PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK (*E-JUICE)* DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Oleh:

FIRMAN TORNADO MEGAHPUTRA

No. Mahasiswa: 14410557

PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK (*E-JUICE)* DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Oleh:

FIRMAN TORNADO MEGAHPUTRA

No. Mahasiswa: 14410557

PROGRAM STUDI (S1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

بسم الله الرحمن الرحيم

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK *(E-JUICE)* DI YOGYAKARTA

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk

Diajukan ke Depan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir/Pendadaran

Pada Tanggal 13 November 2018

Yogyakarta, 13 November 2018
Dosen Pembimbing Skripsi,

Dosen Pembimbing,

Dr.Aunur Rohim Faqih, SH., M. Hum
NIP : 844100101

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK (*E-JUICE*) DI YOGYAKARTA

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam
Ujian Tugas Akhir/Pendadaran
Pada Tanggal 11 Desember 2018 dan Dinyatakan **LULUS**

Yogyakarta, 15 Desember 2018

Tim Penguji		**Tanda Tangan**
1. Ketua	: Dr. Aunur Rohim Faqih, S.H., M.Hum	( )
2. Anggota	: Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum	( )
3. Anggota	: H. Sujitno, S.H., M.Hum	( )

Mengetahui:
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
Fakultas Hukum
Dekan

(Dr. Abdul Jamil S.H.,M.H.)
NIK:904100102

SURAT PERNYATAAN

ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH/ TUGAS AKHIR MAHASISWA

FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Firman Tornado Megahputra

No. Mahasiswa : 14410557

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa skripsi dengan judul:

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK (*E-JUICE)* DI YOGYAKARTA

Tulis Ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya tulis ilmiah ini ada pada saya, namun demi untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya tulis ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal diatas (terutama butir nomor 1 dan nomor 2), saya sanggup menerima sanksi, baik sanksi administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan saya tersebut. Saya juga akan bersikap kooperatif untuk hadir, menjawab, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya, serta menandatangani berita acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, di depan "Majelis" atau "Tim" Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas apabila tanda-tanda plagiasi disinyalir ada/terjadi pada karya tulis ilmiah saya ini, oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun

Yogyakarta, 15 Desember 2018

Yang membuat pernyataan,



(Firman Tornado Megahputra)

NIM: 14410557

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Firman Tornado Megahputra
2. Tempat Lahir : Tangerang
3. Tanggal Lahir : 15 Juni 1996
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Golongan Darah : O
6. Alamat Terakhir : Komperta G3 RT.10/RW.04 Bromonilan Purwomartani Kalasan Sleman Yogyakarta
7. Alamat Asal : Komperta G3 RT.10/RW.04 Bromonilan Purwomartani Kalasan Sleman Yogyakarta
8. *E-Mail* : firman.tornado@gmail.com
9. Identitas Orang Tua/Wali
   a. Ayah
      Nama Lengkap : Drs. Sumego Adie Soetojo
      Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 29 Oktober 1964
      Pekerjaan : POLRI
   b. Ibu
      Nama Lengkap : Dra. Rindah Harpuranti
      Tempat, Tanggal Lahir : Solo, 14 Februari 1964
      Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
10. Riwayat Pendidikan
    a. TK Al-Amin, Yogyakarta 2001-2002
    b. SD Muhammadiyah Kadisoka Yogyakarta 2002-2008
    c. SMP Negeri 5 Yogyakarta 2008-2011
    d. SMA Negeri 2 Yogyakarta 2011-2014
11. Organisasi
    a. MPK SMA Negeri 2 Yogyakarta
    e. Lembaga Eksekutif Mahasiswa FH UII
    b. UKM Musik TM#158 LEM FH UII
    c. Karang Taruna KOMPERTA
12. Hobi : Musik

Yogyakarta, 15 Desember 2018

Yang bersangkutan,

(Firman Tornado Megahputra)

NIM 14410557

HALAMAN MOTTO

“Usaha Keras Tak Akan Mengkhianati”

“Do What Makes You Happy”

HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji dan syukur atas segala rahmat dan hidayah yang Allah berikan kepada penulis sehingga penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan.

Penulisan tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah dan segala anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua penulis Bapak Drs. Sumego Adie Soetojo dan Ibu Dra. Rindah Harpuranti yang selalu memberikan bantuan secara materil dan moril serta selalu memberikan kasih sayang kepada penulis
3. Kakak penulis Taqwa Cloudia Megahputri dan adik penulis Adlina Windya Megahputri yang selalu memberikan semangat kepada penulis
4. Keluarga besar penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu
5. Seluruh sahabat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu
6. Serta almamater Universitas Islam Indonesia.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas segala berkah, rahmat, karunia dan hidayahnya yang telah diberikan Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga berkat doa dan dukungan orang-orang yang berada disekeliling penulis hingga penulis dapat menyelesaikan

Tugas Akhir yang berjudul: **"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK (*E-JUICE)* DI YOGYAKARTA"**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Selama proses menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan dukungan dan bantuan dari pihak-pihak terkait. Untuk itu perkenankan penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini:

1. Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang senantiasa memberikan rahmat dalam segala hal kepada penulis.

2. Orang tua penulis Bapak Drs. Sumego Adie Soetojo dan Ibu Dra. Rindah Harpuranti yang tidak ada hentinya membimbing dan mendukung penulis
3. Kakak penulis Taqwa Cloudia Megahputri dan adik penulis Adlina Windya Megahputri yang selalu memberikan semangat kepada penulis
4. Keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa untuk mendukung penulis
5. Yang terhormat, Dr.Aunur Rohim Faqih, SH., M. Hum. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu, tenaga, dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhirnya.
6. Yang terhormat, Dr. Abul Jamil S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia
7. Seluruh Pegawai/ Staf Akademik Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
8. Mas Satriya yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhirnya.
9. Sahabat yang sudah seperti keluarga sendiri M. Langen, Niadara Kautsari, Nandyani Siska, Arum Citra, Nisa Shara, Azeliana Prastikawati yang selalu mengingatkan dan memberikan saran kepada penulis

10. Teman-teman Mordelentte Ade, Adib, Arrasyid, Danang, Ilham, Rifqy, Haryo, Ryan, Yusuf yang selalu memberikan motivasi kepada penulis
11. Teman-teman UKM Musik TM# 158 LEM FH UII Kidung, Reno, Heru, Tamara, Kiky, Zul, Khairani, Maulana, Esa, Pijar, Adnan, Faiz, Ekan, Carda, Jihan, Panji, Aldi, Dicky, Dandi, Dinda, Destia, Syifa, Dita, Nisa, Fifi, Fidel, Karina, Kharina, Ranny, Sheika, Aji, Udan, Angel, Intan, Ayu, Aza, Yasmine dan teman-teman yang tidak bisa penulis sbutkan satu persatu yang selalu mendukung dan membantu penulis.
12. Teman-teman Aus Adam, Kholik, Sarai, Rani, Eca, Sarah yang selalu memberikan semangat dan motivasi
13. Pihak-pihak yang telah membantu khususnya Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan serta Moji Vapor
14. Seluruh pengguna rokok elektrik di Yogyakarta

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini memiliki banyak kekukarangan, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan, saran, dan kritik yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 15 Desember 2018
Penulis,

(Firman Tornado Megahputra)
NIM. 14410557

DAFTAR ISI

Halaman Judul..... i

Halaman Pengajuan..... ii

Halaman Persetujuan..... iii

Halaman Pengesahan iv

Pernyataan Orisinalitas Penelitian.....v

Curiculum Vitae vii

Halaman Motto..... viii

Halaman Persembahan ix

Kata Pengantar x

Daftar Isi..... xiii

Daftar Tabel xv

Abstrak xvi

BAB I PENDAHULUAN.....1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian.....7

D. Orisinilitas Penelitian 7

E. Tinjauan Pustaka 8

F. Definisi Operasional 17

G. Metode Penelitian.....18

H. Metode Analisis.....20

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK (*E-JUICE*) DI YOGYAKARTA 21

A. Perlindungan Konsumen 21

B. Konsumen.....26

C. Pelaku Usaha 32

D. Hubungan Hukum Konsumen dan Pelaku Usaha 39

E. Penyelesaian Sengketa Konsumen 49

F. Informasi Tentang Label 52

G. Cairan Rokok Elektrik.....54

H. Tinjauan Hukum Islam tentang Perlindungan Konsumen.....54

BAB III ANALISA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK (E-JUICE) DI YOGYAKARTA 56

A. Gambaran Umum Hasil Penelitian.....56

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Produk Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice)* di Yogyakarta 80

C. Konsekuensi Hukum Terhadap Pelaku Usaha Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*) Yang Tidak Memberikan Informasi Dan Petunjuk Penggunaan Barang Di Yogyakarta.....84

BAB IV PENUTUP 89

A. Kesimpulan.....89

B. Saran 90

DAFTAR PUSTAKA.....92

LAMPIRAN.....94

DAFTAR TABEL

3.1 Label Kadaluarsa Produk Cairan Rokok Elektrik.....58
3.2 Label Komposisi Detail Produk Cairan Rokok Elektrik.....59
3.3 Label Berbahasa Indonesia Produk Cairan Rokok Elektrik.....60
3.4 Identitas Konsumen Cairan Rokok Elektrik 61
3.5 Umur Konsumen Cairan Rokok Elektrik.....62
3.6 Pekerjaan Konsumen Cairan Rokok Elektrik 63
3.7 Pengetahuan Konsumen tentang Hukum Perlindungan Konsumen 63
3.8 Pengetahuan Konsumen Tentang Hak-Hak Konsumen.....64
3.9 Pengetahuan Konsumen Tentang Hak Informasi.....65
3.10 Konsumen yang mendapatkan informasi 66
3.11 Konsumen yang memeriksa label komposisi.....66
3.12 Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label komposisi.....67
3.13 Konsumen yang memeriksa label kadaluarsa 67
3.14 Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label kadaluarsa.....68
3.15 Konsumen yang memeriksa label berbahaya.....69
3.16 Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label berbahaya.....70
3.17 Konsumen yang memeriksa label berbahasa Indonesia.....70
3.18 Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label berbahasa Indonesia.....71
3.19 Pengetahuan Konsumen tentang Tempat Pengaduan Konsumen 72
3.20 Konsumen mengadukan produk yang melanggar hak konsumen.....72
3.21 Pentingnya informasi produk bagi konsumen.....73
3.22 Konsumen yang mengalami kerugian akibat tidak adanya informasi produk74
3.23 Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Hukum Perlindungan Konsumen.....75
3.24 Pengetahuan Pelaku UsahaTentang Kewajiban Pelaku Usaha 76
3.25 Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.....77
3.26 Pengetahuan Hukum Pelaku Usaha Tentang Kadaluarsa Produk.....77
3.27 Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Komposisi Produk 78
3.28 Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Bahaya Produk.....79
3.29 Pelaku Usaha yang memberikan informasi.....79

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen atas hak informasi produk cairan rokok elektrik di Yogyakarta dan konsekuensi hukum bagi pelaku usaha yang tidak memberikan hak informasi kepada konsumen. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya produk cairan rokok elektrik di Yogyakarta yang tidak memberikan hak informasi kepada konsumen khusunya pada label yang ada pada produk. Minimnya hak informasi yang diberikan menyebabkan kerugian pada konsumen. Tulisan ini menggunakan metode empiris yuridis, yakni merupakan penelitian yang bertitik tolak dari permasalahan dengan terjun langsung melihat kenyataan yang terjadi di lapangan, kemudian menghubungkannya dengan peraturan perundang undangan. Berdasarkan penelitian ini dapat diketahui bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen atas hak informasi produk cairan rokok elektrik di Yogyakarta belum berjalan dengan baik karena masih banyak ditemukannya produk yang tidak mencantumkan informasi dengan baik, dapat dilihat dengan masih banyaknya produk yang tidak mencantumkan label kadaluarsa, label komposisi yang detail, dan label pentunjuk penggunaan menggunakan Bahasa Indonesia pada produk cairan rokok elektrik. Hal ini menimbulkan konsekuensi hukum terhadap pelaku usaha berupa sanksi administratif dan sanksi pidana.yang diatur dalamUndang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen

Kata kunci : perlindungan konsumen, hak informasi, cairan rokok elektrik,

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk individu selalu mencoba untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan hidupnya. Tingginya kebutuhan menyebabkan manusia selalu ingin mengkonsumsi suatu barang secara terus menerus. Dari hal itu dapat timbul sifat ketergantungan pada suatu barang. Contohnya pada saat ini yaitu ketergantungan terhadap rokok.

Mayoritas masyarakat Indonesia tidak bisa lepas dari rokok dalam kehidupan sehari-harinya. Setiap pelaku usaha toko klontong pasti menjual rokok konvensional ini. Kegiatan merokok pun sangat sering dijumpai, tidak hanya pada masyarakat di perkotaan, tetapi juga sampai pada masyarakat di pedesaan yang sudah sangat ketergantungan dengan adanya rokok tersebut. Menurut data WHO, Indonesia merupakan Negara ketiga dengan jumlah perokok terbesar di dunia setelah Cina dan India[1]. Data GATS 2011 menunjukkan bahwa persentase merokok orang dewasa Indonesia sebesar 34,8 persen. Terbagi atas 67,4 persen laki-laki, dan 4,5 persen perempuan.[2]

Seiring berjalannya waktu, rokok telah menimbulkan banyak korban akibat kandungan berbahaya yang terdapat di dalamnya.Telah ditemukan 4.000 jenis

[1]Depkes."Merokok, Tak Ada Untung Banyak Sengsaranya" terdapat dalam http://www.depkes.go.id/article/view/17041300002/merokok-tak-ada-untung-banyak-sengsaranya.html. Diakses tanggal 26 juli 2018

[2]Hidayatullah. "Perokok Indonesia Peringkat 3 di Dunia". terdapat dalam https://www.hidayatullah.com/berita/nasional/read/2013/11/12/7234/perokok-indonesia-peringkat-3-di-dunia.html. Diakses tanggal 26 juli 2018

bahan kimia dalam rokok, dengan 40 jenis di antaranya bersifat karsinogenik (dapat menyebabkan kanker). Kandungan itu diantaranya adalah Nikotin dan Tar. Nikotin dapat menyebabkan ketagihan merokok serta mengganggu kinerja saraf, otak, dan banyak bagian lainnya, sedangkan tar menyebabkan resiko terjadinya kanker.[3]

Melihat efek berbahaya dari kandungan rokok konvensional yang banyak menimbulkan penyakit mematikan bagi tubuh, maka seiring dengan kemajuan teknologi, munculah suatu alat yang mempunyai sistem kerja yang hampir sama dengan rokok konvensional bernama *E-Ciggarette* atau yang lebih dikenal dengan sebutan rokok elektrik. Rokok elektrik ini dikembangkan dan dipatenkan oleh seseorang bernama Hon Lik, seorang pencandu rokok konvensional asal China yang ingin lepas dari kecanduan merokoknya karena mengidap penyakit infeksi pernafasan yang dia dapat akibat rokok konvensional pada tahun 2003. Rokok Elektronik ini bekerja dengan cara mengubah cairan menjadi uap air. Cairan yang dikenal dengan sebutan *E-Juice* ini dapat memberikan rasa yang bermacam-macam dan masih mempunyai kandungan nikotin di dalamnya. Kandungan nikotin dalam semua komponen rokok elektrik ini dinilai lebih tidak berbahaya daripada rokok konvensional. Berdasarkan sebuah studi yang dipimpin oleh Dr. Konstantinos E. Farsalinos, rokok elektrik dan cairan isi ulang (*E-Juice*) yang

[3] Tandra, Hans. "Merokok dan kesehatan." Jurnal Spectrum, 2003, hlm 2

digunakan dalam riset ini memberikan hanya 1/3 sampai 1/5 jumlah nikotin setelah 5 menit penggunaan dibandingkan rokok konvensional.[4]

Kini Rokok elektrik mulai berkembang dan tersebar luas di Indonesia. Beberapa pengguna rokok konvensional pun mulai beralih pada rokok elektronik yang dianggap mempunyai efek yang tidak begitu berbahaya ketimbang rokok konvensional. Rokok elektronik juga sudah menjamur di dunia usaha. Banyak pelaku usaha yang mulai mencoba usaha rokok elektrik, mulai dari menjual mesin dari rokok elektrik tersebut sampai pada cairan pemberi rasa pada rokok elektrik (*E-Juice*). Namun pada pelaksanaan penjualannya masih banyak pelaku usaha yang menjual set rokok elektrik ini tanpa memperhatikan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, khususnya dalam penjualan produk cairan rokok elektrik *(E-Juice*).

Indonesia mempunyai aturan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen yaitu Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.[5] Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup.[6] Hukum tersebut juga untuk meningkatkan kesadaran konsumen atas hak-hak yang dimilikinya serta

[4] Konstantinos E. Farsalinos. "Nicotine absorption from electronic cigarette use: comparison between first and new-generation devices. terdapat dalam "https://www.nature.com/articles/srep04133. Diakses tanggal 26 juli 2018

[6]Rosmawati.*Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Prenadamedia Grup Jakarta, 2018 hlm.6

meningkatkan tanggungjawab pelaku usaha akan kewajibannya dalam menjual suatu produk.

Masih banyak dijumpai pelaku usaha yang acuh akan tanggungjawabnya dalam penjualan cairan rokok elektrik (*E-Juice*). Pelaku usaha tersebut tidak memberikan hak informasi yang jelas terhadap konsumen dalam kemasan produk mereka. Padahal telah dijelaskan pada pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Berdasarkan pasal 8 ayat 1 huruf (g) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu. Namun, dalam pelaksanaannya banyak produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*) yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa. Tanpa adanya pencantuman tanggal kadaluwarsa banyak konsumen cairan rokok elektrik (*E-Juice*) yang tidak mengetahui apakah cairan tersebut masih layak digunakan atau tidak. Cairan rokok elektrik (*E-Juice*) kadaluwarsa dapat memberikan perubahan rasa terhadap rasa asli dari cairan tersebut yang dapat menimbulkan rasa yang tidak enak untuk dikonsumsi.

Pelaku usaha juga tidak mencantumkan komposisi yang detail terhadap cairan rokok elektrik (*E-Juice*) yang diperdagangkan, sehingga konsumen tidak mengetahui bahan apa saja yang terkandung dalam cairan tersebut. Dalam pasal 8 ayat 1 huruf (i) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.

Kemasan cairan rokok elektrik (*E-Juice*) masih banyak yang mencantumkan informasi penggunaan produk dengan menggunakan bahasa asing, sehingga informasi yang disampaikan kepada konsumen tidak tersampaikan dengan baik. Dalam pasal 8 ayat 1 huruf (j) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Hal tersebut diperkuat dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia Pada Barang. Dalam Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia Pada Barang, dijelaskan bahwa

pelaku usaha yang memproduksi atau mengimpor barang untuk diperdagangkan di pasar dalam negeri wajib mencantumkan label dalam bahasa Indonesia. Kewajiban menantumkan label dalam bahasa Indonesia tersebut wajib dilakukan oleh:[7]

1. Produsen untuk barang produksi dalam negeri; dan
2. Importir untuk barang impor

Hak atas informasi sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai.[8] Konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan informasi sesuai dengan Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Tanpa adanya informasi yang jelas terkait dengan produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*) maka menimbulkan kerugian bagi konsumen yang dapat membahayakan dirinya dalam mengkonsumsi produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*). Oleh karena itu, diperlukan suatu perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*) yang tidak memberikan hak informasi yang jelas. Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian penulisan hukum berjudul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Produk Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*) Di Yogyakarta".

---

[8]Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen,* PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 41.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas hak informasi pada produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*) di Yogyakarta?
2. Bagaimana konsekuensi hukum terhadap pelaku usaha cairan rokok elektrik (*E-Juice*) yang tidak memberikan informasi dan petunjuk penggunaan barang di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*) di Yogyakarta
2. Untuk mengetahui konsekuensi hukum terhadap pelaku usaha cairan rokok elektrik (*E-Juice*) yang tidak memberikan informasi dan petunjuk penggunaan barang di Yogyakarta.

D. Orisinilitas Penelitian

Penulis telah melihat dan membaca berbagai macam karya tulis ilmiah mengenai hukum perlindungan, sampai saat dituangkannya permasalahan ini ke dalam sebuah proposal penelitian, peneliti tidak menemukan karya tulis ilmiah dengan rumusan masalah yang sama. Penulis hanya menemukan karya tulis ilmiah dengan tema yang sama yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen. Adapun penelitian yang dimaksud oleh peneliti adalah

Anis Kusjayanti, Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, skripsi 2016 dengan judul Perlindungan Hukum Konsumen Atas Hak Informasi Terhadap Rokok Elektrik di Kota Yogyakarta.

Penelitian tersebut meneliti tentang perlindungan hukum terhadap konsumen akan tetapi memiliki permasalahan yang berbeda dengan penelitian penulis, dimana penulis berfokus pada produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*).

E. Tinjauan Pustaka

1. Konsumen

Kata Konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yakni *consumer*, atau dalam bahasa Belanda *consument*. Konsumen secara harafiah adalah orang yang memerlukan, membelanjakan, atau menggunakan.[9] Menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen itu sendiri dibedakan menjadi dua:

a. Konsumen akhir adalah konsumen yang mengonsumsi secara langsung produk yang diperolehnya.
b. Konsumen antara adalah konsumen yang memperoleh produk untuk memproduksi produk lainnya.

Hak konsumen dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

[9]Siahaan N.H.T. *Hukum Konsumen*. Panta Rei Jakarta, 2005 hlm,22

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 perlindungankonsumen 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.

Kewajiban konsumen dalam pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

2. Pelaku Usaha

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.

Hak pelaku usaha dalam pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

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

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
   a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
   b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
   c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
   d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
   e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

3. Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek yaitu:[10]

a. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
b. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Asas perlindungan konsumen dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, yaitu:

a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus

[10] Rosmawati, Loc. Cit

memberikan manfaat 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 ataupun 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 baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Perlindungan konsumen dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen bertujuan untuk:

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

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.

4. Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*)

E-Juice adalah kombinasi cairan khusus yang terdapat di dalam tangki cairan (*catridge*) rokok elektrik dimana akan dipanaskan sehingga menghasilkan uap. Cairan yang dapat diisi ulang tersebut memiliki beraneka cita rasa dan aroma yang dapat disesuaikan dengan kesukaan dari pengguna, biasanya terdiri dari rasa buah, tembakau, makanan, dan minuman. Adapun bahan baku yang terdapat pada *E-Juice* adalah perasa, PG (*Propylene Glycol*), VG (*Vegetable Glycerin*), nikotin ataupun non nikotin

F. Definisi Operasional

1. Perlindungan Hukum:

   Yaitu perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan.[11]

2. Konsumen

   Yaitu 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.[12]

3. Cairan rokok elektrik (*E-Juice*):

   Yaitu kombinasi cairan khusus yang terdapat di dalam tangki cairan (*catridge*) rokok elektrik dimana akan dipanaskan sehingga menghasilkan uap.

Jadi yang dimaksud dengan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Produk Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*) adalah analisa dan penyajian data mengenai harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh orang pemakai barang (konsumen) berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan terhadap informasi produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*).

[11] Philipus M. Hadjon. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Bina Ilmu. Surabaya. 1987. hlm 19

[12] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

G. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah sebagai usaha secara ilmiah guna mengetahui atau mempelajari faktor-faktor yang baru dan dapat diartikan sebagai penyalur hasrat ingin tahu yang selanjutnya ditarik suatu kesimpulan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis empiris yaitu data dan fakta yang diperoleh dilapangan kemudian diteliti dan dikembangkan berdasarkan pada hukum.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan sosiologis

3. Objek Penelitian :

a. Perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*)
b. Konsekuensi hukum terhadap pelaku usaha cairan rokok elektrik (*E-Juice*) yang tidak memberikan hak informasi dan petunjuk penggunaan barang

4. Subjek Penelitian :

a. Konsumen Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*)
b. Pelaku Usaha Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*)
c. Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan Yogyakarta

5. Sumber Data

a. Data primer, yaitu berupa data yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian.

b. Data Sekunder, yaitu berupa bahan hukum, yaitu data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan (*library research*) yang terdiri atas :

1) Bahan hukum primer, yaitu berupa peraturan perundang-undangan : Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencatuman Label dalam Bahasa Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

2) Bahan hukum sekunder, yaitu berupa literatur yang berhubungan dengan objek penelitian.

c. Teknik Pengumpulan Data

1) Data Primer dilakukan dengan wawancara dan kuesioner, dengan mengajukan beberapa pertanyaan pada subyek penelitian untuk memperoleh data-data yang menunjang

2) Data sekunder dilakukan dengan mengkaji peraturan perundang-undangan atau literatur, hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan pada obyek yang diteliti

.

H. Metode Analisis

Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu fakta-fakta hukum yang diperoleh dari penelitian diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan penelitian, kemudian diuraikan dengan cara menganalisa fakta-fakta hukum tersebut, yang disusun secara sistematis dikaitkan dengan hukum yang berlaku sehingga diperoleh jawaban yang jelas dan lengkap atas permasalahan yang diteliti.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK (*E-JUICE*) DI YOGYAKARTA

A. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen menurut AZ.Nasution merupakan bagian dari Hukum Konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen[13]

Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu bagian dari hukum konsumen yang memuat berbagai asas-asas dan kaidah-kaidah yang memiliki sifat mengatur serta melindungi kepentingan bagi para konsumen agar mereka tidak selalu menderita kerugian akibat ulah para produsen yang tidak bertanggungjawab atas barang dan/atau jasa yang diproduksinya.[14]

Perlindungan Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi

[13] Az.Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm 65
[14] Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm 5

perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek yaitu:[15]

a. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan-ketentuan undang-undang. Dalam hal ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk, dan sebagainya. Apakah sudah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen atau tidak. Juga persoalan tentang bagaimana konsumen mendapat penggantian ketika timbul kerugian karena memakai produk yang tidak sesuai.
b. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purnajual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

Dalam penjelasan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa peranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha, tetapi justru sebaliknya, sebab perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha sehat, serta

[15] Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia, PT CitraAdityaBakti, Bandung, 2014, hlm 8

lahirnya perusahaan yan tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas[16]

2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Asas perlindungan konsumen dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, yaitu:

a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat 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 ataupun 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.

[16] Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hlm 17

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

Kelima asas tersebut dilihat dari substansinya dapat dibagi menjadi 3 asas yaitu:[17]

a. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keelamatan konsumen
b. Asas keadilan yang didalamnya meliputi asas keseimbangan
c. Asas Kepastian Hukum

3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen bertujuan untuk:

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

[17] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hlm 26

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.

Untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, negara bertanggung jawab atas pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen. Pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen dilakukan melalui upaya-upaya berikut:[18]

a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen
b. Berkembangnya lembaga perlindungan hukum bagi konsumen baik oleh negara atau swadaya masyarakat.
c. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan hukum bagi konsumen.

[18] Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010, hlm 27

Tujuan penyelenggaraa, pengembangan dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen adalah untuk meningkatkan kesadaran dan martabat konsumen agar konsumen tidak selalu mengalami kerugian serta mendorong pelaku usaha untuk mengadakan kegiatan usaha dengan penuh rasa tanggungjawab.

B. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Kata Konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yakni *consumer*, atau dalam bahasa Belanda *consument*. Konsumen secara harafiah adalah orang yang memerlukan, membelanjakan, atau menggunakan.[19] Menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen itu sendiri dibedakan menjadi dua:

a. Konsumen akhir adalah konsumen yang mengonsumsi secara langsung produk yang diperolehnya.
b. Konsumen antara adalah konsumen yang memperoleh produk untuk memproduksi produk lainnya.

adapun batasan tentang konsumen akhir yaitu:[20]

[19] Siahaan N.H.T. *Loc. Cit.*,
[20] Az Nasution, *Op.Cit.*, hlm 71

a. Pemakai akhir dari barang, digunakan untuk keperluan sendiri atau orang lain dan tidak diperjualbeli
b. Pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi keperluan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali
c. Setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan

2. Hak-Hak Konsumen

Hak konsumen dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan 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 perlindungankonsumen 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 informasi sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu dikenal dengan cacat intruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan atau sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan.[21]

Informasi yang merupakan hak konsumen tersebut diantaranya adalah mengenai manfaat kegunaan produk, efek amping atas penggunaan produk, tanggal kadaluwarsa, serta identitas produsen dari produk tersebut. Informasi tersebut dapat disampaikan secara lisan maupun secara tertulis baik dilakukan dengan mencantumkan pada label kemasan produk, media cetak, maupun media elektronik.

[21] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hlm 41

Menurut Troelstrup, konsumen pada saat ini membutuhkan banyak informasi yang lebih relevan dibandingkan dengan saat sekitar 50 tahun yang lalu dikarenakan:[22]

a. Terdapat lebih banyak produk, merek, dan tentu saja penjualnya
b. Daya beli konsumen semakin meningkat
c. Lebih banyak variasi merek yang beredar di pasaran, sehingga belum banyak diketahui orang
d. Model-model produk lebih cepat berubah
e. Kemudahan transportasi dan komunikasi sehingga membuka akses yang lebih besar kepada bermacam-macam produsen atau penjual

Menurut Prof Hans W.Micklitz, secara garis besar dapat dibedakan dua tipe konsumen, yaitu konsumen yang terinformasi dan konsumen yang tidak terinformasi. Konsumen yang terinformasi yaitu konsumen yang mampu bertanggung jawab dan relatif tidak memerlukan perlindungan sedangkan konsumen yang tidak terinformasi yaitu konsumen yang perlu dilindungi[23]. Ciri-ciri konsumen yang terinformasi yaitu:

a. Memiliki tingkat pendidikan tertentu
b. Mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar
c. Lancar berkomunikasi

Sedangkan ciri-ciri konsumen yang tidak terinformasi yaitu:

[22] Shidart, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* PT Grasindo, Jakarta, 2000, hlm 24
[23] Shidarta, *Op.Cit.*, hlm 25

a. Kurang berpendidikan
b. Termasuk kategori kelas menengah kebawah
c. Tidak lancar berkomunikasi

Adapun hak-hak dasar umum yang diakui secara internasional.Hak-hak tersebut disuarakan oleh John F.Kennedy pada tanggal 15 Maret 1962 melalui "*A special Message for the Protection of Consumer Interest*" atau yang lebih dikenal dengan "*Declaration of Consumer Right*". Hak-hak konsumen yang dideklarasikan meliputi:[24]

a. Hak untuk mendapatkan/memperoleh keamanan (*the right to safety*).
b. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh perlindungan atas keamanan produk dan jasa. Makanan dan minuman yang dikonsumsi oleh konsumen harus aman bagi kesehatan. Produk tersebut harus mempunyai standar gizi, kesehatan, yang tidak mengandung unsur berbahaya bagi manusia dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Di AS hak ini merupakan hak pertama dan tertua serta paling tidak kontroversional karena hak ini didukung dan disetujui oleh kalangan bisnis dan konsumen atau yang dikenal dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*).
c. Hak untuk memilih (*the right to choose*).
d. Konsumen memiliki hak untuk mengakses dan memili produk/jasa dengan tingkat harga yang wajar tanpa adanya

[24] Rosmawati, *Op.Cit.*, hlm 52

tekanan atau paksaan untuk melakukan suatu pilihan yang merugikan dirinya.

e. Hak untuk memperoleh informasi (*the right to be informed*).

f. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang jelas tentang suatu produk yang dikonsumsi. Konsumen memiliki hak untuk mengetahui ciri negatif dari suatu produk misalnya efek samping yang timbul akibat mengkonsumsi produk tersebut, dan adanya peringatan yang dicantumkan pada tabel produk.

g. Hak untuk didengarkan (*the right to be heard*).

h. Konsumen memiliki hak untuk didengarkan kebutuhan dan klaim, dimana hak ini berkaitan dengan hak untuk mendapatkan informasi.

Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen merumuskan berbagai kepentingan konsumen yang perlu dilindungi yaitu:[25]

a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.

b. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen.

c. tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi.

d. Pendidikan konsumen.

[25] Abdul Halim Barkatullah, *Op.Cit.*, hlm 32

e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif.
f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

3. Kewajiban Konsumen

Kewajiban konsumen dalam pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

C. Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

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. Pelaku

usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

2. Hak-Hak Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha dalam pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

3. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

4. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

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

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

i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;

j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Secara garis besar larangan yang dikenakan dalam pasal 8 Undang-undang perlindungan konsumen dapat dibagi dalam dua larangan pokok yaitu:[26]

[26] Gunawan widjaja dan ahmad yani, *Op.Cit.*, hlm 39

a. Larangan mengenai produk itu sendiri, yang tidak memenuhi syarat dan standar yang layak untuk dipergunakan atau dipakai atau dimanfaatkan oleh konsumen
b. Larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar, dan tidak akurat, yang menyesatkan konsumen

Larangan mengenai kelayakan produk, pada dasarnya berhubungan erat dengan karakterisik dan sifat barang/jasa yang diperdagangkan. Kelayakan produk tersebut merupakan standar minimum yang harus dipenuhi atau dimiliki oleh suatu barang/jasa tertrntu sebelum dapat diperdagangkan untuk dikonsumsi masyarakat luas.

Para pelaku usaha harus memberikan informasi yang sebenar-benarnya, tidak boleh hanya memberikan informasi mengenai kelebihan dari barang dan/atau jasa, namun juga harus memberikan informasi tentang kekurangan barang dan/atau jasa tersebut. Konsumen sangat bergantung sepenuhnya pada informasi yang diberikan oleh pelaku usaha karena pelaku usaha lah yang mengetahui informasi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan secara jelas, bahkan untuk produk-produk barang dan/atau jasa yang secara tegas sudah diatur kelayakan penggunaan, pemakaian maupun pemanfaatannyapun, konsumen sering tidak memiliki banyak pilihan selain yang disediakan oleh pelaku usaha. Maka untuk itu, undang-undang memberikan aturan tegas mengenai hal-hal yang tidak boleh dilakukan pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa kepada konsumen.

5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan tentang tanggung jawab pelaku usaha yaitu:

a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
b. 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.
c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
d. 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.
e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Memperhatikan Pasal 19 ayat 1 dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi:

a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan

b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran

c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen

Maka produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen[27]

D. Hubungan Hukum Konsumen dan Pelaku Usaha

Hubungan konsumen dengan pelaku usaha merupakan hubungan yang terus-menerus dan berkesinambungan. Purba mengemukakan konsep hubungan pelaku usaha dan konsumen yaitu, kunci pokok perlindungan hukum bagi konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha.[28]

Hubungan konsumen dengan pelaku usaha dimulai dengan adanya suatu perjanjian yaitu perjanjian jualbeli. Menurut Pasal 1313 Undang-Undang Hukum Perdata Perjanjian adalah Perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Dari peristiwa tersebut, timbullah suatu hubungan hukum antara dua orang

[27] Ahmadi miru, *Op.Cit.*, hlm 126
[28] Abdul Halim Barkatullah, *Op.Cit.*, hlm 14

atau lebih yang disebut perikatan yang di dalamya terdapat hak dan kewajiban masing-masing pihak.Perjanjian adalah sumber perikatan.

Menurut Prof Subekti, suatu perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.

Menurut Prof. Sri Soedewi Masychoen Sofwan perjanjian adalah sebagai suatu perbuatan hukum dimana seorang atau lebih mengikatkan diri seorang lain atau lebih lainnya[29]

Menurut Prof Dr R Wirjono Prodjodikoro perjanjian adalah perbuatan hukum mengenai harta dan benda kekayaan antara dua pihak, dimana satu pihak berjanji untuk melakukan sesuatu hal atau untuk tidak melakukan suatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji tersebut.[30]

Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Perdata menyatakan bahwa syarat sahnya perjanjian yaitu:

a. Ada persetujuan kehendak antara pihak-pihak yang membuat

   Sebagaimana pada pasal 1321 Undang-Undang Hukum Perdata dijelaskan bahwa kata sepakat tidak sah apabila diberikan karena kekhilafan atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan. Agar suatu kontrak dianggap sah oleh hukum, kedua belah pihak mesti

[29] Evi Ariyani, *Hukum Perjanjian*, Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2013, hlm 1
[30] *Ibid.*, hlm 2

ada kesesuaian pendapat tentang apa yang diatur oleh kontrak tersebut. Lima cara untuk terjadinya persesuaian pernyataan kehendak yaitu dengan:[31]

1) Bahasa yang sempurna dan tertulis
2) Bahasa yang sempurna secara lisan
3) Bahasa yang tidak sempurna asal dapat diterima pihak lawan
4) Bahasa isyarat asal dapat diterima oleh pihak lawan
5) Diam atau membisu tetapi asal dapat dipahami atau diterima pihak lawan.

Kesepakatan kehendak itu ada jika tidak terjadinya salah satu unsur-unsur sebagai berikut:[32]

1) Paksaan (*dwang, duress*)

   Dapat terjadi jika seseorang memberikan persetujuannya karena ia takut pada suatu ancaman.

2) Penipuan (*bedrog, fraud*)

   Dapat terjadi, apabila satu pihak dengan sengaja memberikan keterangan-keterangan yang tidak benar, disertai dengan kelicikan-kelicikan, sehingga pihak lain terbujuk karenanya untuk memberikan perizinan.

3) Kekhilafan (*dwaling, mistake*)

[31] Ibid
[32] Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermasa, Jakarta, 1995, hlm 135

Dapat terjadi, mengenai orang atau mengenai barang yang menjadi tujuan pihak-pihak yang mengadakan perjanjian. Khekilafan mengenai orang misal direktur mengadakan kontrak dengan orang yang dikira penyanyi tersohor ternyata bukan. Khekilafan mengenai barang terjadi misal orang membeli sebuah lukisan yang dikira lukisan seseorang ternyata bukan.

b. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian

Pihak yang melakukan kontrak haruslah orang yang oleh hukum memang berwenang membuat kontrak tersebut. Sebagaimana pada pasal 1330 KUH Perdata menentukan bahwa setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan, kecuali undang-undang menentukan bahwa ia tidak cakap. Mengenai orang-orang yang tidak cakap untuk membuat perjanjian dapat kita temukan dalam pasal 1330 KUH Perdata, yaitu

1) Orang-orang yang belum dewasa
2) Orang yang berada dibawah pengampuan
3) Wanita yang bersuami. Ketentuan ini dihapus dengan berlakunya Undang-Undang No.1 tahun 1974 tentang perkawinan. Karena pasal 31 Undang-Undang ini menentukan bahwa hak dan kedudukan suami istri adalah seimbang dan masing-masing berhak untuk melakukan perbuatan hukum.

c. Suatu hal tertentu

Suatu kontrak haruslah berkenaan dengan hal yang tertentu, jelas dan dibenarkan oleh hukum.Pada pasal 1332 KUH Perdata dijelaskan bahwa hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan saja dapat menjadi pokok suatu perjanjian. Sedangkan pada pasal 1333 KUH Perdata dijelaskan bahwa Suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Mengenai jumlah barangnya tidak harus disebutkan asalkan nanti dapat dihitung atau ditentukan.[33]

d. Suatu sebab yang halal

Maksudnya adalah bahwa suatu kontrak haruslah dibuat dengan maksud / alasan yang sesuai hukum yang berlaku. Jadi tidak boleh dibuat kontrak untuk melakukan hal-hal yang bertentangan dengan hukum. Pasal 1336 KUHPerdata dijelaskan bahwa suatu perjanjian tidak mempunyai kekuatan mengikat apabila dibuat tanpa sebab atau dibuat dengan sebab yang palsu atau terlarang. Pengertian sebab yang halal dapat dilihat dalam pasal 1337 KUHPerdata yang menyebutkan suatu sebab adalah terlarang apabila bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum.

[33]Djohari Santoso dan Achmad Ali.*Hukum Perjanjian Indonesia,* Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 1989, hlm 77

Syarat yang pertama dan kedua di sebut syarat subjektif, karena menyangkut pihak-pihak yang membuat perjanjian dan apabila syarat ini tidak terpenuhi maka perjanjian atau kontrak tersebut dapat dibatalkan

Syarat ketiga dan keempat adalah syarat objektif karena menyangkut obyek perjanjian dan apabila syarat tersebut tidak terpenuhi maka perjanjian atau kontrak batal demi hukum

Dilihat dari syarat-syarat sahnya perjanjian maka Asser membedakan bagian perjanjian menjadi bagian inti dan bagian yang bukan inti yaitu:[34]

a. Esensialia (Inti)

   Bagian ini merupakan sifat yang harus ada dalam perjanjian, sifat yang menentukan atau menyebabkan perjanjian itu tercipta. Seperti persetujuan antara pihak dan objek perjanjian.

b. Naturalia (Non Inti)

   Bagian ini merupakan sifat bawaan sehingga secara diam-diam melekat pada perjanjian, seperti menjamin tidak ada cacat dalam benda yang dijual.

c. Aksidentalia (Non Inti)

   Bagian ini merupakan sifat yang melekat pada perjanjian dalam hal secara tegas diperjanjikan oleh para pihak, seperti ketentuan domisili para pihak.

Terdapat 7 asas-asas Hukum Perjanjian yang merupakan asas-asas umum yang harus diindahkan oleh setiap yang terlibat di dalamnya yaitu:[35]

[34] Mariam Darus Badrulzaman, *Perdata Buku III Hukum Perikatan Dengan Penjelasan*, Alumni, Bandung, 1983, hlm 99

a. Asas Sistem Terbukanya Perjanjian

Ketentuan-ketentuan hukum perjanjian adalah kaidah-kaidah pelengkap yang hanya bersifat melengkapi sehingga boleh tidak diindahkan oleh para pihak yang membuat perjanjian. Jadi dengan kata lain, hukum perjanjian memberikan kebebasan yang sebesar-besanya kepada subyek hukum untuk melakukan perjanjian, asal beritikad baik.

b. Asas Konsensualitas

Asas konsensualisme berarti kesepakatan, yaitu pada dasarnya perjanjian sudah lahir sejak detik tercapainya kata antara dua pihak yang melakukan perjanjian. Asas Konsensualitas mensyaratkan bahwa perjanjian itu telah sah jika tercapai sepakat mengenai hal-hal pokok dan tidak membutuhkan lagi formalitas. Hukum Perdata Barat ini berbeda dengan Hukum Adat yang menggunakan asas "Konkrit" yaitu untuk adanya perjanjian dibutuhkan adanya tindak lanjut setelah sepakat, seperti panjar.

c. Asas Personalitas

Tidak seorangpun dapat mengadakan perjanjian kecuali untuk dirinya sendiri. Suatu perjanjian hanya mengikat bagi pihak-pihak yang mengadakan perjanjian itu, dan tidak mengikat orang yang lain yang tidak terlibat dalam perjanjian tersebut.

---

[35] Djohari santoso dan achmad ali. *Op.Cit.,* hlm 45

d. Asas Itikad Baik

Asas ini dijelaskan pada pasal 1338 ayat 3 Undang-Undang Hukum Perdata yaitu semua perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Itikad baik tersebut mempunyai arti yaitu:

1) Arti yang objektif, bahwa perjanjian yang dibuat itu mesti dilaksanakan dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan. Konsekwensinya hakim boleh melakukan intervensi terhadap isi perjanjian yang telah dibuat para pihak yang bersangkutan
2) Arti yang subjektif, yaitu pengertian itikad baik yang terletak dalam sikap batin seseorang.

e. Asas Pacta Sun Servanda

Asas ini tercantum dalam pasal 1338 ayat 1 Undang-Undang Hukum Perdata yaitu semua perjanjian yang dibuat secara sah adalah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya. Jadi jika terjadi sengketa dalam pelaksanaan perjanjian, misalnya salah satu pihak ingkar janji, maka hakim dengan keputusannya dapat memaksa agar pihak yang melanggar itu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuaiyang ada didalam perjanjian, bahkan hakim dapat memerintahkan pihak yang lain untuk membayar ganti rugi.

f. Asas Force Majeur

Asas Force Majeur dikenal juga sebagai asas overmacht atau asas keadaan memaksa. Dengan asas ini debitur dibebaskan dari kewajiban untuk membayar ganti rugi akibat tidak terlaksananya perjanjian karena suatu sebab yang memaksa. Keadaan memaksa ini menempatkan debitur dalam suatu keadaan dimana debitur ini tidak dapat berbuat apa-apa terhadap peristiwa yang timbul diluar dugaan. Overmacht mengandung dua unsur yaitu:

1) Keadaan di luar kekuasaannya pihak debitur dan bersifat memaksa
2) Keadaan yang tidak dapat diketahui pada waktu perjanjian dibuat, sehingga pihak debitur tidak memikul resikonya.

g. Asas Exceptio Non Adimpleti Contractus

Asas ini merupakan suatu pembelaan bagi debitur untuk dibebaskan dari kewajiban membayar ganti rugi karena tidak dipenuhinya perjanjian dengan alasan si krediturpun lalai.

Pengertian jual beli menurut KUHPerdata pasal 1457 (ketentuan umum tentang jual beli) adalah suatu persetujuan atau perjanjian yang mengikat penjual dan pembeli, penjual mengikatkan diri untuk menyerahkan suatu barang yang disetujui bersama, dan pembeli mengikatkan diri untuk membayar harga disepakati bersama dalam bentuk uang.

Berdasarkan Pasal 433 ayat 1 dan 2 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Jerman, dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian antara penjual dan pembeli. Penjual berkewajiban menyerahkan suatu barang beserta hak miliknyakepada pembeli serta menjamin barang itu bebas dari cacat fisik dan hukum. Kemudian pembeli wajib membayar harga penjualan yang disepakati.[36]

Di dalam Hukum Romawi, jual beli dimaknai sebagai perjanjian antara dua pihak, pihak yang satu berjanji untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak lainnya berjanji untuk membayar harga yang ditentukan atas barang yang diserahkan tersebut.[37]

Dari definisi jual beli tersebut dapat ditarik simpulan bahwa unsur-unsur yang terkandung dalam jual beli adalah:

a. Adanya para pihak, yaitu penjual dan pembeli
b. Ada barang yang ditransaksikan
c. Ada harga
d. Ada pembayaran dalam bentuk uang.

Perjanjian jual beli berdasar KUHPerdata bersifat konsensual. Menurut Subekti, dalam perjanjian jual-beli ini berlaku asas konsensualisme. Dengan asas ini, perjanjian jual beli lahir sejak tercapainya kata sepakat mengenai harga dan barang.[38]

Momentum terjadinya perjanjian jual-beli secara tegas diatur dalam pasal 1458 KUHPerdata yaitu Jualbeli itu dianggap telah terjadi antara

[36] Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli,* FH UII Press, Yogyakarta, 2016 , hlm 3
[37] *ibid.*, hlm 4
[38] R.Subekti. *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, hlm 2

kedua belah pihak, seketika setelah orang orang itu mencapai kata sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya belum dibayar.

Setiap orang atau badan hukum dapat menjadi subyek dari perjanjian jual beli, selama memenuhi syarat sudah dewasa dan tidak berada dibawah pengampuan[39]

Objek perjanjian jual beli adalah semua benda baik yang bergerak ataupun tidak bergerak, kecuali:

a. Barang-barang yang dilarang Undang-undang
b. Benda-benda yang bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban
c. Benda milik orang lain

E. Penyelesaian Sengketa Konsumen

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen tidak memberikan batasan apa yang dimaksud sengketa konsumen. Definisi sengketa konsumen dapat ditemukan pada Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan, yaitu Surat Keputusan Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001, dimana yang dimaksud sengketa konsumen adalah Sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti ugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengonsumsi barang atau memanfaatkan jasa.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mengatur penyelesaian sengketa bersifat ganda dan alternatif.

[39] Evi Arian. *Op.Cit.,* hlm 32

Pengertian bersifat ganda disini yaitu penyelesaian sengketa dengan berbagai sistem yaitu:[40]

a. penyelesaian sengketa perdata di peradilan
b. penyelesaian sengketa perdata di luar pengadilan.
c. penyelesaian perkara secara pidana
d. penyelesaian perkara secara administratif

Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen dapat mengajukan gugatan bahwa:

a. 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.
b. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
c. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
d. 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 para pihak yang bersengketa.

[40]Rosmawati.*Op.Cit.,* hlm 111

Melalui ketentuan pasal 45 ayat 1 dapat diketahui bahwa untuk menyelesaikan sengketa konsumen, terdapat dua pilihan yaitu:

a. melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, atau
b. melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Penyelesaian dengan cara non-peradilan bisa dilakukan melalui Alternatif Resolusi Masalah (ARM) atau dalam arti luas adalah proses penyelesaian sengketa di bidang perdata di luar pengadilan melalui cara-cara arbitrase, negosiasi, konsultasi, mediasi, konsiliasi yang disepakati pihak-pihak. Penyelesaian non-peradilan dapat dilakukan di BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) yang terdiri dari 3 cara yaitu:

a. Konsiliasi

   Konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mempertemukan para pihak yang bersengketa dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak
b. Mediasi

   Mediasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK sebagai penasihat dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak
c. Arbitrase

Arbitrasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang dalam hal ini para pihak yang bersengketa menyerahkan sepenuhnya penyelesaian sengketa kepada BPSK

F. Informasi tentang Label

Dari berbagai macam informasi tentang barang atau jasa konsumen yang diperlukan konsumen, yang paling berpengaruh pada saat ini adalah informasi yang bersumber dari para pengusaha, terutama dalam bentuk iklan atau label, tanpa mengurangi pengaruh dari berbagai bentuk informasi lainnya.[41]

Pasal 1 ayat 5 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencatuman Label dalam Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa label adalah setiap keterangan mengenai barang yang berbentuk tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang barang, dimasukkan ke dalam, ditempelkan/melekat pada barang, tercetak pada barang, dan/atau merupakan bagian kemasan barang.

Dalam pasal 1 ayat 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan dijelaskan bahwa label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan

[41] *Ibid.*, hlm 26

bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut label.

Setiap pelaku usaha yang memproduksi pangan di wilayah Republik Indonesia diwajibkan untuk memberikan label pada produknya, sesuai dengan pasal 2 ayat 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan yaitu Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan Label pada, di dalam, dan/atau di kemasan pangan.

Pada pasal 3 ayat 2 dijelaskan bahwa keterangan pada label sekurang-kurangnya mencantumkan:

a. nama produk;
b. daftar bahan yang digunakan;
c. berat bersih atau isi bersih;
d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia;
e. tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa.

Label pangan penting diketahui sebagai informasi yang sesungguhnya, terutama mengenai substansi dan standar pemakaian yang dilabelkan.Label ini merupakan media komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumennya. Komunikasi harus dilakukan untuk menyampaikan

informasi yang benar jelas dan jujur.Hal ini berarti bahwa tidak boleh ada informasi yng menjadi hak konsumen ditutup-tutupi.[42]

G. Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*)

E-Juice adalah kombinasi cairan khusus yang terdapat di dalam tangki cairan (*catridge*) rokok elektrik dimana akan dipanaskan sehingga menghasilkan uap. Cairan yang dapat diisi ulang tersebut memiliki beraneka cita rasa dan aroma yang dapat disesuaikan dengan kesukaan dari pengguna, biasanya terdiri dari rasa buah, tembakau, makanan, dan minuman. Adapun bahan baku yang terdapat pada *E-Juice* adalah perasa, PG (*Propylene Glycol*), VG (*Vegetable Glycerin*), nikotin ataupun non nikotin

H. Tinjauan Hukum Islam Tentang Perlindungan Konsumen

Allah SWT berfirman dalam QS.Al-Baqarah ayat (279). Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya. (QS Al-Baqarah ayat 279). Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya.

---

[42] Siahaan N.H.T. *Op.Cit.*, hlm 142

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa : 29). Dalam hukum perlindungan konsumen pelaku usaha harus mengadakan situasi perniagaan yang sehat dan tidak merugikan konsumen.

BAB III

ANALISA PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS HAK INFORMASI PRODUK CAIRAN ROKOK ELEKTRIK (*E-JUICE*) DI YOGYAKARTA

A. Gambaran Umum Hasil Penelitian

1. Produk Cairan Rokok Elektrik *(E-Juice*)

Pada bagian ini disajikan data hasil penelitian produk cairan rokok elektrik yang dilakukan di Kota Yogyakarta dengan data produk sebanyak 20 produk serta wawancara kepada salah satu pelaku usaha rokok elektrik.

a) Pengertian Cairan Rokok Elektrik

Cairan rokok elektrik (*E-Juice*) pada umumnya merupakan perasa pada rokok elektrik yang bila diibaratkan dengan rokok konvensional yaitu tembakaunya yang mempunyai berbagai macam jenis dan rasa. Dalam penggunaannya cairan rokok elektrik diteteskan pada bagian rokok elektrik yaitu koil dan kapas, dimana nanti cairan akan meresap melalui kapas dan akhirnya sampai ke koil. Kemudian cairan mengalami penguapan akibat panas dari koil dan nantinya uap itu yang dihirup oleh pengguna rokok elektrik. Uap tersebut mempunyai berbagai rasa tergantung dari cairan rokok elektrik yang digunakan.[43]

[43]Wawancara dengan Bagas, Moji Vapor, Pelaku Usaha Rokok Elektrik di Yogyakarta pada tanggal 30November 2018

Cairan rokok elektrik dapat mengalami kadaluarsa. Cairan rokok elektrik yang sudah terbuka dari segelnya dapat mengalami kadaluarsa antara satu tahun sampai dengan satu setengah tahun. Ciri-ciri cairan yang mengalami kadaluarsa yaitu mengalami perubahan rasa dari rasa aslinya, perubahan warna menjadi lebih gelap, dan cairan menjadi lebih encer. Cairan rokok elektrik yang mengalami kadaluarsa memberikan dampak kepada konsumen yaitu mengalami pusing saat menghirup uap cairan rokok elektrik tersebut.[44]

b) Komposisi Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*)

Cairan rokok elektrik pada umumnya mempunyai kompoisisi sebagai berikut:[45]

1) PG (*Propylene Glycol)*

Propylene Glycol berpengaruh untuk memperkuat rasa pada uap yang dihasilkan

2) VG (*Vegetable Glycerin*)

Vegetable Glycerin berpengaruh untuk menghasilkan tebal tipisnya uap yang dihasilkan

3) Perasa

Perasa memberikan aneka rasa dari uap yang dihasilkan dari rokok elektrik. Perasa ini mempunyai

[44]Ibid
[45]Ibid

banyak pilihan rasa antara lain rasa buah, tembakau, makanan, dan minuman.

4) Nikotin Cair

Nikotin seperti pada rokok namun berbentuk cair. Nikotin yang ada dalam cairan rokok elektrik beragam mulai dari 3ml, 6ml, 9ml, bahkan bisa sampai 30ml.

c) Label Kadaluarsa Produk Cairan Rokok Elektrik

Tabel 3.1 Label Kadaluarsa Produk Cairan Rokok Elektrik

Label Kadaluarsa	FREKUENSI	PERSEN (%)
Ada	1	5
Tidak ada	19	95
TOTAL	20	100

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa produk cairan rokok elektrik yang mempunyai label kadaluarsa hanya sebanyak 1 atau sebesar 5% sedangkan yang tidak mempunyai label kadaluarsa sebanyak 19 atau 95%. Ini menunjukkan bahwa masih banyak produk cairan rokok elektrik yang belum memenuhi hak informasi terkait dengan pencantuman label kadaluarsa dan tentunya melanggar Undang-undang Perlindungan Konsumen dimana pada pasal 8 ayat 1 huruf g dijelaskan bahwa hal yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu bila tidak mencantumkan tanggal waktu kadaluarsa atau

jangka waktu penggunaan paling baik. Tidak adanya label kadaluarsa dapat menyebabkan banyak kerugian bagi konsumen yang mengkonsumsinya karena produk yang kadaluarsa akan mengalami perubahan rasa dari rasa aslinya, perubahan warna menjadi lebih gelap, dan cairan menjadi lebih encer serta menyebabkan pusing bagi yang mengkonsumsinya.

d) Label Komposisi Detail Produk Cairan Rokok Elektrik

Tabel 3.2Label Komposisi Detail Produk Cairan Rokok Elektrik

Label Komposisi	FREKUENSI	PERSEN (%)
Ada	7	35
Tidak ada	13	65
TOTAL	20	100

Produkcairan rokok elektrik yang mencantumkan label komposisi yang detail sebanyak 7 atau sebesar 35% dan yang tidak mencantumkan label komposisi secara detail sebanyak 13 atau 65%. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa masih banyak produk cairan rokok elektrik yang tidak mencantumkan komposisi secara detail. Rata-rata semua produk cairan rokok elektrik sudah mencantumkan komposisi produknya namun banyak yang tidak mencantumkan takaran dari komposisi yang ada dalam produk, seperti banyaknya PG (*Propylene Glycol)*

dan VG (*Vegetable Glycerin**)*** dimana banyak sedikitnya PG dapat berpengaruh pada rasa yang dihasilkan, dan VG dapat berpengaruh pada banyak sedikitnya uap yang dihasilkan. Tidak adanya komposisi yang detail melanggar hak informasi yang dimiliki konsumen dan juga melanggar Undang-undang Perlindungan Konsumen pasal 8 ayat 1 huruf h bahwa perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.

e) Label Berbahasa Indonesia Produk Cairan Rokok Elektrik

Tabel 3.3Label Berbahasa Indonesia Produk Cairan Rokok Elektrik

Label Berbahasa Indonesia	**FREKUENSI**	**PERSEN (%)**
Ada	6	30
Tidak ada	14	70
TOTAL	20	100

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa produk cairan rokok elektrik yang mencantumkan informasi menggunakan bahasa Indonesia sebanyak 6 produk atau sebesar 30% sedangkan yang tidak mencantumkan informasi menggunakan bahasa

Indonesia sebanyak 14 produk atau sebesar 70%. Masih banyak produk yang tidak memberikan informasi menggunakan bahasa Indonesia . Hal ini melanggar Undang-undang Perlindungan Konsumen pasal 8 ayat 1 huruf i, perbuatan yang dilarang pelaku usaha yaitu tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Tidak dicantumkannya informasi menggunakan bahasa Indonesia dapat menimbulkan *miss* komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen, tidak semua konsumen mengerti maksud dari informasi yang tidak menggunakan bahasa Indonesia sehingga dapat memberikan kerugian bagi konsumen.

2. Konsumen Produk Cairan Rokok Elektrik

Pada bagian ini disajikan data hasil penelitian konsumen produk cairan rokok elektrik yang dilakukan di Kota Yogyakarta dengan data responden sebanyak 50 orang. Hasilnya sebagai berikut :

a) Identitas Konsumen Produk Cairan Rokok Elektrik

Tabel 3.4 Identitas Konsumen Cairan Rokok Elektrik

JENIS KELAMIN	FREKUENSI	PERSEN (%)
Laki-laki	35	70
Perempuan	15	30
TOTAL	50	100

Dari tabel 3.4 di atas dapat dilihat bahwa konsumen laki-laki sebanyak 35 orang atau sebesar 70% sedangkan konsumen perempuan sebanyak 15 orang atau sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cairan rokok elektrik di Yogyakarta lebih didominasi oleh kalangan laki-laki daripada kalangan perempuan.

Tabel 3.5 Umur Konsumen Cairan Rokok Elektrik

UMUR	**FREKUENSI**	**PERSEN (%)**
<18 tahun	1	2
18-25 tahun	48	96
26-30 tahun	1	2
TOTAL	50	100

Dari tabel 3.5 di atas dapat dilihat bahwa konsumen dengan usia di bawah 18 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 2%, usia 18-25 tahun sebanyak 48 orang atau sebesar 96%, dan usia 26-30 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 2%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen produk cairan rokok elektrik di Yogyakarta didominasi umur remaja menuju dewasa, namun terdapat satu konsumen dibawah umur 18 tahun, dimana harusnya sesorang dibawah umur 18 tahun belum boleh mengkonsumsi produk cairan rokok elektrik. Berarti dalam pelaksanaan penjualan terdapat pelanggaran sehingga seseorang dibawah umur bisa membeli produk cairan rokok elektrik ini.

Tabel 3.6 Pekerjaan Konsumen Cairan Rokok Elektrik

PEKERJAAN	FREKUENSI	PERSEN (%)
PELAJAR SMP	1	2
PELAJAR SMA	2	4
MAHASISWA	36	72
DRIVER	3	6
KARYAWAN	8	16
TOTAL	50	100

Dari tabel 3.6 di atas dapat dilihat bahwa pelajar SMP sebanyak 1 orang atau sebesar 2%, pelajar SMA sebanyak 2 orang atau sebesar 4%, Mahasiswa sebanyak 36 orang atau sebesar 72%, driver ojek online sebanyak 3 orang atau sebanyak 6%, dan karyawan sebanyak 8 orang atau sebesar 16%. Konsumen produk cairan rokok elektrik di Yogyakarta di domanisasi oleh mahasiswa yang bisa dikatakan kalangan terpelajar.

b) Pengetahuan Konsumen Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

Tabel 3.7 Pengetahuan Konsumen tentang Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mengetahui	5	10
Tidak Mengetahui	45	90
TOTAL	50	100

Dari tabel 3.7 diketahui bahwa responden yang mengetahui hukum perlindungan konsumen sebanyak 5 orang atau sebesar 10% sedangkan responden yang tidak mengetahui hukum perlindungan konsumen sebanyak 45 orang atau sebesar 90%. Hal ini menunjukkan bahwa hampir semua konsumen produk cairan rokok elektrik di Yogyakarta tidak mengetahui tentang hukum perlindungan konsumen dimana seharusnya hukum ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen agar terhindar dari kerugian akibat pelanggaran-elanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.

c) Pengetahuan Konsumen Tentang Hak-Hak Konsumen

Tabel 3.8 Pengetahuan Konsumen TentangHak-Hak Konsumen

Hak-Hak Konsumen	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mengetahui	22	44
Tidak Mengetahui	28	56
TOTAL	50	100

Responden yang mengetahui hak-hak nya sebagai konsumen sebanyak 22 orang atau sebesar 44% sedangkan yang tidak mengetahui hak-haknya sebanyak 28 orang atau sebesar 56%. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa masih banyak konsumen yang tidak mengetahui apa saja hak yang dimilikinya sehingga konsumen tidak mengerti ketika hak-hak nya tidak

dipenuhi dan memudahkan para pelaku usaha untuk melakukan pelanggaran yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.

d) Pengetahuan Konsumen Tentang Hak Informasi

Tabel 3.9 Pengetahuan Konsumen TentangHak Informasi

Hak Informasi	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mengetahui	14	28
Tidak Mengetahui	36	72
TOTAL	50	100

Responden yang mengetahui hak informasi sebanyak 14 orang atau sebesar 28% sedangkan yang tidak mengetahui hak informasi sebanyak 36% atau sebesar 72%. Masih banyak konsumen yang tidak megetahui tentang hak informasi sehingga konsumen sering mendapatkan informasi yang minim dimana seharusnya konsumen mendapatkan informasi yang detail terhadap produk yang dikonsumsinya tidak hanya informasi dari keunggulan produk tetapi juga kelemahan produk yang dikonsumsi.

e) Konsumen Yang Mendapatkan Informasi dari Pelaku Usaha

Tabel 3.10Konsumen yang mendapatkan informasi

Informasi	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mendapat Informasi	28	56
Tidak Mendapat Informasi	22	44
TOTAL	50	100

Responden yang mendapatkan informasai tentang produk dari pelaku usaha yaitu sebanyak 28 orang atau 56% sedangkan yang tidak mendapatkan informasi yaitu sebanyak 22 orang atau sebesar 44%. Lebih banyak konsumen yang mendapat informasi dari pelaku usaha namun tidak sedikit juga konsumen yang tidak mendapat informasi tentang produk, berarti dalam kegiatan usahanya masih terdapat pelaku usaha yang melanggar kewajibannya dengan tidak memberikan informasi kepada konsumen.

f) Konsumen yang memeriksa label komposisi

Tabel 3.11Konsumen yang memeriksa label komposisi

Label Komposisi	FREKUENSI	PERSEN (%)
Memeriksa	35	70
Tidak Memeriksa	15	30
TOTAL	50	100

Responden yang memeriksa label komposisi sebanyak 35 orang atau sebesar 70% dan yang tidak memeriksa label komposisi sebanyak 15 orang atau sebanyak 30%. Konsumen memeriksa komposisi produk yang dibelinya namun masih ada konsumen yang tidak memeriksa terkait dengan komposisi apa saja yang ada dalam produk.

g) Konsumen tetap membeli produk tanpa label komposisi

Tabel 3.12Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label komposisi

Tanpa Label Komposisi	FREKUENSI	PERSEN (%)
Tetap membeli	13	26
Tidak membeli	37	74
TOTAL	50	100

Responden yang tetap membeli produk tanpa label komposisi sebanyak 13 orang atau 26% dan yang tidak membeli produk tanpa label komposisi sebnayak 37 orang atau 74%. Sebagian besar konsumen tidak membeli namun masih ada konsumen yang tetap membeli produk tanpa komposisi.

h) Konsumen yang memeriksa label kadaluarsa produk

Tabel 3.13 Konsumen yang memeriksa label kadaluarsa

Label Kadaluarsa	FREKUENSI	PERSEN (%)
Memeriksa	23	46
Tidak Memeriksa	27	54
TOTAL	50	100

Responden yang memeriksa label kadaluarsa produk sebanyak 23 orang atau sebesar 46% dan yang tidak memeriksa sebanyak 27 orang atau 54%. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa sebagian konsumen masih kurang kesadaran untuk mengecek tanggal kadaluarsa pada produk, sehingga konsumen berpotensi mendapatkan produk yang mengalami kadaluarsa

i) Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label kadaluarsa

Tabel 3.14Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label kadaluarsa

Tanpa Label Kadaluarsa	FREKUENSI	PERSEN (%)
Tetap membeli	30	60
Tidak membeli	20	40
TOTAL	50	100

Responden yang tetap membeli produk tanpa label kadaluarsa sebanyak 30 orang atau sebesar 60% dan yang tidak membeli produk tanpa label berbahaya sebanyak 20 orang atau sebanyak 40%. Masih banyak konsumen yang tetap membeli produk walaupun tidak mencantumkan label kadaluarsa karena memang rata-rata produk cairan elektrik belum menyantumkan label kadaluarsa. Akibatnya konsumen

dapat membahayakan kesehatannya sendiri apabila mendapatkan produk yang telah kadaluarsa dimana produk cairan rokok elektrik kadaluarsa dapat menyebabkan pusing bagi yang mengkonsumsinya.

j) Konsumen yang memeriksa label berbahaya produk

Tabel 3.15Konsumen yang memeriksa label berbahaya

Label Kadaluarsa	FREKUENSI	PERSEN (%)
Memeriksa	27	54
Tidak Memeriksa	23	46
TOTAL	50	100

Responden yang memeriksa label berbahaya produk sebanyak 27 orang atau sebesar 54% dan yang tidak memeriksa sebanyak 23 orang atau 46%. Dalam hal ini lebih banyak konsumen yang memeriksa label berbahaya namun masih banyak juga konsumen yang acuh terhadap pencantuman label berbahaya, acuhnya konsumen terhadap label berbahaya dapat merugikan konsumen khususnya dari segi kesehatan.

k) Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label berbahaya

Tabel 3.16Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label berbahaya

Tanpa Label Kadaluarsa	FREKUENSI	PERSEN (%)
Tetap membeli	21	42
Tidak membeli	29	58
TOTAL	50	100

Responden yang tetap membeli produk tanpa label berbahaya sebanyak 21 orang atau sebesar 42% dan yang tidak membeli produk tanpa label berbahaya sebanyak 29 orang atau sebanyak 58%. Konsumen sebagian besar tidak membeli produk tanpa label berbahaya namun sebagian masih tetap membeli tanpa memperhatikan bahaya dari produk.

l) Konsumen memeriksa label produk menggunakan bahasa Indonesia

Tabel 3.17Konsumen yang memeriksa label berbahasa Indonesia

Label Indonesia	FREKUENSI	PERSEN (%)
Memeriksa	34	68
Tidak Memeriksa	16	32
TOTAL	50	100

Responden yang memeriksa produk yang dikonsumsinya mencantumkan informasi menggunakan bahasa Indonesia

sebanyak 34 orang atau sebesar 68% sedangkan yang tidak memeriksa sebanyak 16 orang atau sebanyak 32%. Sebagian besar konsumen membeli produk dengan memperhatikan petunjuk dalam produk menggunakan bahasa Indonesia atau tidak, namun masih banyak juga yang tidak memperhatikan.

m) Konsumen tetap membeli produk tanpa label berbahasa Indonesia

Tabel 3.18Konsumen yang tetap membeli produk tanpa label berbahasa Indonesia

Tanpa Label Kadaluarsa	FREKUENSI	PERSEN (%)
Tetap membeli	43	86
Tidak membeli	7	14
TOTAL	50	100

Responden yang tetap membeli produk yang tidak memberikan informasi dalam bahasa Indonesia yaitu sebanyak 43 orang atau sebesar 86% sedangkan yang tidak membeli sebanyak 7 orang atau 14%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak peduli apakah petunjuk informasi menggunakan bahasa Indonesia atau tidak, kadang juga terdapat konsumen tetap membeli produk walaupun tidak mengerti informasi yang diberikan pada label produk karena menggunakan bahasa asing. Apabila petunjuk informasi serta penggunaan tidak tersampaikan dengan baik maka dapat

memberikan kerugian kepada konsumen sehingga tidak dapat menggunakan produk dengan tata cara seharusnya dan kondisi terbaik dari produk tersebut.

n) Pengetahuan tentang tempat pengaduan konsumen

Tabel 3.19 Pengetahuan Konsumen tentangTempat Pengaduan Konsumen

Tempat Pengaduan Konsumen	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mengetahui	3	6
Tidak Mengetahui	47	94
TOTAL	50	100

Responden yang mengetahui tempat pengaduan konsumen yaitu hanya sebanyak 3 orang atau sebesar 6% sedangkan yang tidak mengetahui sebannyak 47 orang atau sebanyak 94%. Dapat dilihat bahwa masih banyak konsumen yang tidak tahu kemana untuk mengadukan pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha serta hak-hak nya yang tidak terpenuhi.

o) Konsumen mengadukan produk yang melanggar hak konsumen

Tabel 3.20Konsumen mengadukan produk yang melanggar hak konsumen

Tempat Pengaduan Konsumen	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mengadukan	19	38
Tidak Mengadukan	31	62
TOTAL	50	100

Responden yang akan mengadukan apabila menemukan produk yang melanggar hak konsumen sebanyak 19 orang atau sebesar 38%, sedangkan yang tidak mengadukan sebanyak 31 orang atau 62%. Konsumen masih banyak yang acuh ketika hak-hak nya tidak terpenuhi dan tetap membiarkan hak-haknya dilanggar tanpa melakukan pengaduan terhadap pelanggaran tersebut.

p) Pentingnya mengetahui informasi tentang produk

Tabel 3.21Pentingnya informasi produk bagi konsumen

Informasi Produk	**FREKUENSI**	**PERSEN (%)**
Penting	48	96
Tidak Penting	2	4
TOTAL	50	100

Responden yang menganggap penting untuk mengetahui informasi tentang produk yaitu sebanyak 48 orang atau sebesar 96%, dan yang menganggap tidak penting sebanyak 2 orang atau sebesar 4%. Hampir semua responden mengatakan bahwa adanya informasi dalam produk yang dikonsumsi penting untuk diketahui sehingga dapat meminimalisir kerugian yang didapati konsumen, tapi masih ada juga yang tidak mengangap penting informasi tentang produk yang dikonsumsi

q) Kerugian konsumen dengan tidak adanya informasi produk

Tabel 3.22Konsumen yang mengalami kerugian akibat tidak adanya informasi produk

Kerugian	FREKUENSI	PERSEN (%)
Rugi	44	88
Tidak Rugi	6	12
TOTAL	50	100

Responden yang merasa dirugikan dengan tidak adanya informasi pada produk sebanyak 44 orang atau sebesar 88%, sedangkan yang tidak merasa dirugikan yaitu sebanyak 6 orang atau sebesar 12%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa dirugikan dengan idak adanya informasi yang jelas dan detail pada produk yang digunakannya.

4. Pelaku Usaha Produk Cairan Rokok Elektrik

Pada bagian ini disajikan data hasil penelitian pelaku usaha produk cairan rokok elektrik yang dilakukan di Kota Yogyakarta dengan data responden sebanyak 10 pelaku usaha.

a) **Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Hukum Perlindungan Konsumen**

Tabel 3.23 Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen	**FREKUENSI**	**PERSEN (%)**
Mengetahui	3	30
Tidak Mengetahui	7	70
TOTAL	10	100

Pelaku usaha yang mengetahui tentang hukum perlindungan konsumen sebanyak 3 pelaku usaha atau sebesar 30% sedangkan yang tidak mengetahui sebanyak 7 pelaku usaha atau sebesar 70%. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa sebagian besar pelaku usaha masih tidak mengetahui tentang hukum perlindungan konsumen sehingga mereka tidak mengetahui apa saja kewajiban dan perbuatan yang dilarang pelaku usaha, dengan tidak adanya pengetahuan terhadap hukum perlindungan konsumen maka dapat meningkatkan tingkat pelanggaran di kalangan pelaku usaha yang berdampak langsung pada kerugian konsumen.

b) **Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Kewajiban Pelaku Usaha**

Tabel 3.24 Pengetahuan Pelaku UsahaTentang Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban Pelaku Usaha	**FREKUENSI**	**PERSEN (%)**
Mengetahui	8	80
Tidak Mengetahui	2	20
TOTAL	10	100

Responden yang mengetahui kewajiban pelaku usaha yaitu sebanyak 8 pelaku usaha atau sebesar 80% dan yang tidak mengetahui sebanyak 2 pelaku usaha atau sebesar 20%. Sebagian besar pelaku usaha mengatakan mengrti kewajiban yang dimilikinya namun banyak yang tidak memiliki pengetahuan tentang kewajiban pelaku usaha yang berdasarkan hukum yang berlaku bahkan ada yang sama sekali tidak mengetahui tanggung jawab sebagai pelaku usaha. Dengan tidak adanya pengetahuan tentang kewajiban, pelaku usaha dapat bertindak sewenang-wenang dan melakukan pelanggaran yang merugikan hak-hak konsumen.

c) **Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha**

Tabel 3.25 Pengetahuan Pelaku UsahaTentang Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha

Perbuatan Yang Dilarang	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mengetahui	9	90
Tidak Mengetahui	1	10
TOTAL	10	100

Responden yang mengetahui perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha sebanyak 9 pelaku usaha atau sebesar 90% dan yang tidak mengetahui sebanyak 1 pelaku usaha atau sebesar 10%. Pelaku usaha sudah mengetahui perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha tapi banyak yang tidak berdasarkan hukum yang berlaku, bahkan ada yang tidak mengetahui apa saja perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha sehingga rawan meningkatkan pelanggaran dan persaingan yang tidak sehat oleh pelaku usaha yang nantinya berdampak pada kerugian yang dialami konsumen.

d) Pengetahuan Pelaku Usaha tentang kadaluarsa produk

Tabel 3.26 Pengetahuan Hukum Pelaku Usaha TentangKadaluarsa Produk

Hukum Perlindungan Konsumen	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mengetahui	9	90
Tidak Mengetahui	1	10
TOTAL	10	100

Responden yang mengetahui kadaluarsa produknya yaitu sebanyak 9 pelaku usaha atau sebesar 90% dan yang tidak mengetahui sebanyak 1 pelaku usaha atau sebesar 10%. Hampir semua pelaku usaha mengetahui kadaluarsa produknya namun pada prakteknya pelaku usaha tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa produk di produk yang diperdagangkan sehingga banyak konsumen yang dirugikan karena tidak mengetahui sampai kapan produk tersebut baik untuk dikonsumsi.

e) Pengetahuan Pelaku Usaha tentang komposisi produk

Tabel 3.27 Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Komposisi Produk

Hukum Perlindungan Konsumen	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mengetahui	10	100
Tidak Mengetahui	-	-
TOTAL	10	100

Responden yang mengetahui komposisi produknya yaitu sebanyak 10 pelaku usaha atau sebesar 100%. Seluuh pelaku usaha mengetahui komposisi apa saja yang ada di produk yang diperdagangkan namun masih banyak produk yang tidak mencantumkan komposisi secara detail.

f) Pengetahuan Pelaku Usaha tentang tingkat berbahaya produk

Tabel 3.28 Pengetahuan Pelaku Usaha Tentang Bahaya Produk

Hukum Perlindungan Konsumen	FREKUENSI	PERSEN (%)
Mengetahui	10	100
Tidak Mengetahui	-	-
TOTAL	10	100

Responden yang mengetahui tingkat berbahaya produknya yaitu sebanyak 10 pelaku usaha atau sebesar 100%. Seluuh pelaku usaha mengetahui tingkat berbahaya produk yang diperdagangkan.

g) Pelaku usaa yang memberikan informasi kepada konsumen

Tabel 3.29Pelaku Usaha yang memberikan informasi

Informasi	FREKUENSI	PERSEN (%)
Memberikan Informasi	10	100
Tidak Memberikan Informasi	-	-
TOTAL	10	100

Responden yang memberikan informasi tentang produknya kepada konsumen yaitu sebanyak 10 pelaku usaha atau sebesar 100%. Namun kebanyakan pelaku usaha

memberikan informasi yang detail mengenai produk apabila konsumen bertanya terlebih dahulu.

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Produk Cairan Rokok Elektrik di Yogyakarta

Cairan rokok elektrik kini telah dinyatakan legal untuk diperdagangkan di Indonesia, namun belum ada aturan atau regulasi yang mengatur mengenai peredaran cairan rokok elektrik tersebut, saat ini baru diatur cukainya saja oleh Kementrian Keuangan.[46] Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi payung hukum untuk mengawasi peredaran produk cairan rokok elektrik apabila ada suatu produk cairan rokok elektrik yang tidak memberikan hak informasi kepada konsumen.

Sesuai dengan pasal 4 huruf a Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dijelaskan bahwa konsumen mempunyai hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa dan pasal 7 huruf b Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dijelaskan bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Pemberian informasi oleh pelaku usaha kepada konsumen dapat dilakukan secara lisan maupun melalui label yang melekat pada produk cairan rokok

[46]Wawancara dengan Ibu Ani, Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan di Yogyakarta pada tanggal 13 November 2018

elektrik. Pasal 1 ayat 5 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencatuman Label dalam Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa Label adalah setiap keterangan mengenai barang yang berbentuk tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang barang, dimasukkan ke dalam, ditempelkan/melekat pada barang, tercetak pada barang, dan/atau merupakan bagian kemasan barang.

Pelaku usaha di Yogyakarta masih banyak yang melakukan pelanggaran terhadap hak informasi konsumen dalam melakukan penjualan pada produk cairan rokok elektrik, khususnya informasi yang terdapat pada label produk cairan rokok elektrik karena masih ditemukan produk yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa, komposisi yang detail, serta petunjuk penggunaan yang menggunakan bahasa Indonesia pada label produk padahal telah dijelaskan tentang Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen adalah:

1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
    a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
    b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
    c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;

d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pelabelan pada produk juga telah diatur dalam sesuai dengan pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencantuman Label dalam Bahasa Indonesia Pada Barang, dijelaskan bahwa pelaku usaha yang memproduksi atau mengimpor barang untuk diperdagangkan di pasar dalam negeri wajib mencantumkan Label dalam Bahasa Indonesia. Selain itu juga diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan yaitu setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan Label pada, di dalam, dan/atau di kemasan pangan.

Pada pasal 3 ayat 2 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan dijelaskan bahwa keterangan pada label sekurang-kurangnya mencantumkan:

a. nama produk;

b. daftar bahan yang digunakan;

c. berat bersih atau isi bersih;

d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia;

e. tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa.

Tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu dikenal dengan cacat intruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai sehingga menimbulkan suatu kerugian bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa Perlindungan hukum terhadap Konsumen di Yogyakarta belum berjalan dengan baik karena masih ditemukan pelanggaran terhadap kewajiban pelaku usaha yaitu dengan menjual produk yang tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa, komposisi yang detail, serta petunjuk penggunaan yang menggunakan bahasa Indonesia.

C. Konsekuensi Hukum Terhadap Pelaku Usaha Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*) Yang Tidak Memberikan Informasi Dan Petunjuk Penggunaan Barang Di Yogyakarta

Pelaku usaha mempunyai peran penting dalam perlindungan konsumen karena menjadi orang yang paling tahu mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang diperdagangkan. Sebagai pelaku usaha dituntut untuk memenuhi kewajiban serta bertanggung jawab atas produk yang diperdagangkan.

Dari hasil penelitian, tidak adanya informasi terkait tanggal kadaluarsa pada cairan rokok elektrik (*E-juice*) menyebabkan konsumen mengalami pusing setelah

mengkonsumsinya, dalam hal ini konsumen bisa menuntut ganti kerugian karena dari tidak adanya informasi tersebut telah memberikan kerugian kepada konsumen. Dalam pasal 1365 KUHPerdata di jelaskan bahwa tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut.

Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan tentang tanggung jawab pelaku usaha yaitu:

(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.

Memperhatikan Pasal 19 ayat 1 dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen. Maka produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen termasuk keruguian atas minimnya informasi yang diberikan pada produk.

Konsekuensi bagi pelaku usaha yang melanggar aturan yang berlaku dapat berupa sanksi administratif sesuai dengan pasal 60 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu:

(1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26.
(2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
(3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Tata cara penetapan sanksi administratif terhadap produk yang tidak mencantumkan label kadaluarsa dan komposisi yang jelas dapat dilihat dalam

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan yaitu:

(1) Setiap orang yang melanggar ketentuan-ketentuan sebagai-mana dimaksud dalamPeraturan Pemerintah ini dikenakan tindakan administratif.

(2) Tindakan administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi :

a) peringatan secara tertulis;

b) larangan untuk mengedarkan untuk sementara waktu dan atau perintah untuk menarik produk pangan dari peredaran;

c) pemusnahan pangan jika terbukti membahayakan kesehatan dan jiwa manusia;

d) penghentian produksi untuk sementara waktu;

e) pengenaan denda paling tinggi Rp 50.000.000,00 (limapuluh juta rupiah), dan atau;

f) pencabutan izin produksi atau izin usaha.

(3) Pengenaan tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) huruf b, c, d, e, dan f hanya dapat dilakukan setelah peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a diberikan sebanyak-banyaknya tiga kali.

(4) Pengenaan tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dan ayat (3) dapat dilakukan oleh Menteri teknis sesuai dengan kewenangannya berdasarkanmasukan dari Menteri Kesehatan.

Tata cara penetapan sanksi administratif terhadap produk yang tidak mencantumkan petunjuk menggunakan bahasa Indonesia dapat dilihat dalam pasal

13 ayat 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 yaitu:

(1) Produsen, importir dan Pedagang Pengumpul yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2, pasal 7 huruf b, pasal 9, atau pasal 10 ayat (1) dikenakan sanksi administratif berupa:
    a. pencabutan perijinan di bidang perdagangan; dan/atau
    b. pencabutan izin usaha lainnya oleh pejabat berwenang

Selain sanksi administratif, pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dierikan juga sanksi pidana sesuai yang dijelaskan pada pasal 62 Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yaitu:

(1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua 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).Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian diatas mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Hak Informasi Cairan Rokok Elektrik (*E-Juice*) Di Yogyakarta, maka dalam kesempatan ini penulis bermaksud untuk memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan sebagai berikut :

1. Perlindungan hukum terkait dengan hak atas iformasi produk cairan rokok elektrik (*E-Juice*) di Yogyakarta belum berjalan dengan baik karena masih ditemukannya produk-produk yang tidak mencantumkan label informasi seperti tanggal kadaluarsa, komposisi yang detail, serta petunjuk penggunaan dalam Bahasa Indonesia. Hal ini disebabkan karena belum adanya aturan atau regulasi yang mengatur tentang peredaran produk cairan rokok elektrik sehingga penegakan hukum menjadi tidak optimal. Kurangnya kesadaran dan pengetahuan pelaku usaha terkait dengan aturan hukum yang berlaku juga menjadi faktor terjadinya pelanggaran terhadap hak informasi produk cairan rokok elektrik di Yogyakarta. Selain itu, masih banyak konsumen yang belum mengerti akan hak-hak nya sebagai konsumen, kurangnya kesadaran dan pengetahuan konsumen terhadap peraturan hukum yang berlaku memudahkan para pelaku usaha untuk melakukan pelanggaran yang merugikan konsumen itu sendiri.

2. Konsekuensi hukum terhadap pelaku usaha cairan rokok elektrik (*E-Juice*) yang tidak memberikan hak informasi dan petunjuk penggunaan barang adalah sanksi administratif dan sanksi pidana. Sanksi administratif dapat dilihat dalam pasal 60 Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Sedangkan sanksi pidana dapat dilihat dalam pasal 62 Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis, sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

   Pemerintah harus meningkatkan pengawasan terhadap peredaran produk cairan rokok elektrik yang tidak memberikan informasi dengan baik untuk mengurangi kerugian terhadap konsumen.Pemerintah harus lebih masif dalam mengedukasi masyarakat tentang produk cairan rokok elektrik dan hukum perlindungan konsumen.Pemerintah harus segera membuat aturan yang mengatur mengenai peredaran produk cairan rokok elektrik, sehingga penegakan hukum terkait produk cairan rokok elektrik dapat berjalan secara optimal.

2. Bagi Pelaku Usaha

   Pelaku usaha hendaknya lebih meningkatkan kesadaran untuk mengetahui tentang aturan hukum yang berlaku khususnya Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, agar pelaku usaha mengetahui apa saja kewajiban dan larangan yang dilarang

bagi pelaku usaha sehingga tidak terjadi pelanggaran yang merugikan konsumen. Pelaku usaha harus memberikan informasi yang sejelas-jelasnya mengenai produk yang diperdagangkan.

3. Bagi Konsumen

   Konsumen harus lebih cerdas dan kritis dengan mengetahui hak-hak nya sebagai konsumen, sehingga dapat meminimalisir pelanggaran-pelanggaran yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.Konsumen diharapkan dapat membantu pengawasan terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan mengadukan kerugian yang dialami kepada lembaga pengaduan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen,* Nusa Media, Bandung, 2010.

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen,* PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2004.

Az.Nasution, *Konsumen dan Hukum,* Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995.

Djohari Santoso dan Achmad Ali.*Hukum Perjanjian Indonesia,* Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 1989.

Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen,* Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015

Evi Ariyani, *Hukum Perjanjian,* Penerbit Ombak, Yogyakarta, 2013.

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.

Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia, PT CitraAdityaBakti, Bandung, 2014.

Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya, 1987.

Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2018.

Mariam Darus Badrulzaman, *Perdata Buku III Hukum Perikatan Dengan Penjelasan,* Alumni, Bandung, 1983.

Ridwan Khairandy, *Perjanjian Jual Beli,* FH UII Press, Yogyakarta, 2016.

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* PT Grasindo, Jakarta, 2000.

Siahaan N.H.T, *Hukum Konsumen,* Panta Rei, Jakarta, 2005.

Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Intermasa, Jakarta, 1995.

_____. *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.

Undang-Undang

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 73/M-DAG/PER/9/2015 tentang Kewajiban Pencatuman Label dalam Bahasa Indonesia.

Jurnal

Tandra, Hans. "*Merokok dan kesehatan*." Jurnal Spectrum 61, 2003.

Internet

Depkes. "Merokok, Tak Ada Untung Banyak Sengsaranya". dalam http://www.depkes.go.id/article/view/17041300002/merokok-tak-ada-untung-banyak-sengsaranya.html, akses pada 26 Juli 2018.

Hidayatullah. "Perokok Indonesia Peringkat 3 di Dunia". dalam https://www.hidayatullah.com/berita/nasional/read/2013/11/12/7234/perokok-indonesia-peringkat-3-di-dunia.html, akses pada 26 Juli 2018.

Konstantinos E. Farsalinos. "Nicotine absorption from electronic cigarette use: comparison between first and new-generation devices". dalam https://www.nature.com/articles/srep04133, akses pada 26 Juli 2018.

Wawancara

Wawancara dengan Bagas, Moji Vapor, Pelaku Usaha Rokok Elektrik di Yogyakarta pada tanggal 30 November 2018.

Wawancara dengan Ibu Ani, Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan di Yogyakarta pada tanggal 13 November 2018.

LAMPIRAN

1. Gav 43 Strawberry Milk



2. CMW Mallow Licius



3. Bandidos Cream Bruleo



4. Premium Donat Banana



5. RED CHZ



6. Turbulance FLUX



7. Black Road RAIN BLUE



8. Ejuice Matjan Es Pelem



9. Moontong



10. **Local Vape Baked Black Forest**



11. **Arcana Elixir The hermit**



12. **Local Vape Chewy Monkey pop**



13. **Blank_on Gedhang Gelato**



14. **Amor**



15. **Blank_on Artisan Donut**



16. **Emkay Brewer Banana Licius**



17. **Cap Semut Black Beer**



18. **Waffle Bro Tiramisu**



19. Waimarie Strawberry



20. Kingsman Vanilla Tobaco

