

KETIDAKSESUAIAN PENCANTUMAN UKURAN YANG TERDAPAT PADA KEMASAN DENGAN PRODUK ASLINYA (STUDI PADA MINI MART DI SESETAN DENPASAR)

Oleh :
Komang Prayuda Devi Kurniawati
I Gede Putra Ariana

Bagian Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Udayana

Abstrak

Jurnal ini berjudul Ketidaksesuaian Pencantuman Ukuran Yang Terdapat Pada Kemasan Dengan Produk Aslinya Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Latar belakang penulisan jurnal ini adalah adanya ketidaksesuaian pencantuman ukuran yang terdapat pada kemasan dengan produk aslinya yang telah menimbulkan kerugian bagi konsumennya. Jurnal ini mengangkat permasalahan yang mempunyai tujuan penulisan yaitu tentang tanggung jawab pelaku usaha yang mengedarkan produk yang tidak sesuai ukuran sebenarnya. Penyusunan jurnal ini dilakukan dengan menggunakan metode yuridis empiris, yang bersumber pada data primer yaitu data yang didapat langsung dari sebuah mini mart di Sesetan Denpasar sebagai sumber pertama dengan melalui penelitian lapangan. Hingga tercapainya suatu kesimpulan bahwa bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait dengan pencantuman ukuran di kemasan yang tidak sesuai dengan ukuran sebenarnya diatur pada Undang-Undang Nomor 2 tahun 1981 tentang Metrologi Legal dan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci : Tanggung Jawab, Pelaku Usaha, Ketidaksesuaian Ukuran.

Abstract

The journal is called inclusion size of the contained in packing by the original products in terms of constitution number 8 years 1999 on consumer protection. Background of writing this journal is the mismatch inclusion size contained in packing by the original products which causes loss to of consumers. This journal lift the problems that have aims of writing about the responsibility of business doers that circulate product do not reflect the actual size. The journal is done by using the method empirical juridical, are to the data primary data obtained directly from a mini mart in Sesetan Denpasar as a source of first through field research. To achieve a conclusion that its responsibilities entrepreneurs associated with inclusion size in the pack not according to the actual size set at constitution number 2 years 1981 of metrology legal and constitution number on 8 years 1999 on consumer protection.

Keyword : Responsibility, Business Doers, The Incompatibility Size.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap orang pada sewaktu-waktu dalam posisi tunggal atau sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu barang atau jasa tertentu. Keadaan yang universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen, sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang aman.¹ Jadi dalam hal ini konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan atau digunakannya. Hak untuk memperoleh keamanan ini penting karena konsumen adalah pihak yang wajib berhati-hati bukan pelaku usaha. Saat ini sering kali kita dengar tentang maraknya pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen yang acapkali diabaikan oleh pihak produsen. Produsen seringkali lebih mementingkan keuntungan yang akan diperolehnya daripada kesehatan dan hak-hak para konsumennya. Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus berdasarkan informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen, melalui iklan diberbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).²

Pencantuman informasi yang jelas pada suatu produk merupakan kewajiban dari pelaku usaha. Salah satu manfaat pencantuman informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk adalah agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tersebut. Penyampaian informasi terhadap konsumen dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi. Namun semakin banyaknya barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, semakin banyak pula cara yang akan ditempuh pelaku usaha dalam memasarkan produknya dengan tujuan meningkatkan daya beli konsumen akan produk yang ditawarkan. Salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen yaitu misalnya pencantuman informasi pada kemasan yang sering kali tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya, contohnya pencantuman ukuran yang tertera pada kemasan produk Laurier yang secara tidak sengaja ditemukan pada sebuah mini mart di Sesetan Denpasar.

¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, sinar grafika, jakarta, hal. 5.

² *Ibid*, hal. 33-34.

1.2 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dari pembuatan makalah ini adalah untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha yang mengedarkan produk yang tidak sesuai dengan pencantuman ukuran di kemasan dengan ukuran sebenarnya di sebuah mini mart Seseetan Denpasar.

II. ISI MAKALAH

2.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan jurnal ini adalah penelitian hukum yuridis empiris yaitu penelitian hukum yang hendak menelaah efektivitas suatu peraturan perundang-undangan.³ Penelitian ini bersumber pada data primer yaitu data yang didapat langsung dari masyarakat sebagai sumber pertama dengan melalui penelitian lapangan⁴. Penelitian lapangan ini dilakukan disebuah mini mart di Seseetan Denpasar.

2.2 Hasil dan Pembahasan

2.2.1 Pertanggungjawaban pelaku usaha terkait dengan pencantuman ukuran di kemasan yang tidak sesuai dengan ukuran sebenarnya

Di era saat ini, perdagangan membawa konsekuensi akan tuntutan kualitas dan kuantitas produk yang memenuhi syarat, maka sangat diperlukan harmonisasi peraturan agar setiap negara tidak perlu lagi melakukan verifikasi. Kepastian dalam pengukuran dapat menekan jumlah selisih dan biaya transaksi. Oleh karena itu pengukuran memegang peran penting dan mendapatkan perhatian para pihak yang berkepentingan setiap melakukan kontrak jual beli.

Selaras dengan berkembang pesatnya kemajuan produksi dan perdagangan, maka barang-barang dagangan dalam keadaan terbungkus mempunyai peranan yang sangat penting. Pengertian Barang Dalam Keadaan Terbungkus (BDKT) berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/10/2011

³ Amiruddin dan H. Zainal Asikin, 2010, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta, hal.137.

⁴ Suratman dan Philips Dillah, 2014, *Metode Penelitian Hukum*, Alfabeta, Bandung, hal. 53.

tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus adalah barang atau komoditas tertentu yang dimasukkan ke dalam kemasan tertutup, dan untuk mempergunakannya harus merusak kemasan atau segel kemasan yang kuantitasnya telah ditentukan dan dinyatakan pada label sebelum diedarkan, dijual, ditawarkan atau dipamerkan. Namun dalam perkembangannya Barang Dalam Keadaan Terbungkus berpotensi menimbulkan permasalahan bagi konsumen. Dengan dibungkus atau dikemasnya barang tersebut bukan tidak mungkin menimbulkan permasalahan baru bagi konsumen.

Ironisnya dalam realita yang telah ditemukan maka dengan mudah dapat kita jumpai pelaku usaha yang memproduksi atau menjual produknya memiliki kemasan yang pencantuman ukurannya tidak sesuai dengan isi produknya. Apakah ini merupakan trik dari pelaku usaha untuk menarik konsumen?. Jika konsumen tidak cerdas dalam menyikapi hal ini maka bisa saja konsumen akan merasa tertipu (*misleading*).

Contoh nyata, penjualan sebuah pembalut oleh seorang pelaku usaha yaitu mini mart yang terletak di kawasan Denpasar Selatan. Pelaku usaha tersebut menjual sebuah pembalut yang bermerk LAURIER yang dalam kemasannya tertera berukuran 35cm namun pada kenyataannya ukuran sebenarnya produk tersebut adalah 34cm. Hal tersebut jelas secara tidak langsung merupakan penipuan terhadap konsumen.

Dalam Undang-Undang Nomor 2 tahun 1981 tentang Metrologi Legal (UUML) pada Bab VI pasal 22 dan 23 telah mengatur tentang BDKT. Pada pasal 22 ayat (1) huruf b menyatakan bahwa semua barang dalam keadaan terbungkus yang diedarkan, dijual, ditawarkan atau dipamerkan wajib diberitahukan atau dinyatakan pada bungkus atau pada labelnya dengan tulisan yang singkat, benar, dan jelas mengenai ukuran, isi, atau berat bersih barang dalam bungkus. Dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 8 huruf c tentang Perlindungan Konsumen menyatakan “pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang: tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran sebenarnya”.

Terkait dengan permasalahan yang saya temukan, sanksi-sanksi yang bisa dikenakan atas pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha adalah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 19 ayat (1) yang berbunyi “Pelaku usaha bertanggungjawab memberi ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau

diperdagangkan”. Sejalan dengan itu, sanksi lain juga diatur dalam pasal 60 ayat (2) yang menyatakan bahwa sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00.

III. KESIMPULAN

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/10/2011 tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus, bahwa dalam perkembangannya Barang Dalam Keadaan Terbungkus berpotensi menimbulkan permasalahan baru bagi konsumen yaitu produk LAURIER yang dalam kemasannya tertera 35cm namun kenyataannya berukuran 34cm. Barang dalam keadaan terbungkus diatur pada Undang-Undang Nomor 2 tahun 1981 tentang Metrologi Legal pada Bab VI pasal 22 dan pasal 23 dan juga dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan bentuk tanggung jawab pelaku usaha yang mengedarkan produk yang ukurannya tidak sesuai dengan aslinya akan dikenakan sanksi yang diatur pada pasal 19 ayat (1) dan pasal 60 ayat (2).

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Amirudin dan Zainal Asikin, 2010, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.

Suratman dan Philips Dillah, 2014, *Metode Penelitian Hukum*, Alfabeta, Bandung.

<http://www.ylki.or.id>

Perundang-undangan :

Undang-Undang Nomor 2 tahun 1981 tentang Metrologi Legal

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/10/2011
Tentang Barang Dalam Keadaan Terbungkus