

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era digital yang serba menggunakan internet memudahkan setiap orang untuk melakukan transaksi jual beli secara *online* beragam produk dapat diperdagangkan melalui *internet*, baik itu berupa barang maupun jasa. Barang yang menjadi objek jual beli harus benda tertentu yang dapat ditentukan, baik bentuk (wujud), jenis, jumlah maupun harganya dan benda itu memang benda yang boleh diperdagangkan.¹

Sistem perdagangan *elektronik* yang menggunakan *platform online* seperti *marketplace*, aplikasi-aplikasi *e-commers* dan media sosial yang berkembang menjadi *social commers*, menjadikan perdagangan elektronik semakin diminati oleh pengguna *internet*. Aplikasi media sosial yang kini berkembang dengan menyediakan fitur-fitur pendukung untuk melakukan transaksi jual beli *online* ialah aplikasi *TikTok Shop*. *The Social Commerce Landscape In Indonesia* yang melibatkan 1.020 responden usia 18-55 tahun yang ada di wilayah Indonesia dalam periode 28 Juli hingga 9 Agustus 2022 melaporkan 45% responden menggunakan *TikTok Shop* sebagai media sosial yang paling sering digunakan untuk berbelanja *online*.²

Platform e-commerce memiliki dampak yang positif maupun negatif bagi pengguna. Penting untuk bijaksana dalam memanfaatkan sisi positifnya, sementara harus selalu waspada terhadap dampak negatifnya. Salah satu dampak

¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti Cetakan ke 5, Bandung, 2017, hlm. 318.

² Serambinews.com, <https://aceh.tribunnews.com/2022/09/25/tiktok-shop-jadi-pilihan-favorit-orang-indonesia-belanja-oline-ini-sebabnya> diakses pada tanggal 15 November 2023.

negatif yang muncul adalah penggunaan *platform e-commerce* sebagai sarana untuk menjual produk kadaluwarsa dengan tujuan mendapatkan keuntungan maksimal. Penggunaan produk yang kadaluwarsa mengandung perubahan zat kimia yang dapat membahayakan kesehatan konsumen, sehingga tidak layak dikonsumsi. Produk kadaluwarsa yang tersedia di *platform e-commerce* tidak hanya terpatok pada makanan dan minuman, namun juga termasuk obat-obatan, kosmetik dan produk lainnya. Oleh karena itu, setiap pedagang diharapkan untuk secara rutin memeriksa produk sebelum dijual kepada konsumen. Konsumen juga diminta untuk waspada ketika membeli barang melalui *platform e-commerce* karena ada risiko dan bahaya yang terkait. Terlebih lagi, jika konsumen diminta untuk melakukan pembayaran di muka tanpa mengetahui kualitas barang yang akan diterima melalui transaksi tersebut.³

Konsumen perlu mendapatkan perlindungan yang memadai, baik saat membeli barang secara *online* maupun secara langsung di toko. Perlu diketahui bahwa UUPK merupakan regulasi yang melindungi hak-hak konsumen di Indonesia. Dalam Undang-Undang ini tidak lagi relevan dengan bisnis digital dan tidak dapat menyesuaikan perkembangan zaman. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan adanya regulasi hukum yang dibentuk secara terkini dan memadai agar konsumen terjamin keamanannya saat berbelanja *online*, terutama melalui *platform e-commerce*. UUPK yang baru dapat memperkuat hak-hak konsumen di Indonesia saat berbelanja *online*, khususnya melalui *platform e-commerce*.⁴

³ Pricilla Natalia Atom, *Perlindungan Terhadap Konsumen Bahan Makanan Dan Minuman Kadaluwarsa Di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur*, Jurnal Ilmiah, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2014, hlm. 15

⁴ Isabella Sucitr, "Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Kadaluwarsa

Definisi perlindungan konsumen telah diuraikan dalam UUPK Nomor 8 Tahun 1999, yaitu meliputi semua usaha yang dilaksanakan dalam rangka memperoleh kepastian hukum agar konsumen dapat terlindungi. Tindakan tidak jujur semakin tersebar luas, mulai dari pasar tradisional hingga supermarket. Faktanya lembaga pengawas yang bertugas mengawasi aktivitas pelaku usaha tidak efektif dalam melaksanakan pemeriksaan terhadap produsen nakal yang melakukan penipuan.⁵ Berdasarkan hal tersebut, pemerintah diharapkan dapat menanggapi berbagai kasus secara cepat untuk menghindari adanya konsumen yang mendapatkan kerugian karena minuman atau makanan yang telah kadaluwarsa.

Hukum Perlindungan Konsumen memiliki dua alat penting, yaitu:

1. Hukum Dasar yang menjadi landasan hukum utama di Indonesia adalah Undang-Undang Dasar 1945. Tujuan dari pembangunan nasional adalah terciptanya keadilan dan kemakmuran bagi rakyat Indonesia. Sistem demokrasi merupakan prinsip yang digunakan dalam pembangunan nasional sebagai upaya dalam membentuk lingkungan dimana jasa dan barang diproduksi secara layak untuk dapat dikonsumsi oleh warga Indonesia.
2. Pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yaitu memberikan harapan kepada masyarakat Indonesia yang diharapkan konsumen dapat terlindungi dalam jual beli barang dan jasa. Berdasarkan

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” Lex Privatum Vol. 5, No. 8, 2017, hlm. 56.

⁵ Wulandari, Yudha Sri. “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli E- Commerce*”. Jurnal Ajudikasi Vol. 2, No. 2, 2018, hlm. 68.

hal tersebut, UUPK memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian. Terdapat dua aspek perlindungan yang dapat dianalisis dalam era pasar bebas, yaitu dari perspektif pasar domestik dan pasar global. Oleh karena itu, kedua aspek ini harus diperhatikan ketika ada jasa dan barang yang diproduksi, sehingga barang tersebut dapat didistribusikan dan dikonsumsi oleh konsumen.⁶

Beberapa situasi dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen, termasuk kasus yang dialami oleh Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi Kabupaten Badung pada tahun 2019. Pada kasus tersebut ditemukan minuman dan makanan kadaluwarsa yang diedarkan oleh pedagang melalui aplikasi *TikTok*. Pengawasan yang dilaksanakan oleh pemerintah Badung tersebut menunjukkan bahwa terdapat banyak minuman dan makanan kadaluwarsa yang dijual. Tindakan tersebut menunjukkan pelaku usaha yang tidak memperhatikan perlindungan konsumen. Tindakan yang dilakukan pemerintah dalam mengatasi masalah ini adalah melalui penyitaan bahan minuman dan makanan kadaluwarsa yang selanjutnya menghancurkan minuman dan makanan tersebut sesuai dengan berita acara penghancuran dan penarikan. Tindakan ini dilaksanakan sebagai upaya yang dilaksanakan pemerintah dalam membina dan mengawasi produsen. Tetapi, upaya administratif lain dalam rangka melindungi konsumen seperti mencabut izin usaha, memberikan peringatan, pelaporan produksi yang telah mengedarkan

⁶ Atsar, Abdul dan Apriani, Rani. "*Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*", Deepublish, Yogyakarta, 2019, hlm. 113.

bahan makanan kadaluwarsa belum dilakukan sepenuhnya. ‘hal ini menunjukkan belum memadainya penegakan hukum terhadap perlindungan konsumen.⁷

Penyebabnya adalah karena paradigma perdagangan *online* memiliki karakteristik yang berbeda dengan aturan yang tercantum dalam UUPK yang lebih cenderung pada paradigma jual beli konvensional. Oleh karena itu, kegiatan perdagangan online tidak dapat diatur oleh UUPK itu sendiri. Ini menyebabkan ketidakmampuan UUPK untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman. Dari situ dapat dipahami bahwa bisnis digital tidak hanya mempengaruhi perluasan ruang dan waktu, tetapi juga memiliki pengaruh yang lebih besar. Berdasarkan hal tersebut, platform *e-commerce* yang merupakan bagian dari bisnis digital perlu mendapat perhatian khusus mengingat popularitasnya yang terus meningkat.⁸ Beberapa kelemahan penggunaan platform *e-commerce* adalah produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, proses pengiriman yang lambat, dan ancaman peretas yang mencuri data pribadi konsumen yang tersimpan dalam akun platform *e-commerce*. Untuk memberikan informasi mengenai periode waktu yang aman untuk dikonsumsi, setiap produk yang akan dijual di pasar harus dilengkapi dengan label tanggal kadaluwarsa.

Menurut Pasal 8 ayat (1) huruf g UUPK, para pelaku usaha dilarang keras untuk membuat dan menjual produk tanpa mencantumkan tanggal kadaluwarsa. Selain itu, Pasal 4 huruf (a) UUPK menjamin hak konsumen untuk keselamatan dan rasa aman saat menggunakan produk atau jasa. Oleh karena itu, jika penjual

⁷ Pricilla Natalia Atom., *Loc.Cit*, hlm. 18

⁸ Eggy Bintang P., I Gede; Sudjana, I Ketut. “*Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kadaluwarsa.*” *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, Vol. 6, No. 4, 2018, hlm. 78.

tetap menjual produk yang telah kadaluwarsa sesuai dengan label produk, hal tersebut merupakan pelanggaran terhadap hak konsumen. Mengonsumsi produk yang telah kadaluwarsa dapat membahayakan kesehatan konsumen karena bahan kimia di dalamnya telah mengalami perubahan. Dampak ringan dari mengonsumsi produk kadaluwarsa adalah gangguan pencernaan, namun produk yang sudah melewati tanggal kadaluwarsa juga dapat menyebabkan efek fatal seperti keracunan. Ini dikarenakan produk yang sudah expired mengandung bakteri berbahaya.⁹

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) merupakan lembaga pemerintah non kementerian yang terus diperkuat untuk mampu menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pengawasan obat dan makanan secara lebih efektif. Beberapa fungsi dari BPOM tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017, diantaranya adalah melakukan kebijakan nasional dalam bidang pengawasan obat dan makanan, mengawasi pelaksanaan tugas di BPOM, memberikan dukungan yang substansial kepada semua elemen organisasi di lingkungan BPOM, melakukan tindakan penegakan hukum terhadap pelanggaran dalam pengawasan obat dan makanan, memberikan edukasi teknis dan melakukan pengawasan terhadap obat dan makanan, menyusun kebijakan nasional dalam bidang pengawasan obat dan makanan. Sebagai tugas utamanya, BPOM bertanggung jawab untuk memeriksa produk-produk yang dijual di pasar guna mencegah penjualan produk- produk yang sudah kadaluwarsa. Selain itu,

⁹ Disemandi, Hari Sutra dan Nadia, Puteri Ariesta. *Produk Bahan Pangan Kadaluwarsa Yang Diperjualbelikan Di Supermarket: Suatu Kajian Hukum Perlindungan Konsumen*. Maleo Law Jurnal 5, No. 2, 2021, hlm. 14

BPOM juga melakukan inspeksi mendadak terhadap produsen yang menjual produk-produk yang sudah kadaluwarsa.¹⁰

Dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“Perlindungan Konsumen atas produk yang sudah kadaluwarsa di *E-commerce (Tiktok Shop)* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”**.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan pada latar belakang diatas, sehingga perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini ialah :

1. Bagaimanakah perlindungan konsumen atas produk yang sudah kadaluwarsa di *e-commerce* sebagaimana yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ?
2. Bagaimanakah upaya yang dapat dilakukan konsumen atas produk yang sudah kadaluwarsa di *e-commerce* sebagaimana yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan yakni :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan konsumen atas produk yang sudah kadaluwarsa di *e-commerce* sebagaimana yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹⁰ Eka Paulina Suliswati Putri, *Peran Bpom Provinsi Bali Dalam Meningkatkan Perlindungan Hukum Terkait Penjualan Donat Tanpa Dicantumkan Tanggal Kadaluwarsa*, Jurnal Ilmiah, Fakultas Hukum, Universitas Udayana, Bali, 2019, hlm. 11

2. Untuk mengetahui dan menganalisis upaya yang dapat dilakukan konsumen atas produk yang sudah kadaluwarsa di *e-commerce* sebagaimana yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

D. Manfaat Penelitian

Mengamati tujuan yang tersedia, penelitian ini diinginkan bisa menyerahkan manfaat secara teoritis maupun praktis yang meliputi :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan khususnya ilmu hukum.
 - b. Dapat menjadi bahan referensi untuk perpustakaan Universitas Malikussaleh juga perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Malikussaleh.
2. Manfaat praktis
 - a. Untuk mengetahui perlindungan konsumen atas produk yang sudah kadaluwarsa di *e-commerce* sebagaimana yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 secara ilmiah maupun prakteknya sehari-hari.
 - b. Menambah wawasan bagi peneliti, khususnya dalam upaya yang dapat dilakukan dalam menangani produk yang sudah kadaluwarsa di *e-commerce* sebagaimana yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

E. Ruang Lingkup Penelitian

Agar pembahasan permasalahan dalam penelitian ini tidak mengalami perluasan konteks dan supaya penelitian yang dilaksanakan lebih fokus serta mendalam, maka ruang lingkup perlu dibatasi. Dalam hal ini penyusun mengulas tentang Perlindungan konsumen atas produk makanan dan obat yang sudah kadaluwarsa di *e-commers (TikTok Shop)* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu termasuk sebuah referensi dasar saat melakukan suatu pengkajian dan mempunyai peranan guna memperluas teori yang hendak digunakan pada pengkajian yang hendak dilaksanakan.¹¹

Berikut beberapa penelitian terdahulu yaitu :

1. Penelitian Komang Ayu Trisna Yanti, tentang Perlindungan konsumen bagi barang kadaluwarsa yang beredar di *e-commerce* dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.¹² Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif untuk mengidentifikasi berbagai peraturan hukum yang terkait dengan perlindungan konsumen. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha tidak dijamin terpenuhi dengan benar. Meskipun hal tersebut sudah diatur dalam

¹¹Aletheia Rabbani, *Pengertian Penelitian Terdahulu Dan Manfaatnya*, <https://www.sosial79.com/2020/11/pengertian-penelitian-terdahulu-dan.html?m=1>, diakses tanggal 05 Agustus 2022.

¹² Komang. A.T.Y, “*Perlindungan Konsumen Bagi Barang Kadaluwarsa Yang Beredar Di E-Commerce Dalam Pasal Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*”, Jurnal Kewarganegaraan, Vol. 7 No.1, (2023).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam penelitian ini membahas tentang produk pangan industri rumah tangga tanpa tanggal kadaluwarsa. Penelitian ini sama-sama membahas tentang Perlindungan konsumen bagi barang kadaluwarsa yang beredar di *e-commerce* dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Namun bedanya, dipenelitian ini lebih luas analisis dalam hukum serta membahas tentang upaya terhadap konsumen atas produk makanan dan obat yang sudah kadaluwarsa di *e-commers (TikTok Shop)* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Penelitian Ketya Semaya, tentang Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap ketidaksesuaian kualitas barang yang dibeli pada aplikasi *TikTok Shop*.¹³ Penelitian ini menggunakan metode penulisan normatif dimana bersumberkan pada norma-norma hukum seperti peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan hingga norma-norma pada masyarakat yang ada dan didasarkan pada pendekatan terhadap peraturan perundang-undangan. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa adanya bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai ketidaksesuaian kualitas barang yang dibeli dengan yang dipromosikan di *TikTok Shop* khususnya pada Pasal 4 huruf c dan h Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 7 huruf b dan f Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang

¹³ Ketya, Semaya. “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Kualitas Barang Yang Dibeli Pada Aplikasi Belanja TikTok Shop*”, *Skripsi*, Fakultas Hukum Universitas Udayana, (2023).

Perlindungan Konsumen. Dalam penelitian ini sama-sama membahas Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap ketidaksesuaian kualitas barang yang dibeli pada aplikasi *Tiktok*. Namun, bedanya tempat penelitian dan analisisnya, penelitian ini menganalisis dampak bagi pelaku usaha apabila mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada produknya atau tidak mencantumkan. Sedangkan pada penelitian peneliti akan menganalisis berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

3. Penelitian Bagus Hanindyo Mantra, tentang Perlindungan Hukum terhadap konsumen dalam transaksi *e-commerce*.¹⁴ Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif empiris, karena merupakan penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Undang-Undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999 belum dapat melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce* karena keterbatasan pengertian pelaku usaha yang hanya khusus berada di wilayah negara Republik Indonesia. Dan keterbatasan akan hak-hak konsumen yang diatur dalam UUPK. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang seharusnya diatur meliputi perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha, dari sisi konsumen, dari sisi produk, dari sisi transaksi. Perbedaan dalam penelitian ini lebih memfokuskan praktik perlindungan konsumen pada produk makanan ringan tanpa tanggal kadaluwarsa.

¹⁴ Bagus, Hanindyo, Mantra. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce, *Jurnal Law Reform*", Volume 3, Nomor 1, (2023).

4. Hasil Penelitian Sania Nabila Zein 2023, dengan judul “Peran Bpom Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pengguna Produk Skincare *Ilegal* Di Kota Semarang”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Yuridis Sosiologis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-faktor hambatan BPOM dalam upaya memberikan perlindungan hukum kepada konsumen di Kota Semarang berupa hambatan Internal dan Eksternal serta merekrut pegawai yang berkompeten di bidangnya agar fungsi pengawasan di bidang skincare ilegal lebih optimal. Penugasan diselesaikan dengan efektif dan kekeluargaan. Solusi untuk hambatan eksternal BPOM Semarang melakukan sosialisasi pelaku usaha dan konsumen agar mengetahui hak yang harus diterima dan kewajiban yang harus dilakukan.¹⁵ Penelitian ini sama-sama membahas tentang Perlindungan konsumen. Namun bedanya, dipenelitian ini lebih luas analisis dalam hukum serta membahas tentang upaya terhadap konsumen atas produk makanan dan obat yang sudah kadaluwarsa di *e-commers (TikTok Shop)* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
5. Hasil Penelitian Nurul Purna Mahardika 2023, dengan judul “Analisis Penegakan Hukum Pidana Terhadap Pelanggaran Praktik Tanpa Izin Tenaga Kesehatan Dalam Tindakan Medik Kecantikan”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Yuridis Normatif-Empiris. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Penegakan hukum terhadap

¹⁵ Sania Nabila Zein 2023, *Peran BPOM Dalam Memberikan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pengguna Produk Skincare Ilegal Di Kota Semarang*, Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

praktik tanpa izin tenaga kesehatan dalam melakukan tindakan medik kecantikan dilakukan berdasarkan Pasal 73 Ayat (2) jo Pasal 78 Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktik Kedokteran yakni “dengan sengaja menggunakan alat, metode atau cara lain dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat yang menimbulkan kesan seolah-olah yang bersangkutan adalah dokter atau dokter gigi yang telah memiliki surat tanda registrasi dokter gigi atau surat izin praktik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 73 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2004 tentang Praktik Kedokteran”. Putusan Nomor: 1124/Pid.Sus/2020/PN Tjk belum memberikan perlindungan hukum terhadap korban tindakan medik kecantikan tanpa izin (*illegal*).¹⁶ Penelitian ini sama-sama membahas tentang Perlindungan konsumen. Namun bedanya, dipenelitian ini lebih luas analisis dalam hukum serta membahas tentang upaya terhadap konsumen atas produk makanan dan obat yang sudah kadaluwarsa di *e-commers (TikTok Shop)* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

6. Hasil Hervinda Nawangsari 2022, dengan judul “Tinjauan Hukum Sanksi Pidana Terhadap Pelaku Malpraktik Kedokteran Di Indonesia”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Yuridis Normatif. Penelitian ini bertujuan untuk meninjau Penerapan sanksi pidana terhadap pelaku malpraktik kedokteran di Indonesia, dokter akan dipertanggungjawabkan secara pidana apabila ia melakukan hal-hal dalam ruang lingkup

¹⁶ Nurul Purna Mahardika 2023, *Analisis Penegakan Hukum Pidana Terhadap Pelanggaran Praktik Tanpa Izin Tenaga Kesehatan Dalam Tindakan Medik Kecantikan*, Tesis, Fakultas Hukum, Universitas Lampung, Bandar Lampung.

malpraktik yang tidak sesuai dengan SOP (*Standart Operational Procedure*), dimana pasal-pasal yang relevan dengan ruang lingkup malpraktik tersebut terdapat dalam dua Undang-Undang yaitu KUHP (Kitab Undang-Undang Hukum Pidana) dan Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2004 Tentang Praktik Kedokteran.¹⁷ Penelitian ini sama-sama membahas tentang Perlindungan konsumen. Namun bedanya, dipenelitian ini lebih luas analisis dalam hukum serta membahas tentang upaya terhadap konsumen atas produk makanan dan obat yang sudah kadaluwarsa di *e-commers (TikTok Shop)* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

7. Hasil Penelitian Cindy Dara Sitorus 2021, dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Tentang Pelayanan Kesehatan Pasien Umum Dengan Pasien Pengguna BPJS Kesehatan (Studi Di RSUD H Abdul Manan Simatupang Kisaran)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk membahas perlindungan hukum terhadap pasien BPJS Kesehatan dan non BPJS dan apakah faktor penyebab terjadinya perbedaan pelayanan kesehatan antara pasien umum dengan pasien pengguna BPJS Kesehatan. Dalam hal ini pelaku usaha berkewajiban melayani tanpa diskriminatif yang bermakna bahwa produsen atau pelaku usaha patut memberi pelayanan kepada konsumen secara adil, tanpa membedakan kualitas pelayanannya. Dalam hal ini sama halnya dengan tenaga kesehatan yang tidak dibenarkan

¹⁷ Hervinda Nawangsari 2022, *Tinjauan Hukum Sanksi Pidana Terhadap Pelaku Malpraktik Kedokteran Di Indonesia Skripsi*, Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

membedakan pelayanan kesehatan antara pasien umum dengan pasien pengguna BPJS Kesehatan.¹⁸ Penelitian ini sama-sama membahas tentang Perlindungan konsumen. Namun bedanya, dipenelitian ini lebih luas analisis dalam hukum serta membahas tentang upaya terhadap konsumen atas produk makanan dan obat yang sudah kadaluwarsa di *e-commers* (*TikTok Shop*) ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

G. Tinjauan Umum Terhadap Perlindungan Konsumen Atas Produk Yang Sudah Kadaluarsa di *E-Commerce*

1. Perlindungan konsumen

Istilah perlindungan hukum dalam bahasa inggris dikenal dengan *legal protection*, sedangkan dalam bahasa belanda dikenal dengan *rechts bescherming*. Secara *etimologi* perlindungan hukum terdiri dari dua suku kata yakni Perlindungan dan hukum. Perlindungan hukum merupakan hak setiap warga negara, dan dilain sisi bahwa perlindungan hukum merupakan kewajiban bagi negara itu sendiri, oleh karenanya negara wajib memberikan perlindungan hukum¹⁹ kepada warga negaranya. Pada prinsipnya perlindungan hukum terhadap masyarakat bertumpu dan bersumber pada konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap harkat, dan martabat sebagai manusia. Sehingga pengakuan dan perlindungan terhadap hak tersangka sebagai bagian dari hak asasi manusia

¹⁸ Cindy Dara Sitorus 2021, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Tentang Pelayanan Kesehatan Pasien Umum Dengan Pasien Pengguna BPJS Kesehatan (Studi Di RSUD H Abdul Manan Simatupang Kisaran, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Hukum, Universitas Malikussaleh, Vol 4, Nomor 3. <https://ojs.unimal.ac.id/jmm/article/view/13456>, Diakses pada 23 Januari 2024.*

¹⁹ Nasution, A, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2011, hlm 84

tanpa membedakan. Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan atau korban, yang dapat diwujudkan dalam bentuk seperti melalui restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum.

Bentuk-bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan kepada konsumen, pada dasarnya adalah memenuhi hak-hak konsumen yang telah diatur dalam UUPK.²⁰

Perlindungan hukum bagi konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Perlindungan atas keamanan konsumen. Keamanan yang dimaksudkan di sini adalah keamanan bagi masyarakat dalam mengkonsumsi barang dalam artian bahwa makanan/minuman yang dibeli dan apabila dikonsumsi tidak membahayakan kesehatan dan keselamatan jiwa raganya
- b. Perlindungan atas haknya untuk mendapatkan informasi. Masyarakat sebagai konsumen harus diberikan informasi secara lengkap, jelas, jujur atas barang yang dibelinya untuk kemudian dikonsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidup dirinya dan keluarganya.
- c. Perlindungan akan haknya untuk didengar. Masyarakat sebagai konsumen juga mempunyai keluhan dan saran atas suatu barang, sehingga keluhan/komplai dan sarannya wajib didengar oleh pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena terdapat hubungan timbale balik antara produsen dan konsumen. Dalam hal ini, slogan yang menyatakan bahwa pembeli adalah raja benar-benar diimplementasikan secara nyata oleh pelaku usaha.

²⁰ Miru, A., & Yodo, S, *Hukum perlindungan konsumen*, Rajawali Pers. Makassar, 2017, hlm 47.

- d. Perlindungan atas hak untuk memilih produk. Konsumen berhak memilih produk yang akan dibelinya sesuai dengan kemampuan keuangan, kebutuhan dan seleranya.
- e. Perlindungan atas haknya untuk mendapat advokasi. Konsumen juga memerlukan advokasi dari pihak-pihak yang berkompeten apabila mengalami masalah dalam menggunakan barang.
- f. Perlindungan atas haknya untuk dilayani atau diperlakukan secara benar, jujur serta tidak diskriminatif. Ini terkait dengan kedudukan konsumen yang sangat diperlukan oleh produsen. Kalau tidak ada konsumen yang mau mengkonsumsi barang/produk yang dijual produsen, maka perdagangan tidak akan terjadi, berarti produsen akan bangkrut.
- g. Perlindungan atas hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Hukum konsumen dalam hukum perdata dimaksudkan hukum perdata dalam arti luas dimana termasuk hukum perdata, hukum dagang serta kaidah-kaidah keperdataan yang termuat dalam berbagai peraturan perundang-undangan lainnya. Baik hukum perdata tertulis dan tidak tertulis. Kaidah hukum perdata umumnya termuat dalam KUH Perdata.

UUPK tetap memberlakukan ketentuan perundang-undangan tersebut. Az Nasution menyatakan bahwa UUPK ini memiliki ketentuan yang menyatakan bahwa kesemua Undang-Undang yang ada dan berkaitan dengan perlindungan

konsumen tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus oleh undang-undang.

Menurut Johanes Gunawan, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*) dan/atau pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*)²¹ Perlindungan hukum terhadap konsumen yang dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*) dapat dilakukan dengan cara antara lain:

- a. *Legislation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan kepada konsumen melalui peraturan perundang-undangan yang telah dibuat. Sehingga dengan adanya peraturan perundang-undangan tersebut diharapkan konsumen memperoleh perlindungan sebelum terjadinya transaksi, karena telah ada batasan-batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.
- b. *Voluntary Self Regulation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, dimana dengan cara ini pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.

Perlindungan hukum terhadap konsumen diperlukan karena konsumen dalam posisi yang lemah. Perbedaan kepentingan antara pelaku usaha dan

²¹ Johanes Gunawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, 1999 hlm. 3

konsumen menyebabkan gangguan fisik, jiwa atau harta konsumen dan tidak diperolehnya keuntungan optimal dari penggunaan barang dan/atau jasa tersebut dan miskinnya hukum yang melindungi kepentingan konsumen.

Perlindungan hukum bagi konsumen, diharapkan dapat memberikan kedudukan hukum yang seimbang antara konsumen dengan pelaku usaha. Hal tersebut cukup beralasan karena selama ini kedudukan konsumen yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha.

2. Produk

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler & Armstrong, adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.²² Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Produk adalah segala sesuatu baik berwujud barang atau jasa yang digunakan untuk memuaskan konsumen, dimana setiap barang atau jasa tersebut memiliki manfaat yang berbeda. Pembeli dalam membeli setiap barang tidak hanya membeli sekumpulan atribut fisiknya tetapi lebih dari itu. Pembeli bersedia

²² Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2001, hlm. 346

membayar sesuatu yang diharapkan agar dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama yaitu sebagai berikut :²³

a. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan, dan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang yaitu:

1) Barang tidak tahan lama (*non durable goods*). Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. 2) Barang tahan lama (*durable goods*). Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih).

b. Jasa (*Service*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

3. *E-Commerce*

E-commerce merupakan suatu terminologi baru yang belum cukup dikenal. Masih banyak yang beranggapan bahwa *e-commerce* ini sama dengan

²³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2002, hlm. 143

aktivitas jual beli alat-alat elektronik, *e-commerce* sebagai suatu cakupan yang luas mengenai teknologi, proses dan praktik yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi . Hal ini bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melalui *e-mail* atau bisa melalui *World Wide Web*.²⁴

David Baum, yang dikutip oleh Onno w. Purbo dan Aang arif wahyudi “*e-commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business process that link enterprises, consumer and comunnities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, services and information*”. Yang Artinya yaitu *e-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi *elektronik* dan perdagangan barang, jasa, dan informasi yang dilakukan secara *elektronik*.

Assosiation for Electronic Commerce secara sederhana mendefinisikan *e-commerce* sebagai mekanisme bisnis secara elektrinis. *Commerce.Net*, sebuah konsorsium industri memberikan definisi lengkap yaitu penggunaan jaringan komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis. Tidak puas dengan definisi tersebut *Commerce.Net* menambahkan bahwa di dalam *e-commerce* terjadi proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak dalam satu perusahaan dengan menggunakan internet. Sementara itu “Amir Hatman dalam bukunya *Net Ready : Strategies for Success in the e-Conomy* secara lebih terperinci lagi

²⁴ Onno w.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001, hlm.1-2

mendefinisikan *e-commerce* sebagai suatu mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua institusi (*Business to business*) maupun antar institusi dan konsumen langsung (*Business to Consumer*)²⁵

a. Cara bertransaksi dalam *e-commerce*

Transaksi jual beli melalui *e-commerce*, biasanya akan didahului oleh penawaran jual, penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli. Sebelum itu mungkin terjadi penawaran secara *online*, misalnya melalui *website* situs di internet atau melalui posting di *mailing list* dan *newsgroup* atau melalui undangan untuk para *customer* melalui model *business to business*.²⁶

Transaksi *online* dalam *e-commerce* menurut Cavanilas dan Nadal dalam *Research Paper on Contract Law*, seperti yang dikutip oleh M.Sanusi Arsyad, memiliki banyak tipe dan variasi, yaitu :

- 1) Transaksi melalui *chatting* dan *video conference*
- 2) Transaksi melalui *email*
- 3) Transaksi melalui *web* atau *situs*²⁷

Transaksi melalui *chatting* atau *video conference* adalah seseorang dalam menawarkan sesuatu dengan model dialog interaktif melalui *internet*,

²⁵ Richardus Eko Indrajit, *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*, Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2001, hlm.3

²⁶ Nindyo Pramono, "Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui *e-commerce* dan *ebusiness*: Bagaimana Solusi Hukumnya", *Mimbar Hukum*, No.39/X/2001, hlm 16.

²⁷ M.Sanusi Arsyad, "Transaksi Bisnis dalam *Electronic Commerce (e-Commerce)*: Studi Tentang Permasalahan Permasalahan Hukum dan Solusinya", Tesis Magister : Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2018, hlm 53.

seperti melalui telepon, *chatting* dilakukan melalui tulisan sedang *video converence* dilakukan melalui media *elektronik*, dimana orang dapat melihat langsung gambar dan mendengar suara pihak lain yang melakukan penawaran dengan menggunakan alat ini.

Transaksi dengan menggunakan *e-mail* dapat dilakukan dengan mudah. Dalam hal ini kedua belah pihak harus sudah memiliki *e-mail addres*. Selanjutnya, sebelum melakukan transaksi, *customer* sudah mengetahui *e-mail* yang akan dituju dan jenis barang serta jumlah yang akan dibeli. Kemudian *customer* menulis nama produk dan jumlah produk, alamat pengiriman dan metode pembayaran yang digunakan. *Customer* selanjutnya akan menerima konfirmasi dari merchant mengenai order barang yang dipesan.²⁸

Model transaksi melalui *web* atau situs yaitu dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang yang dijual yang disertai dengan deskripsi produk yang telah dibuat oleh penjual. Pada model transaksi ini dikenal istilah *order form* dan *shopping cart*. Berbelanja dengan menggunakan *oredr form* merupakan salah satu cara berbelanja yang paling sering digunakan dalam *e-commerce*. Dengan cara ini *merchant* menyediakan daftar atau katalog barang (*product table*) yang dijual. Saat tahap order dilaksanakan, biasanya produk yang dijual tidak divisualisasikan dalam bentuk gambar, akan tetapi dalam bentuk deskripsi produk.

Dalam sebuah halaman *order form*, sesi penawaran produk terbagi menjadi empat bagian, yaitu :

²⁸ Tim Litbang Wahana Komputer, 2001, *Apa dan Bagaimana e-commerce*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: 2001, hlm.63

- (1) *Check box* yang dibuat untuk memberi kesempatan kepada customer untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengklik kotak tersebut sehingga bertanda check
- (2) Penjelasan produk yang ditawarkan
- (3) Kuantitas barang yang dipesan
- (4) Harga untuk tiap-tiap produk

Produk ditawarkan juga jenis pembayaran. Jenis-jenis pembayaran yang ditawarkan berbeda-beda sesuai dengan layanan yang disediakan oleh *merchant*, seperti dengan *credit card*, transfer lewat bank, *check* dan lain-lain. Pada saat pengisian *form*, *customer* diminta untuk mengisi formulir yang berisi informasi kontak untuk *customer* sering disebut (*Contact Information Table*). Bila pembayaran menggunakan *credit card* maka *form* akan diisi dengan mengisi jenis atau *tipe credit card*, nomor *credit card*, tanggal kadaluwarsa (*expired date*) serta informasi pemegang kartu (*card holder*).

Pengisian *order form* dilakukan selanjutnya disediakan tombol untuk konfirmasi order, biasanya digunakan tombol *submit* dan tombol *reset*. Jika diklik tombol *reset*, proses akan *mereset* semua pilihan dan informasi yang telah dimasukkan oleh *customer* dan dapat diulang dari awal. Akan tetapi jika yang ditekan adalah tombol *submit* maka proses akan dilanjutkan ke tahap pengesahan dan pengecekan order. Pada bagian ini dipasang sistem keamanan, misalnya SSL (*Secure Sockets Layer*) untuk melindungi dari tindakan penipuan. Selanjutnya, jika informasi yang

dikirimkan oleh *customer* telah memenuhi persyaratan atau dinyatakan valid maka merchant akan mengirimkan berita konfirmasi kepada *customer* dalam bentuk *e-mail*.²⁹

b. Perjanjian yang dipakai dalam *e-commerce*

Perjanjian yang dipakai dalam aktivitas *e-commerce* pada dasarnya sama dengan perjanjian yang dilakukan dalam transaksi *konvensional*, akan tetapi perjanjian yang dipakai dalam *e-commerce* merupakan perjanjian yang dibuat secara *elektronik* atau kontrak *elektronik*.

Menurut Johannes Gunawan, “kontrak *elektronik* adalah kontrak baku yang dirancang, dibuat, ditetapkan, digandakan, dan disebarluaskan secara digital melalui situs *internet (website)* secara sepihak oleh pembuat kontrak (dalam hal ini pelaku usaha), untuk ditutup secara digital pula oleh penutup kontrak (dalam hal ini konsumen).

Menurut Pasal 1 ayat (17) Rancangan Undang-Undang tentang Pemanfaatan Teknologi Informasi, “kontrak *elektronik* adalah perjanjian yang dimuat dalam dokumen *elektronik* atau media elektronik lainnya”, sedangkan di dalam Pasal 10 Ayat (1) menyebutkan transaksi *elektronik* yang dituangkan dengan kontrak *elektronik* mengikat dan memiliki kekuatan hukum sebagai suatu perikatan”.

Menurut Johannes Gunawan, di dalam kontrak *elektronik* selain terkandung ciri-ciri kontrak baku juga terkandung ciri-ciri kontrak *elektronik* sebagai berikut :

²⁹ Wulandari, Yudha Sri. *Loc.Cit.* hlm. 57

- 1) Kontrak *elektronik* dapat terjadi secara jarak jauh, bahkan melampaui batas-batas negara melalui internet.
- 2) Para pihak dalam kontrak *elektronik* pada umumnya tidak pernah bertatap muka (*faceless nature*), bahkan mungkin tidak akan pernah bertemu.

c. Saat terjadinya perjanjian dalam transaksi *e-commerce*

Suatu transaksi *e-commerce* juga merupakan suatu perjanjian jual beli yang sama dengan jual beli konvensional pada umumnya. Di dalam suatu transaksi *e-commerce* juga mengandung suatu asas konsensualisme, yang berarti kesepakatan dari kedua belah pihak. Suatu kesepakatan terjadi apabila terdapat suatu penawaran dari pihak penjual lalu ada suatu penerimaan dari pihak calon pembeli. Penawaran dan penerimaan inilah yang merupakan awal terjadinya kesepakatan antara pihak-pihak yang bersangkutan.

Proses penawaran dan penerimaan *online* ini tidaklah beda dengan proses penawaran dan penerimaan pada umumnya. Perbedaannya hanyalah pada media yang dipergunakan, pada transaksi *e-commerce* media yang digunakan adalah internet.

Menurut Mieke Komar Kantaatmadja, mengenai kapan terjadinya kesepakatan terdapat beberapa teori, antara lain:³⁰

- 1) Teori ucapan Suatu perjanjian tercapai pada saat orang menerima tawaran dan menyetujui tawaran tersebut.

³⁰ Mieke Komar Kantaatmadja, *Cyberlaw : Suatu Pengantar*, cet.1, Elips, Bandung, 2001, hlm. 31

- 2) Teori pengiriman Perjanjian tercapai pada saat dikirimkannya surat jawaban mengenai penerimaan terhadap suatu penawaran.
- 3) Teori pengetahuan Menurut teori ini, bahwa perjanjian tercapai setelah orang yang menawarkan mengetahui bahwa penawarannya telah disetujui.
- 4) Teori penerimaan Menyatakan perjanjian tercapai saat diterimanya surat jawaban penerimaan oleh orang yang menawarkan.

Dianutnya teori penerimaan sebagai penentuan kapan lahirnya suatu perjanjian tidak menimbulkan banyak masalah dalam jual beli *konvensional*. Akan tetapi untuk transaksi *e-commerce* teori penerimaan ini kurang dapat diterima. Dalam transaksi ini para pihak tidak bertemu langsung sebagaimana lazimnya jual beli secara *konvensional*, jadi apakah suatu penerimaan itu diterima atau tidak oleh penjual menjadi tanda tanya oleh pembeli.

Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan yang dilakukan oleh satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Menurut Prodjodikoro bahwa yang dimaksud dengan perjanjian adalah suatu perhubungan mengenai harta benda antara dua pihak, dimana salah satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu hal atau untuk tidak melakukan suatu hal sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji tersebut.

4. Kadaluwarsa

Platform *e-commerce* memiliki dampak yang positif maupun negatif bagi pengguna. Penting untuk bijaksana dalam memanfaatkan sisi positifnya,

sementara harus selalu waspada terhadap dampak negatifnya. Salah satu dampak negatif yang muncul adalah penggunaan platform *e-commerce* sebagai sarana untuk menjual produk kadaluwarsa dengan tujuan mendapatkan keuntungan maksimal. Penggunaan produk yang kadaluwarsa mengandung perubahan zat kimia yang dapat membahayakan kesehatan konsumen, sehingga tidak layak dikonsumsi. Produk kadaluwarsa yang tersedia di platform *e-commerce* tidak hanya terpatok pada makanan dan minuman, namun juga termasuk obat-obatan, kosmetik dan produk lainnya. Oleh karena itu, setiap pedagang diharapkan untuk secara rutin memeriksa produk sebelum dijual kepada konsumen. Konsumen juga diminta untuk waspada ketika membeli barang melalui platform *e-commerce* karena ada risiko dan bahaya yang terkait. Terlebih lagi, jika konsumen diminta untuk melakukan pembayaran di muka tanpa mengetahui kualitas barang yang akan diterima melalui transaksi tersebut.

UUPK Nomor 8 Tahun 1999 merupakan regulasi yang melindungi hak-hak konsumen di Indonesia. Namun, seiring berjalannya waktu, aturan dalam Undang-Undang ini tidak lagi relevan dengan bisnis digital dan tidak dapat menyesuaikan perkembangan zaman. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan adanya regulasi hukum yang dibentuk secara terkini dan memadai agar konsumen terjamin keamanannya saat berbelanja *online*, terutama melalui platform *e-commerce*. UUPK yang baru dapat memperkuat hak-hak konsumen di Indonesia saat berbelanja *online*, khususnya melalui platform *e-commerce*.³¹

³¹ Isabella Sucitr. “Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Kadaluwarsa Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.” *Lex Privatum* 5, No. 8 (2017). Hlm 18.

Definisi perlindungan konsumen telah diuraikan dalam Pasal 1 ayat (1) UUPK Nomor 8 Tahun 1999, yaitu meliputi semua usaha yang dilaksanakan dalam rangka memperoleh kepastian hukum agar konsumen dapat terlindungi. Tindakan tidak jujur semakin tersebar luas, mulai dari pasar *tradisional* hingga *supermarket*. Faktanya, lembaga pengawas yang bertugas mengawasi aktivitas pelaku usaha tidak efektif dalam melaksanakan pemeriksaan terhadap *produsen* nakal yang melakukan penipuan. Berdasarkan hal tersebut, pemerintah diharapkan dapat menanggapi berbagai kasus secara cepat untuk menghindari adanya konsumen yang mendapatkan kerugian karena minuman atau makanan yang telah kadaluwarsa. Secara prinsip, Hukum Perlindungan Konsumen memiliki dua alat penting, yaitu :³²

- a. Hukum Dasar yang menjadi landasan hukum utama di Indonesia adalah UUD 1945. Tujuan dari pembangunan *nasional* adalah terciptanya keadilan dan kemakmuran bagi rakyat Indonesia. Sistem demokrasi merupakan prinsip yang digunakan dalam pembangunan nasional sebagai upaya dalam membentuk lingkungan dimana jasa dan barang diproduksi secara layak untuk dapat dikonsumsi oleh warga Indonesia.
- b. Pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan harapan kepada masyarakat Indonesia yang diharapkan konsumen dapat terlindungi dalam jual beli barang dan jasa. Berdasarkan hal tersebut, UUPK memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian. Terdapat dua aspek perlindungan yang dapat

³² Wulandari, Yudha Sri. *Loc.Cit*, hlm. 68

dianalisis dalam era pasar bebas, yaitu dari perspektif pasar domestik dan pasar global. Oleh karena itu, kedua aspek ini harus diperhatikan ketika ada jasa dan barang yang diproduksi, sehingga barang tersebut dapat didistribusikan dan dikonsumsi oleh konsumen.

Perdagangan minuman dan makanan yang telah melewati tanggal kadaluwarsa masih banyak terjadi, dimana penjual masih banyak mengedarkan hal tersebut. Masalah ini harus diatasi dengan cepat oleh pemerintah untuk menghindari kerugian lebih lanjut yang mungkin dialami oleh konsumen. Produk yang akan dipesan atau dikirim harus melalui proses pemeriksaan. Kondisi produk juga sangat penting diketahui melalui proses pengecekan dan pemeriksaan. Misalnya melalui pengecekan legalisasi suatu produk, seperti pendaftaran Departemen Kesehatan RI, pendaftaran BPOM dan pengecekan label halal yang diperoleh dari MUI. Konsumen juga perlu memperhatikan kualitas makanan, termasuk kondisi kemasannya. Hukum Perlindungan Konsumen telah ada sejak sebelum era bisnis digital dimulai. Saat Indonesia beralih dari bisnis konvensional ke bisnis digital, diperlukan reformasi peraturan untuk mengatur transaksi jual beli antara penjual dan konsumen yang semakin modern. pertumbuhan pesat bisnis digital tidak diikuti dengan pembentukan regulasi hukum yang memadai. Kegiatan perdagangan elektronik perlu diatur oleh peraturan hukum khusus karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang saat ini berlaku tidak sesuai dengan masalah konsumen yang semakin kompleks.

Penyebabnya adalah karena paradigma perdagangan *online* memiliki karakteristik yang berbeda dengan aturan yang tercantum dalam UUPK yang lebih

cenderung pada paradigma jual beli *konvensional*. Oleh karena itu, kegiatan perdagangan *online* tidak dapat diatur oleh UUPK itu sendiri. Ini menyebabkan ketidakmampuan UUPK untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman. Dari situ dapat dipahami bahwa bisnis digital tidak hanya mempengaruhi perluasan ruang dan waktu, tetapi juga memiliki pengaruh yang lebih besar. Berdasarkan hal tersebut, platform *e-commerce* yang merupakan bagian dari bisnis digital perlu mendapat perhatian khusus mengingat popularitasnya yang terus meningkat. Perkembangan teknologi yang pesat dengan munculnya berbagai bisnis digital telah berpengaruh baik dan bahkan buruk bagi masyarakat secara umum. Salah satu keuntungan pemanfaatan platform *e-commerce* adalah kemudahan bagi pelaku usaha dalam mengiklankan produknya. Kegiatan jual beli dalam platform *e-commerce* dilakukan secara elektronik tanpa pertemuan langsung. Kemampuan platform *e-commerce* untuk mencapai pangsa pasar yang luas juga menjadi keuntungan bagi pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan maksimal. Kehadiran *e-commerce* dalam masyarakat telah memudahkan pembeli dalam mendapatkan barang yang diharapkan tanpa harus mengunjungi toko fisik.

E-commerce juga memiliki dampak negatif terutama bagi konsumen. Beberapa kelemahan penggunaan platform *e-commerce* adalah produk yang tidak sesuai dengan harapan konsumen, proses pengiriman yang lambat, dan ancaman peretas yang mencuri data pribadi konsumen yang tersimpan dalam akun platform *e-commerce*. Untuk memberikan informasi mengenai periode waktu yang aman untuk dikonsumsi, setiap produk yang akan dijual di pasar harus dilengkapi dengan label tanggal kadaluwarsa. Menurut Pasal 8 ayat (1) huruf g UUPK yaitu

“para pelaku usaha dilarang keras untuk membuat dan menjual produk tanpa mencantumkan tanggal kadaluwarsa”. Selain itu, Pasal 4 huruf (a) UUPK menjamin hak konsumen untuk keselamatan dan rasa aman saat menggunakan produk atau jasa. Oleh karena itu, jika penjual tetap menjual produk yang telah kadaluwarsa sesuai dengan label produk, hal tersebut merupakan pelanggaran terhadap hak konsumen. Mengonsumsi produk yang telah kadaluwarsa dapat membahayakan kesehatan konsumen karena bahan kimia di dalamnya telah mengalami perubahan.

Meskipun ada UUPK Nomor 8 Tahun 1999 yang bertujuan agar hak-hak konsumen terlindungi di Indonesia, undang-undang tersebut tidak lagi relevan dalam bisnis digital yang mengandalkan teknologi canggih. Oleh karena itu, diperlukan produk hukum yang lebih mutakhir dan sesuai dengan perkembangan zaman, agar konsumen terlindungi dari risiko produk kadaluwarsa yang dijual dalam platform *e-commerce*. Tujuannya adalah agar pelaku usaha tidak menghilang begitu saja dan bertanggung jawab atas produk kadaluwarsa yang mereka jual kepada konsumen secara *online*.

5. *TikTok Shop*

TikTok Shop adalah suatu wadah jual beli terbaru yang dirilis oleh aplikasi TikTok yang melibatkan penjual, pembeli dan creator didalamnya. *TikTok Shop* merupakan alat belanja online baru yang mana penjual dan pembeli dapat bertransaksi di dalamnya. Kelebihan *TikTok Shop*, pengguna dapat langsung berbelanja melalui aplikasi *TikTok* tanpa harus berpindah ke aplikasi lain untuk menyelesaikan transaksi pembelian produk yang diinginkan. Toko *TikTok*

dibandingkan dengan Toko *Youtube*, Toko *Instagram* atau Toko *Facebook*, fitur Toko *TikTok* ini tidak mengarahkan pengguna ke situs web toko yang dimaksud.³³

Produk yang ditawarkan *TikTok shop* yaitu, produk yang diperlukan oleh wanita dan laki-laki dengan menyesuaikan dengan gaya hidup pada saat ini. Dan meskipun *TikTok shop* dalam menunjukkan produk belum selengkap *shoope* atau *e-commerce* lain sebab baru rilis, namun yang menarik dari *TikTok shop* ialah memberikan produk-produk yang menjadi musim di saat ini dan direview secara langsung oleh penjual melalui *live streaming TikTok* sehingga *TikTok shop* dapat memperlihatkan produknya dengan mengikuti kebutuhan wanita dan laki-laki yang terkini atau kekinian.

Produk yang ditawarkan oleh *TikTok shop* terdapat beberapa kategori, yaitu seperti pakaian wanita, pakaian laki-laki, kecantikan, perlengkapan tempat tinggal, sepatu wanita, tas perempuan, fashion muslim, fashion terkini, aksesoris, makanan serta minuman, handphone serta aksesoris, komputer, sepatu pria, tas laki-laki, jam tangan, elektronika, kesehatan, fotografi, serta dan serba-serbi. Pada *TikTok Shop* dua terdapat istilah racun *Tik Tok*, yaitu produk-produk yang viral serta banyak peminatnya.

H. Metode Penelitian

Penelitian adalah suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, usaha yang dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah. Pentingnya dilaksanakan penelitian hukum ini bertujuan untuk membina kemampuan dan keterampilan para mahasiswa dan para

³³ Conney Stephanie, "*Apa Itu TikTok Shop dan Cara Menggunakannya*", <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/15/13260037/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>, diakses pada 21 September 2023

sarjana hukum dalam mengungkapkan kebenaran ilmiah yang objektif, metodik, dan sistematis.³⁴

Adapun metode penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum kepustakaan, yaitu penelitian terhadap data sekunder.³⁵ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji pun berpendapat penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan (data sekunder). Dalam penelitian ini penulis mencari fakta-fakta yang akurat mengenai sebuah peristiwa yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini juga dilakukan dan ditujukan pada peraturan-peraturan tertulis dan bahan-bahan lain, serta menelaah peraturan-peraturan yang terkait dengan penelitian ini.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) yaitu Undang-Undang Dasar 1945, Kitab Undang-Undang Hukum perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk mengetahui keseluruhan peraturan hukum.³⁶ Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yang menggambarkan, menelaah, menjelaskan secara tepat dengan teori-teori

³⁴ Hilman Hadikusuma, *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*, Mandar Maju, Bandung, 1995, hlm. 8

³⁵ Widya Nukilan, *Metode Penelitian Hukum*, cet.1, Jakarta: Tim Pengajar, 2005, hlm. 9

³⁶ Jhonny Ibrahim, *Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayu Media, Malang, 2006, hlm. 321.

hukum dalam pelaksanaan hukum positif sehubungan dengan masalah yang diteliti.³⁷ Penelitian ini berpedoman pada perundang-undangan yang ada dan teori-teori yang berkenaan dengan perlindungan konsumen.

3. Sumber Data dan Bahan Hukum

Adapun yang menjadi sumber bahan hukum pada penelitian ini yaitu :

a) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat otoritatif yang artinya memiliki otoritas. Bahan-bahan hukum primer meliputi perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan. Bahan hukum primer merupakan bahan hukum utama. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah Undang-Undang Dasar 1945, Kitab Undang-Undang Hukum perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

b) Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang dapat memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, yang diharapkan mendukung penelitian ini. Bahan hukum sekunder terdiri dari buku-buku yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, jurnal hukum, media cetak dan media *elektronik*.³⁸

c) Bahan hukum tersier

³⁷ Ronny Hanitijo S, *Metodelogi Penelitian Hukum Dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Bandung, 1994, hlm. 97.

³⁸ Soerjono Soekanto Dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 15.

Bahan hukum tersier yaitu berupa literatur yang berasal dari non hukum yang mempunyai relevansi dengan topik penelitian dan juga dapat membantu memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder sebelumnya.³⁹

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu⁴⁰ menggunakan teknik penelitian kepustakaan. Teknik penelitian kepustakaan, dalam penelitian ini menggunakan cara membaca dan mengkaji berbagai literatur yang relevan dan berhubungan langsung dengan objek penelitian yang menjadi landasan teori.

5. Analisis data

Bahan hukum peraturan perundang-undangan, penelitian studi kepustakaan, dan artikel-artikel lainnya dihubungkan agar bahan hukum tersebut tersusun secara runtun, sistematis sehingga akan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis. Setelah data tersebut dihasilkan, selanjutnya peneliti melakukan pengolahan data dengan cara kualitatif yaitu suatu cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analisis, dimana data tersebut tidak menampilkan angka-angka sebagai penelitiannya melainkan dihasilkan dalam bentuk pembahasan dengan uraian kalimat-kalimat dan dipaparkan dalam bentuk tulisan.⁴¹

³⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 143.

⁴⁰ Nawawi Hadari, *Metode Penelitian Sosial*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 1995, hlm. 40

⁴¹ Sunaryati Hartono, *Penelitian Hukum di Indonesia Pada Akhir Abad Ke 20*, Alumni, Jakarta, 1994, hlm. 140

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi menjadi beberapa bab, yaitu:

Bab pertama, dalam bab ini secara keseluruhan memuat tentang latar belakang permasalahan yang menjelaskan hal-hal yang menjadi dasar dibuatnya tulisan ini. Dalam bab ini juga dapat dibaca pokok permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, dalam bab ini berisikan tentang jawaban dari hasil pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah yang pertama, yaitu perlindungan konsumen atas produk yang sudah kadaluwarsa di *e-commerce* sebagaimana yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab ketiga, dalam bab ini berisikan tentang jawaban dari hasil pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah kedua, yaitu upaya yang dapat dilakukan konsumen atas produk yang sudah kadaluwarsa di *e-commerce* sebagaimana yang ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab keempat, dalam bab ini diakhiri dengan memuat kesimpulan dan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan kesimpulan yang jelas dari beberapa penjelasan yang telah dipaparkan oleh penulis pada bagian sebelumnya.