

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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.¹ Konsumen berasal dari istilah *consumer* dalam bahasa Inggris atau *consument* dalam bahasa Belanda. Secara harfiah, konsumen merujuk pada individu yang membutuhkan, membelanjakan, atau menggunakan barang atau layanan; seseorang yang menjadi pemakai atau pembentuk..²

Perlindungan konsumen bukan hanya merupakan masalah nasional melainkan internasional. Secara historis perlindungan konsumen diawali dengan adanya gerakan-gerakan konsumen diawal abad ke-19. Gelombang pertama tahun 1891 terbentuk Liga Konsumen yang pertama kali di New York dan pada tahun 1898 terbentuk Liga Konsumen Nasional di Amerika Serikat.³ Perjuangan untuk mewujudkan perlindungan konsumen, yaitu *The Food and Drugs Act* dan *The Meat Inspection Act* mengalami beberapa kali kegagalan hingga akhirnya lahir pada tahun 1906. Gelombang kedua terbentuknya *Federal Trade Commission (FTC)* pada tahun 1914. Pada tahun 1930-an, masyarakat mulai aktif menulis buku-buku tentang perlindungan konsumen. Gelombang ketiga pada tahun 1960-an ditandai dengan lahirnya cabang hukum baru, yaitu hukum konsumen (*consumers law*). Pada tanggal 15 Maret 1962, Presiden AS saat itu, John F. Kennedy menyampaikan pidato di dalam Kongres AS tentang “*A Special Message for the Protection of Consumer Interest*.”⁴

Di Indonesia, peraturan terkait perlindungan konsumen telah ada sejak masa pemerintahan Hindia Belanda. Sejumlah aturan yang berkaitan dengan

¹ Pasal 1 angka 2 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

² Aris Prio Agus Santoso, Ecclesia Sulistyowati, Tri Wisudawati, 2022, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS

³ Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP

⁴ <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/sejarah-dan-potret-perlindungan-konsumen-di-indonesia>, diakses tanggal 15 Januari 2024

perlindungan konsumen , antara lain *Reglement Industriële Eigendom*, S. 1912-545, jo. S. 1913 No. 214, *Hinder Ordonnantie* (Ordonasi Gangguan) S, 1926-226 jo. S. 1927-449, jo. S. 1940-14 dan 450, dan *Loodwit Ordonnantie* (Ordonansi Timbal Karbonat), S. 1931 No. 28.⁵

Sejarah perlindungan konsumen mulai populer di Indonesia pada pertengahan tahun 1970-an. Lembaga perlindungan konsumen di Indonesia pada saat itu antara lain, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada 11 Mei 1973, Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI), Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY) pada 12 April 1978 dan Lembaga Konsumen Surabaya.

Perjuangan untuk mewujudkan undang-undang perlindungan konsumen terus dilancarkan. Pada masa Orde Baru, pengesahan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen selalu ditunda sehingga pemerintah dan DPR belum bisa mewujudkannya. Ada beberapa kasus yang terjadi, seperti kasus biskuit beracun, gugatan konsumen hanya dilihat dari aspek pidana dan administrative saja, sehingga korban atau konsumen tidak mendapatkan kompensasi ganti kerugian atas dasar tuntutan perdata dan kasus Perumahan Naragong Indah, pihak pengembang menggugat balik konsumen karena dinilai melakukan pencemaran nama baik.⁶ Pada masa Reformasi, masa pemerintahan BJ Habibie pada tanggal 20 April 1999 resmi disahkannya UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sebagai amanat dari Pancasila dan UUD 1945. Dengan adanya perlindungan konsumen, masyarakat menjadi lebih yakin dan merasa aman dalam membeli barang atau jasa. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Undang-undang Perlindungan Konsumen) memiliki ketentuan yang menyatakan bahwa semua Undang-undang yang ada dan berkaitan dengan Perlindungan Konsumen tetap berlaku, sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus oleh Undang-undang.⁷

⁵ <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/sejarah-dan-potret-perlindungan-konsumen-di-indonesia>, diakses tanggal 15 Januari 2024

⁶ Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PRENADA MEDIA GROUP

⁷ Agus Fahmi & I Dewa, 2015, *Perlindungan Konsumen Dalam Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia*, Vol 03 No 01

Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini sangat membantu masyarakat Indonesia dalam membeli barang atau jasa yang dibutuhkan. Dalam hal ini termasuk kebutuhan masyarakat akan air minum yang bersih dan higienis. Adanya undang-undang perlindungan konsumen dapat menjamin bahwa air minum dalam kemasan yang dijual oleh pelaku usaha telah sesuai dengan aturan yang ada dan layak dikonsumsi.

Air sangat penting dalam kehidupan dan merupakan kebutuhan dasar manusia. Air adalah kebutuhan dasar (primer) yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia yang menduduki urutan kedua setelah udara.⁸ Seiring berkembangnya zaman, sumber air bersih di Indonesia sudah jarang dijumpai sedangkan kebutuhan masyarakat akan air bersih meningkat. Saat ini masyarakat sangat membutuhkan air minum yang layak dan aman untuk dikonsumsi sementara risiko pencemaran air semakin tinggi. Tetapi air yang tercemar juga semakin meningkat. Dalam hal ini diperlukan perusahaan yang bergerak di sektor produksi air mineral dan menjadi cikal bakal peluang usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK).

Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya di Negara hukum harus mematuhi regulasi yang ada supaya dapat diperjualbelikan di kalangan masyarakat. AMDK diawasi oleh BPOM dan harus mempunyai izin edar. AMDK juga harus memiliki SNI untuk menjamin mutu dan kualitas produknya. CV Graha Mineral merupakan salah satu perusahaan AMDK yang berada di kota Sibolga yang memiliki produk bernama "ARSI". Berdasarkan latar belakang ini, penulis tertarik untuk membahas regulasi perlindungan konsumen di Indonesia dan penerapannya di CV. Graha Mineral.

B. Rumusan Masalah

1. Apa yang dimaksud dengan perlindungan konsumen?

⁸ <https://www.sridianti.com/manfaat-air-bagi-kehidupan-manusia.html>, diakses tanggal 16 Januari 2024

2. Bagaimana regulasi perlindungan konsumen dalam perundang-undangan di Indonesia?

3. Bagaimana aspek hukum perlindungan konsumen terhadap air mineral merek ARSI di Sibolga?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa yang dimaksud dengan perlindungan konsumen

2. Untuk mengetahui regulasi hukum perlindungan konsumen dalam perundang-undangan di Indonesia

3. Untuk mengetahui aspek hukum perlindungan konsumen terhadap air mineral merek ARSI di Sibolga

D. Manfaat Penelitian

1. Dapat memberikan pengetahuan terhadap masyarakat tentang apa itu perlindungan konsumen dan bagaimana hubungannya dengan peraturan perundang-undangan

2. Dapat memberikan pengetahuan tentang bentuk perlindungan konsumen dalam produk air mineral khususnya air mineral merek ARSI di Sibolga