



TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP PENYESATAN ASAL DAERAH SUATU BARANG

Ahmad Mukti Wibowo

Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta

ahmad.mukti@ui.ac.id

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk menganalisis tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap penyesatan asal daerah suatu barang dan menganalisis akibat hukum bagi pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan asal daerah suatu barang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan pendekatan kasus. Hasil penelitian menunjukkan beberapa hal. Pertama, tanggung jawab hukum pelaku usaha yang menyesatkan asal daerah suatu barang berupa tanggung jawab hukum secara perdata dan secara pidana. Tanggung jawab hukum pelaku usaha secara perdata berupa pelaku usaha memberikan ganti rugi kepada konsumen yang telah dirugikan oleh pelaku usaha. Tanggung jawab hukum pelaku usaha secara pidana berupa pelaku usaha dan/atau pengurusnya dipidana dengan pidana penjara atau pidana denda. Kedua, akibat hukum bagi pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan asal daerah suatu barang yaitu pelaku usaha dan/atau pengurusnya dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pelaku usaha dan/atau pengurusnya dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Kata kunci: *Tanggung Jawab, Pelaku Usaha, Penyesatan, Daerah, Barang.*

Abstract: *The purpose of this research is to analyze the legal responsibilities of the entrepreneurs that are to mislead the area origin a goods and to analyze the legal consequences for the entrepreneurs upon advertisements that to mislead the area origin a goods. This research uses a normative juridical research method with a case approach. The results of this research to show several things. First, the legal responsibilities of entrepreneurs that are to mislead the area origin a goods in the form of legal responsibilities are civilly and criminally. The legal responsibilities of entrepreneurs civilly in the form of the entrepreneurs to give compensation to consumers that has been harmed by the entrepreneurs. The legal responsibilities of entrepreneurs criminally in the form of the entrepreneurs and/or their administrators shall be imposed imprisonment criminal penalty or fine penalty. Second, the legal consequences for the entrepreneurs upon advertisements that to mislead the area origin a goods namely the entrepreneurs shall be imposed imprisonment criminal penalty maximum 5 (five) years or the entrepreneurs shall be imposed fine penalty maximum Rp2.000.000.000,00 (two billion rupiah).*

Keyword: *Responsibility, Entrepreneur, Misleadingly, Area, Goods.*

PENDAHULUAN

Dalam kegiatan perdagangan terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha

dengan konsumen. Hubungan tersebut merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Dalam hubungan tersebut, kepentingan pelaku usaha

yaitu memperoleh keuntungan dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen yaitu memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhan hidupnya terhadap suatu produk barang atau jasa tertentu yang diiklankan, ditawarkan dan dijual oleh pelaku usaha (Suraji & Pranoto, 2013: 6).

Pada kegiatan perdagangan ada pelaku usaha yang berperilaku baik dan banyak pula pelaku usaha yang berperilaku buruk (Idris & Apriani, 2019: 19). Dalam kegiatan bisnis dan perdagangan yang dilakukan oleh pelaku usaha, motif ekonomi dan tujuan dari pelaku usaha yaitu memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Hal tersebut menyebabkan banyak pelaku usaha yang menghalalkan berbagai macam cara dan berlaku curang agar tercapainya motif ekonomi dan tujuannya tersebut (Laksmi & Sukranatha, 2020: 41). Kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut bukan hanya merugikan konsumen, tetapi juga merugikan pelaku usaha lain yang beritikad baik, jujur dan bertanggung jawab (Hartanto, 2016: 316).

Konsumen sebagai pemakai dan pengguna produk barang atau jasa seringkali diabaikan hak-haknya oleh para pelaku usaha, salah satu faktor yang mempengaruhi hal tersebut yaitu faktor pelaku usaha yang menganggap bahwa konsumen mudah dieksploitasi dan dipengaruhi untuk mengkonsumsi segala bentuk produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha (Mahayana, Dewi & Suryani, 2021: 497).

Namun. Dalam kenyataannya tidak sedikit praktik bisnis curang

yang dilakukan oleh pelaku usaha menjerus ke arah tindakan/perbuatan pidana dan merugikan konsumen. Bentuk praktik bisnis curang yang dilakukan oleh pelaku usaha salah satunya yaitu pemberian informasi yang tidak benar atau bohong mengenai suatu produk barang yang dijual oleh pelaku usaha kepada konsumen, sehingga konsumen terkecoh dan dirugikan karena konsumen tidak mendapatkan produk barang yang sesuai dengan informasi yang telah diberikan dan disampaikan oleh pelaku usaha. Pemberian informasi yang tidak benar atau bohong tersebut dilakukan oleh pelaku usaha dengan tujuan agar pelaku usaha memperoleh keuntungan yang bertentangan dengan hukum (Amrani, 2015: 188).

Pelaku usaha melakukan segala macam cara untuk menarik minat konsumen dan untuk memperoleh keuntungan, salah satu caranya melalui iklan. Banyak konsumen yang mengalami kerugian akibat iklan mengenai produk barang yang dijual tidak benar atau bohong. Konsumen tidak menikmati apa yang dijanjikan oleh pelaku usaha di dalam iklan tersebut (Safitri, 2021: 542).

Konsumen sangat memerlukan informasi mengenai produk barang yang dijual oleh pelaku usaha dengan informasi yang jujur, sebenar-benarnya dan tidak menyesatkan konsumen (Ikhsani & Amir, 2022: 85). Hak konsumen atas informasi yang jujur dan akurat atas suatu produk barang ini penting bagi konsumen karena konsumen memerlukan data dan fakta agar dapat menentukan pilihan

berdasarkan informasi yang tersedia (Yuliati, 2018: 543).

Iklan merupakan alat bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk barangnya kepada konsumen dengan tujuan agar iklan tersebut dapat mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk menggunakan atau mengonsumsi produk barang dari pelaku usaha tersebut. Demikian juga sebaliknya, dari iklan tersebut maka konsumen akan memperoleh gambaran tentang produk barang yang dipasarkan, ditawarkan dan dijual oleh pelaku usaha. Namun masalahnya adalah iklan tersebut tidak selamanya memberikan informasi yang benar tentang suatu produk barang, sehingga konsumen dapat saja menjatuhkan pilihannya terhadap suatu produk barang tertentu berdasarkan informasi yang tidak benar atau bohong (Simorangkir, Kalo, Hamdan & Harianto, 2016: 86).

Hubungan konsumen dengan pelaku usaha adalah hubungan yang tidak seimbang dilihat dari posisi tawarnya (*bargaining position*). Konsumen selaku pihak yang membutuhkan barang dan/atau jasa memiliki posisi tawar (*bargaining position*) berada dibawah pelaku usaha, karena pelaku usaha sebagai pihak yang memiliki barang dan/atau jasa dan pelaku usaha memiliki modal untuk mempermainkan hasil produksinya di pasaran (Fibrianti, 2015: 122). Kondisi dan fenomena tersebut mengakibatkan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, iklan, cara penjualan,

serta penerapan perjanjian standar/baku yang merugikan konsumen.

Kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen tersebut timbul sebagai akibat dari adanya hubungan hukum perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, maupun timbul sebagai akibat dari adanya perbuatan melanggar hukum yang telah dilakukan oleh pelaku usaha (Delpyra, Sastro & Jafar, 2021: 147).

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas maka diperlukan adanya suatu peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan hubungan dan kedudukan antara pelaku usaha dengan konsumen, untuk menjamin adanya kepastian hukum dan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Oleh karena itu maka Presiden Republik Indonesia dengan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) kemudian mengundang dan memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Kehadiran UUPK menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen. Diakui bahwa undang-undang tersebut bukanlah yang pertama dan terakhir, karena sebelumnya telah ada beberapa rumusan hukum yang melindungi konsumen yang tersebar dalam beberapa peraturan perundang-undangan (Samsul, 2004: 19).

UUPK telah mengatur mengenai perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha tersebut telah diatur di dalam

ketentuan Pasal 8 sampai dengan Pasal 18 UUPK.

Salah satu perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 9 Ayat (1) huruf h UUPK yaitu Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut berasal dari daerah tertentu (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen). Namun dalam kenyataannya sampai dengan saat ini masih ada saja pelaku usaha yang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut berasal dari daerah tertentu. Hal tersebut telah terbukti dari adanya putusan Pengadilan yang telah berkekuatan hukum tetap yaitu Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor: 36 K/Pid.Sus/2019 tanggal 21 Maret 2019 *juncto* Putusan Pengadilan Tinggi Jawa Timur Nomor: 155/PID.SUS/2018/PT.SBY tanggal 10 April 2018 *juncto* Putusan Pengadilan Negeri Gresik Nomor:342/Pid.Sus/2017/PN.Gsk tanggal 7 Desember 2017.

POKOK PERMASALAHAN

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap penyesatan asal daerah suatu barang? (2) Bagaimana akibat hukum bagi pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan asal daerah suatu barang?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu yuridis normatif. Yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sistem norma. Sistem norma yang dimaksud adalah mengenai asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, serta doktrin/ajaran (Fajar & Ahmad, 2010: 34). Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kasus (*case approach*). Pendekatan kasus (*case approach*) dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap (Marzuki, 2011: 94).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier (Soekanto & Mamudji, 2015: 33). Semua data sekunder tidak didapatkan secara langsung dari lapangan, tetapi didapatkan melalui studi kepustakaan.

Setelah semua data sekunder terkumpul secara komprehensif, maka kemudian semua data sekunder yang didapatkan melalui studi kepustakaan tersebut dianalisis secara kualitatif untuk memahami pokok permasalahan penelitian dan memperoleh pengetahuan serta informasi untuk menjawab pokok permasalahan penelitian yang ada.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap penyesatan asal daerah suatu barang

Dalam rangka untuk menjamin suatu penyelenggaraan perlindungan konsumen, maka Pemerintah menuangkan perlindungan konsumen dalam bentuk suatu produk hukum tertulis yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Hal ini sangatlah penting karena dengan adanya UUPK ini maka memaksa para pelaku usaha untuk menaati UUPK ini dan dalam UUPK ini terdapat sanksi yang tegas bagi pelaku usaha yang melanggar UUPK (Putranto, 2019: 178). UUPK ini merupakan payung hukum pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia. Keberadaan UUPK ini mengintegrasikan berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur dan melindungi konsumen baik yang ada sebelum maupun sesudah berlakunya UUPK (Suwandono, 2019: 48). UUPK ini bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha (Handayani & Ilyas, 2018: 93). Hak-hak dan kewajiban-kewajiban pelaku usaha maupun konsumen telah diatur di dalam UUPK. Sehingga diharapkan

dengan adanya UUPK ini maka tercipta sistem yang kondusif dan tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai dan terwujud menjadi kenyataan (Mannas, 2015: 92).

UUPK ini dijadikan sebagai dasar pedoman dalam menjalankan ketentuan hukum perlindungan konsumen serta memperjelas hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari masing-masing pihak ketika saling berinteraksi. Dengan adanya landasan hukum yang menjamin hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari masing-masing pihak ketika saling berinteraksi tersebut, maka akan berimplikasi pada terwujudnya kenyamanan dalam melakukan kegiatan berusaha dan terwujudnya hubungan dan kedudukan yang seimbang antara pelaku usaha dengan konsumen. Disamping mengatur mengenai hak-hak dan kewajiban-kewajiban, UUPK ini juga mengatur mengenai tanggung jawab yang harus dipikul oleh pelaku usaha ketika pelaku usaha menjalankan kegiatan usahanya (Hutauruk & Hutabarat, 2021: 368).

UUPK mengatur tentang perlindungan terhadap konsumen sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1 Angka 1 UUPK bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum yang dimaksud dalam pengertian ini meliputi segala upaya untuk memberdayakan konsumen untuk memperoleh atau menentukan pilihannya atas produk barang

atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila konsumen dirugikan oleh pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut. Dengan kata lain UUPK secara tegas telah memberikan jaminan perlindungan terhadap konsumen jika konsumen dirugikan oleh pelaku usaha (Helmi, 2015: 78).

Berdasarkan UUPK maka kemudian lahirlah Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Anggota BPKN terdiri dari perwakilan pemerintah, akademisi, tenaga ahli dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Fungsi dan tugas BPKN ditetapkan dalam Pasal 33 dan Pasal 34 UUPK. Visi BPKN adalah mewujudkan konsumen yang bermartabat dan pelaku usaha yang bertanggung jawab (Bpkn.go.id, 2022).

Menurut ketentuan Pasal 1 Angka 3 UUPK, 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, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Pertanggungjawaban erat kaitannya dengan hubungan

hukum yang timbul antara kedua belah pihak, yakni pihak yang menuntut pertanggungjawaban dengan pihak yang dituntut untuk bertanggung jawab. Pertanggungjawaban dapat dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu: (1) Pertanggungjawaban atas dasar kesalahan, yang dapat lahir karena terjadinya wanprestasi, timbulnya Perbuatan Melawan Hukum (PMH), tindakan yang kurang hati-hati; (2) Pertanggungjawaban atas dasar risiko, yaitu tanggung jawab yang harus dipikul sebagai risiko yang harus diambil oleh seorang pengusaha maupun pelaku usaha atas kegiatan usahanya (Afrilia & Sulistyaningrum, 2017: 4956). Dalam hal ini pihak yang menuntut pertanggungjawaban adalah konsumen, sedangkan pihak yang dituntut untuk bertanggung jawab adalah pelaku usaha.

UUPK telah mengatur mengenai perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dan telah mengatur mengenai tanggung jawab hukum pelaku usaha. Perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha telah diatur di dalam ketentuan Pasal 8 sampai dengan Pasal 18 UUPK. Sedangkan tanggung jawab hukum pelaku usaha telah diatur di dalam ketentuan Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 UUPK.

Salah satu perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 9 Ayat (1) huruf h UUPK yaitu pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang secara tidak benar, dan/atau seolah-olah

barang tersebut berasal dari daerah tertentu.

Pelaku usaha wajib bertanggung jawab secara hukum jika pelaku usaha tersebut telah melakukan suatu perbuatan yang dilarang oleh UUPK, termasuk jika pelaku usaha tersebut telah melakukan perbuatan mengiklankan suatu barang dengan menyesatkan asal daerah suatu barang sehingga merugikan konsumen sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Pasal 9 Ayat (1) huruf h UUPK.

Berdasarkan ketentuan Pasal 19 UUPK, "pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi 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. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. Tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen."

Berdasarkan Pasal 22 dan Pasal 28 UUPK, pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan pelaku usaha dalam kasus perdata maupun dalam kasus pidana merupakan beban dan tanggung jawab dari pelaku usaha. Pembuktian ini disebut beban pembuktian terbalik (Simatupang, 2017: 43).

Dalam UUPK menganut beban pembuktian terbalik yang berbeda dengan beban pembuktian dalam Pasal 163 HIR/283 Rbg. Menurut Pasal 163 HIR/283 Rbg menyatakan bahwa: "barang siapa mengaku mempunyai suatu hak, atau menyebutkan suatu peristiwa (kejadian) untuk meneguhkan hak itu atau untuk membantah hak orang lain, harus membuktikan adanya hak itu atau adanya peristiwa (kejadian) itu." Pasal 163 HIR/283 Rbg ini menyatakan bahwa siapa yang mendalilkan sesuatu maka dialah yang mempunyai kewajiban untuk membuktikannya (Syam, 2018: 94). Dalam perkara yang berkaitan dengan konsumen dan pelaku usaha, Pasal 163 HIR/283 Rbg ini tidak berlaku dan tidak dapat diterapkan. Hal tersebut sesuai dengan ketentuan Pasal 22 dan Pasal 28 UUPK yang mengatur mengenai pembuktian terbalik.

Pemberlakuan sistem pembuktian terbalik dalam UUPK ini dapat dipahami mengingat pelaku usaha memiliki kemampuan untuk menggunakan fasilitas peralatan dan sarana lainnya yang dapat digunakan dalam memeriksa, meneliti dan memastikan apakah kerugian yang

dialami oleh konsumen tersebut akibat mengkonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha merupakan kesalahan dari pelaku usaha atau kesalahan dari konsumen itu sendiri (Mamengko, 2016: 172).

Setiap pelaku usaha harus bertanggung jawab secara hukum atas kerugian yang diderita oleh konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha (Apriani, Iman & Zubaedah, 2019: 254). Tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap penyesatan asal daerah suatu barang dibagi menjadi 2 (dua) yaitu: (1) tanggung jawab hukum pelaku usaha secara perdata; dan (2) tanggung jawab hukum pelaku usaha secara pidana. Tanggung jawab hukum pelaku usaha secara perdata berupa pelaku usaha tersebut memberikan ganti rugi kepada konsumen yang telah dirugikan oleh pelaku usaha. Hal tersebut sebagaimana telah diatur dalam ketentuan Pasal 9 Ayat (1) huruf h UUPK *juncto* Pasal 19 Ayat (1), (2) dan (3) UUPK. Tanggung jawab hukum pelaku usaha secara pidana berupa pelaku usaha dan/atau pengurusnya tersebut dikenakan sanksi pidana penjara atau pidana denda. Hal tersebut sebagaimana telah diatur dalam ketentuan Pasal 9 Ayat (1) huruf h UUPK *juncto* Pasal 19 Ayat (4) UUPK *juncto* Pasal 61 dan 62 UUPK.

Pasal 61 UUPK menyatakan bahwa “penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.”

Berdasarkan ketentuan Pasal 62 Ayat (1) UUPK, “pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 UUPK dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”

Selain pelaku usaha dan/atau pengurusnya dikenakan sanksi pidana penjara atau pidana denda, terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya tersebut juga dapat dijatuhkan hukuman tambahan sebagaimana diatur dalam Pasal 63 UUPK.

Pasal 63 UUPK menyatakan bahwa “terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62 UUPK, dapat dijatuhkan hukuman tambahan berupa:

- a. Perampasan barang tertentu;
- b. Pengumuman keputusan hakim;
- c. Pembayaran ganti rugi;
- d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. Pencabutan izin usaha.”

2. Akibat hukum bagi pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan asal daerah suatu barang

Sistem hukum adalah kesatuan peraturan hukum, yang terdiri atas bagian yang mempunyai kaitan interaksi antara satu dengan lainnya, tersusun sedemikian rupa menurut asas-asasnya, yang berfungsi untuk mencapai suatu tujuan. Sistem hukum dunia bermula dari pemikiran Plato mengenai Negara hukum dengan konsepnya bahwa

penyelenggaraan Negara yang baik ialah yang didasarkan pada pengaturan yang baik. Prinsip utama yang mendasari sistem hukum Eropa Kontinental atau *Civil Law* adalah bahwa hukum memperoleh kekuatan mengikat karena diwujudkan. Kekuatan mengikat karena diwujudkan artinya bahwa hukum memperoleh kekuatan mengikat karena diwujudkan dalam peraturan yang berbentuk undang-undang dan tersusun secara sistematis di dalam kodifikasi dan kompilasi tertentu semata-mata untuk kepastian hukum. Kepastian hukum hanya dapat diwujudkan kalau pergaulan atau hubungan dalam masyarakat diatur dalam peraturan tertulis (Putra, 2016: 236). Kepastian hukum pada hakekatnya merupakan tujuan utama dari hukum.

Indonesia adalah Negara hukum. Suatu Negara dapat dikatakan sebagai Negara hukum (*rule of law*) jika superioritas hukum telah dijadikan sebagai aturan main (*fair play*) dalam penyelenggaraan pemerintahan Negara, terutama dalam memelihara ketertiban dan perlindungan terhadap hak-hak warganya (Afriana, Mantili & Rahmawati, 2018: 454).

Dalam rangka mewujudkan Indonesia sebagai Negara hukum dan mewujudkan kepastian hukum serta mewujudkan perlindungan terhadap konsumen, maka kemudian diundangkan dan diberlakukan suatu peraturan perundang-undangan tertulis yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen (UUPK). UUPK ini juga sebagai aturan main dalam kegiatan perdagangan antara pelaku usaha dengan konsumen.

Berdasarkan ketentuan Pasal 6 Ayat (1) huruf i Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 (UU Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan), "materi muatan peraturan perundang-undangan harus mencerminkan asas ketertiban dan kepastian hukum" (Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan Sebagaimana Telah Diubah Dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019).

Dalam rangka mewujudkan ketertiban dan kepastian hukum di dalam masyarakat, maka dalam suatu peraturan perundang-undangan perlu memuat ketentuan mengenai sanksi bagi pelanggar peraturan perundang-undangan tersebut. Sanksi perlu dicantumkan dalam suatu peraturan perundang-undangan agar peraturan perundang-undangan tersebut ditaati oleh masyarakat (Wijayanti, 2020: 441). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memberikan pengertian terhadap Sanksi sebagai berikut: "Tanggungan (tindakan, hukuman, dan sebagainya) untuk memaksa orang menepati perjanjian atau menaati ketentuan undang-undang (anggaran dasar, perkumpulan dan sebagainya): dalam aturan tata tertib harus ditegaskan apa

sanksinya kalau ada anggota yang melanggar aturan-aturan itu” (Kbbi.web.id, 2022).

Ketentuan mengenai sanksi bagi pelanggar UUPK telah diatur di dalam Pasal 60 sampai dengan Pasal 63 UUPK. Sanksi yang telah diatur di dalam UUPK berupa sanksi administratif atau sanksi pidana.

Salah satu perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 9 Ayat (1) huruf h UUPK yaitu Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut berasal dari daerah tertentu. Dengan perkataan lain, pelaku usaha dilarang mengiklankan suatu barang dengan menyesatkan asal daerah suatu barang. Namun dalam kenyataannya sampai dengan saat ini masih ada saja pelaku usaha yang mengiklankan suatu barang dengan menyesatkan asal daerah suatu barang.

Berdasarkan Pasal 61 UUPK, “penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.” Menurut Pasal 62 Ayat (1) UUPK, “pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 UUPK dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka disimpulkan bahwa akibat hukum bagi pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan asal daerah suatu barang yaitu pelaku

usaha dapat dikenakan sanksi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pelaku usaha dapat dikenakan sanksi pidana denda dengan jumlah denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Hal tersebut telah terbukti dari adanya putusan pengadilan yang telah berkekuatan hukum tetap yaitu di dalam Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor: 36 K/Pid.Sus/2019 tanggal 21 Maret 2019 *juncto* Putusan Pengadilan Tinggi Jawa Timur Nomor: 155/PID.SUS/2018/PT.SBY tanggal 10 April 2018 *juncto* Putusan Pengadilan Negeri Gresik Nomor:342/Pid.Sus/2017/PN.Gsk tanggal 7 Desember 2017.

Dalam putusan pengadilan tersebut Terdakwa AB selaku Direktur Utama PT. G (Persero) telah dijatuhi sanksi pidana penjara selama 6 (enam) bulan. Sanksi pidana penjara selama 6 (enam) bulan tersebut telah dijatuhkan kepada terdakwa AB selaku Direktur Utama PT. G (Persero) karena terdakwa AB selaku Direktur Utama PT. G (Persero) telah terbukti secara sah dan meyakinkan bersalah melakukan tindak pidana menawarkan suatu barang secara tidak benar dan seolah-olah barang tersebut berasal dari daerah tertentu.

SIMPULAN

Tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap penyesatan asal daerah suatu barang berupa tanggung jawab hukum pelaku usaha secara perdata dan secara pidana.

Tanggung jawab hukum pelaku usaha secara perdata berupa pelaku usaha tersebut memberikan ganti rugi kepada konsumen yang telah dirugikan oleh pelaku usaha. Sedangkan tanggung jawab hukum pelaku usaha secara pidana berupa pelaku usaha dan/atau pengurusnya tersebut dikenakan sanksi pidana penjara atau pidana denda. Akibat hukum bagi pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan asal daerah suatu barang yaitu pelaku usaha dapat dikenakan sanksi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pelaku usaha dapat dikenakan sanksi pidana denda dengan jumlah denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Pemerintah perlu secara rutin dan sering melakukan penyebarluasan informasi kepada para pelaku usaha mengenai perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, mengenai tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap penyesatan asal daerah suatu barang dan mengenai akibat hukum bagi pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan asal daerah suatu barang. Sehingga tujuan dari diundangkannya dan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dapat terwujud menjadi kenyataan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Suraji dan Pranoto. (2013). *Pemberdayaan Dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Rangka Melindungi Kepentingan*
- [2] Idris, Zulherman dan Desi Apriani. (2019). *Tinjauan Terhadap Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dari Perspektif Hukum Perlindungan Hukum*, Jurnal Panorama Hukum Vol. 4, No. 1.
- [3] Laksmi, Made Helena Putri dan Anak Agung Ketut Sukranatha. (2020). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Pengguna Jalan Yang Dirugikan Akibat Kegiatan Promosi Di Jalan Raya*, Jurnal Kertha Desa Vol. 8, No. 4.
- [4] Hartanto, Heri. (2016). *Perlindungan Hak Konsumen Terhadap Pelaku Usaha Yang Dinyatakan Pailit*, Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER Vol. 2, No. 2.
- [5] Mahayana, I Gusti Bagus Guna, Anak Agung Sagung Laksmi Dewi dan Luh Putu Suryani. (2021). *Akibat Hukum Terhadap Pembelian Suatu Barang Secara Online*, Jurnal Konstruksi Hukum Vol. 2, No. 3.
- [6] Amrani, Hanafi. (2015). *Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Bisnis Curang Dan Upaya Penegakannya Melalui Sarana Hukum Pidana*, Jurnal Ilmiah Hukum: Negara Hukum Vol. 6, No. 2.
- [7] Safitri, Putri Utami Dian. (2021). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Atas Iklan Produk Kosmetik Yang Menyesatkan*, Jurnal Legislasi Indonesia Vol. 18, No. 4.
- [8] Ikhsani, Dio Viragus dan Diana Amir. (2022). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap*

- Konsumen Atas Iklan Yang Menyebabkan Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, *Zaaken: Journal Of Civil And Business Law* Vol. 3, No. 1.
- [9] Yuliati. (2018). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terkait Peredaran Pangan Hasil Rekayasa Genetika Di Indonesia*, *Jurnal Arena Hukum* Vol. 11, No. 3.
- [10] Simorangkir, Julieta Santi, Syafruddin Kalo, M. Hamdan dan Dedi Harianto. (2016). *Tindak Pidana Penipuan Terkait Dengan Iklan Penjualan Barang Yang Merugikan Konsumen*, *USU Law Journal* Vol. 4, No. 1.
- [11] Fibrianti, Nurul. (2015). *Perlindungan Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Jalur Litigasi*, *Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER* Vol. 1, No. 1.
- [12] Delpyra, Hanny, Marlia Sastro dan Sofyan Jafar. (2021). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pengguna Kosmetik Yang Dijual Melalui Media Sosial*, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh* Vol. 4, No. 2.
- [13] Samsul, Inosentius. (2004). *Perlindungan Konsumen: Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, hlm. 19.
- [14] Fajar, Mukti dan Yulianto Ahmad. (2010). *Dualisme Penelitian Hukum Normatif Dan Hukum Empiris*. Pusaka Pelajar, Yogyakarta, hlm. 34.
- [15] Marzuki, Peter Mahmud. (2011). *Penelitian Hukum*. Kencana, Jakarta, hlm. 94.
- [16] Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. (2015). *Penelitian Hukum Normatif Tinjauan Singkat*. Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 33.
- [17] Putranto, Irvan Adi. (2019). *Kajian Hukum Terhadap Pelaksanaan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Di Pengadilan Negeri*, *Jurnal Masalah-Masalah Hukum* Vol. 48, No. 2.
- [18] Suwandono, Agus. (2019). *Pendekatan Holistik Transportasi Berbasis Aplikasi Dalam Kerangka Hukum Perlindungan Konsumen*, *Jurnal Mimbar Hukum* Vol. 31, No. 1.
- [19] Handayani, Dwi dan Muhammad Ilyas. (2018). *Problematika Hukum Dan Alternatif Penyelesaiannya Bagi Konsumen Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Dan Grabcar Sebagai Angkutan Berbasis Online*, *Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER* Vol. 4, No. 2.
- [20] Mannas, Yussy Adelina. (2015). *Upaya Keberatan Atas Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, *Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER* Vol. 1, No. 1.
- [21] Hutaeruk, Rebekka Silawati dan Sylvana Murni Deborah Hutabarat. (2021). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pengedar Produk Pangan Impor Ilegal*, *Jurnal Justitia: Jurnal Ilmu*

- Hukum Dan Humaniora Vol. 8, No. 3.
- [22] Helmi, Hanum Rahmaniar. (2015). *Eksistensi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Dalam Memutus Sengketa Konsumen Di Indonesia*, Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER Vol. 1, No. 1.
- [23] Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2022). *Tugas Dan Fungsi Badan Perlindungan Konsumen Nasional*, <https://bpkn.go.id/posts/show/id/2149>, diakses pada 15 Juli 2022.
- [24] Afrilia, Dian dan Helena Primadianti Sulistyaningrum. (2017). *Implementasi Prinsip Strict Liability (Prinsip Tanggung Jawab Mutlak) Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Jurnal Simbur Cahaya Vol. 24, No. 3.
- [25] Simatupang, Shera Aulia. (2017). *Implementasi Prinsip Pembuktian Terbalik Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen Di BPSK*, Jurnal Dialogia Iuridica Vol. 9, No. 1.
- [26] Syam, Misnar. (2018). *Penerapan Asas Pembalikan Beban Pembuktian Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER Vol. 4, No. 1.
- [27] Mamengko, Rudolf Sam. (2016). *Pembuktian Unsur Kesalahan Dalam Gugatan Ganti Rugi Oleh Konsumen Terhadap Pelaku Usaha*, Jurnal Lex Privatum Vol. 4, No. 5.
- [28] Apriani, Rani, Candra Hayatul Iman dan Rahmi Zubaedah. (2019). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Praktik Klinik Kecantikan Illegal Di Karawang*, Jurnal IUS Kajian Hukum Dan Keadilan Vol. 7, No. 2.
- [29] Putra, I Putu Rasmadi Arsha. (2016). *Transplantasi Common Law System Ke Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen*, Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER Vol. 2, No. 2.
- [30] Afriana, Anita, Rai Mantili dan Ema Rahmawati. (2018). *Konseptualisasi Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Small Claims Procedure Di Indonesia*, Jurnal Arena Hukum Vol. 11, No. 3.
- [31] Wijayanti, Winda. (2020). *Merefleksikan Keadilan Bagi Konsumen Terkait Keputusan Promosi Transaksi Non-Tunai*, Jurnal Arena Hukum Vol. 13, No. 3.
- [32] Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2022). *Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan)*, <https://kbbi.web.id/sanksi>, diakses pada 15 Juli 2022.