

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Dasar 1945 khususnya pada Pasal 1 ayat (3) UUD 1945 menegaskan bahwa Indonesia ialah negara hukum. Konsekuensinya, seluruh aspek kehidupan, termasuk perlindungan konsumen, harus diatur dan dijalankan berdasarkan hukum.¹

Sejarah perlindungan konsumen dimulai sejak awal abad ke-19 dengan terbentuknya *Consumer League* di New York pada 1891 dan *National Consumer's League* di Amerika Serikat pada 1898. Meskipun menghadapi berbagai hambatan, termasuk kegagalan dalam pengesahan *The Food and Drugs Act* pada tahun 1892, upaya tersebut terus berlanjut hingga terbentuknya *Federal Trade Commission (FTC)* pada 1914.

Gelombang selanjutnya terjadi pada tahun 1930-an dan mencapai momentum penting pada tahun 1962 melalui pidato John F. Kennedy di Kongres AS yang memperkenalkan *Consumer Bill of Rights*. Akhirnya, PBB mengesahkan *Guidelines for Consumer Protection* pada 16 April 1985 sebagai tonggak internasional dalam penguatan hak konsumen.²

Momentum keamanan pelanggan di Indonesia muncul pada tahun 1973 dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang aktif menyuarakan hak-hak konsumen melalui berbagai bentuk edukasi, riset, dan advokasi. Walaupun upaya legislasi UUPK sudah mulai dirintis sejak 1980-an, situasi politik pada masa Orde Baru membuat pembahasan RUUPK terhambat. Era Reformasi menjadi titik balik, di mana pada 20 April 1999, RUUPK akhirnya disahkan menjadi Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menandai komitmen hukum negara terhadap perlindungan hak-hak konsumen.³ Peningkatan advokasi

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

² Zulham, S.Hi.M.Hum, 2013 *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP

³ Yessy kusumadewi, Grace sharon, 2022, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: LEMBAGA FATIMAH AZZARAH

konsumen membawa RUUPK ke DPR, yang akhirnya disahkan sebagai UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. UU No. 8 Tahun 1999 disepakati DPR pada 30 Maret 1999 dan disahkan Presiden pada 20 April 1999 dalam LN RI No. 42 Tahun 1999.⁴ Keamanan pelanggan ialah sistem hukum bertujuan menjaga hak dan kepentingan pelanggan agar tidak dirugikan.⁵ UU No. 8 Tahun 1999 menjadi pijakan utama yang menjamin keamanan pelanggan di Indonesia. Regulasi ini menjamin prerogatif pelanggan atas produk dan pelayanan yang layak, termasuk air minum dalam kemasan. Produk tersebut wajib memenuhi standar kelayakan konsumsi. Perlindungan hak konsumen berlaku tidak hanya secara nasional, tetapi juga selaras dengan ketentuan internasional.⁶

Pelaksanaan UUPK masih terhambat oleh rendahnya kesadaran konsumen akan hak-haknya, minimnya pendidikan konsumen, serta belum adanya pendekatan strategis untuk membekali konsumen menghadapi tantangan pasar bebas.⁷

Subjek hukum perlindungan konsumen terdiri dari konsumen (Pasal 1 ayat 2 UUPK) serta pedagang (Pasal 1 ayat 3 UUPK). Adapun objek hukum dalam perlindungan konsumen adalah pemanfaatan produk dan pelayanan.⁸

Apabila produk yang diterima melenceng dari ketentuan /mengalami cacat, pelanggan berwenang menuntut penggantian, perbaikan, serta kompensasi sebagaimana dijamin dalam ketentuan perlindungan konsumen.⁹

Peran negara dalam perlindungan konsumen mencakup peningkatan standar, pemberdayaan, serta pengawasan mutu dan peredaran barang. Pelaku usaha yang melanggar bisa dikenai sanksi penjara dua tahun atau denda Rp500 juta. Bila kewenangan konsumen

⁴ Muhamad Qustulani, 2018, *Perlindungan hukum dan konsumen*, Tangerang: PSP Nusantara Press

⁵ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Perlindungan_konsumen

⁶ Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen

⁷ <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/A11A/2018/A.111.18.0175/A.111.18.0175-15-File-Komplit-20230901115019.pdf>

⁸ <http://pustaka.ut.ac.id/lip/wp-content/uploads/pdfmk/HKUM431202-M1.pdf>

⁹ Pasal 4 Huruf h UU Perlindungan Konsumen

sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 tidak dipenuhi, pelaku dapat digugat ke badan sengketa atau pengadilan di wilayah konsumen.¹⁰

Pasal 2 UU No. 8 Tahun 1999 menyatakan keamanan pelanggan berlandaskan asas kegunaan, proporsionalitas, keadilan, perlindungan terhadap bahaya, dan jaminan hukum. Asas keamanan dan keselamatan memastikan konsumen terlindungi saat memakai produk/pelayanan.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana regulasi terhadap perlindungan konsumen di Indonesia?
2. Bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha dalam menjamin perlindungan konsumen terkait produk air mineral merek TIRTA TIO?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pertanggungjawaban pelaku usaha dalam menjamin Perlindungan Konsumen dalam memproduksi air mineral
2. Mengidentifikasi bentuk perlindungan hukum bagi keamanan dan kenyamanan konsumen
3. Menganalisis aspek hukum perlindungan konsumen terhadap air mineral merek TIRTA TIO.

¹⁰ Pasal 62 dan Pasal 63 UUPK

D. Manfaat Penelitian

1. Mengedukasi masyarakat terkait perlindungan konsumen dan peraturan perundang-undangan yang mengaturnya.
2. Memberikan pengetahuan spesifik tentang bentuk perlindungan konsumen terhadap produk air mineral, khususnya merek TIRTA TIO di Desa Parsaoran Sibisa, Kecamatan Ajibata, Kabupaten Toba.