

BAB III

TINJUAN TEORITIS

A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Kata konsumen merupakan istilah yang biasa digunakan masyarakat untuk orang yang mengonsumsi atau memanfaatkan suatu barang atau jasa. Selain itu sebagian orang juga memberi batasan pengertian konsumen yaitu orang yang memiliki hubungan langsung antara penjual dan pembeli yang kemudian disebut konsumen.

Pengertian di atas dapat dibenarkan bahwa setiap orang yang mengonsumsi baik yang berhubungan langsung antara penjual dengan pembeli atau pun tidak memiliki hubungan langsung dan hanya mengonsumsi dapat dikatakan sebagai konsumen.

Secara harfiah konsumen adalah orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembed. Adapun istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu "*consumer*", atau dalam bahasa Belanda yaitu "*consument*".¹

Beberapa peraturan undang-undang memberikan pengertian tentang konsumen. Misalnya, dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka (2), yaitu konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa

¹ Celina Tri Siwi Kritiyanti, Op.cit.

yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.²

Mengacu pada pengertian konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen terdapat batas bahwa barang atau jasa yang dikonsumsi tidak untuk diperdagangkan, sehingga setiap pedagang yang membeli lalu menjualnya kembali tidak dapat dikatakan sebagai konsumen.

Selain itu cakupan konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dianggap sempit, karena konsumen sesungguhnya tidak hanya terbatas pada subjek hukum “orang”, akan tetapi masih ada subjek hukum lain yang juga sebagai konsumen akhir yaitu “badan hukum” yang mengonsumsi barang dan/atau jasa serta tidak untuk diperdagangkan. Oleh karena, itu lebih tepat bila dalam pasal ini menentukan “setiap pihak yang memperoleh barang dan/atau jasa” yang dengan sendirinya tercakup orang dan badan hukum, atau paling tidak ditentukan dalam penjelasan Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut. “Konsumen adalah setiap orang/badan hukum yang memperoleh dan/atau memakai barang/jasa yang berasal dari pelaku usaha dan tidak untuk diperdagangkan”.³

Di dalam kepastiaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk

² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara), h. 2

³ Celina Tri siswi Kritiyanti, Op. cit.

lainnya. Maka yang dimaksud dari pengertian konsumen menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir.⁴

Ditegaskan kembali oleh Az. Nasution dengan memberikan batasan mengenai konsumen, yaitu:

- 1) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
- 2) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- 3) Konsumen akhir, adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nokomersial).

Selain pengertian-pengertian di atas, dikemukakan pula pengertian konsumen, yang khusus berkaitan masalah ganti kerugian. Di Amerika Serikat, pengertian konsumen meliputi “korban produk cacat” yang bukan hanya meliputi pembeli melainkan juga korban yang bukan pembeli, namun pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pemakai.⁵

⁴ Celina Tri Siwi Kritiyanti Op.cit h. 25

⁵ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen Di Indonesia*.(Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 21

2. Perlindungan Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen

Pengertian Perlindungan Konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka (1), yaitu perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Meskipun dalam pasal di atas hanya menyebutkan perlindungan terhadap konsumen namun bukan berarti Undang-undang Perlindungan Konsumen ini hanya melindungi konsumen saja, melainkan hak-hak pelaku usaha juga menjadi perhatian, namun hanya karena seringnya konsumen menjadi objek kesewenang-wenangan para pelaku usaha sehingga perlindungan terhadap konsumen terlihat lebih ditonjolkan.

Selanjutnya, dunia internasional juga ikut memberi perhatian mengenai perlindungan terhadap konsumen yaitu dinyatakan dalam Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa No. 39/248, tanggal 16 April 1985 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu kepentingan konsumen yang harus dilindungi, yaitu:⁶

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
 - b. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen.
 - c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi.
-

- d. Pendidikan konsumen.
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif.
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka. .

3. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Asas-asas dalam perlindungan konsumen tercantum jelas dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 2, yaitu: “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”⁷

- a. Asas manfaat dalam perlindungan konsumen dimaksud untuk dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat semaksimal mungkin, baik bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dalam perlindungan konsumen yaitu agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dalam perlindungan konsumen dimaksud untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.

⁷ Abdul R. Saliman, Op.cit.,h. 210

- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum yang dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum.

4. Tujuan Perlindungan Konsumen

Secara umum hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk melindungi konsumen masyarakat dalam peranannya sebagai konsumen. Selain itu, lemahnya kesadaran dan ketidak mengertian masyarakat sebagai konsumen sering kali dirugikan oleh tindakan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.

Tujuan perlindungan konsumen yaitu:⁸

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

⁸ C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, Op.cit., h 217

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

5. Pengertian Konsumen, Pelaku Usaha dan Produk Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Dalam UUPLK, konsumen adalah setiap pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.⁹

b. Pengertian Pelaku Usaha

Menurut pasal 1 angka 3 UUPLK, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbadan hukum maupun bukan berbadan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau yang melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri

⁹ Ibid., h 214

maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹⁰

c. Pengertian Produk Konsumen

Ikatan sarjana ekonomi indonesia menetapkan bahwa pelaku ekonomi terdiri dari tiga kelompok, yaitu:

- 1) Kelompok penyedia dana (investor) untuk memenuhi keperluan pelaku usaha atau orang perorangan (konsumen), misalnya bank, lembaga keuangan non bank, dan penyedia lainnya.
- 2) Kelompok pembuat barang atau jasa (produsen), misalnya pembuat pabrik pangan olahan, penyelenggara usaha perjalanan (travel), penyelenggara usaha angkutan, penyelenggara usaha asuransi dan sebagainya.
- 3) Kelompok pengedar barang atau jasa (distributor) seperti warung, kedai, tokoh, supermarket, pedagang kaki lima, usaha asuransi dan sebagainya.

d. Pengertian Produk Konsumen

Produk konsumen adalah barang dan/atau jasa. Menurut Pasal 1 angka 4 UUPLK barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.¹¹

¹⁰ *Komplikasi Peraturan Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri* Buku I, Departemen Perdagangan Dan Perindustrian, h. 3

¹¹ *Ibid* . h. 3

6. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen sebagai subjek dalam UUPLK mempunyai hak dan kewajiban yang tentunya harus dilaksanakan dan dijalankan. Secara hukum hak dan kewajiban konsumen telah diatur dalam UUPLK.¹²

a. Hak Konsumen

Dalam Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen menyebutkan hak konsumen:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan dan/atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

¹² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara), h.5

- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

b. Kewajiban Konsumen

Dalam Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, menyebutkan tentang kewajiban konsumen, yaitu: ¹³

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

7. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Sebagai salah satu subjek dalam hukum perlindungan konsumen sesuai UUPLK pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban.

a. Hak Pelaku Usaha

Pada prinsipnya hak utama pelaku usaha adalah menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa

¹³ Ibid.,h.5

yang diperdagangkan. Lebih spesifik lagi dijelaskan dalam UUPK mengenai hak-hak pelaku usaha dalam pasal 6 UUPK, yaitu:¹⁴

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Undang-undang Perlindungan Konsumen juga mengatur tentang kewajiban pelaku usaha, yaitu:¹⁵

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;

¹⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara), h. 6

¹⁵ C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, Op.cit., h.219

- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta member jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

8. Perbuatan Yang Dilarang

Dalam UUPK diatur juga ketentuan mengenai perbuatan-perbuatan yang dilarang untuk pelaku usaha dalam rangka perlindungan konsumen. Pelaku usaha tersebut tidak hanya terbatas pada produsen saja melainkan juga pada para distributor (dan jaringannya), importir serta pelaku periklanan. Pada Pasal 8 UUPK, diatur bahwa:¹⁶

- 1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

¹⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara), h.7

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangundangan;
- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto,

- komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/ dibuat;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- 2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- 3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- 4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Kemudian pada pada Pasal 9 juga masih dijelaskan mengenai perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha yaitu sebagai berikut:¹⁷

- 1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

¹⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara), h. 9

- a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tampak keterangan yang lengkap; menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- 2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.

- 3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pada Pasal 10 UUPK pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditunjukkan untuk diperdagangkan dilarang untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:¹⁸

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pada Pasal 11 UUPK pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;

¹⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara), h.10

- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pada Pasal 12 UUPK pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu atau jumlah tertentu., jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Dalam Pasal 13 UUPK pelaku usaha dilarang melakukan hal-hal berikut:¹⁹

- a. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
- b. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

¹⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara), h. 11

Dalam Pasal 14 UUPK pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditunjukkan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Dalam Pasal 15 UUPK juga dinyatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan fisik maupun psikis terhadap konsumen. Kemudian dalam Pasal 16 UUPK. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan yang dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Kemudian larang pelaku usaha yang berbentuk jasa periklanan diatur juga dalam UUPK. Pada Pasal 17 UUPK yang dinyatakan bahwa:

- 1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

- a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
 - c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
 - d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
 - e. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - f. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundangundangan mengenai periklanan.
- 2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

B. Tinjauan Umum Minuman Energi

Minuman energi adalah jenis minuman yang ditujukan untuk menambah energi seseorang yang meminumnya. Minuman berenergi didefinisikan sebagai minuman yang mengandung vitamin, mineral, stimulant termasuk kafein, guarana, taurin, variasi bentuk ginseng, maltodextrin, carnitine, dan ginkgo biloba. Vitamin yang ditambahkan ke dalam minuman suplemen umumnya berupa vitamin larut air yaitu vitamin C dan B kompleks. Kehadiran vitamin tersebut sangat penting artinya bagi pencapaian tingkat kesehatan tubuh yang optimal dan sengaja

ditambahkan untuk membantu metabolisme karbohidrat (gula dalam minuman) agar segera menjadi energi yang sangat dibutuhkan oleh tubuh yang sedang lelah.

Bagi beberapa kalangan, minuman energi diminum dengan tujuan untuk mencegah kantuk. Minuman bersoda atau minuman energi semakin banyak dan beragam jenisnya. Minuman ini mempunyai sensasi segar dan dapat mengembalikan stamina tubuh dalam sekejap. Minuman tersebut mempunyai efek samping yang buruk khususnya untuk para remaja. Dampak jelek minuman energi pada remaja, mengonsumsi terlalu berlebih minuman ini dapat mengakibatkan dampak samping beresiko, terutama bila dicampurkan dengan alkohol. Minuman tambah energi memiliki kandungan kafein yang tinggi. Sebab itu, minuman tersebut dapat mengakibatkan tekanan darah tinggi, jantung berdebar, obesitas, serta masalah kesehatan lain. Apabila digabungkan dengan alkohol, efeknya lebih jelek.

Minuman ini dapat beresiko serius untuk remaja. Kandungan kafeinnya yang tinggi serta zat tambahan yang lain yang belum diketahui tentu butuh diwaspadai, kata dr Kwabena Blankson, pakar kesehatan remaja.²⁰

Kafein yang dikonsumsi lebih 100 mg tiap-tiap hari dikategorikan tidak sehat untuk remaja. Walau sebenarnya, didalam 16 ons kaleng minuman merk Red Bull, Monster Energy Assault, atau Rockstar terdapat 160 mg kafein. Minuman ini juga memiliki kandungan zat tambahan layaknya gula, ginseng, serta Guarana yang

²⁰ Veranika Ginting, (Seksi Pemeriksaan), Wawancara Tgl 22 April 2014 Pekanbaru

menambah dampak kafein. Minuman ini juga tidak dianjurkan dikonsumsi anak-anak, ibu hamil, ibu menyusui, serta orang yang peka pada kafein.²¹

Berikut Beberapa Fakta Positif Mengenai Kafein:

1. Selama terjadinya migren maka pembuluh darah dikepala akan melebar dan akan menekan saraf disekitarnya sehingga menimbulkan rasa nyeri. Kafein berperan dalam mengkonstriksi (menyempitkan) pembuluh darah tersebut sehingga pembuluh darah akan kembali ke ukuran normal, namun hal ini tidaklah sesederhana ini.
2. Kafein berperan juga dalam meningkatkan potensi dari beberapa obat penghilang rasa nyeri. Ada beberapa contoh obat yang komposisinya ditambahkan substansi kafein karena memiliki pengaruh diantaranya adalah mampu membantu absorpsi atau penyerapan komponen obat utama dan membantu menguatkan efek analgesik (antinyeri) obat utama sehingga dosis obat utama dapat dikompensasikan dengan menurunkan dosis karena efeknya sudah terbantu dengan tambahan komposisi kafein ini.
3. Efek stimulan yang ditimbulkan oleh kafein dapat mencegah timbulnya nyeri kepala ringan. Dalam hal ini maka adanya komponen gula yang biasanya ditambahkan pada kopi atau minuman cola yang berperan sebagai zat stimulan. Hal ini terjadi secara sinergis karena gula/glukosa akan memicu pelepasan insulin dalam tubuh yang berperan dalam regulasi energi dalam tubuh, sehingga hal ini akan “menyerupai” proses stimulasi dalam tubuh. Namun hal ini juga tidaklah terjadi sesederhana ini.

²¹ Veranika Ginting, (Seksi Pemeriksaan), Wawancara Tgl 22 April 2014 Pekanbaru

4. Efek stimulan akan mengurangi “persepsi” kelelahan secara sementara namun “tidak” berarti menghilangkan "fakta kelelahan tubuh" itu sendiri.²²

Berikut beberapa fakta negatif mengenai kafein:

1. Sebagai stimulan (terutama ketika dikombinasikan dengan komponen gula/glukosa) maka kafein akan dengan cepat meningkatkan kesiagaan namun akan secara cepat pula membuat anda lelah ketika efek tersebut habis. Apalagi jika kafein dikonsumsi dengan perut yang masih kosong, sehingga tidak ada asupan gula/glukosa yang mengakibatkan tidak adanya sumber stimulan lain yang menjaga kesiagaan tubuh ketika efek kafein mengalami penurunan.
2. Minum kafein dengan perut yang masih kosong dapat memicu migren. Terutama pada seseorang yang memiliki “bakat” atau “kecenderungan yang lebih mudah” terkena penyakit migren. Kafein juga akan menghilangkan selera makan anda. Perut akan terasa kenyang setelah mengkonsumsi kafein.
3. Kafein memaksa/memicu tubuh dan pikiran untuk bekerja melampaui batas kemampuannya. Anda akan merasa sangat lelah setelah efek dari kafein tersebut habis.
4. Minum kopi secara teratur terus menerus dapat menyebabkan produksi dopamin didalam otak yang berperan dalam persepsi rasa nyaman sehingga dapat mengakibatkan ketergantungan terhadap kafein tersebut.

²² Nunanganis, (Bidang Pelayanan), Wawancara Tgl 22 April 2014 Pekanbaru

Gejala yang timbul akibat putus-zat akibat penghentian konsumsi kafein diantaranya adalah sakit kepala, sulit tidur dan mual.

5. Pada beberapa penelitian ditemukan bahwa penderita migren dikatakan memerlukan peningkatan jumlah asupan makanan yg kaya magnesium. Defisiensi magnesium akan menyebabkan nyeri kepala. Kafein sendiri memiliki sifat diuresis yaitu kemampuannya dalam meningkatkan urinasi (meningkatkan pengeluaran urin), sehingga hal ini akan membuat tubuh kita mengalami defisiensi magnesium yang terbuang bersama urin (air kencing).
6. Kafein mampu menciptakan kondisi kecemasan khususnya ketika dikonsumsi dalam jumlah yang banyak dan tanpa keseimbangan terhadap makanan dan istirahat yang cukup. Stres akan menurunkan “ketahanan” terhadap timbulnya migren.
7. Kafein akan meningkatkan produksi asam lambung sehingga menimbulkan kondisi gangguan saluran cerna.²³

²³ Nunanganis, (Bidang Pelayanan), Wawancara Tgl 22 April 2014 Pekanbaru