumen atas pelayanan dan jasa di kedai bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul yaitu Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya sedangkan penerapan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan terhadap Pemenuhan produk pangan yang disajikan oleh Burjo Titik Kumpul yaitu mentaati aturan teknis yang diatur dalam undang-undang tersebut dengan memproduksi dan menyajikan produk dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Dalam rangka melindungi konsumennya, Burjo Titik Kumpul selalu menjaga kualitas, baik kualitas bahan maupun proses pengolahan serta Burjo Titik Kumpul berusaha untuk menjaga keamanan produknya, yaitu selalu menjaga kualitas bahan yang digunakan dalam membuat dan menyajikan produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam mengkonsumsi produk Burjo Titik Kumpul.

Kata Kunci : Bubur Kacang Hijau, Hak, Konsumen

ABSTRACT

Humans are social creatures which means they cannot live alone, or have dependence on fellow humans. From these events humans have the idea to trade or try. Legal protection for consumers at this time cannot be separated from trading activities. It is hoped that this trading activity will create a balance of rights and obligations between business actors and consumers. The purpose of this study was to determine consumer rights to services and services at the Burjo Titik Kumpul mung bean porridge shop and to find out that the food products served by Burjo Titik Kumpul have complied with Law Number 18 of 2012 concerning Food

The research method uses a sociological juridical approach, namely a research in which the research emphasizes the science of law and field research, but besides that it also links the legal principles that apply in society. The specification of legal research that will be used in this paper is descriptive research, namely research that aims to obtain a complete description of the legal situation in force in a particular place.

Based on the results of the study it can be concluded that the consumer's rights to services and services at the Burjo Titik Kumpul mung bean porridge shop are the rights to comfort, security and safety in consuming goods and/or services, the right to choose and obtain goods and/or services according to the value exchange and promised conditions and guarantees, The right to correct, clear, and honest information regarding the conditions and guarantees of goods and/or services, The right to have opinions and complaints heard about the goods and/or services used, The right to receive advocacy, protection and efforts to resolve consumer protection disputes properly, the right to receive consumer guidance and education, the right to be treated or served properly and honestly and not discriminatory, the right to receive compensation, compensation and/or reimbursement, if the goods and/or services received are not according to the agreement or not as it should be while the application of Law Number 18 of 2012 concerning Food for the Fulfillment of food products presented by Burjo Titik Kumpul, namely complying with the technical rules regulated in the law by producing and serving products using quality ingredients. In order to protect its consumers, Burjo Titik Kumpul always maintains quality, both the quality of the ingredients and the processing process and Burjo Titik Kumpul tries to maintain the safety of its products, namely always maintaining the quality of the ingredients used in making and presenting the product. This aims to increase public confidence in consuming Burjo Titik Kumpul products.

Keywords: *Mung Bean Porridge, Rights, Consumers*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Terminologi.....	8
F. Metode Penelitian.....	11
G. Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen.....	19
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	19
2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	21
3. Pengertian Konsumen.....	25
B. Tinjauan Umum Jasa.....	31

1. Pengertian Jasa	31
2. Karakteristik Jasa	32
3. Klasifikasi Jasa	34
C. Tinjauan Umum Pangan.....	35
1. Pengertian Pangan	35
2. Jenis Jenis Pangan	38
3. Keamanan Pangan	38
D. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam	40
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Hak konsumen atas pelayanan dan jasa di kedai bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul	49
B. Penerapan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan terhadap Pemenuhan produk pangan yang disajikan oleh Burjo Titik Kumpul.....	65
BAB IV PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ketentuan dalam Pasal 33 ayat (3) UUD 1945 menyatakan bahwa: Bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.¹ Perkembangan perekonomian yang dinamis berdampak pada semakin meningkatnya kebutuhan sarana pendukung untuk mendukung laju perekonomian disetiap masa transisi seiring dengan berkembangnya perekonomian perbankan yang berperan dalam pembangunan perekonomian masyarakat Indonesia. Fakta bahwa pesatnya laju perekonomian Indonesia diikuti dengan beragamnya jumlah usaha yang saat ini didirikan oleh beberapa pengusaha.²

Manusia adalah mahluk sosial yang berarti tidak bisa hidup sendiri, atau memiliki ketergantungan terhadap sesama manusia. Dari jaman dahulu dalam memenuhi kebutuhannya manusia melakukan segala macam cara, dari berburu, bercocok tanam, hingga berdagang. Kebutuhan manusia yang beraneka ragam membuat manusia tidak dapat memenuhi kebutuhannya hanya dengan berburu maupun bercocok tanam saja. Perbedaan alam pada setiap daerah menimbulkan adanya ketergantungan satu daerah terhadap satu daerah lainnya. Setiap daerah memiliki kelebihannya terhadap sesuatu yang dibutuhkan manusia, hal ini

¹ Siti Sulistiayah, Umar Ma'ruf, *Kebijakan Pemerintah Percepatan Kepastian Hukum Tanah Melalui Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) (Studi di Kabupaten Kendal Kantor Pertanahan)*, Volume 2 Edisi 1, Jurnal Daulat Hukum Maret 2019, hlm. 31

² Herman Yusuf, Umar Maaruf, Siti Rodhiyah Dwi Istiinah, *Kedudukan Perlindungan Hukum Debitur atas Kepailitan Kreditur Separatis*, Review Hukum Notaris Sultan Agung (SANLaR), Volume 4 No.1, Maret 2022, hlm. 102

mendorong keinginan manusia untuk melakukan pertukaran atau dahulu disebut barter. Dari peristiwa tersebut manusia memiliki ide untuk berdagang atau berusaha. Pembangunan di Indonesia sejak jaman kemerdekaan selalu dilandaskan pada asas demokrasi dimana rakyat ikut berpartisipasi. Perekonomian di Indonesia dilandaskan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.³

Perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan perdagangan. Dalam kegiatan perdagangan ini diharapkan menimbulkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. di Indonesia saat ini perlindungan konsumen mendapat perhatian yang cukup baik karena menyangkut aturan untuk menciptakan kesejahteraan. Dengan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat menciptakan rakyat yang sejahtera dan makmur.⁴

Secara umum dan mendasar hubungan antara produsen/pedagang (perusahaan penghasil barang dan atau jasa) dan konsumen (pemakai akhir dari barang dan atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya) merupakan hubungan yang terus menerus atau berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lainnya. Produsen/pedagang sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai

³ Yugo Cahyo Pangestu, Umar Ma'ruf, *Pelaksanaan Kredit Dan Kerjasama Antara Karyawan Dengan Koperasi Primer Karyawan (Primkopkar) Perum "Klusterjati" Perhutani Kph Pemalang*, Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu) 2 Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 18 Oktober 2019, hlm. 200

⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta. hlm. 10.

pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan usahanya.⁵

Produk barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia semakin lama semakin canggih, sehingga timbul kesenjangan terhadap kebenaran informasi dan daya tanggap konsumen. Dengan posisi konsumen yang lemah ini, produsen/pedagang atau pelaku usaha akan dengan mudah memasarkan setiap barang dan atau jasa tanpa memperhatikan hak-hak konsumen.

Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen maka perlu ditingkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab. Kewajiban untuk menjamin keamanan suatu produk agar tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen dibebankan kepada pelaku usaha dan produsen, karena pihak pelaku usaha dan produsen yang mengetahui komposisi dan masalah-masalah yang menyengut keamanan suatu produk tertentu.⁶

Kenyamanan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk makanan dan minuman menjadi perhatian tersendiri bagi para konsumen pada khususnya dan produsen pada umumnya. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk khususnya produk makanan dan minuman agar konsumen mendapatkan kenyamanan maupun keamanan. Pertimbangan tersebut antara lain bahan apa yang terkandung dalam produk , kandungan gizi dalam

⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 16.

⁶ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen* , PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm. 11-12.

produk, pengolahan bahan saat proses produksi, penyimpanan, pengemasan, kehalalan, serta masa kadaluwarsa suatu produk.⁷ Disaat pandemi ini kita harus benar-benar berhati-hati dalam memilih tempat serta produk makanan karena rentannya terpapar virus Covid-19. Pandemi Covid-19 merupakan virus yang termasuk dalam kategori berbahaya. Penyebaran Covid-19 sangat cepat menyebar dari satu orang ke orang lain.⁸

Keberadaan Indonesia sebagai negara hukum mengharuskan semua pihak apabila melakukan tindakan harus berlandaskan pada hukum, tidak terkecuali dengan pelaku usaha. Dalam pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyebutkan bahwa:

“Kewajiban Pelaku Usaha adalah beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya”

Adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diharapkan dapat menjamin tercapainya perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) salah satu bagian penting dari perekonomian suatu daerah maupun negara. Peran penting UMKM telah mendorong negara Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMKM. Walaupun kecil dalam skala jumlah pekerja, aset dan pendapatan, namun dengan jumlahnya yang besar dapat menunjang perekonomian.

⁷ Husni Syawali dan Neni Srilmaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandarmaju, Bandung, hlm. 36.

⁸ Ragil Jaka Utama, Umar Ma'ruf, Sri Kusriyah, *Tinjauan Yuridis Kekarantinaan Kesehatan Pada Masa Covid-19 Pandemi*, Jurnal Daulat Hukum Volume 4 Edisi 4, Desember 2021, hlm. 270

UMKM yang cukup berperan dalam pertumbuhan perekonomian daerah Semarang adalah UMKM Burjo (Bubur Kacang Hijau). Salah satu UMKM Burjo ini terletak di Kelurahan Wonosari, Kecamatan Ngaliyan, yakni Burjo Titik Kumpul. Penduduk Kelurahan Wonosari banyak penduduk yang berdomisili sementara, karena di huni oleh mahasiswa dari berbagai wilayah di Indonesia.

Berdasarkan prasurvei lapangan, Burjo Titik Kumpul merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Di mana komoditas utamanya makanan dan minuman cepat saji, seperti produk mie instan, sedangkan produk minumannya biasanya minuman *sachet*. Produk-produk tersebut banyak diminati lantaran enak, murah dan cepat saji. Selain itu kelebihan produk-produk tersebut adalah pilihan rasa yang beragam sesuai selera konsumen. Bagi kalangan mahasiswa, rasa enak dan harga murah merupakan prioritas utama. Oleh karena itu, hadirnya UMKM Burjo Titik Kumpul di Kelurahan Wonosari Kecamatan Ngaliyan membantu para mahasiswa menghemat pengeluaran uang saku yang terbatas.

Pelaku usaha pangan seperti Burjo Titik Kumpul diatur dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, bahwa 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. Tujuan dari Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan salah satunya yaitu meningkatkan kesejahteraan bagi pelaku usaha pangan.

Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 1 ayat 3, pelaku usaha adalah setiap orang

perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁹

Sehubungan dengan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian, penelitian yang penulis lakukan berkaitan dengan hak-hak yang didapatkan oleh konsumen Burjo Titik Kumpul atas apa yang mereka bayarkan. Keamanan pangan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam konsumsi sehari-hari. Dengan demikian, sesungguhnya pangan selain harus tersedia dalam jumlah yang cukup, harga yang terjangkau juga harus memenuhi persyaratan lain, yaitu sehat, aman, dan halal. Oleh karena itu pangan harus dipastikan aman untuk dikonsumsi masyarakat. Maka dari itu penulis menuangkan hasil penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul ” **TINJAUAN YURIDIS HAK KONSUMEN ATAS PELAYANAN DAN JASA DI KEDAI BUBUR KACANG HIJAU (BURJO) (Studi Kasus di Burjo Titik Kumpul)”**

B. Perumusan masalah

Untuk mempermudah pemahaman terhadap permasalahan yang ada dan agar terarah secara mendalam sesuai dengan sasaran maka penulis merumuskan masalah, sebagai berikut :

⁹ Agus Sularman, Umar Ma'ruf, *Pertanggungjawaban Pidana Korporasi Kepada Korban Tindak Pidana*, Jurnal Hukum Khaira Ummah Vol. 12. No. 2 Juni 2017, hlm. 391

1. Bagaimana hak konsumen atas pelayanan dan jasa di kedai bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul?
2. Apakah produk pangan yang disajikan oleh Burjo Titik Kumpul telah memenuhi Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui hak konsumen atas pelayanan dan jasa di kedai bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul
2. Untuk mengetahui produk pangan yang disajikan oleh Burjo Titik Kumpul telah memenuhi Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum perdata, mengenai hak konsumen atas pelayanan dan jasa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat

Agar lebih memahami ataupun lebih mengetahui hak konsumen atas pelayanan dan jasa.

- b. Bagi pengambil kebijakan/pemerintah

Diharapkan dapat menjadi pedoman yang komprehensif bagi para praktisi atau penegak hukum khususnya di bidang perdata dalam memahami hak konsumen atas pelayanan dan jasa.

E. Terminologi

1. Tinjauan

Tinjauan adalah kegiatan merangkum sejumlah data besar yang masih mentah kemudian mengelompokan atau memisahkan komponen-komponen serta bagian-bagian yang relevan untuk kemudian mengaitkan data yang dihimpun untuk menjawab permasalahan. Tinjauan merupakan usaha untuk menggambarkan pola-pola secara konsisten dalam data sehingga hasil analisis dapat dipelajari dan diterjemahkan dan memiliki arti.¹⁰

2. Yuridis

Yuridis adalah semua hal yang mempunyai arti hukum yang diakui sah oleh pemerintah. Aturan ini bersifat baku dan mengikat semua orang di wilayah dimana hukum tersebut berlaku, sehingga jika ada orang yang melanggar hukum tersebut bisa dikenai hukuman. Yuridis merupakan suatu kaidah yang dianggap hukum atau dimata hukum dibenarkan keberlakuan, baik yang berupa peraturan-peraturan, kebiasaan, etika bahkan moral yang menjadi dasar penilaiannya.¹¹

¹⁰ Surayin, *Analisis Kamus Umum Bahasa Indonesia*, 2005, Yrama Widya, Bandung, hlm. 10.

¹¹ <http://www.pengertianartidefinisi.com/2015/10/pengertian-hukum-yuridis/>, diakses pada tanggal 24 Oktober 2025, pukul 01.19 WIB

3. Tinjauan Yuridis

Tinjauan yuridis adalah kegiatan untuk mencari dan memecah komponen-komponen dari suatu permasalahan untuk dikaji lebih dalam serta kemudian menghubungkannya dengan hukum, kaidah hukum serta norma hukum yang berlaku sebagai pemecahan permasalahannya.¹²

4. Studi Kasus

Studi Kasus ialah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut.¹³

5. Hak

Hak memiliki artian secara umum. Pengertian hak secara umum adalah segala sesuatu yang harus didapatkan oleh setiap orang yang telah ada sejak lahir.¹⁴

6. Konsumen

Seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa, atau seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu juga.¹⁵

¹² Bahder Johan Nasution, 2008, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung, Mandar Maju, hlm. 83-88

¹³ Mudjia Rahardjo, *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Program Pascasarjana 2017 , hlm. 2

¹⁴ Widy Wardhana, 2015, *Pengertian Hak Dan Keawjian Warga Negara*, Sinar Grafika, jakarta, hlm. 32

¹⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum perlindungan konsumen*, Sinar Grafika, Semarang, hlm. 25

7. Pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah cara melayani, jasa, atau kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Menurut Hodges pelayanan berasal dari kata melayani, yang berarti orang yang pekerjaannya melayani kepentingan dan kemauan orang lain.¹⁶

8. Jasa

Jasa menurut Kotler adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.¹⁷

9. Kedai

Kedai menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah bangunan tempat berjualan makanan dan sebagainya.¹⁸

10. Bubur Kacang Hijau

Bubur kacang hijau adalah jenis makanan yang dibuat dari bahan pokok kacang hijau dengan perebusan, penambahan bumbu-bumbu dan bahan kimia lain sehingga didapatkan kacang hijau menjadi lunak. Biasanya bubur kacang hijau diproduksi oleh pedagang langsung dalam jumlah yang banyak, akan tetapi dalam penjualan tersebut belum tentu habis dibeli konsumen. Oleh sebab itu

¹⁶ Sutarto, 1988, *Dasar-Dasar Organisasi*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, hlm. 123

¹⁷ Philip Kotler, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, hlm. 42

¹⁸ <https://www.kbbi.web.id/kedai> diakses pada tanggal 5 November 2025 pukul 13.00 WIB.

untuk menghindari kerugian dengan penambahan pengawet kedalam bubur kacang hijau.¹⁹

F. Metode Penelitian

Metode Penelitian merupakan hak atau suatu usaha yang dilakukan oleh peneliti dalam rangka mengumpulkan informasi atau data serta melakukan investigasi pada data yang telah didapatkan tersebut.²⁰ Metodelogi pada hakekatnya memberikan pedoman tentang cara seseorang menggali, mempelajari, dan menghadapi lingkungan-lingkungan yang dihadapi.

Berikut hal yang menjadi bagian dari metode penelitian yang akan dipergunakan dalam peneliti adalah:

1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian Yuridis Sosiologis, Yuridis Sosiologis yaitu dengan menemukan kenyataan hukum yang dialami dilapangan atau suatu pendekatan yang berpangkal pada permasalahan mengenai hal yang bersifat yuridis serta kenyataan yang ada. Penelitian hukum yuridis sosiologis terutama meneliti data primer di samping juga mengumpulkan data yang bersumber dari data sekunder. Sehingga pada dalam penelitian ini lebih cocok menggunakan yuridis sosiologis, karena dalam rumusan masalah data yang didapat lebih akurat.²¹

¹⁹ Winarno, F. G, 2002, Kimia Pangan dan Gizi, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm.

25

²⁰ <https://www.statistikian.com/2017/02/metode-penelitian-metodologi-penelitian.html> diakses pada tanggal 24 Oktober 2025 pukul 13.00 WIB.

²¹ Hilman Hadi Kusuma, 1995, *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*, CV. Mandar maju, Bandung, hlm. 7.

2. Spesifikasi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Soerjono Soekanto adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya.²²

3. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan oleh penulis yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.²³

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.²⁴

Sumber data sekunder diambil dari referensi, makalah, artikel jurnal, laporan hasil penelitian, arsip-arsip dokumen serta data-data

²² <https://lawmetha.wordpress.com/tag/soerjono-soekanto/>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2025 Pukul 16.00 WIB

²³ M. Iqbal Hasan, 2012, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Jakarta, hlm. 39

²⁴ *Ibid.*

pustaka secara online yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder dikelompokkan menjadi 3, yaitu:²⁵

1) Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer Menurut Peter Mahmud Marzuki, bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif yang artinya mempunyai otoritas. Dalam hal ini bahan hukum primer terdiri peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi, atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.²⁶

Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- (a) Undang–Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia 1945.
- (b) Kitab Undang–Undang Hukum Perdata
- (c) Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- (d) Undang–Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

²⁵<https://www.dqlab.id/data-sekunder-adalah-jenis-data-penelitian-yang-wajib-diketahui> diakses pada tanggal 24 Oktober 2025 Pukul 16.30 WIB

²⁶ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 67.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer.²⁷ Terdiri dari buku-buku, jurnal hukum atau bahan penelitian.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang merupakan pelengkap yang sifatnya memberikan petunjuk atau penjelasan tambahan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier yang terdapat dalam penelitian misalnya kamus hukum, kamus besar bahasa Indonesia.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di Kedai Burjo Titik Kumpul yang beralamat di Jl. KRT Wongsonegoro, Wonosari, Kec. Ngaliyan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data yang dibagi menjadi beberapa jenisnya, yaitu:

²⁷ Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Prenada Media Grup, Jakarta, hlm. 141.

a. Studi Lapangan

1) Observasi

Pengertian observasi secara umum adalah kegiatan pengamatan pada sebuah objek secara langsung dan detail untuk mendapatkan informasi yang benar terkait objek tersebut. Pengujian yang diteliti dan diamati bertujuan untuk mengumpulkan data atau penilaian.²⁸

2) Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka secara fisik untuk mengetahui tanggapan, pendapat, dan motivasi seseorang terhadap suatu obyek. Wawancara dapat digunakan untuk mengumpulkan data dengan tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.²⁹

Teknik wawancara yang penulis gunakan untuk mendapatkan data yaitu wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur diartikan sebagai suatu wawancara yang memperhatikan unsur 5 W + 1 H tanpa berkembang menjadi pokok-pokok pertanyaan yang lain. Proses ini bisa memakan waktu relatif singkat lantaran dibahas sesuai dengan topik penelitian yang dibuat.

²⁸<https://idcloudhost.com/pengertian – observasi – pengertian – fungsi – tujuan – dan – manfaatnya/> diakses pada tanggal 24 Oktober 2025 pukul 17.00 WIB.

²⁹ K.R. Soegijono, 2003, *Wawancara Sebagai Salah Satu Metode Pengumpulan Data*, Media Litbangkes, Jakarta, hlm. 18.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan (*Library Research*) adalah “penelitian kepustakaan yang dilaksanakan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat berbagai literatur atau bahan bacaan yang sesuai dengan pokok bahasan, kemudian disaring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran secara teoritis”.³⁰ Teknik ini dilakukan guna memperkuat fakta untuk membandingkan perbedaan dan atau persamaan antara teori dan praktek yang sedang penulis teliti.

6. Metode Analisa Data

Dalam melakukan analisis data digunakan metode analisis kualitatif, yaitu suatu tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analisis. Data deskriptif analisis adalah data yang terkumpul tidak menggunakan angka-angka dan pengukuran, sehingga apa yang dinyatakan responden secara tertulis atau lisan dan yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.

Dari hasil penelitian terhadap data yang diperoleh, maka dilakukan pengolahan data dengan teknik editing, yaitu meneliti, mencocokan data yang didapat, serta merapikan data tersebut. Selain itu digunakan juga teknik *coding*, yaitu meringkas data hasil wawancara dengan responden atau pihak-pihak yang terkait penelitian ini dengan cara mengelompokan dalam kategori tertentu yang sudah ditetapkan.

³⁰ Kartini Kartono, 2008, *Pengantar Metodologi Research*, Alumni, Bandung, hlm. 78.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini agar mempermudah dan memperjelas pembahasan, penulis akan menyusun secara sistematis sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan, Jadwal Penelitian dan Daftar Pustaka.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini berisi landasan teoritis hasil studi kepustakaan yang mengacu pada pokok-pokok permasalahan yang telah diuraikan pada bab I, dalam bab II ini berisikan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, yaitu tinjauan umum perlindungan konsumen, tinjauan umum jasa, tinjauan umum pangan, dan perlindungan konsumen dalam perspektif Islam.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan diuraikan mengenai hasil-hasil penelitian mengenai hak konsumen atas pelayanan dan jasa di kedai bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul dan penerapan produk pangan yang disajikan oleh Burjo Titik Kumpul berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

BAB IV **PENUTUP**

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran masukan bagi para pihak dalam proses pembahasan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perdagangan secara umum mengenal dua pihak. Yaitu pembeli atau konsumen dan penjual atau produsen. Produsen adalah penyedia barang sedangkan konsumen adalah pemakai barang. Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris dan Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harafiah arti kata konsumen adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Konsumen pada 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 diperjual belikan lagi. Jika ditelaah maka produsen berada pada posisi yang lebih kuat dari pada konsumen, padahal dalam perdagangan itu haruslah adil atau kedua pihak berada diposisi yang sejajar.

Perlindungan terhadap konsumen merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan untuk menghindari adanya hal yang tidak diinginkan terjadi saat bertransaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen diharapkan dapat mengatasi persoalan tersebut.³¹

³¹ Eva Kusuma Wardani, Kami Hartono, Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Kosmetik, *Prosiding KONFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 3 Universitas Islam Sultan Agung Semarang*, 28 Oktober 2020, hlm. 188

Pengertian perlindungan konsumen terdapat dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK), yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.³²

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.³³

Tujuan yang ingin dicapai dalam perlindungan konsumen umumnya dapat dibagi dalam tiga bagian utama, yaitu:

- a. Memberdayakan konsumen dalam memilih, menentukan barang dan/atau jasa kebutuhannya, dan menuntut hak-haknya;

³² Ahmadi Miru dan Sutarmen Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 1

³³ Adrian Sutedi, 2008, *Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor , hlm. 9

- b. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memuat unsur-unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapatkan informasi itu;
- c. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab.³⁴

Pada hakikatnya, perlindungan konsumen menyiratkan keberpihakan kepada kepentingan-kepentingan (hukum) konsumen. Adapun kepentingan konsumen menurut Resolusi perserikatan bangsa-Bangsa Nomor 39/284 tentang *Guidelines for Consumer Protection*, sebagai berikut:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen;
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan pada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.³⁵

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, asas perlindungan konsumen adalah: perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

³⁴ *Ibid*, hlm. 9

³⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 115

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

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- b. 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;
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual;
- d. 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;
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi

pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah bangsa negara Republik Indonesia.³⁶

Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya,dapat dibagi menjadi 3 (tiga) bagian asas yaitu:

- a. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen;
- b. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan ; dan
- c. Asas kepastian hukum.³⁷

Asas-asas Hukum Perlindungan Konsumen yang dikelompokkan dalam 3 (tiga) kelompok diatas yaitu asas keadilan, asas kemanfaatan, dan kepastian hukum. Dalam hukum ekonomi keadilan disejajarkan dengan asas keseimbangan, kemanfaatan disejajarkan dengan asas maksimalisasi, dan kepastian hukum disejajarkan dengan asas efisiensi. Asas kepastian hukum yang disejajarkan dengan asas efisien karena menurut Himawan bahwa: “Hukum yang berwibawa adalahhukum yang efisien, di bawah naungan mana seseorang dapat melaksanakan hak-haknya tanpa ketakutan dan melaksanakan kewajibannya tanpa penyimpangan”³⁸

Tujuan perlindungan konsumen juga diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;

³⁶ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 26

³⁷ Ahmad Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 33

³⁸ Ibid

- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam pasal 2 sebelumnya, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.³⁹

Keenam tujuan khusus perlindungan konsumen yang disebutkan di atas bila dikelompokkan ke dalam tiga tujuan hukum secara umum, maka tujuan hukum untuk mendapatkan keadilan terlihat dalam rumusan huruf c, dan huruf e. Sementara tujuan untuk memberikan kemanfaatan dapat terlihat dalam rumusan huruf a, dan d, serta huruf f. Terakhir tujuan khusus yang diarahkan untuk tujuan kepastian hukum terlihat dalam rumusan huruf d. Pengelompokan ini tidak berlaku mutlak, oleh karena seperti yang dapat dilihat dalam rumusan pada huruf

³⁹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 30

a sampai dengan huruf f terdapat tujuan yang harus dikualifikasi sebagai tujuan ganda⁴⁰

3. Pengertian Konsumen

Pada dasarnya ada hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, hubungan yang dimaksud adalah hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen, oleh karena itu Hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen yang dijamin pemenuhannya melalui penegakan hukum. Kewajiban pelaku usaha merupakan tanggung jawab yang harus di emban oleh pelaku usaha kepada konsumen dan sebaliknya hak konsumen adalah kewajiban konsumen kepada pelaku usaha.⁴¹

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harafiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang.⁴² Konsumen pada 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 diperjual belikan lagi⁴³

Konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam

⁴⁰Ahmadi Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 35

⁴¹Ali Mansyur, Irsan Rahman, *Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional*, Vol 2, No 1 (2015) Jurnal Pembaharuan Hukum, hlm 89

⁴²Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 22

⁴³Janus Sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 17

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

Pengertian konsumen selain yang telah dikemukakan ada pengertian yang berkaitan dengan masalah ganti rugi. Di Amerika Serikat, pengertian konsumen meliputi “korban produk cacat” yang bukan hanya pembeli, melainkan juga korban yang bukan pembeli, namun pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pemakai. Sedangkan di Eropa, hanya dikemukakan pengertian konsumen berdasarkan *Product Liability Directive* sebagai pedoman bagi negara MEE dalam menyusun ketentuan mengenai Hukum Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan *Directive* tersebut yang berhak menuntut ganti kerugian adalah pihak yang menderita kerugian (karena kematian atau cedera) atau kerugian berupa kerusakan benda selain produk yang cacat itu sendiri.⁴⁴

Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa. Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai akhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai akhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen pemakai dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir. Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah “konsumen” yang mengaburkan dari maksud yang sesungguhnya.⁴⁵

⁴⁴ Ahmad Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 21

⁴⁵ Susanti Adi Nugroho, 2011, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana, Jakarta, hlm. 61-62

Beberapa batasan pengertian konsumen, yakni:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara adalah setip orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa, untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-komersial).⁴⁶

Konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital, berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa itu di pasar industri atau pasar produsen. Melihat pada sifat penggunaan barang dan/atau jasa tersebut, konsumen antara ini sesungguhnya adalah pengusaha, baik pengusaha perorangan maupun pengusaha yang berbentuk badan hukum atau tidak, baik pengusaha swasta maupun pengusaha publik (perusahaan milik negara), dan dapat terdiri dari penyedia dana (investor), pembuat produk akhir yang digunakan oleh konsumen akhir atau produsen, atau penyedia atau penjual produk akhir seperti supplier, distributor, atau pedagang. Sedangkan konsumen akhir, barang dan/atau jasa itu adalah barang atau jasa konsumen, yaitu barang dan/atau jasa yang

⁴⁶ A z. Nasution, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta, hlm. 13

biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya (produk konsumen). Barang dan/atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen.⁴⁷ Nilai barang atau jasa yang digunakan konsumen dalam kebutuhan hidup mereka tidak diukur atas dasar untung rugi secara ekonomis belaka, tetapi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan hidup raga dan jiwa konsumen.⁴⁸

Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur mengenai hak konsumen. Hak konsumen adalah :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 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;
- 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 perundang-undangan lainnya.

Hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen lebih luas dari pada hak-hak dasar konsumen

⁴⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 25

⁴⁸ *Ibid*

sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika serikat J.F. Kennedy di depan Kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yang terdiri dari:

- a. Hak memperoleh keamanan;
- b. Hak memilih;
- c. Hak mendapat informasi;
- d. Hak untuk didengar.⁴⁹

Keempat hak tersebut merupakan bagian dari Deklarasi Hak-Hak Asasi Manusia yang dicanangkan PBB pada tanggal 10 Desember 1948, masing-masing pada Pasal 3, 8, 19, 21, dan pasal 26, yang oleh Organisasi Konsumen Sedunia (*Organization of Consumer Union - IOC*) ditambahkan empat hak dasar konsumen lainnya, yaitu:

- a. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup;
- b. Hak untuk memperoleh ganti rugi;
- c. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen;
- d. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.⁵⁰

Masyarakat Eropa (*Europese Ekonomische Gemeenschap atau EEG*) juga telah menyepakati lima hak dasar konsumen sebagai berikut:

- a. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan (*recht op bescherming van zingezendheid en veiligheid*);
- b. Hak perlindungan kepentingan ekonomi (*recht op bescherming van zijneconomische belangen*);
- c. Hak mendapat ganti rugi (*recht op schadevergoeding*);
- d. Hak atas penerangan (*recht op voorlichting en vorming*);

⁴⁹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 39

⁵⁰ *ibid*

- e. Hak untuk didengar (*recht om te worden gehoord*).⁵¹

Beberapa rumusan tentang hak-hak konsumen yang telah dikemukakan secara garis besar dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:

- a. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
- b. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar; dan
- c. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.⁵²

Oleh karena itu, ketiga hak prinsip dasar tersebut merupakan himpunan beberapa hak konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka hal tersebut sangat esensial bagi konsumen, sehingga dapat dijadikan/ merupakan prinsip perlindungan konsumen di Indonesia.

Kewajiban konsumen juga diatur di dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kewajiban konsumen antara lain:

- a. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- b. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- c. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Menyangkut kewajiban konsumen beritikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat

⁵¹ *Ibid*

⁵² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm.47

melakukan transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha).⁵³

Kewajiban lain yang perlu mendapat penjelasan lebih lanjut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Kewajiban ini dianggap sebagai hal baru, sebab sebelum diundangkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen hampir tidak dirasakan adanya kewajiban secara khusus seperti ini dalam perkara perdata, sementara dalam kasus pidana tersangka/terdakwa lebih banyak dikendalikan oleh aparat kepolisian dan/atau kejaksaan.⁵⁴

Kewajiban seperti ini diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dianggap tepat, sebab kewajiban ini adalah untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak ini akan menjadi lebih mudah diperoleh jika konsumen mengikuti penyelesaian sengketa secara patut. Hanya saja kewajiban konsumen ini, tidak cukup untuk maksud tersebut jika tidak diikuti oleh kewajiban yang sama dari pihak pelaku usaha.⁵⁵

B. Tinjauan Umum Jasa

1. Pengertian Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal (*personal service*)

⁵³ *Ibid*, hlm. 49

⁵⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 49

⁵⁵ *Ibid*, hlm. 50

sampai jasa sebagai suatu produk. Menurut Kotler jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Sementara perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah mereka yang memberikan konsumen produk atau jasa baik yang berwujud atau tidak, seperti transportasi, hiburan, restoran, dan pendidikan.⁵⁶

Dari definisi di atas, tampak bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud⁵⁷

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2011:17), jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.⁵⁸

2. Karakteristik Jasa

Menurut Tjiptono , jasa/layanan memiliki empat karakteristik unik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Keempat karakteristik utama dikenal dengan istilah paradigma IHIP (*Intangibility, Heterogeneity, Inseparability, dan Perishability*), yaitu :⁵⁹

⁵⁶Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta, hlm. 111

⁵⁷ Rambat Lupiyoadi, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta, hlm. 5

⁵⁸ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2011, *Service, quality & satisfaction*, Andi Offset, Yogyakarta, hlm. 17

⁵⁹ Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, CV. Andi Offset, Yogyakarta, hlm. 15

a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsinya sendiri. Bahkan dalam jenis – jenis jasa tertentu (misalnya bedah otak), sekalipun telah mengkonsumsi jasa yang dibeli, konsumen tetap saja tidak mampu menilai secara objektif kualitas hasil jasa yang bersangkutan. Bila pelanggan membeli jasa tertentu, sebenarnya ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan bersangkutan tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.

b. Keanekaragaman (*Heterogeneity*)

Layanan bersifat sangat variabel atau heterogen karena merupakan *non-standardized output*, artinya bentuk, kualitas, dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana layanan tersebut dihasilkan.

c. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi; sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Perishability berarti bahwa jasa/layanan adalah komoditas tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu datang, dijual kembali, atau dikembalikan.

e. *Lack of ownership*

Lack of ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsi, menyimpan, atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan mungkin hanya memiliki akses personel atas suatu jasa untuk jangka waktu terbatas (misalnya kamar hotel, bioskop, jasa penerbangan, dan pendidikan).

3. Klasifikasi Jasa

Produk jasa bagaimanapun juga tidak ada yang benar-benar sama satu sama lain. Oleh karena itu, untuk memahami sektor jasa, ada beberapa cara pengklasifikasian produk tersebut. Pertama, didasarkan atas tingkat kontak konsumen dengan pemberi jasa sebagai bahan dari sistem saat jasa tersebut dihasilkan. Kedua, jasa juga bisa diklasifikasikan berdasarkan kesamaannya dengan operasi manufaktur.⁶⁰

a. Berdasarkan Tingkat Kontak Konsumen

1) *High-contact system*

Untuk menerima jasa, konsumen harus menjadi bagian dari sistem. Hal ini sebagaimana yang terjadi pada jasa sejenis pendidikan, rumah sakit, dan transportasi.

2) *Low-contact system*

Konsumen tidak perlu menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa.

Misalnya, pada jasa reparasi mobil dan jasa perbankan, konsumen tidak

⁶⁰ Lupiyoadi dan Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran jasa*, Salemba Empat, Jakarta, hlm. 6

harus dalam kontak pada saat mobilnya yang rusak diperbaiki oleh teknisi bengkel.

b. Berdasarkan Kesamaannya Dengan Operasi Manufaktur

1) *Pure service*

Merupakan jasa yang tergolong *high contact* dengan tanpa persediaan, dengan kata lain benar-benar sangat berbeda dengan manufaktur. Jasa tukang cukur dan ahli bedah misalnya, memberikan perlakuan khusus (unik) dan memberikan jasanya pada saat konsumen ada.

2) *Quasimanufacturing service*

Dalam banyak hal mirip dengan manufaktur, karena jasa ini termasuk sangat *low contact* dan konsumen tidak harus menjadi bagian dari proses produksi saja. Termasuk dalam jasa tersebut adalah jasa perbankan, asuransi, kantor pos, dan jasa pengantaran.

3) *Mixed service*

Merupakan kelompok jasa dengan tingkat kontak menengah (*moderate contact*) yang menggabungkan beberapa sifat *pure service* dan *quasimanufacturing service*. Termasuk dalam kelompok jasa ini adalah jasa bengkel, toko *dry cleaning*, jasa ambulans, pemadaman kebakaran, dan lain lain.

C. Tinjauan Umum Pangan

1. Pengertian Pangan

Pengertian pangan menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 18 tahun 2012, pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, perternakan, perairan, dan air baik

yang diolah maupun tidak dioleh yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk nahan tangan pangan, bahan baku pangan, bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.

Pangan merupakan kebutuhan yang paling dasar yang harus dimiliki oleh setiap manusia. Oleh karena itu, terpenuhinya pangan merupakan suatu hak asasi manusia yang paling dasar dimana pemenuhannya merupakan tanggung jawab pemerintah kepada rakyatnya.⁶¹ Hal tersebut juga disebutkan dalam UU No. 18 tahun 2012 Pasal 1 bahwa pangan merupakan bagian dari hak asasi manusia yang ketersediaan, keterjangkauan dan pemenuhan konsumsi pangan harus cukup, bermutu, aman dan bergizi seimbang dimana hal tersebut harus diwujudkan oleh negara. Pengertian pangan menurut UU No.18 tahun 2012 Pasal 1 yaitu segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati produk pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan, perairan dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.

Pangan menurut cara perolehannya yang dimaksud dalam Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan Pasal 1 ada 2 yaitu pangan segar dan pangan olahan. Pangan segar adalah pangan yang

⁶¹ Yadi Haryadi, *Peranan Penyimpanan Dalam Menunjang Ketahanan Pangan*, Jurnal Pangan, Vol. 19 No. 4 (2010): PANGAN, Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan Institut Pertanian Bogor, Bogor, hlm 21

belum mengalami pengolahan yang dapat langsung dikonsumsi atau dapat digunakan sebagai bahan baku. Sedangkan pangan olahan adalah pangan yang merupakan hasil proses dari cara atau metode tertentu baik dengan atau tanpa penambahan bahan tambahan.

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama dan pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi setiap rakyat Indonesia. Penyelenggaraan Keamanan Pangan untuk kegiatan atau proses Produksi Pangan untuk dikonsumsi harus dilakukan melalui Sanitasi Pangan, pengaturan terhadap bahan tambahan Pangan, pengaturan terhadap Pangan produk rekayasa genetik dan Iradiasi Pangan, penetapan standar Kemasan Pangan, pemberian jaminan Keamanan Pangan dan Mutu Pangan, serta jaminan produk halal bagi yang dipersyaratkan.⁶²

Pangan merupakan sumber energi bagi tubuh maka dari itu pangan yang dikonsumsi harus dijaga kualitasnya agar gizi yang terkandung dapat digunakan oleh tubuh dengan maksimal dan tidak memberikan dampak negatif dalam tubuh. Pangan yang aman merupakan pangan yang terbebas dari cemaran biologis, fisik maupun kimia yang dapat mengganggu, merugikan dan membahayakan kesehatan fisik maupun psikologis dari manusia.⁶³ Kadar air yang erat kaitannya dengan aktivitas air (aw) akan mempengaruhi pertumbuhan mikroorganisme dalam bahan

⁶² I Nyoman Garjita* , Gunarto, Penegakan Hukum Di Bidang Pangan Terkait Mie Formalin Di Wilayah Polda Jawa Tengah, Jurnal Hukum Khaira Ummah Vol. 12. No. 3 September 2017, hlm. 585

⁶³ Purwiyatno Hariyadi, 2017, *Teknologi Proses Termal Untuk Industri Pangan*, PT. Media Pangan Indonesia, . Bogor, hlm. 12

pangan sehingga akan berpengaruh pada kualitas bahan pangan.⁶⁴ Oleh karena itu, terpenuhinya pangan di masyarakat bukan hanya sebatas cukup dan nikmat melainkan harus memperhatikan dari aspek kesehatan dan juga keamanan

2. Jenis Jenis Pangan

Berdasarkan cara perolehannya, pangan dapat dibedakan menjadi 3, yaitu:

- a. Pangan Segar Pangan segar adalah pangan yang belum mengalami pengolahan yang dapat dikonsumsi langsung dan/atau yang dapat menjadi bahan baku pengolahan pangan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan).
- b. Pangan Olahan Pangan olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan).
- c. Pangan Olahan Tertentu Pangan olahan tertentu adalah pangan olahan yang diperuntukkan bagi kelompok tertentu dalam upaya memelihara dan meningkatkan kualitas kesehatan.

3. Keamanan Pangan

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah Pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia serta

⁶⁴ Herawati. H. 2018. *Potensi Hidrokoloid Sebagai Bahan Tambahan pada Produk Pangan dan Non Pangan Bermutu*. Jurnal Litbang Pertanian. 37(1): hlm. 17-25.

tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk dikonsumsi.

Di dalam label berdasarkan Pasal 97 ayat (3) Undang-Undang Nomor 18 tahun 2012 Tentang Pangan terdapat ketentuan-ketentuan yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha, seperti nama produk, bahan yang digunakan, berat bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, tanggal dan kode produksi, tanggal bulan dan tahun kadaluarsa, nomor izin edar, asal usul bahan, dan pencantuman halal bagi produk yang dipersyaratkan.⁶⁵

Keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat menganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia. Pangan yang aman serta bermutu dan bergizi tinggi sangat penting perannya bagi pertumbuhan, pemeliharaan, dan peningkatan derajat kesehatan serta peningkatan kesehatan masyarakat.⁶⁶

Pangan yang tidak aman dapat menyebabkan penyakit yang disebut dengan foodborne disease, yaitu gejala penyakit yang timbul akibat mengkonsumsi pangan yang mengandung bahan/senyawa beracun atau organisme pathogen. Penyebab ketidakamanan pangan ada 2 segi, yaitu segi gizi, jika kandungan gizinya berlebihan yang dapat menyebabkan berbagai penyakit degenerative

⁶⁵ Ahmad Nur Rizal, Arpangi, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Hak Konsumen Di Bidang Pangan*, Prosiding KONFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 3 Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 28 Oktober 2020, hlm. 103

⁶⁶ Saparinto C dan Hidayati D, 2006, *Bahan Tambahan Pangan*, Kanisius, Yogyakarta, hlm. 34

seperti jantung, kanker, dan diabetes. Pada segi kontaminasi, jika pangan terkontaminasi oleh mikroorganisme atau bahan-bahan kimia.⁶⁷

Standar mutu pangan di Indonesia terdapat beberapa lembaga yang berwenang dalam pengembangan standar dan peraturan keamanan pangan. Badan Standarisasi Nasional (BSN) adalah lembaga yang berwenang yang mengkoordinasi sistem standarisasi national dengan menetapkan suatu standar yang disebut sebagai Standar Nasional Indonesia (SNI). Khusus untuk standar keamanan pangan, beberapa instansi teknis seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) RI merupakan lembaga yang bertugas sebagai pegawas pangan yang antara lain berwenang memberlakukan wajib SNI suatu produk pangan. Selain dari itu standar BPOM juga berwenang untuk menerbitkan pedoman dan peraturan yang berkaitan dengan keamanan pangan⁶⁸

D. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam

Sumber hukum dalam Islam yang telah disepakati oleh para fuqaha ada 4, yaitu berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, *Ijma'*, dan *Qiyas*. Sumber-sumber hukum ini dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan hukum perlindungan konsumen dalam Islam. AlQur'an merupakan sumber hukum pertama (sumber primer) dalam ajaran Islam. Sunnah adalah sumber hukum kedua (sumber sekunder) setelah Al-quran, dan dapat dijadikan sumber hukum pertama (sumber primer) apabila tidak ditemukan penjelasan atas suatu masalah di dalam Al-Qur'an. Adapun *ijma'* adalah kesepakatan semua mujtahid dari kalangan umat Islam pada

⁶⁷ Cecep Dani Sucipto, 2015, *Keamanan pangan : untuk kesehatan manusia*, Gosyen Publishing, Yogyakarta, hlm. 73

⁶⁸ Herawati. H. 2018. *Potensi Hidrokoloid Sebagai Bahan Tambahan pada Produk Pangan dan Non Pangan Bermutu*. Jurnal Litbang Pertanian. 37(1): hlm. 17-25.

suatu masa, setelah wafatnya Rasulullah SAW atas suatu hukum *syara'* mengenai suatu kejadian maupun kasus.⁶⁹ *Ijma'* hanya ditetapkan setelah wafatnya Rasulullah SAW dan hanya dapat dijadikan sebagai sumber hukum apabila tidak ditemukan penjelasan atau norma-norma hukum di dalam Al-Qur'an maupun sunnah mengenai suatu masalah atau kasus. Sedangkan *qiyyas* adalah menghubungkan suatu kejadian yang tidak ada nash-nya kepada kejadian yang ada nash-nya, dalam hukum yang telah ditetapkan oleh nash.⁷⁰ *Qiyas* ini merupakan metode dalam pengambilan hukum yang didasarkan pada illat-illat hukum yang terkandung di dalamnya.

Untuk melindungi kepentingan para pihak di dalam lalulintas perdagangan/ berbisnis, hukum Islam menetapkan beberapa asas yang dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan transaksi, yaitu at-tauhid, istiklaf, al-ihsan, al-amanah, ash-shiddiq, al-adl, al-khiyar, at-ta'wun, keamanan dan keselamatan, dan at-taradhin. Di dalam UUPK asas perlindungan konsumen diatur pada Pasal 2 yang menyebutkan bahwa “Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”.

Asas pokok atau pondasi dari seluruh kegiatan bisnis di dalam hukum Islam ditempatkan pada asas tertinggi, yaitu tauhid (mengesakan Allah SWT).⁷¹ Dari asas ini kemudian lahir asas istikhlas, yang menyatakan bahwa apa yang dimiliki oleh manusia hakekatnya adalah titipan dari Allah SWT, manusia hanyalah

⁶⁹ Mukhtar Yahya dan Fatchurrahman, 1986, *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*, Alma'arif, Bandung, hlm. 58-59

⁷⁰ *Ibid*, hlm. 66

⁷¹ Yusuf Qardhawi, 1997, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Gema Insani Press, Jakarta, hlm.180

sebagai pemegang amanah yang diberikan kepadanya.⁷² Dari asas tauhid juga melahirkan asas al-ihsan (benevolence), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain tanpa ada kewajiban tertentu yang mengharuskannya untuk melaksanakan perbuatan tersebut.⁷³

Dari ketiga asas di atas melahirkan asas *al-amanah*, *ash-shiddiq*, *al-adl*, *al-khiyar*, *at-ta'wun*, keamanan dan keselamatan, dan *at-taradhin*. Menurut asas *al-amanah* setiap pelaku usaha adalah pengembang amanah untuk masa depan dunia dengan segala isinya (*kholifah fi al-ardhi*), oleh karena itu apapun yang dilakukannya akan dipertanggung jawabkan di hadapan manusia dan di hadapan sang pencipta (Allah SWT).⁷⁴ *Ashshiddiq* adalah prilaku jujur, yang paling utama di dalam berbisnis adalah kejujuran.

Al-adl adalah keadilan, keseimbangan, dan kesetaraan yang menggambarkan dimensi horizontal dan berhubungan dengan harmonisasi segala sesuatu di alam semesta ini. *Al khiyar* adalah hak untuk memilih dalam transaksi bisnis, hukum Islam menetapkan asas ini untuk menjaga terjadinya perselisihan antara pelaku usaha dengan konsumen. *Ta'awun* adalah tolong menolong , *ta'awun* memiliki arti yang sangat penting dalam kehidupan ini karena tidak ada satupun manusia yang tidak membutuhkan bantuan dari orang lain, sehingga tolong menolong antara sesama manusia merupakan keniscayaan, terutama dalam upaya meningkatkan kebaikan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Untuk itu, dalam

⁷² *Ibid*, hlm. 40-41

⁷³ Faisal Badroen, 2007, *Etika bisnis Dalam Islam*, Kencana, Jakarta, hlm. 102-103

⁷⁴ Hasan Aedi, 2011, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Alfabeta, Bandung, hlm. 59

hubungannya dengan transaksi antara konsumen dan produsen asas ini harus dijawi oleh kedua belah pihak.⁷⁵

Asas Keamanan dan Keselamatan, dalam hukum Islam ada lima hal yang wajib dijaga dan dipelihara (*al-dharuriyyat alkhamsah*), yaitu: (1) memeliharaan agama (*hifdh al-din*), (2) memelihara jiwa (*hifdh al-nafs*), (3) memelihara akal (*hifdh al-aql*), (4) memelihara keturunan (*hifdh nasl*), dan memelihara harta (*hifdh al-maal*).⁷⁶ Asas *at-taradhi* (kerelaan). Salah satu syarat sahnya jual beli di dalam Islam adalah aqad atau transaksi. Aqad atau transaksi tidak pernah akan terjadi kecuali dengan *shighat* (*ijab-qabul*), yaitu segala hal yang menunjukkan kerelaan atau kesepakatan kedua belah pihak (penjual dan pembeli).

Tujuan perlindungan konsumen dalam hukum Islam adalah untuk mewujudkan *mashlahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia. Untuk menjaga keseimbangan dan memberikan keadilan kepada para pelaku bisnis dalam melakukan transaksi Islam melarang beberapa bentuk transaksi dan sangat dibenci oleh Rasulullah SAW, yaitu:

1. *Talaqqi rukban*

Talaqqi rukban, adalah mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar.⁷⁷ Rasulullah SAW melarang praktik perdagangan seperti ini dengan tujuan untuk menghindari ketidak tahuhan penjual dari daerah pedesaan mengenai harga barang yang berlaku di

⁷⁵<http://jurnalnajmu.wordpress.com/2007/11/15/prinsip-prinsip-hukum-islam-dalam-tanggung-jawabpelaku-usaha/> Diakses pada tanggal 4 Oktober 2025

⁷⁶http://www.academia.edu/7342171/Makalah_Tanggung_Jawab_Sosial_Perusahaan_Dalam_Mewujudkan_Kesejahteraan_Sosial Diakses pada tanggal 4 Oktober 2025

⁷⁷ Yusuf Qardhawi, 1997, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Gema Insani Press, Jakarta, hlm.180

kota. Rasulullah SAW memerintahkan agar suplay barang dibawa langsung ke pasar, sehingga penjual dan pembeli dapat mengambil manfaat dari adanya harga yang alamiah. Mencegah masuknya pedagang ke pasar kota dapat menimbulkan pasar yang tidak kompetitif,⁷⁸ oleh sebab itu Rasulullah SAW melarangnya dengan sabdanya :

“Jangan kamu mencegat para pedagang ditengah jalan. Pemilik barang berhak memilih setelah sampai pasar, apakah ia menjual kepada mereka yang mencegat atau kepada orang yang ada di pasar”. (Muttafakun alaih)

Menurut Imam Ghazali, larangan ini menunjukkan bahwa para pembeli dan penjual tidak boleh menyembunyikan harga pasar. Selanjutnya beliau mengatakan, tidak boleh mengambil kesempatan di kala pemilik barang lengah dan tidak mengetahui harga yang sebenarnya. Kalau kita melakukan hal itu, niscaya kita tergolong orang-orang yang zhalim, tidak melaksanakan keadilan dan kejujuran kepada kaum muslimin.⁷⁹

2. Melipat gandakan harga

Menurut Imam Ghazali, dilarang melipat gandakan harga dari kebiasaan yang berlaku. Pada dasarnya melipat gandakan harga itu dibolehkan dengan syarat tidak menyembunyikan kebenaran, karena aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Menurut sebagian ulama, jika kelipatannya itu

⁷⁸ Jusmaliani, 2008, *Bisnis berbasis syariah*, Bumi Aksara, Jakarta, hlm. 58-59

⁷⁹ Yusuf Qardhawi, 1997, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin*, Gema Insani Press, Jakarta, hlm.180

melebihi dari 1/3 maka hukumnya wajib atau dituntut adanya hak khiyar (pilih) melanjutkan transaksi atau sebaliknya membatalkannya.⁸⁰

3. Perdagangan yang menipu (bai'al gharar)

Islam sangat menentang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam menuntut suatu perdagangan dilakukan dengan jujur, adil, dan amanah. Rasulullah SAW bersabda, "barang siapa yang melakukan penipuan maka dia bukanlah dari golongan kami". (HR.At-Tarmidzi).Yang termasuk dalam katagori menipu dalam perdagangan/bisnis adalah :

a. *Gisyah*

Gisyah, adalah menyembunyikan cacat barang yang dijual, bisa juga dengan mencampur produk cacat ke dalam produk yang berkualitas baik, sehingga konsumen mengalami kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas barang yang diperdagangkan.

b. *Tathfif*

Tathfif, adalah mengurangi timbangan atau takaran barang yang akan dijual. Salah satu cermin keadilan adalah menyempurnakan timbangan dan takaran.

4. Memperdagangkan barang haram

Produk haram, adalah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-quran dan Sunnah, seperti jual beli babi, anjing, minuman yang memabukkan dan sesuatu yang memiliki unsur sama (memabukkan), darah, bangkai, dan lain-lain yang dapat mambawa

⁸⁰ *Ibid*

kemudaranan bagi manusia. Karena hal ini sangat berkaitan dengan keselamatan konsumen, baik keselamatan jasmaniah maupun keselamatan rohaniah.

Sesuai firman Allah SWT yaitu:

إِنَّمَا حَرَمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهْلَبَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ مِنْ أَصْطَرَّ عَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ
فَلَا إِنْمَاءُ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

5. Perdagangan secara *riba*

Riba, adalah pengambilan tambahan dalam transaksi bisnis, baik dalam bentuk jual beli maupun simpan pinjam secara zalim dan menyimpang dari prinsip muamalah yang Islami.

Sesuai firman Allah SWT yaitu:

جَامِعُنْسَاطَانِ أَجْوَنِيْجُ الْإِسْلَامِيَّةِ
الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَاً لَا يُؤْمِنُونَ إِلَّا كَمَا يَقُولُ الَّذِي يَتَحَبَّطُهُ الشَّيْطَنُ مِنَ الْمَسَنِ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
البَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَأَنْتَهَى فَلَمَّا مَا سُلْفَ
وَأَمْرَةٌ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَلُّوْنَ

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang

kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

6. Persekongkolan (*bai'al najasy*)

Bai'al najasy, adalah peraktik berbisnis di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar dengan tawaran tinggi yang disertai dengan pujián kualitas secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.

7. Penimbunan barang (*ikhtikaar*)

Ikhtikaar adalah upaya penimbunan barang untuk menunggu naiknya atau melonjaknya harga barang. Menurut Asy-Syaukani, ”*ikhtikaar*“ adalah penimbunan atau penahanan barang dagangan dari peredarannya. Menurut Al-Ghazali, ”*ikhtikaar*“ adalah penyimpanan barang dagangan oleh penjual makanan untuk menunggu melonjaknya harga dan penjualannya ketika harga sudah melonjak.⁸¹ Islam sangat membenci dan melarang ikhtikar, karena ikhtikar dapat merusak tatanan ekonomi masyarakat dan mengandung kemudaratan bagi manusia. Dalam hadits Rasulullah SAW bersabda :

”Siapa saja yang melakukan penimbunan barang dengan tujuan merusak harga pasar, sehingga harga naik secara tajam, maka dia telah berbuat salah“ (HR. Ibnu Majah)

”Para pedagang yang menimbun bahan makanan (keperluan pokok manusia) selama 40 hari, maka ia terlepas dari (hubungan dengan) Allah,

⁸¹ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, , PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 151

dan Allah pun melepas (hubungan dengan) nya.” (HR. Ahmad dan Ibnu Majah)

8. Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat

Monopoli dalam perdagangan/bisnis merupakan ciri khas ekonomi bebas (*liberal economic*) atau sistem ekonomi kapitalis. Sistem ekonomi ini pada prinsipnya tidak menjamin kebebasan berdagang/berbisnis, tetapi membunuh mekanisme kebebasan pasar. Oleh karena itu, Islam mengutuk praktik perdagangan/bisnis semacam ini.



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hak konsumen atas pelayanan dan jasa di kedai bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepala konsumen. Konsumen dalam hal ini 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. 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.

Konsumen selalu berada pada posisi yang lebih rendah dalam hubungannya dengan pelaku usaha, baik secara ekonomis, tingkat pendidikan, maupun kemampuan atau daya bersaing/daya tawar.⁸² Ketidakseimbangan kedudukan antara konsumen dengan pelaku usaha ini salah satunya diakibatkan faktor informasi.

Pelaku usaha memiliki pengetahuan yang lebih luas dalam kaitannya dengan informasi. Sedangkan konsumen hanya menunggu limpahan informasi dari pelaku usaha. Ketidaktahuan konsumen ini membuat konsumen memiliki

⁸² Az. Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cet. I, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hlm. 65

ketergantungan terhadap informasi tersebut. Adapun faktor lainnya yang menyebabkan ketidakseimbangan kedudukan antara konsumen dengan pelaku usah yakni konsumen tidak memiliki daya tawar dan daya pilih yang tinggi untuk mencari alternatif lain dari jasa-jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Faktor ini menyebabkan perlunya ada perlindungan hukum terhadap konsumen dalam menggunakan jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Burjo Titik Kumpul sebagai kedai bubur kacang hijau memiliki berbagai kelebihan sehingga menjadi salah satu kedai makan atau sebagai tempat berkumpul yang diminati masyarakat khususnya warga Semarang. Dengan meningkatnya jumlah masyarakat khususnya para remaja yang memilih untuk berkumpul atau nongkrong dengan memanfaatkan Burjo Titik Kumpul sebagai suatu kedai makan maka Burjo Titik Kumpul harus menjamin hak-hak konsumen dan membuat merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.

Perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna jasa kedai makan merupakan kewajiban dari Burjo Titik Kumpul sebagai penyelenggara untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen serta memastikan kenyamanan konsumen atas pelayanan yang diberikan. Hak-hak konsumen tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 sebagai berikut:⁸³

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa

⁸³ Wawancara dengan Bapak Giant Permana selaku pemilik kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul pada tanggal 12 November 2025 pukul 13.00 WIB

Konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa layak untuk memperoleh manfaat dari barang/jasa yang dikonsumsinya tersebut. Perolehan manfaat tersebut tidak boleh mengancam keselamatan, jiwa dan harta benda konsumen, serta harus menjamin kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Konsumen yang menggunakan jasa kedai makan Burjo Titik Kumpul menimbulkan suatu perikatan selaku pelaku usaha. Perikatan adalah suatu hubungan hukum antara dua orang atau lebih dalam lapangan harta kekayaan, dimana pihak yang satu berhak atas prestasi dan pihak lainnya wajib memenuhi prestasi tersebut. Suatu perikatan dapat lahir dari perjanjian maupun dari undang-undang. Perikatan antara konsumen dengan Burjo Titik Kumpul juga timbul dari perjanjian dan undang-undang.

Perikatan antara konsumen dengan Burjo Titik Kumpul yang timbul dari perjanjian ditunjukkan dengan adanya perjanjian jual beli yang dilakukan oleh konsumen dengan Burjo Titik Kumpul. Perjanjian jual beli merupakan suatu perjanjian yang bersifat konsensuil. Maksudnya adalah perjanjian lahir ketika kedua belah pihak mencapai kata sepakat mengenai barang dan harga, meskipun barang belum diserahkan dan harga belum dibayarkan.

Dalam perjanjian jual beli yang diadakan antara konsumen dengan Burjo Titik Kumpul menimbulkan kewajiban bagi konsumen untuk membayar sejumlah uang sebagai bentuk mengikatkan diri pada perjanjian, sedangkan Burjo Titik Kumpul selaku pelaku usaha berkewajiban untuk melayani pesanan konsumen yang telah membayar sejumlah biaya untuk mendapatkan suatu

makanan ataupun minuman sebagai wujud pengikatan diri pada perjanjian jual beli tersebut.

Selain perikatan yang timbul dari perjanjian, perikatan antara konsumen dengan Burjo Titik Kumpul juga timbul dari undang-undang. Hal tersebut terlihat dengan adanya beberapa peraturan perundang-undangan yang mengenai hak dan kewajiban dari konsumen dan juga Burjo Titik Kumpul. Salah satu peraturan perundang-undangan tersebut adalah Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam undang-undang tersebut diatur mengenai hak dan kewajiban dari konsumen dan Burjo Titik Kumpul yang mengakibatkan timbulnya perikatan antara kedua pihak.

Hak dan kewajiban yang diberikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen kepada konsumen dan Burjo Titik Kumpul wajib dipenuhi oleh masing-masing pihak. Namun, dalam kenyataannya masih terdapat hak-hak konsumen tidak dipenuhi oleh Burjo Titik Kumpul meskipun konsumen telah memenuhi kewajibannya.⁸⁴ Salah satu hak konsumen pengguna jasa kedai makan yang sering kurang diperhatikan adalah hak atas kenyamanan dalam menggunakan jasa kedai makan sebagaimana yang telah diamanatkan di dalam pasal 4 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Burjo Titik Kumpul sebagai pelaku usaha kedai makan bubur kacang hijau dalam menyelenggarakan kegiatan operasional kedai makan selalu berusaha menjamin hak-hak konsumen ini. Salah satu caranya adalah dengan

⁸⁴ Wawancara dengan Bapak Giant Permana selaku pemilik kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul pada tanggal 12 November 2025 pukul 13.00 WIB

memperbaiki sarana dan prasarana tempat yang ada sehingga memenuhi kelayakan untuk konsumen.⁸⁵

- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan

Konsumen memiliki kebebasan untuk memilih sehingga tidak ada unsur paksaan atau tipu daya dari pelaku usaha agar konsumen memilih barang/jasanya. Dalam hal ini, narasumber, mengatakan konsumen bebas memilih jenis makanan dan minuman yang akan disantap oleh konsumen. Harga yang dibayarkan oleh konsumen juga harus sesuai dengan makanan atau minuman yang dipilih konsumen.⁸⁶

Pelaku usaha khususnya Burjo Titik Kumpul wajib menyediakan fasilitas yang berfungsi dengan baik sesuai dengan ketentuan pada layanan-layanan yang ditawarkan. Dalam hal ini, Burjo Titik Kumpul wajib menjamin fasilitas kedai makannya sesuai dengan fungsinya, penerangan harus menerangi setiap meja, wifi selalu menyala, tersedianya lahan parkir, keamanan parkir kendaraan dan lain-lain. Selain itu, karyawan Burjo Titik Kumpul yang terkait juga harus mendukung terpenuhinya hak konsumen ini, contohnya tidak mempersulit proses pembelian, memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar etika karyawan, dan lain-lain.

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

⁸⁵ Wawancara dengan Bapak Giant Permana selaku pemilik kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul pada tanggal 12 November 2025 pukul 13.00 WIB

⁸⁶ Ibid

Sebelum konsumen memilih, mereka tentu harus terlebih dahulu memperoleh informasi yang benar mengenai barang/jasa yang akan dikonsumsinya, sebab informasi inilah yang akan menjadi landasan bagi konsumen dalam menentukan pilihannya. Oleh karena itu, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang/jasanya kepada konsumen.

Dalam menyelenggarakan operasional Burjo Titik Kumpul wajib untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur terhadap layanan kedai makan bubur kacang hijau. Informasi tersebut dapat berupa tarif, dan hal-hal lainnya yang memang perlu diketahui oleh konsumen. Menurut narasumber, pihak Burjo Titik Kumpul selalu memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa kedai makan bubur kacang hijau. Pemberian informasi tersebut dapat dilakukan dengan cara pemasangan daftar tarif yang disesuaikan dengan tujuan konsumen, pengumuman waktu buka dan tutup, menempatkan karyawan untuk membantu konsumen sehubungan dengan penjualan produk produk Burjo Titik Kumpul.⁸⁷

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan

Dalam mengkonsumsi suatu barang/jasa, konsumen cukup sering mengalami kerugian. Hal ini berarti terdapat suatu kelemahan pada barang/jasa yang disediakan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha harus menerima setiap pendapat dan keluhan dari konsumen. Di samping itu, dengan

⁸⁷ Wawancara dengan Bapak Giant Permana selaku pemilik kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul pada tanggal 12 November 2025 pukul 13.00 WIB

menerima pendapat dan keluhan konsumen maka pelaku usaha juga diuntungkan karena pelaku usaha dapat memperoleh masukan untuk memperbaiki hal-hal yang menjadi kekurangannya serta dapat meningkatkan daya saingnya dengan pelaku usaha lain.

Untuk mewujudkan hak ini, Burjo Titik Kumpul memberikan kotak kritik dan saran dimana konsumen yang ingin memberikan keluhan, pendapat ataupun saran dapat melakukannya melalui kotak tersebut. Selain itu terdapat cara lain yang dapat digunakan dalam penyampaian pertanyaan, keluhan, pendapat atau saran konsumen seperti penyampaian secara langsung kepada karyawan, maupun pihak yang berhubungan dengan pelayanan melalui *whatsapp* dan melalui jejaring sosial seperti , Instagram.

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut

Pelaku usaha memiliki akses terhadap informasi mengenai barang/jasanya.

Sedangkan konsumen sama sekali tidak memahami apa saja proses yang dilakukan oleh pelaku usaha guna menyediakan barang/jasa yang dikonsumsinya. Hal ini menyebabkan posisi konsumen lebih lemah dibanding pelaku usaha. Oleh karena itu diperlukan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa yang patut bagi konsumen.

Lebih lanjut narasumber menjelaskan mengenai penyelesaian sengketa diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha yakni BPSK

(Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.⁸⁸

Berdasarkan pasal ini, maka konsumen Burjo Titik Kumpul yang dirugikan oleh Burjo Titik Kumpul dapat menyelesaikan sengketa melalui BPSK atau melalui peradilan di lingkungan peradilan umum yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 45, sebagai berikut:

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh pihak yang bersengketa.

Dalam menyelesaikan perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen antara konsumen yang dirugikan oleh Burjo Titik Kumpul tidak menutup kemungkinan apabila penyelesaian sengketa dilakukan secara damai tanpa melalui BPSK maupun peradilan di lingkungan peradilan umum.⁸⁹

- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen

⁸⁸ Wawancara dengan Bapak Giant Permana selaku pemilik kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul pada tanggal 12 November 2025 pukul 13.00 WIB

⁸⁹ Wawancara dengan Bapak Giant Permana selaku pemilik kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul pada tanggal 12 November 2025 pukul 13.00 WIB

Secara umum, telah diketahui bahwa posisi konsumen lebih lemah dibanding posisi pelaku usaha. Untuk itu pelaku usaha harus memberikan pembinaan dan pendidikan yang baik dan benar kepada konsumen. Pembinaan dan pendidikan tersebut bertujuan agar konsumen tidak dirugikan dan tidak dieksplorasi oleh pelaku usaha karena minimnya pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen.

Upaya yang dapat dilakukan oleh Burjo Titik Kumpul selaku pelaku usaha kedai makan bubur kacang hijau dalam memberikan pembinaan dan pendidikan kepada konsumen salah satunya adalah dengan memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai pelayanan operasional kedai. Pemberian informasi tersebut bertujuan agar konsumen dapat memilih pelayanan makanan dan minuman yang sesuai dengan kebutuhannya, sehingga konsumen tidak dirugikan oleh pelaku usaha.

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

Hak ini termasuk dalam hak asasi manusia untuk diperlakukan sama. Pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumennya, tanpa memandang perbedaan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, ideologi, agama, maupun status sosial.

Pelayanan kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul, tidak pernah membeda-bedakan konsumen yang singgah untuk menikmati makanan dan minuman yang ada. Dalam hal ini, seluruh konsumen harus mendapat pelayanan yang sama. Penjelasan Pasal 4 huruf (g) Undang-Undang Nomor 8

Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya. Fasilitas-fasilitas yang ada dalam kedai makan Burjo Titik Kumpul dapat dinikmati atau digunakan oleh siapapun tanpa memandang status orang tersebut.

- h. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

Tujuan dari pemberian kompensasi, ganti rugi, atau penggantian adalah untuk mengembalikan keadaan konsumen ke keadaan semula, seolah-olah peristiwa yang merugikan konsumen itu tidak terjadi. Untuk memperoleh hak ini, maka konsumen harus dapat membuktikan bahwa dirinya adalah konsumen atau pembeli yang sah. Pembuktian tersebut melalui nota pembelian.

Menurut narasumber, apabila terjadi kesalahan pemesanan, maka konsumen berhak untuk menukar makanan atau minuman yang dihidangkan untuk memperoleh makanan yang sesuai dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dengan cara menunjukkan nota pembelian.

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak konsumen sebenarnya sangat banyak dan bisa terus bertambah seiring dengan kebutuhan konsumen. Ketentuan ini dapat membuka peluang bagi pemerintah untuk menjamin pemenuhan hak konsumen yang tidak diatur pada ketentuan diatas dalam peraturan perundang-undangan lain. Aspek

perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak hanya diatur melalui hak-hak konsumen. Terdapat beberapa ketentuan pasal lain yang mengaturnya seperti:

1. Kewajiban pelaku usaha

Pasal 7:

- 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; menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- d) 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;
- e) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- f) memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan batasan bagi pelaku usaha dalam menyelenggarakan usahanya sehingga tidak merugikan konsumen.

2. Larangan pelaku usaha

Pasal 8 ayat (1) huruf a:

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangundangan.

3. Tanggung jawab pelaku usaha

Pasal 19:

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4) merupakan beban tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Kerugian yang dialami konsumen pengguna jasa kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul dapat disebabkan oleh kesalahan pemesanan, expired atau kedaluarsanya bahan pokok pembuatan makanan, hingga keracunan yang dapat mengakibatkan perawatan lebih lanjut. Ganti kerugian yang dapat dimintakan oleh konsumen terkait dengan kerugian yang dialaminya adalah pengembalian uang, atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

4. Gugatan kepada pelaku usaha

Pasal 23:

Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Apabila Burjo Titik Kumpul menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi tuntutan ganti kerugian konsumen pengguna jasa kedai makan bubur kacang hijau dalam hal konsumen mengalami kerugian akibat kesalahan dari Burjo Titik Kumpul, konsumen dapat menggugat pelaku usaha melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

5. Jaminan atau garansi

Pasal 26:

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Bentuk jaminan dan/atau garansi yang diberikan oleh pelaku usaha bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul adalah jaminan ganti makanan sesuai dengan nota pembelian.

6. Penyelesaian sengketa

Pasal 60:

(6) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 49 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.

- (7) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- (8) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundangundangan.

7. Sansi Pidana

Pasal 62:

- (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 18dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63:

- Terhadap sanksi pidana sebagaimana dalam pasal 62, dapat dijatuhan hukuman tambahan, berupa :
- a. Perampasan barang tertentu;
 - b. Pengumuman putusan hakim;
 - c. Pembayaran ganti rugi;
 - d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
 - e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
 - f. Pencabutan izin usaha.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan Hak konsumen atas pelayanan dan jasa di kedai bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul sebagai pelaku usaha telah berusaha memenuhi hak-hak konsumen serta memastikan kenyamanan

konsumen atas pelayanan yang diberikan. Hak-hak yang diberikan Burjo Titik Kumpul selaku pelaku usaha terhadap konsumennya adalah sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa
2. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya,

Dengan diberikannya hak-hak tersebut kepada konsumen maka Burjo Titik Kumpul telah pula melaksanakan perlindungan konsumen sesuai dengan Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4.

Membahas mengenai konsumen penulis juga mendapatkan data berdasarkan wawancara dengan konsumen Burjo Titik Kumpul.

Penulis mewawancara saudara Rangga Perwira Pangestu, berdasarkan wawancara tersebut didapatkan penjelasan sebagai berikut:⁹⁰

“ Ketika saya menjadi konsumen Burjo Titik Kumpul, menurut saya pelayanan yang diberikan oleh Burjo Titik Kumpul sudah baik dimana harga-harga mengenai produk yang mereka jual jelas dan transparan, pelayanan yang diberikan kepada konsumen menurut saya juga ramah. Mengenai fasilitas yang ada di Burjo Titik Kumpul juga lengkap, bagi saya sebagai konsumen yang paling penting dari warung bubur kacang hijau adalah fasilitas wifi dimana saya sebagai konsumen dating kewarung bubur kacang hijau untuk membuat tugas, mengenai apa saja hak saya sebagai konsumen saya kurang mengetahuinya, karena menurut saya hak saya mendapatkan pelayanan yang baik disaat saya memberikan uang untuk jasa Burjo Titik Kumpul”

Penulis dalam memperoleh data mengenai hak konsumen atas pelayanan jasa dikedai bubur kacang hijau di Kedai Burjo Titik Kumpul, juga mewawancara saudara Farras Rakha Ananda, dengan hasil wawancara sebagai berikut:⁹¹

“ Menurut saya pelayanan yang diberikan Burjo Titik Kumpul sudah bagus, dikarenakan makanannya bersih dan halal, serta Burjo Titik Kumpul tidak menjual produk-produk haram yang menurut saya sebagai muslim itu sangatlah tabu dan mengganggu, mengenai pelayanannya Burjo Titik Kumpul memberikan pelayanan yang cepat dan juga dengan harga yang murah serta fasilitasnya lengkap mulai dari kamar madi hingga parkir yang aman, untuk mengenai hak-hak yang saya dapatkan atau hak yang harus konsumen dapatkan, ya saya mendapatkan makanan dan minuman yang saya beli, kalau ada hak yang lain saya kurang tahu.”

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara yang penulis lakukan dengan para konsumen Burjo Titik Kumpul, menurut penulis konsumen sudah mendapatkan hak yang seharusnya mereka dapatkan tetapi berdasarkan wawancara para konsumen tidak mengetahui apa saja hak-hak yang harusnya

⁹⁰ Wawancara dengan Rangga Perwira Pangestu selaku konsumen Burjo Titik Kumpul, pada tanggal 10 Januari 2023 Pukul 13.00 WIB

⁹¹ Wawancara dengan Farras Rakha Ananda selaku konsumen Burjo Titik Kumpul, pada tanggal 10 Januari 2023 Pukul 13.00 WIB

mereka dapatkan, jadi baiknya Burjo Titik Kumpul memberikan pengetahuan atau edukasi mengenai hak-hak jika menjadi konsumen.

B. Penerapan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan terhadap Pemenuhan produk pangan yang disajikan oleh Burjo Titik Kumpul

Setiap manusia pada dasarnya membutuhkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan manusia sangat beraneka ragam dan dapat dibedakan atas berbagai macam kebutuhan. Dengan adanya bermacam-macam dan berbagai jenis kebutuhan tersebut maka setiap manusia akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik berupa barang maupun jasa.

Berbagai kebutuhan tersebut ditawarkan oleh pelaku usaha sehingga tercipta hubungan timbal balik antara konsumen dan pelaku usaha serta saling membutuhkan satu dengan lainnya. Aneka ragam barang atau jasa ditawarkan oleh pelaku usaha kepada konsumen sebagai sebuah hubungan timbal balik.⁹²

Terdapat saling ketergantungan dan membutuhkan antara konsumen dan pelaku usaha, sehingga sudah seharusnya pelaku usaha dan konsumen berada pada posisi yang seimbang. Namun dalam kenyataannya, kedudukan tersebut tidaklah seimbang. Konsumen seringkali berada pada atau kedudukan yang lemah bila dibandingkan kedudukan pelaku usaha.⁹³

Salah satu yang menyebabkan kedudukan konsumen lebih lemah, bila dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha adalah konsumen pada umumnya kurang mendapatkan akses informasi yang benar, jelas, dan dapat dipertanggung

⁹² Purnadi Purbacaraka dan Soerjono Soekanto, 2017, *Sendi-sendi Ilmu Hukum dan Tata Hukum*, Cetakan V, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 43.

⁹³ Zumrotin K Susilo, 1996, *Penyambung Lidah Konsumen*, cetakan I, Puspa Swara, Jakarta, hlm. 11-14.

jawabkan dari suatu barang atau jasa.⁹⁴ Konsumen tidak memiliki kesempatan dan sarana yang cukup untuk mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan suatu barang atau jasa. Hal ini dapat terjadi karena pelaku usaha sebagai pihak yang memproduksi dalam menawarkan, menyampaikan atau mendistribusikan suatu produk kepada masyarakat luas selaku konsumen.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (3), dijelaskan bahwa pelaku usaha adalah :

“Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakuakn kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usah dalam berbagai bidang ekonomi”⁹⁵

Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tersebut memiliki pengertian pelaku usaha dalam Masyarakat Eropa terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah pembuat produk jadi (*finished product*); penghasil bahan baku; pembuat suku cadang; setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan produk asli, pada produk tertentu; importir suatu produk dengan maksud untuk diperjualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan;

⁹⁴ *Ibid*, Hal. 8-9

⁹⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (3)

pemasok (supplier), dalam hal identitas dari produsen atau impotir tidak dapat ditentukan.⁹⁶

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tidak memuat definisi mengenai hukum perlindungan konsumen, tetapi memuat perumusan mengenai perlindungan konsumen yaitu sebagai “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”.

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Dalam penjelasan Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 asas yang relevan dalam pembangunan nasional.

Dilihat dari pengertian diatas, terdapat 4 unsur yang terkandung dalam pengertian pelaku usaha yaitu:⁹⁷

1. Setiap orang perseorangan atau badan usaha. Yang termasuk badan usaha menurut pengertian ini adalah badan usaha yang berbentuk badan hukum dan tidak berbadan hukum.
2. Secara sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian.

Beberapa macam pelaku usaha yaitu:

- a. Orang perorangan

⁹⁶ Ahmadi Miru Sutaraman dan Yodo, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Press, Jakarta, hlm. 8-9

⁹⁷ Celina Tri Siwi Krestiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Malang, Sinar Grafika, hlm. 41

- b. Badan usaha
- c. Orang perseorangan dengan orang perseorangan lain
- d. Orang perseorangan dengan badan usaha
- e. Badan usaha dengan badan usaha

Yang termasuk kegiatan usaha melalui perjanjian adalah huruf c sampai dengan huruf e.

- 3. Menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi terdapat batasan yang membedakan antara pelaku usaha dengan pelaku usaha kegiatan lain, yaitu yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah mereka yang menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
- 4. Didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia.

Maksudnya adalah orang perseorangan atau badan hukum tersebut berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia. Khusus badan usaha, tidak harus didirikan dan berkedudukan di wilayah Republik Indonesia.

Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) menyebutkan tiga kelompok pengusaha (pelaku usaha, baik privat maupun publik). Ketiga kelompok pelaku usaha tersebut terdiri dari:⁹⁸

- 1. Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan usaha. Seperti perbankan, penyediaan dana dan lain sebagainya.

⁹⁸ Yusuf Sofie, 2003, *Perlindungan Konsumen Indonesia dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Adya Bakti, Bandung, hlm. 67

2. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang atau jasa dari barang atau jasa-jasa lain (bahan baku, bahan tambahan atau bahan-bahan lainnya). Seperti badan usaha/perseorangan yang berkaitan dengan pangan, sandang, obat-obat lainnya.
3. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang atau jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang kaki lima dan sebagainnya.

Pelaku usaha dan konsumen merupakan para pihak yang saling terkait dan saling membutuhkan satu dengan lainnya. Pelaku usaha menyadari sepenuhnya bahwa kelangsungan hidup usahanya bergantung pada konsumen. Demikian pula konsumen yang tergantung kepada pelaku usaha dalam pemenuhan kebutuhannya. Oleh karena itu, keseimbangan dalam berbagai segi menyangkut kepentingan kedua belah pihak merupakan hal yang ideal.

Sebagai konsekuensi dari hak konsumen, maka pelaku usaha dibebankan kewajiban-kewajiban sebagai pemenuhan kebutuhan konsumen. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 7 kewajiban pelaku usaha antara lain:⁹⁹

- 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;

⁹⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- 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.

Berdasarkan pada Undang-Undang tersebut dapat dikatakan bahwa konsumen memiliki hak-hak yang harus dilindungi dan pelaku usaha (produsen) memiliki beberapa kewajiban yang harus dilaksanakan, yang salah satunya adalah untuk berproduksi sesuai dengan standard mutu yang telah ditentukan sehingga dapat memberikan perlindungan kepada konsumen.

Mutu adalah sesuatu yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan bisa dijelaskan melalui atribut-atribut mutu atau hal-hal yang sering disebut dengan dimensi mutu. Ekspektasi pelanggan bisa dijelaskan melalui atribut-atribut mutu atau hal-hal yang sering disebut sebagai dimensi mutu. Oleh karena itu, mutu produk atau jasa adalah sesuatu yang memenuhi atau melebihi ekspektasi

pelanggan dalam delapan dimensi mutu. Empat dimensi pertama menggambarkan atribut-atribut mutu penting, tetapi sulit untuk mengurnya. Delapan dimensi mutu adalah¹⁰⁰

1. Kinerja (*Performance*) Merupakan tingkat konsistensi dan kebaikan fungsifungsi produk.
2. Estetika (*Aesthetic*) Berhubungan dengan penampilan wujud produk.
3. Kemudahan perawatan dan perbaikan (*Service Ability*) Berhubungan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.
4. Keunikan (*Features*) Menunjukkan karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk sejenis.
5. Reliabilitas (*Reliability*) Berhubungan dengan probabilitas produk dan jasa menjalankan fungsi dimaksud dalam jangka waktu tertentu.
6. Durabilitas (*Durability*) Menunjukkan umur manfaat dari fungsi produk.
7. Tingkat Kesesuaian (*Quality Of Conformance*) Menunjukkan ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasinya.
8. Pemanfaatan (*Fitness Of Use*) Menunjukkan kecocokan dari sebuah produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana dilakukan.

Pentingnya pengendalian mutu dalam suatu produk agar dapat berkembang sekaligus stabil sangatlah diperlukan, sebab mutu sangatlah penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi¹⁰¹

1. Reputasi Perusahaan

¹⁰⁰ Don, R. Hansen , and Marryanne M. Mowen, 1994, *Management Accounting. Second Edition*. Ohio: South-Western Publishing, Cincinnati, hlm. 433-434

¹⁰¹ Dorothea Wahyu Ariani, 1999, *Manajemen kualitas*, Andi Offset, Yogyakarta, hlm. 3-5

Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk dan jasa yang bermutu akan mendapat predikat sebagai organisasi yang mengutamakan mutu. Oleh karena itu, perusahaan itu dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai lebih di mata masyarakat. Karena nilai lebih itulah perusahaan tersebut dipercaya oleh masyarakat.

2. Penurunan Biaya

Dalam paradigma lama, untuk menghasilkan suatu produk bermutu selalu membawa dampak pada peningkatan biaya. Suatu produk yang bermutu sealalu identik dengan harga mahal. Hal ini terjadi karena penghasil produk atau jasa tersebut masih menganut paradigm lama dan membuat produk atau jasa dengan tidak melihat kebutuhan konsumen. Produk yang dihasilkan tersebut dibuat sesuai dengan kemampuan perusahaan, sehingga standard mutu yang digunakan juga hanya ditetapkan oleh pihak perusahaan. Kondisi demikian produk atau jasa yang dihasilkan tidak laku terjual karena konsumen tidak menginginkannya.

Sementara itu paradigm baru mengatakan bahwa untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu perusahaan tidak mengeluarkan biaya tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan tersebut berorientasi pada customer satisfaction, yaitu dengan mendasarkan pada jenis, tipe, waktu dan jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dengan demikian tidak ada pemborosan yang terjadi dan harus dibayar mahal oleh perusahaan tersebut. Sehingga pendapat bahwa “*quality has no cost*”

dapat dicapai dengan tidak menghasilkan produk dan jasa yang tidak dibutuhkan pelanggan.

3. Peningkatan pangsa pasar

Pangsa pasar akan meningkat apabila mimalisasi biaya tercapai, sehingga harga dapat ditekan namun mutu tetap menjadi yang utama. Hal-hal ilmiah yang mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut sehingga pangsa pasar meningkat.

4. Pertanggungjawaban produk

Dengan semakin meningkatnya mutu produk atau jasa yang dihasilkan, maka organisasi atau perusahaan akan Nampak semakin bertanggung jawab terhadap *design*, proses dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Selain itu, pihak perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan biaya yang begitu besar hanya untuk memberikan jaminan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

5. Penampilan produk dan jasa

Mutu akan membuat produk atau jasa dikenal, hal ini akan membuat perusahaan yang menghasilkan produk dikenal dan dipercaya oleh masyarakat luas. Dengan demikian tingkat kepercayaan pelanggan dan masyarakat biaya umumnya akan bertambah dan perusahaan tersebut lebih dihargai. Hal ini akan menimbulkan fanatisme tertentu dari para konsumen produk apapun yang ditawarkan oleh perusahaan atau organisasi tersebut.

6. Mutu yang dirasakan

Persaingan yang saat ini bukan lagi masalah harga melainkan mutu produk. Hal inilah yang mendorong konsumen mau membeli produk dengan harga tinggi namun bermutu tinggi pula. Tetapi mutu mempunyai banyak dimensi yang bersifat subyektif. Sebagai produsen kita dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dan mampu menerjemahkan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan mereka. Oleh karena itu, apa yang dimaksud dengan mutu bukan hanya mutu produk itu sendiri, melainkan mutu secara menyeluruh.

Dari penjelasan tersebut menunjukkan bahwa mutu atau kualitas mencakup segala keistimewaan atau keunggulan terhadap barang yang diproduksi memberikan kepuasan total kepada konsumen, meliputi keunggulan dalam kualitas produk, harga, dan keamanan. Sementara itu pengertian mutu/kualitas terdapat persamaan unsurnya sebagai berikut:

1. Mutu/kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan.
2. Mutu/kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan
3. Mutu merupakan suatu kondisi yang selalu berubah (kualitas saat ini berbeda dengan kualitas yang akan datang).

Tampaknya bahwa kualitas selalu berfokus kepada pelanggan. Karena kualitas mengacu kepada segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan, suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dapat dimanfaatkan dengan baik, serta produksi yang dihasilkan dengan cara baik dan benar.

Penjelasan mengenai mutu dalam konteks ini adalah mutu pangan, dimana pangan merupakan kebutuhan manusia yang sangat mendasar karena berpengaruh terhadap ekistensi dan ketahanan hidupnya, baik dipandang dari segi kuantitas dan kualitasnya. Mengingat kadar kepentingan yang demikian tinggi, pada dasarnya pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang sepenuhnya menjadi hak asasi setiap manusia. Tersedianya pangan yang cukup, aman, bermutu dan bergizi merupakan prasyarat utama yang harus dipenuhi dalam upaya mewujudkan insan yang berharkat dan bermartabat serta mempunyai basis sumber daya manusia yang berkualitas.

Industri pangan di Indonesia dari tahun ke tahun semakin berperan penting dalam pembangunan industri nasional, sekaligus dalam perekonomian secara keseluruhan. Perkembangan industri pangan nasional menunjukkan perkembangan yang cukup berarti. Hal ini ditandainya dengan berkembangnya berbagai jenis industri yang mengolah bahan baku yang berasal dari sektor pertanian.

Komoditi pangan merupakan salah satu komoditi strategis berhubung dengan bobotnya yang cukup besar dalam kebutuhan rumah tangga. Kondisi ini memberikan manfaat bagi konsumen karena akan produk yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar. Namun, di sisi lain kondisi ini juga berdampak buruk bagi konsumen, dimana konsumen menjadi objek aktivitas bisnis para pelaku usaha untuk mencari keuntungan semata, baik secara promosi, cara penjualan, mutu produk, maupun kandungan makanan yang akan dikonsumsi oleh konsumen.

Dengan semakin meningkatnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat serta perkembangan teknologi, diperlukan inovasi produk olahan dari hasil pertanian yang terus menerus dalam hal jenis, bentuk, kemasan, maupun teknik-teknik pemasaran secara terpadu. Industri juga dituntut untuk menyediakan produk-produk pangan olahan yang menarik dengan mutu yang baik, bergizi, aman serta memiliki harga jual yang terjangkau oleh masyarakat.

Berbicara masalah pangan yang aman, bermutu dan bergizi seimbang tidak terlepas dari faktor keamanan pangan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini juga mengatur tentang keamanan pangan, terutama mengenai hak konsumen untuk mendapatkan barang berupa pangan atau bahan pangan yang aman untuk dikonsumsi konsumen. Oleh karena itu, yang diatur dalam undang-undang ini selain hak konsumen untuk mendapatkan barang/pangan yang bermutu, aman dan menyehatkan sesuai dengan ketentuan, juga diatur mengenai kewajiban produsen untuk memproduksi, memproses, dan mengemas serta mengedarkan barang/pangan kepada konsumen dengan mencantumkan label, komposisi pangan dan lain sebagainya sesuai persyaratan/ketentuan yang berlaku. Apabila produsen melanggar ketentuan-ketentuan tersebut, maka akan mendapat sanksi yang diatur dalam undang-undang ini.

Sementara itu penjelasan standar mutu suatu produk pangan diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan yang menjelaskan bahwa mutu pangan adalah nilai yang ditentukan atas dasar kriteria keamanan pangan, kandungan gizi, dan standar perdagangan

terhadap bahan makanan, makanan dan minuman. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa produk pangan yang diedarkan wajib memiliki mutu yang dapat menjelaskan tingkat keamanan suatu produk, kandungan gizi yang ada dalam produk serta kualitas bahan yang digunakan untuk membuat suatu produk. Hal ini dilakukan dalam rangka memenuhi hak-hak konsumen mengenai keamanan, mutu dan gizi pada produk pangan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga mengatur mengenai keamanan pangan, dimana undang-undang ini mengatur adanya hak konsumen diantaranya hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, hak sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak untuk diperlakukan/dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian sebagaimana mestinya.

Masalah keamanan pangan memang menjadi isu strategis saat ini. Keamanan pangan merupakan sebuah isu yang harus diperhatikan secara seksama untuk menjaga tingkat kesehatan dari masyarakat. Dalam Pasal 1 Ayat (5) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, yang dimaksud dengan keamanan pangan adalah:

“Kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang mengganggu, merugikan dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak mengganggu, merugikan dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat sehingga aman untuk dikonsumsi”.

Keamanan pangan diselenggarakan untuk menjaga pangan tetap aman, hygienis, bermutu, bergizi dan tidak bertentangan dengan agama, keyakinan dan budaya masyarakat. Penyelenggaraan keamanan pangan dimaksudkan untuk mencegah kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan dan membahayakan kesehatan manusia. Pemerintah dalam hal ini menjamin terwujudnya penyelenggaraan keamanan pangan di setiap rantai pangan secara terpadu. Dalam hal ini pemerintah menetapkan norma, standar, prosedur dan kriteria keamanan pangan. Setiap orang yang terlibat dalam rantai pangan wajib mengendalikan risiko bahaya pada pangan sehingga keamanan pangan terjamin. Demikian juga bagi orang yang menyelenggarakan kegiatan produksi, penyimpanan, pengangkutan dan atau peredaran pangan, wajib memenuhi persyaratan sanitasi dan keamanan pangan. Apabila terjadi pelanggaran terkait dengan ketentuan-ketentuan keamanan pangan ini akan dikenakan sangsi administratif berupa denda, penghentian sementara dari kegiatan produksi dan atau peredaran, penarikan pangan dari peredaran oleh produsen, ganti rugi dan atau pencabutan izin.

Keamanan pangan, masalah dan dampak penyimpangan keamanan produk makanan merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah industri dan konsumen yang saat ini sudah harus memulai mengantisipasinya dengan implementasi sistem manajemen keamanan pangan. Salah satu sasaran penerapan sistem manajemen keamanan pangan sistem manajemen keamanan pangan adalah terjaminnya produksi pangan yang dicirikan oleh terbebasnya masyarakat dari jenis pangan yang berbahaya bagi kesehatan. Hal ini secara jelas menunjukkan

upaya untuk melindungi masyarakat dari pangan yang tidak memenuhi standar dan persyaratan-persyaratan. Sasaran program keamanan pangan adalah :

1. Menghindarkan masyarakat dari jenis pangan yang berbahaya bagi kesehatan, yang tercermin dari meningkatnya pengetahuan dan kesadaran produsen terhadap mutu dan keamanan pangan.
2. Memantapkan kelembagaan pangan yang antara lain dicerminkan oleh adanya peraturan perundang-undangan yang mengatur keamanan pangan.
3. Meningkatkan jumlah industri pangan untuk memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan tentang keamanan pangan.

Oleh karena itu untuk mengatur keamanan pangan pemerintah telah menetapkan peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan, dimana pada pasal 67 dijelaskan bahwa:

- (1) Keamanan Pangan diselenggarakan untuk menjaga Pangan tetap aman, higienis, bermutu, bergizi, dan tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat.
- (2) Keamanan Pangan dimaksudkan untuk mencegah kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia”.

Dari pasal tersebut menunjukkan bahwa produsen pangan diwajibkan untuk menjaga keamanan pangan. Pasal 69 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, menjelaskan bahwa hal-hal yang harus dilakukan produsen dalam rangka penyelenggaraan keamanan pangan dapat dilakukan melalui:

- a. Sanitasi Pangan;
- b. pengaturan terhadap bahan tambahan Pangan;

- c. pengaturan terhadap Pangan Produk Rekayasa Genetik;
- d. pengaturan terhadap Iradiasi Pangan;
- e. penetapan standar Kemasan Pangan;
- f. pemberian jaminan Keamanan Pangan dan Mutu Pangan; dan
- g. jaminan produk halal bagi yang dipersyaratkan.

Penyelenggaraan sanitasi pangan oleh perusahaan dapat mengacu pada Pasal 70 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan juga ditambahkan bahwa yang menjelaskan bahwa :

- a. Sanitasi Pangan dilakukan agar Pangan aman untuk dikonsumsi.
- b. Sanitasi Pangan dilakukan dalam kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran Pangan.
- c. Sanitasi Pangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) harus memenuhi persyaratan standar Keamanan Pangan.

Kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul merupakan produsen dan penjual bubur kacang hijau yang berkembang dan memiliki konsumen yang banyak. Kedai makan bubur kacang hijau ini juga memiliki komitmen untuk memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen yang mengkonsumsi produk bubur kacang hijau. Dalam usahanya Kedai makan bubur kacang hijau selalu menyajikan produk-produk baru yang berkualitas (baik dari segi rasa, maupun kebersihan) yang dapat memberikan kepuasan dari konsumennya. Dalam rangka memenuhi keamanan pangan oleh Burjo Titik Kumpul, berikut ini hasil wawancara:

“Dalam memenuhi kenyamanan, keamanan dan keselamatan kepada konsumen kami menaati UU Pangan No. 8 Tahun 2012 sebagaimana yang

ditetapkan oleh pemerintah. Seperti contoh dalam proses produksi kami menggunakan bahan-bahan yang telah mendapatkan izin oleh pihak yang berwenang. Demikian juga dalam tahap penyajian, kami menggunakan wadah yang tidak mengandung bahan berbahaya yang dapat mencemari produk yang kami sajikan. Sebelum disajikan produk kami juga melalui *quality control* untuk menjaga mutu agar makanan yang kami sajikan tetap terjaga”¹⁰²

Dari hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa Burjo Titik Kumpul mentaati aturan teknis yang diatur dalam undang-undang, yaitu dengan memproduksi dan menyajikan produk dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Dalam rangka melindungi konsumennya, Burjo Titik Kumpul selalu menjaga kualitas, baik kualitas bahan maupun proses pengolahan. Hal ini tercermin dari hasil wawancara berikut ini :

“Bahan yang digunakan khususnya untuk memproduksi bubur kacang hijau dalam kedai kami menggunakan bahan yang kualitasnya terjamin terutama bahan-bahan yang mudah membusuk seperti santan dan susu. Sumber bahan yang digunakan telah melalui tahap seleksi oleh tim dapur kami dan telah dinyatakan baik dan tidak busuk karena telah memenuhi yang digunakan dalam pembuatan bubur kacang hijau kami. Kami tidak memilih sembarang bahan karena untuk menjaga kualitas produk kami. Salah satu upaya mendapatkan bahan makanan yang baik adalah menghindari penggunaan bahan makanan yang berasal dari sumber yang tidak jelas karena kurang dapat dipertanggungjawabkan kualitasnya.

Dalam hal penyimpanan makanan yang perlu diperhatikan adalah sifat bahan makanan yang berbeda-beda dengan cara ini kualitas penyimpanan bahan makanan dapat terjaga dengan baik. Dalam hal ini kami dalam proses penyimpanan dilakukan di tempat khusus (gudang) yang bersih, higienis dan steril serta memenuhi syarat. Barang-barang disusun dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan sifat bahan makanan tersebut. Kemudian terdapat karyawan khusus yang menjaga bahan makan tersebut dari cuaca atau bahkan gangguan hewan liar seperti kecoa atau cicak. Kemudian ada bahan-bahan tertentu yang disimpan pada suhu yang khusus

Proses pengolahan dilakukan di tempat khusus yaitu dapur yang terjaga kebersihannya. Demikian pula dengan karyawan yang mengolah makanan.

¹⁰² Wawancara dengan Bapak Giant Permana selaku pemilik kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul pada tanggal 12 November 2025 pukul 13.00 WIB

Dalam proses ini karyawan pengolah makanan sangatlah besar peranannya. Karyawan pengolah makanan mempunyai banyak peluang untuk menularkan penyakit sehingga tenaga pengolah makanan wajib menggunakan alat pengaman seperti sarung tangan dan masker untuk menjaga kebersihannya dalam mengolah makanan.”¹⁰³

Dari hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwa Burjo Titik Kumpul berusaha untuk menjaga keamanan produknya, yaitu selalu menjaga kualitas bahan yang digunakan dalam membuat dan menyajikan produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam mengkonsumsi produk Burjo Titik Kumpul.

Ruang lingkup jaminan keamanan pangan yang dilakukan oleh produsen, yang utama yaitu pemilihan bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi. Bahan baku yang digunakan harus sesuai dengan spesifikasi bahan yang bersangkutan, karena bahan baku yang memenuhi syarat keamanan dan mutu, ikut menentukan keamanan dan mutu produk jadi. Selain pemilihan bahan baku, produsen harus menjamin bahwa selama proses produksi terhindar dari kemungkinan masuknya cemaran, baik cemaran fisik, kimia maupun mikrobiologi, demikian juga pada saat penyajian langsung kepada konsumen. Produsen juga harus menjamin bahan baku, didalam gudang yang aman, termasuk pengaturan suhu apabila diperlukan. Produsen bisa memberikan jaminan terhadap mutu dan standar yang berlaku, salah satunya termasuk melakukan penerapan cara produksi pangan yang baik dalam memproduksi pangan.

¹⁰³ Wawancara dengan Bapak Giant Permana selaku pemilik kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul pada tanggal 12 November 2025 pukul 13.00 WIB

Agar pangan yang aman tersedia secara memadai, perlu diupayakan terwujudnya suatu sistem pangan yang mampu memberikan perlindungan kepada masyarakat yang mengkonsumsi pangan sehingga pangan yang diedarkan atau diperdagangkan tidak merugikan serta aman bagi kesehatan jiwa manusia. Pemerintah juga turut mengawasi para pelaku usaha baik yang memproduksi maupun mengedarkan produk pangannya. Selain itu pemerintah dapat memberlakukan dan mewajibkan pemenuhan standar mutu pangan serta menetapkan persyaratan sertifikasi mutu pangan yang diperdagangkan. Sehingga pelaku usaha atau produsen tidak boleh memperdagangkan pangan yang tidak memenuhi standar mutu dan persyaratan sertifikasi pangan sebagaimana yang ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini dikarenakan pihak yang paling bertanggung jawab terhadap mutu dan keamanan pangan adalah produsen yang memproduksi pangan.

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan di kedai makan bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul, penulis mengamati bahwa Burjo Titik Kumpul selaku pelaku usaha dibidang makanan khususnya bubur kacang hijau telah menerapkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan yaitu mentaati aturan teknis yang diatur dalam undang-undang, yaitu dengan memproduksi dan menyajikan produk dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Dalam rangka melindungi konsumennya, Burjo Titik Kumpul selalu menjaga kualitas, baik kualitas bahan maupun proses pengolahan serta Burjo Titik Kumpul berusaha untuk menjaga keamanan produknya, yaitu selalu menjaga kualitas bahan yang digunakan dalam membuat dan menyajikan produk. Hal ini

bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam mengkonsumsi produk Burjo Titik Kumpul.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan tersebut maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hak konsumen atas pelayanan dan jasa di kedai bubur kacang hijau Burjo Titik Kumpul yaitu Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
2. Penerapan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan terhadap Pemenuhan produk pangan yang disajikan oleh Burjo Titik Kumpul yaitu

mentaati aturan teknis yang diatur dalam undang-undang tersebut dengan memproduksi dan menyajikan produk dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas. Dalam rangka melindungi konsumennya, Burjo Titik Kumpul selalu menjaga kualitas, baik kualitas bahan maupun proses pengolahan serta Burjo Titik Kumpul berusaha untuk menjaga keamanan produknya, yaitu selalu menjaga kualitas bahan yang digunakan dalam membuat dan menyajikan produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam mengkonsumsi produk Burjo Titik Kumpul.

B. Saran

1. Bagi pelaku usaha disarankan untuk mampu meningkatkan kesadaran diri dalam kaitannya memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada konsumen agar konsumen terpenuhi hak-haknya.
2. Bagi konsumen disarankan untuk lebih mengetahui hak-hak yang dimiliki seorang konsumen, karena sangat pentingnya hak-hak konsumen agar tidak dirugikan dan terpenuhinya hak-hak konsumen.
3. Bagi pemerintah disarankan untuk meningkatkan intensitas pengawasan secara aktif dari pemerintah dengan bekerja sama dengan seluruh instansi terkait guna memberikan perlindungan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- A z. Nasution, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta.
- Adrian Sutedi, 2008, *Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor .
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Ahmadi Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Bahder Johan Nasution, 2008, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung, Mandar Maju.
- Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.
- Cecep Dani Sucipto, 2015, *Keamanan pangan : untuk kesehatan manusia*, Gosyen Publishing, Yogyakarta.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Faisal Badroen, 2007, *Etika bisnis Dalam Islam*, Kencana, Jakarta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2011, *Service, quality & satisfaction*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, CV. Andi Offset, Yogyakarta, hlm. 15
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen* , PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hasan Aedi, 2011, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Alfabeta, Bandung.

- Hilman Hadi Kusuma, 1995, *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*, CV. Mandar maju, Bandung.
- Husni Syawali dan Neni Srilmaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandarmaju, Bandung.
- Janus Sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Jusmaliani, 2008, *Bisnis berbasis syariah*, Bumi Aksara, Jakarta.
- K.R. Soegijono, 2003, *Wawancara Sebagai Salah Satu Metode Pengumpulan Data*, Media Litbangkes, Jakarta.
- Kartini Kartono, 2008, *Pengantar Metodologi Research*, Alumni, Bandung.
- Lupiyoadi dan Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, , PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- M. Iqbal Hasan, 2012, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Mukhtar Yahya dan Fatchurrahman, 1986, *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*, Alma'arif, Bandung.
- Peter Mahmud Marzuki, 2005, *Penelitian Hukum*, Prenada Media Grup, Jakarta.
- Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Philip Kotler, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Purwiyatno Hariyadi, 2017, *Teknologi Proses Termal Untuk Industri Pangan*, PT. Media Pangan Indonesia, Bogor.
- Rambat Lupiyoadi, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Saparinto C dan Hidayati D, 2006, *Bahan Tambahan Pangan*, Kanisius, Yogyakarta.
- Surayin, 2005, *Analisis Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Yrama Widya, Bandung.

Susanti Adi Nugroho, 2011, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana, Jakarta.

Sutarto, 1988, *Dasar-Dasar Organisasi*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

Widy Wardhana, 2015, *Pengertian Hak Dan Keawiban Warga Negara*, Sinar Grafika, Jakarta.

Winarno, F. G, 2002, Kimia Pangan dan Gizi, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Yusuf Qardhawi, 1997, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin*, Gema Insani Press, Jakarta.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia 1945.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan

C. Jurnal

Agus Sularman, Umar Ma'ruf, *Pertanggungjawaban Pidana Korporasi Kepada Korban Tindak Pidana*, Jurnal Hukum Khaira Ummah Vol. 12. No. 2 Juni 2017,

Ahmad Nur Rizal, Arpangi, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Hak Konsumen Di Bidang Pangan*, Prosiding KONFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 3 Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 28 Oktober 2020.

Ali Mansyur, Irsan Rahman, *Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional*, Vol 2, No 1 (2015) Jurnal Pembaharuan Hukum.

Eva Kusuma Wardani, Kami Hartono, *Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Kosmetik*, Prosiding KONFERENSI ILMIAH MAHASISWA UNISSULA (KIMU) 3 Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 28 Oktober 2020, hlm. 188

Herawati. H. 2018. *Potensi Hidrokoloid Sebagai Bahan Tambahan pada Produk Pangan dan Non Pangan Bermutu*. Jurnal Litbang Pertanian.

Herman Yusuf, Umar Maaruf, Siti Rodhiyah Dwi Istinah, *Kedudukan Perlindungan Hukum Debitur atas Kepailitan Kreditur Separatis*, Review Hukum Notaris Sultan Agung (SANLaR), Volume 4 No.1, Maret 2022.

I Nyoman Garjita* , Gunarto, Penegakan Hukum Di Bidang Pangan Terkait Mie Formalin Di Wilayah Polda Jawa Tengah, Jurnal Hukum Khaira Ummah Vol. 12. No. 3 September 2017.

Ragil Jaka Utama, Umar Ma'ruf, Sri Kusriyah, *Tinjauan Yuridis Kekarantinaan Kesehatan Pada Masa Covid-19 Pandemi*, Jurnal Daulat Hukum Volume 4 Edisi 4, Desember 2021.

Siti Sulistiyyah, Umar Ma'ruf, *Kebijakan Pemerintah Percepatan Kepastian Hukum Tanah Melalui Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (PTSL) (Studi di Kabupaten Kendal Kantor Pertanahan)*, Volume 2 Edisi 1, Jurnal Daulat Hukum Maret 2019.

Yadi Haryadi, *Peranan Penyimpanan Dalam Menunjang Ketahanan Pangan*, Jurnal Pangan, Vol. 19 No. 4 (2010): PANGAN, Departemen Ilmu dan Teknologi Pangan Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Yugo Cahyo Pangestu, Umar Ma'ruf, *Pelaksanaan Kredit Dan Kerjasama Antara Karyawan Dengan Koperasi Primer Karyawan (Primkopkar) Perum “Klusterjati” Perhutani Kph Pemalang*, Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu) 2 Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 18 Oktober 2019.

D. Internet

<http://jurnalmajmu.wordpress.com/2007/11/15/prinsip-prinsip-hukum-islam-dalam-tanggung-jawab-pelaku-usaha/> Diakses pada tanggal 4 November 2022

http://www.academia.edu/7342171/Makalah_Tanggung_Jawab_Sosial_Perusahaan_Dalam_Mewujudkan_Kesejahteraan_Sosial Diakses pada tanggal 4 November 2022

<http://www.pengertianartidefinisi.com/2015/10/pengertian-hukum-yuridis/>, diakses pada tanggal 24 Oktober 2022, pukul 01.19 WIB

<https://www.dqlab.id/data-sekunder-adalah-jenis-data-penelitian-yang-wajib-diketahui> diakses pada tanggal 24 Oktober 2022 Pukul 16.30 WIB

<https://www.kbbi.web.id/kedai> diakses pada tanggal 5 November 2022 pukul 13.00 WIB.

[https://www.statistikian.com/2017/02/metode – penelitian - metodologi-penelitian.html](https://www.statistikian.com/2017/02/metode-penelitian-metodologi-penelitian.html) diakses pada tanggal 24 Oktober 2022 pukul 13.00 WIB.
<https://lawmetha.wordpress.com/tag/soerjono-soekanto/>. Diakses pada tanggal 20 Oktober 2022 Pukul 16.00 WIB

[https://idcloudhost.com/pengertian – observasi – pengertian – fungsi – tujuan – dan -manfaatnya/](https://idcloudhost.com/pengertian-observasi-pengertian-fungsi-tujuan-dan-manfaatnya) diakses pada tanggal 24 Oktober 2022 pukul 17.00 WIB.

