

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pangan merupakan sebuah kebutuhan pokok bagi masyarakat untuk keberlangsungan dan peningkatan kehidupan manusia sehingga bergantung pada makanan, yang merupakan sumber daya penting baik secara kuantitatif maupun kualitatif.¹ Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan menyebutkan bahwa pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama dan pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi manusia yang dijamin dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagai komponen dasar untuk mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas.² Upaya pemenuhan kebutuhan pangan itu sudah lintas batas sehingga minuman sudah banyak ditemui di *e-commerce*.³ Hal ini meningkatkan potensi beredarnya produk *reject* tanpa kontrol yang memadai dan perlindungan konsumen menjadi salah satu fokus utama dalam memastikan bahwa konsumen dapat dengan jelas mendapatkan informasi tentang status layak atau tidaknya suatu produk sebelum melakukan kegiatan jual beli.⁴

Berdasarkan dari data BPOM di Kota Yogyakarta, pada tahun 2024 ditemukan penjualan susu bubuk tanpa kemasan resmi hanya plastik bening yang

¹ Wiwik Sri Widiarty, *Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa*, Ctk. Pertama, PT Komodo Books, Depok, 2016, hlm. 19.

² Dian Lestari Hura, dkk, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Makanan Olahan Mengandung Bahan Berbahaya di Jawa Tengah", *Diponegoro Law Journal*, Vol. 5 No. 4, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2016, hlm. 2.

³ Abdul Rahman, "Kajian Keamanan Pangan pada Industri Pengolahan Susu di Indonesia", *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, Vol. 31 No. 2, Fakultas Teknologi Pertanian IPB, 2021, hlm. 168.

⁴ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Ctk. Pertama, Diadit Media Press, Jakarta, 2019, hlm. 67.

di klaim sebagai dancow Reject pabrik dengan harga 60% lebih murah dari harga pasar di platform e-commerce dengan lokasi penjual di Kota Yogyakarta. Berdasarkan uji mandiri oleh salah satu konsumen yang anaknya mengalami diare akut dan ruam, ditemukan kandungan senyawa kimia yang identik dengan formaldehyde. Penjual berdalih bahwa produk tersebut adalah susu afkir yang hanya rusak kemasan, namun faktanya produk tersebut mengandung bahan berbahaya untuk memperpanjang bahan berbahaya untuk memperpanjang masa simpan secara ilegal.

Produk yang dimaksud sebagai *reject pabrik* adalah produk yang telah melalui proses seleksi internal (*quality control*) di tingkat produsen dan dinyatakan ‘tidak lolos standar mutu produksi, baik karena cacat kemasan, ketidaksesuaian komposisi, maupun masa simpan yang mendekati batas. Berdasarkan standar operasional industri pangan, produk berstatus reject wajib dimusnahkan atau dikembalikan ke lini produksi untuk diproses ulang, dan sama sekali tidak diperbolehkan untuk diedarkan kepada konsumen.⁵ Konfirmasi bahwa produk tersebut memang benar berstatus reject dari pabrik Dancow diperkuat oleh keterangan kesekretariatan BPOM Kota Yogyakarta, yang menyatakan bahwa produk tersebut dijual dengan klaim afkir pabrik namun faktanya telah mengalami kontaminasi bahan kimia berbahaya yang menunjukkan adanya tindak pemalsuan lebih lanjut setelah produk keluar dari jalur pemusnahan resmi.

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan memberikan kerangka hukum yang komprehensif dalam mengatur keamanan, mutu, dan gizi

⁵ Asosiasi Industri Minuman dan Makanan Bayi Indonesia (AIMI), *Pedoman Standar Pemusnahan Produk Pangan Afkir*, Jakarta: AIMI, 2018, hlm. 12. Lihat pula Pasal 71 ayat (1) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.

pangan, termasuk susu formula sebagai salah satu produk pangan olahan. Pasal 71 ayat (1) UU Pangan secara tegas melarang setiap orang untuk mengedarkan pangan yang mengandung bahan beracun, berbahaya, atau yang dapat merugikan atau membahayakan kesehatan atau jiwa manusia.⁶ *Formaldehida* yang ditemukan dalam produk susu reject jelas masuk dalam kategori bahan berbahaya sebagaimana dimaksud dalam ketentuan tersebut, mengingat sifat karsinogenik dan toksisitasnya yang tinggi terhadap manusia, khususnya bayi dan anak-anak. Pasal 96 UU Pangan mengatur bahwa label pangan wajib memuat informasi yang jelas, mudah dimengerti, dan tidak menyesatkan konsumen, termasuk nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi, tanggal dan kode produksi, tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa.⁷

Pelanggaran terhadap ketentuan keamanan pangan sebagaimana diatur dalam Pasal 71 ayat (1) UU Pangan diancam dengan sanksi pidana berdasarkan Pasal 132 UU Pangan berupa pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).⁸ Lebih berat lagi, apabila pelaku usaha terbukti secara sengaja menggunakan bahan tambahan pangan yang dilarang seperti formaldehida, maka berlaku Pasal 136 UU Pangan dengan ancaman pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).⁹ Apabila penjualan

⁶ Indonesia, Undang-Undang tentang Pangan, UU No. 18 Tahun 2012, LN No. 227 Tahun 2012, TLN No. 5360, Pasal 71 ayat (1).

⁷ Xiaojiang Tang et al., "Concentration and Formation Behavior of Naturally Occurring Formaldehyde in Foods," *Agriculture & Food Security* 3, no. 1 (2018): 1-12, <https://doi.org/10.1186/s40066-018-0166-4>; J. L. Barry and D. Tomé, "Formaldehyde Content of Milk in Goats Fed Formaldehyde-Treated Soybean Oil-Meal," *Food Additives & Contaminants* 8, no. 5 (1991): hlm 633.

⁸ Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Pasal 132.

dilakukan melalui platform digital dengan informasi yang menyesatkan, pelaku dapat dijerat Pasal 45A ayat (1) UU ITE sebagai sanksi atas pelanggaran Pasal 28 ayat (1) UU ITE, dengan ancaman pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).¹⁰

Salah satu produk yang kerap menjadi sasaran pemalsuan dan penjualan ilegal adalah susu formula, khususnya produk-produk bermerek ternama seperti Dancow. Fenomena yang mengkhawatirkan adalah beredarnya susu *reject* atau susu afkir yang seharusnya dimusnahkan oleh produsen, namun justru diperjualbelikan secara ilegal di pasaran. Lebih buruk lagi, sebagian susu *reject* ini mengandung zat berbahaya seperti *formaldehyde* yang sengaja ditambahkan untuk memperpanjang masa simpan dan menyamarkan kondisi produk yang sudah tidak layak konsumsi. *Formaldehyde* merupakan bahan kimia yang biasa digunakan sebagai pengawet mayat dan disinfektan, yang sangat berbahaya jika masuk ke dalam tubuh manusia, terutama bagi bayi dan anak-anak yang sistem pencernaannya masih rentan.

Konsumsi susu yang mengandung *formaldehyde* dapat menimbulkan dampak kesehatan yang sangat serius, mulai dari gangguan pencernaan akut seperti mual, muntah, dan diare, hingga kerusakan organ jangka panjang seperti gangguan fungsi hati dan ginjal. Pada anak-anak, paparan *formaldehyde* dapat menyebabkan gangguan pertumbuhan dan perkembangan, serta meningkatkan risiko kanker karena sifat karsinogenik zat tersebut. Ironisnya, para penjual susu *reject* ini kerap memanfaatkan harga murah sebagai daya tarik utama, menargetkan konsumen dari kalangan ekonomi menengah ke bawah yang mencari

⁹ Ibid., Pasal 136.

¹⁰ Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang ITE, Pasal 45A ayat (1) jo. Pasal 28 ayat (1).

alternatif susu formula dengan harga terjangkau tanpa menyadari risiko kesehatan yang mengintai.¹¹ Penjualan produk ini sering dilakukan secara sembunyi-sembunyi melalui jalur distribusi tidak resmi atau bahkan melalui media sosial dengan menggunakan akun-akun yang sulit dilacak.

Penjualan produk susu *reject* melalui media sosial dan platform e-commerce tidak terlepas dari pengaturan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).¹² Pada praktik penjualan susu dancow *reject* di platform digital, banyak pelaku usaha yang justru memberikan informasi menyesatkan atau bahkan tidak mencantumkan status *reject* produk tersebut, yang dapat dikategorikan sebagai pelanggaran Pasal 28 ayat (1) UU ITE tentang penyebaran informasi yang menyesatkan dan merugikan konsumen. Pasal 45 ayat (2) UU ITE juga memberikan perlindungan kepada konsumen dalam transaksi elektronik dengan menyatakan bahwa setiap orang yang dirugikan dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹³ Fenomena ini menunjukkan pentingnya sinergi antara penegakan UU ITE dan UU Perlindungan Konsumen untuk memberantas penjualan produk ilegal melalui jalur digital yang semakin masif.

Peredaran produk susu dancow *reject* di Indonesia sangat luas dan besar dalam penjualannya, tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat di Indonesia

¹¹ Tina Kold Jensen et al., "Reproductive and Developmental Toxicity of Formaldehyde: A Systematic Review," *Environmental Health Perspectives* 119, no. 6 (2011): 801-809, <https://doi.org/10.1289/ehp.1002838>; Barbara A. Cohn et al., "Formaldehyde Exposure among Children: A Potential Building Block of Asthma," *Environmental Health Perspectives* 118, no. 3 (2010): A116

¹² Indonesia, Undang-Undang tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU No. 19 Tahun 2016, LN No. 251 Tahun 2016

¹³ Indonesia, Undang-Undang tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU No. 19 Tahun 2016, LN No. 251 Tahun 2016, TLN No. 5952, Pasal 28 ayat (1) dan Pasal 45 ayat (2)

juga menggemari produk susu tersebut. Melihat dari banyaknya peminat terhadap produk susu *reject* tersebut lebih tinggi daripada produk susu dancow yang asli, dikarenakan produk susu tersebut memiliki harga yang lebih murah.¹⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan bahwa perlindungan konsumen dapat diwujudkan melalui berbagai upaya yang menjamin kepastian hukum bagi konsumen. Pemenuhan hak atas informasi konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 4 ayat (1) UUPK, bahwasannya konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.¹⁵

Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, serta menjelaskan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan sesuai ketentuan yang berlaku.¹⁶ Menurut Pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, tujuan perlindungan konsumen adalah untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mencakup kepastian hukum dan unsur keterbukaan informasi dan akses informasi, tetapi bagaimana jika kegiatan komersial melanggar tujuan tersebut.¹⁷ Secara teori kedudukan pengusaha dan konsumen adalah sama, namun dalam praktiknya konsumen seringkali dirugikan karena tidak mendapatkan informasi yang jujur tentang produk atau jasa yang diperjualbelikan. Para pedagang ingin

¹⁴ Dian Lestari Hura, dkk, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Makanan Olahan Mengandung Bahan Berbahaya di Jawa Tengah", *Diponegoro Law Journal*, Vol. 5 No. 4, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2016, hlm. 2.

¹⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁶ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Ghalia Indonesia, Bogor, 2019, hlm. 98.

¹⁷ Artidjo Alkostar, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2020, hlm. 78

menguntungkan diri sendiri dengan cara tidak jujur dalam memberikan informasi tentang barang atau jasa.¹⁸ Tidak adil bagi konsumen untuk menuduh konsumen kurang peduli dan tidak berhak menuntut ganti rugi.¹⁹ Pemenuhan hak atas informasi pada konsumen dijelaskan dalam Pasal 1 UUPK menyatakan bahwa perlindungan konsumen dapat diwujudkan melalui segala upaya yang dapat menjamin adanya kepastian hukum terhadap konsumen.²⁰

Kekhawatiran utama para konsumen produk susu dancow adalah pada keamanan produk. Pelaku usaha produk susu dancow *reject* harus bertanggung jawab atas produk yang dijualnya. Munculnya risiko terkait dengan meluasnya penggunaan susu dancow *reject* memberikan dasar penolakan dari para konsumen, banyak produk susu dancow *reject* beredar luas ke pasar perdagangan dan dapat diberi label serta dilengkapi dengan informasi yang dapat dipercaya tentang modifikasi yang dilakukan.²¹

Berdasarkan dari adanya laporan media, opini konsumen, dan pengamatan visual atau sensorik telah ditemukan perbedaan mulai dari:

1. Warnanya yang kusam, tekstur tidak halus/kasar.²²

¹⁸ Sri Redjeki Hartono, *Aspek-aspek Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas*, (Makalah) dalam Erman Rajagukguk, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan 1. Mandar Maju Bandung, 2000, hlm. 38.

¹⁹ NHT Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, PT Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 14.

²⁰ Az. Nasution, *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen: Tinjauan Singkat Undang-Undang No. 8 Tahun 1999-LN 1999 No. 42*, Ctk. Pertama, Diadit Media, Jakarta, 2020, hlm 34.

²¹ Yoga Pratama, "Perlindungan Hukum bagi Konsumen atas Informasi Produk di Marketplace", *Media of Law and Sharia*, Vol. 4 No. 2, Fakultas Syariah UIN Sunan Gunung Djati, 2023, hlm 160.

²² Laila Zakiya, "Waspada Dancow Palsu! Ini Perbedaan Susu Asli dan Palsu Jangan Tergiur Harga Murah Berkedok Repack," terdapat dalam *Solobalapan.com*, <https://solobalapan.jawapos.com/berita-utama/2306111989/waspada-dancow-palsu-ini-perbedaan-susu-asli-dan-palsu-jangan-tergiur-harga-murah-berkedok-repack>, diakses pada tanggal 06 September 2025, pukul 19.00.

2. Rasa yang diberikan sangat manis daripada susu dancow asli yang mana menimbulkan stigma bahwasannya terdapat gula tambahan atau bahan pemanis tak biasa.²³
3. Berat bersih susu yang tidak sesuai takaran.

Lebih lanjut, modus operandi yang digunakan oleh pelaku usaha tidak sebatas menjual produk reject dalam kondisi kemasan asli yang rusak. Ditemukan pula praktik *repack*, yakni proses pengemasan ulang produk susu reject ke dalam kemasan baru yang menyerupai produk resmi, lengkap dengan label palsu yang mencantumkan informasi produksi, tanggal kadaluarsa, dan keterangan gizi yang tidak akurat. Praktik repack ini secara nyata memperburuk kondisi produk karena dilakukan tanpa fasilitas produksi yang steril dan tanpa pengawasan higienitas, sehingga potensi kontaminasi silang termasuk penambahan formaldehide sebagai pengawet ilegal menjadi sangat tinggi. Konsumen yang menerima produk hasil repack tidak dapat membedakannya dengan produk asli secara kasat mata, sehingga hak mereka atas informasi yang benar dan jujur sebagaimana dijamin Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi tidak terpenuhi sama sekali.²⁴

Pelaku usaha agar mendapat kepercayaan dari konsumen seharusnya mencantumkan, seperti tanggal produksi, tanggal kadaluarsa, serta keterangan mengenai status reject atau tidaknya produk, seringkali diabaikan.²⁵ Banyak

²³ Eko Supriadi, "Susu Dancow Palsu Beredar di Online Shop Kandungan Diduga Membahayakan Konsumen," terdapat dalam *Jawa Pos Group*, <https://prokalteng.jawapos.com/nasional/04/07/2025/susu-dancow-palsu-beredar-di-online-shop-kandungan-diduga-membahayakan-konsumen/>, diakses pada tanggal 06 September 2025, pukul 22.00 WIB.

²⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf c dan Pasal 8 ayat (1) huruf a dan huruf f.

produk susu *reject* yang dijual tanpa penandaan yang jelas atau dengan informasi yang menyesatkan. Hal ini bertentangan dengan prinsip perlindungan konsumen yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan lengkap.²⁶ Konsumen akhirnya tidak dapat membuat keputusan yang rasional terkait konsumsi produk tersebut.²⁷

Berikut gambar dari produk susu dancow yang asli dengan produk susu dancow *reject*:



Produk susu dancow asli



Produk susu dancow *reject*

Idealitasnya pemenuhan hak atas informasi konsumen menurut Pasal 4 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwasannya konsumen memiliki hak atas informasi yang jelas, benar, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.²⁸ Realitanya hak atas informasi di Kota Yogyakarta belum terpenuhi terkait produk susu dancow *reject* tersebut yang mengandung *formaldehyde*, pengawet yang tidak diizinkan, atau bahan netralisir untuk menyamarkan kemasamaan susu yang sudah mulai.²⁹ Kandungan lainnya

²⁵ UU No. 8 Tahun 1999, Pasal 7 huruf b (kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, jujur).

²⁶ Lestari, P. (2023). *Perlindungan Konsumen di Indonesia: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UII Press.

²⁷ Dharma Kusuma Bayu, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Memberikan Informasi Produk kepada Konsumen." *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Vol. 9 No. 3, Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2020, hlm 461.

²⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 ayat (3).

berupa *Zat-adulterant* yang meningkatkan kandungan “mutu palsu” (misalnya menambah air, mengganti komponen lemak, dan sebagainya) juga dapat menyebabkan gangguan kesehatan.³⁰

Idealitasnya tanggung jawab pelaku usaha pada konsumen mengalami kerugian tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 19 ayat (1) dan (2).³¹ Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberi ganti kerugian 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.³² Realitanya tanggung jawab pelaku usaha produk susu dancow *reject* tidak memberikan ganti kerugian atas yang diderita konsumen. Fenomena ini menunjukkan bahwa masih terdapat penjual produk susu dancow *reject* yang menyalahkan konsumen dengan mengatakan mengapa pembeli tidak bertanya terlebih dahulu tentang keaslian produk ini.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemenuhan hak atas informasi penjualan produk susu dancow *reject* yang di *repack* mengandung *formaldehyde* di kota Yogyakarta?

²⁹ Choudhary, Madhu; Sharma, Nitin, “Pemalsu Susu: Dampak Serius terhadap Kesehatan Manusia” *Journal of Medical Evidence*, Vol. 5 No.2, Department of Biochemistry, J. L. N. Medical College, Ajmer, Rajasthan, India, 2024.

³⁰ *Ibid.*

³¹ Devi Wulandari, "Perkembangan Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan Produk Pangan", *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, Vol. 6 No. 1, Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika MUI, 2024, hlm 114.

³² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19.

2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk susu dancow *reject* yang di *repack* mengandung *formaldehyde* di kota Yogyakarta?

B. Tujuan penelitian

Berkaitan dengan adanya permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, maka yang hendak peneliti capai dalam tujuan penelitian yakni:

1. Untuk menganalisa mengenai pemenuhan hak atas informasi bagi konsumen terhadap produk susu dancow *reject* yang di *repack* mengandung *formaldehyde* di kota Yogyakarta.
2. Untuk menganalisa tanggung jawab pelaku usaha terhadap penjualan produk susu dancow *reject* yang di *repack* mengandung *formaldehyde* di kota Yogyakarta.

C. Orisinalitas penelitian

Penulis melakukan penelusuran terhadap penelitian terdahulu yang di dalamnya terdapat persamaan dan perbedaan yang disajikan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian

No	Nama Penulis	Judul/Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Warni Pangesti Kusuma (Jurnal, Prosiding Nasional Hukum Aktual: Hukum Internasional)	Pemenuhan Hak atas Konsumen terhadap Ketidaksesuaian Harga pada Rak dengan Struk Belanja di Alfamart/2023	Penelitian ini sama-sama memiliki pembahasan yang serupa terkait Hak atas Informasi Konsumen	Penelitian sebelumnya fokus pada ketidaksesuaian harga rak dan struk, sedangkan Penelitian ini membahas terkait hak atas informasi produk susu dancow <i>reject</i> di Yogyakarta

	1 dalam Perspektif Islam, Hal 138-144, 2019			
2	Kelly Wiedyastuty Rezkyta Putri (Skripsi Fakultas Hukum, Univeritas Islam Indonesia, tahun 2020)	Perlindungan Konsumen terhadap Produk Pangan Tanpa Label Bahasa Indonesia/2020	Penelitian ini sama-sama memiliki pembahasan yang serupa terkait meneliti hak-hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar terkait produk.	Penelitian sebelumnya membahas ketiadaan label berbahasa Indonesia, sementara penelitian ini menitikberatkan pada stastus <i>reject</i> produk susu dancow dan pengungkapan pasaran di Yogyakarta.
3	Rivaldy Amanda Saputra (Jurnal <i>Jurnal Hukum Lex Generalis</i> , Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang, Vol. 6, No. 4, 2025)	Efektivitas BPOM dalam Pengawasan Peredaran Produk Snack Reject/2025	Penelitian ini sama-sama mengulas produk <i>reject</i> dan kaitannya dengan perlindungan konsumen.	Fokus penelitian terdahulu pada efektivitas BPOM terhadap snack <i>reject</i> secara umum, sedangkan penelitian ini fokus pada hak atas informasi saat penjualan susu dancow <i>reject</i> di tingkat konsumen Yogyakarta.
4	Dewi Aprinelita (Jurnal Kodifikasi, Jurnal ilmiah, Vol. 3, No.2, 2021)	Perlindungan Hukum Konsumen dari Produk Pangan Kadaluarsa/2021	Penelitian ini sama-sama membahas perlindungan hukum bagi konsumen akibat produk tidak layak edar.	Penelitian sebelumnya menitikberatkan pada produk kadaluarsa, sementara penelitian ini fokus pada produk susu dancow <i>reject</i> yang masih dipasarkan, khususnya dari segi keterbukaan informasi.
5	Nurul Hasanah (Skripsi Fakultas Syariah, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas: Institut Agama	Perlindungan Hukum bagi Buyer Reject Shop (Shopee)	Penelitian ini sama-sama membahas perlindungan hukum konsumen dalam kaitannya produk <i>reject</i> .	Penelitian sebelumnya fokus pada praktik <i>reject shop</i> di Shopee untuk berbagai barang secara umum, sedangkan penelitian ini khusus mengkaji pemenuhan hak atas informasi dalam penjualan produk susu dancow <i>reject</i> di kota Yogyakarta.

	Islam Negeri (IAIN) Jember / sekarang UIN KHAS Jember, tahun 2021			
--	---	--	--	--

Berdasarkan hasil penelusuran dari penelitian-penelitian sebelumnya didapat persamaan dan perbedaan yang menunjukkan bahwa penelitian penulis adalah orisinal.

D. Landasan Teori

1. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut *Black's Law Dictionary*,³³ perlindungan konsumen didefinisikan sebagai “*a statute that safeguards consumers in the use goods and services.*” Maksudnya, suatu peraturan yang memberikan jaminan perlindungan bagi konsumen dalam menggunakan barang maupun jasa. Istilah perlindungan konsumen sendiri digunakan untuk menggambarkan adanya perlindungan hukum yang secara prinsip melekat pada konsumen agar hak-haknya terpenuhi dan dirinya terhindar dari kerugian.³⁴

Perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia dijamin dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berfungsi sebagai payung hukum untuk memberikan kepastian hukum. Pada Pasal 1 angka 1 undang-undang tersebut, perlindungan konsumen diartikan sebagai segala bentuk upaya

³³ Garner, Bryan A, *Black's Law Dictionary*, 8th ed. (St.Paul-Minnesota: West Publishing), hlm. 335.

³⁴ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Ctk. Pertama, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2019, hlm 89.

yang memastikan adanya kepastian hukum guna memberikan perlindungan kepada konsumen.³⁵

Sementara itu, menurut A.Z. Nasution, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas serta kaidah yang berfungsi mengatur dan menjaga kepentingan konsumen dalam kaitannya dengan penyedia barang dan/atau jasa, baik dalam proses memperoleh maupun dalam pemanfaatannya di tengah masyarakat.³⁶ Sehingga dapat disimpulkan bahwa, perlindungan konsumen memiliki lingkup yang luas, mencakup pemakai barang ataupun jasa mulai dari tahapan memperoleh barang/jasa hingga akibat yang ditimbulkan setelah barang/jasa tersebut digunakan.³⁷

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

a. Asas Perlindungan Konsumen

Asas hukum pada dasarnya bukanlah aturan hukum yang tertulis, namun tidak ada hukum yang dapat dipahami tanpa memperhatikan asas-asas yang melandasinya.³⁸ Hal ini berarti ketika mempelajari hukum, tidak bisa dilepaskan dari asas yang menjadi pijakannya. Asas hukum juga berfungsi memberi makna pada setiap peraturan hukum yang berlaku. Pasal 2 UUPK, terdapat lima asas perlindungan konsumen, yaitu:

1) Asas Manfaat

Menegaskan bahwa setiap upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus mampu memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi konsumen maupun pelaku usaha.³⁹

³⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1

³⁶ A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2014), hlm. 12.

³⁷ Rinitami Njatrijani, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Semarang: CV. Tigamedia Pratama, 2018), hlm. 9.

³⁸ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* cet.6 (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2006), hlm 47.

2) Asas Keadilan

Bermakna agar setiap pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, memperoleh hak serta menjalankan kewajibannya secara adil.

3) Asas Keseimbangan

Memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, baik dalam aspek material maupun spiritual.

4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Memberikan jaminan keselamatan dan keamanan bagi konsumen dalam penggunaan serta pemanfaatan barang dan/atau jasa.

5) Asas Kepastian Hukum

Bertujuan agar konsumen dan pelaku usaha menaati ketentuan hukum serta memperoleh rasa keadilan, sementara negara menjamin kepastian hukum dalam perlindungan konsumen.⁴⁰

b. Tujuan Perlindungan Konsumen

Pasal 3 UUPK menyebutkan bahwa tujuan perlindungan konsumen adalah:⁴¹

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, serta kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya sendiri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara melindungi dari dampak negatif penggunaan barang dan/atau jasa;

³⁹ Eko Riyanto Cahyadi, "Hak Informasi Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia", *Jurnal Cakrawala Hukum*, Vol. 11 No. 1, Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma, 2021, hlm 80.

⁴⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2020, hlm. 110.

⁴¹ Sri Handayani, "Kedudukan Hak Konsumen dalam Memperoleh Informasi yang Jujur terhadap Produk Makanan dan Minuman", *Jurnal Cakrawala Hukum*, Vol. 10 No. 2, Fakultas Hukum Universitas Wijaya Kusuma, 2019, hlm 140.

- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya;
- 4) Membentuk sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, serta akses yang memadai untuk memperoleh informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pada pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga menimbulkan sikap jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya;
- 6) Mendorong peningkatan mutu barang dan/atau jasa yang tidak hanya menjamin keberlangsungan usaha, namun juga memperhatikan aspek kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.⁴²

Keenam tujuan di atas bila dirangkum sejatinya sama dengan tujuan hukum secara umum, yakni mencapai keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Tujuan perlindungan konsumen juga selaras dengan tujuan pembangunan nasional yang tercermin dalam Pasal 2 UUPK. Hal tersebut dikarenakan tujuan perlindungan konsumen merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.⁴³ Karena itu, untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang maksimal, diperlukan kerja sama seluruh pihak terkait tanpa melupakan sarana pendukung serta kondisi sosial masyarakat.⁴⁴

⁴² Yessy Kusumadewi, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Lembaga Fatimah Azzahrah, Jakarta, 2022, hlm. 56.

⁴³ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, Ctk. Pertama, Nusamedia, Bandung, 2010, hlm. 5.

3. Tinjauan Umum tentang Hak Atas Informasi Konsumen

Hukum perlindungan konsumen merupakan cabang hukum yang relatif baru, namun memiliki sifat yang universal.⁴⁵ Sebagian instrumennya banyak dipengaruhi oleh sistem hukum luar negeri. Perkembangan hukum konsumen secara global berawal dari gerakan perlindungan konsumen (*consumer movement*) di Amerika Serikat. Pada tahun 1898, berdiri *National Consumers League*, dan kemudian pada tahun 1914 dibentuk sebuah lembaga yang secara khusus menangani bidang konsumen, yakni *Federal Trade Commission*.⁴⁶

Kehadiran UUPK di Indonesia merupakan aturan hukum yang disusun untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, termasuk konsumen muslim.⁴⁷ Harapannya, undang-undang ini dapat meningkatkan kesadaran baik dari sisi konsumen maupun pelaku usaha terhadap hak serta kewajiban masing-masing. Pasal 4 UUPK, telah dijabarkan sejumlah hak yang dimiliki konsumen.⁴⁸

Selain itu, secara internasional Presiden Amerika Serikat *John F. Kennedy* pernah mengemukakan empat hak dasar konsumen (*The Four Consumer Rights*), yaitu: ⁴⁹

⁴⁴ Janus Sibadolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 7.

⁴⁵ Ja'far, H. A. Khumedi, "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Bisnis Islam", *Jurnal Hukum* Vol. 6, No.1, Januari 2014, hlm. 8.

⁴⁶ Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2019, hlm. 12-13.

⁴⁷ Reni Oktavia, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait dengan Barang Pangan Cacat", *Jurnal Fakultas Hukum*, Vol. 8 No. 1, Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara, 2021, hlm 100.

⁴⁸ Tri Rahayu Puji Lestari, "Penyelenggaraan Keamanan Pangan sebagai Salah Satu Upaya Perlindungan Hak Masyarakat sebagai Konsumen", *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, Vol. 11 No. 1, Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi Sekretariat Jenderal DPR-RI, 2020, hlm 60.

⁴⁹ Rosmawati, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Depok, 2018, hlm. 52.

- a. Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*)
- b. Hak Memilih (*the right to choose*)
- c. Hak mendapat informasi (*the right to be informed*)
- d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Salah satu hak yang sangat penting adalah hak atas informasi. Pasal 4 ayat (3) UUPK menegaskan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Hak ini menekankan bahwa konsumen berhak mengetahui secara detail mengenai barang/jasa yang akan digunakan.⁵⁰

Hak atas informasi dianggap krusial karena apabila informasi penting tidak disampaikan kepada konsumen, maka risiko maupun kerugian akibat penggunaan produk akan ditanggung sepenuhnya oleh konsumen.⁵¹ Berdasarkan hal tersebut, maka memberikan informasi yang benar merupakan kewajiban pelaku usaha, sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 huruf (b) UUPK. Penyediaan informasi yang jelas bertujuan agar konsumen dapat memahami gambaran produk sehingga mampu menentukan pilihan sesuai kebutuhan mereka.⁵²

4. Tinjauan Umum tentang Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Kata konsumen berasal dari bahasa Belanda *consument* dan bahasa Inggris *consumer*, yang diartikan sebagai pemakai atau pengguna suatu

⁵⁰ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 39.

⁵¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op. Cit.*, hlm. 33.

⁵² Satjipto Rahardjo, *Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Kompas Media Nusantara, Jakarta, 2018, hlm. 100.

barang atau jasa.⁵³ Secara yuridis, pengertian konsumen dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (2) UUPK yang menyebutkan: konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak dimaksudkan untuk diperdagangkan.⁵⁴

b. Hak dan Kewajiban Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatur sejumlah hak mendasar bagi konsumen. Pasal 4 UUPK memuat sembilan hak, yaitu:⁵⁵

- 1) hak memperoleh kenyamanan, keamanan, serta keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa;
- 2) hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai nilai tukar, kondisi, serta jaminan yang telah dijanjikan;
- 3) hak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang/jasa;
- 4) hak untuk didengar pendapat maupun keluhan atas barang/jasa yang digunakan;
- 5) hak untuk memperoleh advokasi, perlindungan, serta penyelesaian sengketa konsumen secara layak;
- 6) hak memperoleh pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) hak untuk dilayani secara benar, jujur, serta tidak diskriminatif;

⁵³ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk* (Jakarta: Panta Rei, 2005), hlm. 22.

⁵⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran*, Ctk. Pertama, Nusa Media, Yogyakarta, 2021, hlm. 34.

⁵⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 5.

- 8) hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang/jasa tidak sesuai perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) hak-hak lain sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.⁵⁶

Sedangkan kewajiban konsumen menurut Pasal 5 UUPK adalah:⁵⁷

- 1) membaca atau mengikuti petunjuk serta prosedur pemanfaatan barang/jasa demi keamanan;
- 2) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian;
- 3) membayar sesuai nilai tukar yang disepakati;
- 4) ikut serta dalam penyelesaian sengketa perlindungan konsumen dengan cara yang patut.⁵⁸

5. Pelaku Usaha

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah pihak yang menjalankan aktivitas bisnis. Misalnya penjual susu, yang berarti individu maupun kelompok yang memperdagangkan berbagai jenis produk-produk susu.⁵⁹ Menurut Pasal 1 angka 3 UUPK, pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha,

⁵⁶ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2019, hlm. 110.

⁵⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 12.

⁵⁸ Shofie Yusuf, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Ctk. Pertama, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2018, hlm. 78.

⁵⁹ Diana Susanti, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Setara Press, Malang, 2023, hlm. 29.

berbadan hukum maupun tidak, yang didirikan dan berkedudukan di wilayah hukum Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian untuk menjalankan kegiatan ekonomi dalam berbagai bidang usaha.⁶⁰

b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6 UUPK mengatur hak-hak pelaku usaha, di antaranya:⁶¹

- 1) hak menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang/jasa yang diperdagangkan;
- 2) hak memperoleh perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik;
- 3) hak melakukan pembelaan secara patut dalam proses penyelesaian sengketa konsumen;
- 4) hak memperoleh rehabilitasi nama baik apabila terbukti bahwa kerugian konsumen bukan akibat barang/jasa yang diperdagangkan;
- 5) hak-hak lain sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.⁶²

6. Definisi Operasional

Untuk memperjelas batasan penelitian, berikut definisi operasional yang digunakan:

⁶⁰ Lalu Husni, *Pengantar Hukum Ketenagakerjaan dan Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2022, hlm. 125.

⁶¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6.

⁶² Eko Wahyudi, *Aspek Hukum Sertifikasi Halal pada Produk Pangan*, Ctk. Pertama, UB Press, Malang, 2020, hlm. 49.

- a. Perlindungan konsumen: berdasarkan Pasal 1 ayat (1) UUPK, yaitu segala bentuk upaya yang menjamin adanya kepastian hukum guna melindungi konsumen.
- b. Konsumen: menurut Pasal 1 ayat (2) UUPK, konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk kepentingan diri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.
- c. Produk *reject* adalah barang hasil produksi yang tidak memenuhi standar mutu sehingga tidak layak edar, misalnya karena cacat produksi, kerusakan kemasan, kesalahan label, kadaluarsa, atau kesalahan distribusi. Pada kategori pangan, termasuk susu, status *reject* biasanya ditandai dengan perubahan warna, tekstur, rasa, gizi, atau kemasan yang rusak dan tidak tersegel rapat. Secara khusus, susu dancow *reject* merupakan produk susu bubuk bermerek dancow yang tidak lolos standar mutu produsen maupun regulasi, dengan ciri khas seperti bubuk menggumpal atau kasar, warna lebih kusam, rasa berbeda dari standar, serta kemasan yang tidak sesuai atau tidak berlabel resmi.

E. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam menyusun skripsi ini diuraikan lebih rinci sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang tertuang pada buku, jurnal, perundang-undangan yang berlaku.⁶³

2. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan pada penelitian ini adalah perundang-undangan dan konseptual. Penelitian ini identik dengan norma yang tertulis yang dibuat dan kemudian diundangkan oleh lembaga atau pejabat negara yang berwenang dengan cara menggunakan pendekatan undang-undang dan pendekatan analisis.⁶⁴ Pendekatan konseptual adalah metode yang digunakan untuk memahami masalah penelitian melalui penelaahan konsep-konsep, teori, dan prinsip dasar yang relevan tanpa menggunakan data empiris secara langsung.⁶⁵

3. Objek penelitian

Objek kajian dalam penelitian ini adalah aturan-aturan hukum yang mengatur mengenai perlindungan konsumen serta tanggung jawab yang melekat pada pelaku usaha.

4. Sumber data Penelitian

Sumber data yang dipakai dalam penelitian yuridis empiris ini mencakup data primer, data sekunder, dan data tersier.⁶⁶ Karena penelitian ini juga

⁶³ Suratman, *Metode Penelitian Hukum*, Ctk. Ketiga, Alfabeta, Bandung, 2015, hlm. 51.

⁶⁴ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti), 2004.

⁶⁵ H. Salim & Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, Rajawali Pers, 2013.

⁶⁶ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Mandar Maju, Bandung, 2008, hlm. 92.

termasuk penelitian hukum normatif, maka digunakan pula bahan hukum yang terbagi atas:

a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum yang memiliki sifat otoritatif atau mempunyai kewenangan mengikat.⁶⁷ Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan dan segala dokumen resmi yang memuat ketentuan hukum.⁶⁸ Bahan hukum primer terdiri atas:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- 3) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan;
- 4) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat;
- 5) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 06/MDAG/PER/2/2017 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen;
- 6) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

⁶⁷ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, Ctk 5, hlm. 67.

⁶⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2013, hlm. 13.

- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu dokumen atau literatur hukum yang berfungsi memberi penjelasan terhadap bahan hukum primer. Pada penelitian ini, bahan hukum sekunder mencakup:
 - 1) Buku-buku;
 - 2) Jurnal;
 - 3) Artikel-artikel online.
- c. Bahan Hukum Tersier, yakni bahan hukum yang dipergunakan sebagai petunjuk maupun penjelasan tambahan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, misalnya kamus hukum dan ensiklopedia.

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dengan membaca peraturan perundang-undangan, dokumen resmi, hasil penelitian, makalah, dan buku-buku yang berkaitan dengan objek penelitian untuk selanjutnya dapat dipelajari dan dikaji sebagai kesatuan yang utuh.⁶⁹

F. Analisis Data

Metode pengolahan data berupa bahan hukum yang kemudian dituangkan dalam bentuk naratif, disusun secara sistematis, logis, dan rasional.⁷⁰ Data yang diperoleh akan digabungkan satu sama lain yang kemudian disesuaikan dengan pokok permasalahan yang akan diteliti oleh penulis hingga menjadi kesatuan yang kompleks.⁷¹ Menggunakan metode analisis normatif kualitatif yaitu bentuk

⁶⁹ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Gramedia Widisarana), 2014.

⁷⁰ Dr. Fenti Hikmawati, *Metode Penelitian*, Rajawali Press, Depok, 2017, hlm. 89.

kalimat teratur, logis, efektif, dan tidak tumpang tindih.⁷² Kemudian dilanjutkan dengan melakukan pembahasan yang selanjutnya mendapat kesimpulan secara induktif sebagai jawaban terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji mengatakan bahwa normatif kualitatif dilakukan dengan cara menganalisis data yang diperoleh sesuai dengan norma hukum yang berlaku, teori-teori, doktrin hukum, dan kaidah yang sesuai dengan inti permasalahannya.⁷³

G. Kerangka Skripsi

Kerangka ini dibuat untuk mempermudah dalam memahami penyusunan skripsi, maka dibuatlah kerangka skripsi sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada BAB ini penulis akan membahas mengenai Latar belakang masalah, rumusan Masalah, tujuan penelitian, orisinalitas penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN UMUM

Pada BAB ini penulis akan menjabarkan tinjauan umum mengenai perlindungan konsumen, asas dan tujuan perlindungan konsumen, hak dan kewajiban

⁷¹ Rony Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1990, hlm. 36.

⁷² Dr. Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, Harva Creative, 2023, hlm. 143.

⁷³ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif*, (Jakarta: PT. Grafindo Media Pratama), 2010, hlm. 98.

konsumen, tinjauan umum mengenai pelaku usaha, serta hak dan kewajiban pelaku usaha.

BAB III : PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menganalisis perlindungan konsumen terhadap pemenuhan hak atas informasi penjualan produk susu dancow reject di kota Yogyakarta serta mengenai tanggung jawab dari pelaku usaha yang terdapat produk susu dancow reject di kota Yogyakarta yang mengalami kerugian.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini berisikan penutup pembahasan skripsi yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari kedua tinjauan pustaka dan rumusan masalah yang dituangkan dalam pembahasan BAB II dan BAB III.

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI, DAN TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

A. Tinjauan Umum Perjanjian Jual-Beli

1. Pengertian Perjanjian

Perjanjian merupakan fondasi dari setiap hubungan hukum dalam aktivitas bisnis dan transaksi ekonomi masyarakat. Secara yuridis, perjanjian dapat dipahami sebagai suatu perbuatan hukum di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya