

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumen yang mendapat perlindungan menurut Undang-undang perlindungan konsumen adalah konsumen akhir, yakni pemakai, pengguna, pemanfaat barang dan / atau jasa yang digunakan untuk diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya, dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Selain menjelaskan hak konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga menjelaskan hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya.¹

Penjelasan umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen antara lain menyatakan bahwa pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu,

¹ "Perlindungan konsumen", at http://id.wikipedia.org/wiki/Perlindungan_konsumen, diakses 20 April 2014.

globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan infomatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang, ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha, antara lain melalui promosi dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha tidaklah selalu lancar.

Seringkali terdapat perbedaan pendapat atau perselisihan diantara kedua pihak tersebut. Adanya perbedaan pendapat atau perselisihan tersebut disebut dengan masalah konsumen. Masalah konsumen merupakan hal yang selalu aktual, menarik perhatian. Persoalan konsumen selalu hangat dipersoalkan, dibicarakan, didiskusikan dan diperdebatkan. Masalah konsumen adalah masalah manusia. Hubungan pelaku usaha dan

konsumen tidak lepas dari unsur di luar pihak-pihak tersebut, seperti masalah nilai-nilai keagamaan, ketenagakerjaan, tanggung jawab sosial dan lain-lain.²

Umumnya dalam membicarakan kerugian yang terkait dengan aspek ekonomis, konsumen tidak mendapatkan manfaat kegunaan dari barang dan/atau jasa yang dikonsumsi. Adapun tiga teori yang menjadi dasar tuntutan ganti rugi konsumen akan produk yang dikonsumsi *meliputi breach of warranty, negligence in tort, dan strict liability in tort*.

Pada jenis kerugian produk yang dikonsumsi, konsumen dapat mengajukan tuntutan berdasarkan adanya kewajiban penjual/produsen untuk menjamin kualitas produk. Tuntutan itu dapat berupa pengembalian barang sambil menuntut kembali harga pembelian, atau penukaran dengan barang yang baik mutunya. Jaminan terhadap kualitas produk dapat dibedakan atas 2 (dua) macam, yaitu *expressed warranty* dan *implied warranty*.³

Expressed Warranty atau jaminan secara tegas adalah suatu jaminan atas kualitas produk, yang dinyatakan oleh penjual atau distributornya secara lisan atau tulisan. Dengan adanya *expressed warranty* ini, berarti

² N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Panta Rei, Bogor, 2005, hlm. 1.

³ Kimberly Jade Tillman dalam Inosentius Samsul, *Hukum Perlindungan Konsumen Buku I, Bahan Kuliah Program Pasca Sarjana Bidang Ilmu Hukum, Universitas Indonesia, Jakarta, 2001, hlm. 99-125.*

produsen/penjual bertanggung jawab untuk melaksanakan kewajibannya untuk menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu yang berlaku terhadap kekurangan atau kerusakan dalam produk yang dijualnya. Dalam hal demikian, konsumen dapat mengajukan tuntutan berdasarkan adanya wanprestasi dari pihak penjual.

Pembebanan tanggung jawab terhadap pihak penjual yang didasarkan pada adanya kontrak tersebut membuat ruang lingkup menjadi terbatas yaitu hanya timbul di antara pihak-pihak yang mengadakan kontrak dan pihak lain yang juga menjadi korban dari suatu produk cacat/rusak tidak akan terlindungi atau berdasarkan hubungan *privity of contract*. Sementara itu, *Implied Warranty* adalah jaminan berasal dari undang-undang atau bentuk hukum lain. Misalnya, kewajiban penjual untuk menanggung adanya cacat - cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya, meskipun ia tidak mengetahui adanya cacat itu, kecuali jika ia dalam keadaan yang demikian telah minta diperjanjikan bahwa ia tidak diwajibkan menanggung sesuatu apa pun (pasal 1506 KUH Perdata). Menurut pasal 1504 KUH Perdata, penjual diwajibkan menanggung terhadap cacat tersembunyi pada barang yang dijual, yang membuat barang itu tak sanggup untuk pemakaian yang dimaksudkan (*not fit for purpose*), atau yang demikian mengurangi pemakaian itu, sehingga seandainya pembeli mengetahui cacat itu, ia sama

sekali tidak akan membeli barangnya, atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang lebih murah.

Apabila penjual telah minta diperjanjikan untuk tidak menanggung sesuatu apa pun dalam hal adanya cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya, maka hal itu berarti bahwa adanya cacat tersembunyi pada barang itu menjadi risiko pembeli sendiri. Jadi jaminan yang diberikan dalam implied warranty adalah jaminan tentang kepemilikan; jaminan tentang kelayakan; dan jaminan bahwa yang dijual cocok untuk dipasarkan. Namun penerapan prinsip ini kemudian menjadi masalah dari pihak konsumen yaitu untuk membuktikan kesalahan dari pihak pelaku usaha.

Berikut prinsip-prinsip umum tanggung jawab pelaku usaha dalam hukum yang dalam praktek dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan (fault liability/liability based on fault);
2. Prinsip Praduga untuk Selalu Bertanggung Jawab (presumption of liability principle);
3. Prinsip Praduga untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab;
4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (strict liability);
5. Prinsip Tanggung Jawab Dengan Pembatasan.

Namun demikian, perlu diperhatikan ketentuan pasal 1493 KUH Perdata yang menyatakan bahwa kedua belah pihak diperbolehkan dengan persetujuan - persetujuan istimewa, memperluas atau mengurangi

kewajiban yang ditetapkan dalam undang-undang, bahwa mereka diperbolehkan mengadakan persetujuan bahwa si penjual tidak akan diwajibkan menanggung suatu apa pun.

Hal tersebut hanya dimungkinkan bila kedua belah pihak dalam pembuatan perjanjian/kontrak berada dalam posisi seimbang, artinya tidak ada penekanan-penekanan dari pihak (umumnya) pelaku usaha terhadap suatu ketentuan tertentu kepada konsumen. Pada era perdagangan bebas saat ini tampaknya pelaku usaha dapat dengan mudah membuat aturan tertentu (seperti terms and condition) yang berisikan pembatasan tanggung jawab. Acuan yang digunakan adalah prinsip take it or leave it contract. Padahal pelaku usaha diharapkan menjamin prinsip-prinsip hak konsumen dalam pembuatan kontrak yang mendasari hubungannya dengan konsumen.

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan atau jasa yang berkualitas. Adapun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam pelbagai transaksi adalah bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

Pelaku usaha juga dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud dan dilarang untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar.

Di antara hak-hak dari konsumen dan kewajiban pelaku usaha, terdapat titik hubungan yaitu tujuan perlindungan untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen untuk mendapatkan informasi, yang juga merupakan salah satu hak konsumen dan diwajibkan pula bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur. Informasi tersebut dapat diperoleh konsumen dari suatu iklan yang diberikan oleh pelaku usaha. Dengan demikian antara fungsi iklan dan tujuan iklan, terdapat persamaan yaitu melakukan promosi terhadap produk sehingga konsumen terpengaruh untuk membeli atau menggunakan produk yang diiklankan. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan. Bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran, baik atas cara memproduksi maupun cara mengiklankan barang dan/atau jasanya, dapat dikenakan sanksi. Sanksi tersebut berupa sanksi administrasi, sanksi perdata dan atau sanksi pidana.

Kasus berkaitan iklan yang memberikan dan menyampaikan informasi yang tidak jelas terdapat dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 659 K/Pdt.Sus/2012. Putusan ini pada prinsipnya memeriksa perkara perdata khusus tentang keberatan atas putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen antara PT. Nissan Motor Indonesia melawan Ludmilla Arif.

Ludmilla Arief melayangkan gugatan ke Nissan Motor Indonesia (NMI) di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Itu dilakukan karena Nissan dinilai melakukan kebohongan soal keiritan bahan bakar

Nissan March melalui iklan. Keluhan konsumen atas produk otomotif Nissan March yang dinilai boros Bahan Bakar Minyak (BBM) tidak sesuai dengan iklan yang ditawarkan. Menurut Ludmilla Arif, sengketa dirinya dan PT NMI berawal, ketika dia membeli produk PT NMI, mobil Nissan March yang dikatakan irit BBM dimana setiap liter BBM bisa digunakan 18 Km. Namun, setelah mobil itu dibeli Rp159,8 juta, ternyata tidak seperti yang diiklankan dan sangat boros karena setiap liter BBM hanya digunakan 8 kilometer. Ludmilla menjelaskan, pihaknya pun mengadukan persoalan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang merupakan arbitrase sengketa antara produsen dan konsumen.⁴ BPSK kemudian membuat Keputusan No. 099/Pts.A/BPSK-DKI/II/2012 tertanggal 16

⁴ La Ode Husen, Salle Salle, Arri Abdi Syalman, Abd. Kahar Muzakkir, *Pengamanan Intelijen Kepolisian Terhadap Putusan Pengadilan Atas Objek Sengketa*, SIGn Jurnal Hukum Vol. 1, No. 2 (Maret 2020) 136 – 148 e-ISSN: 2685 – 8606 p-ISSN: 2685 – 8614 <https://jurnal.penerbitsign.com/index.php/sjh/article/view/v1n2-136-148/29>

Februari 2012, dimana dicapai titik temu pelaku usaha diputuskan memberikan uang pengembalian dan permintaan konsumen. Keputusan itu, lanjut Ludmilla, sudah sangat adil dan bijaksana, karena mengambil titik tengah dan mempertimbangkan kesediaan pelaku usaha mengganti rugi. Namun, PT. NMI kemudian menolak mengganti uang pembelian produk Nissan March dan mengajukan perkara tersebut ke PN Jakarta Selatan.

Berdasar pada uraian yang dikemukakan di atas timbullah keinginan penulis untuk menetahui lebih jauh tentang hal-hal tersebut di atas dalam sebuah Disertasi dengan judul: "HAKIKAT TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA ATAS IKLAN YANG MEMBOHONGI KONSUMEN".

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah Hakikat tanggung jawab hukum pelaku usaha atas iklan yang membohongi konsumen?
2. Faktor - faktor apakah yang mempengaruhi tanggung jawab hukum pelaku usaha atas iklan yang membohongi konsumen?
3. Bagaimana penerapan sanksi hukum terhadap iklan yang membohongi konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berpegang pada perumusan masalah yang telah dikemukakan di

atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan menemukan tanggung jawab hukum pelaku usaha atas iklan yang membohongi konsumen.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan menemukan tanggung jawab hukum pelaku usaha atas iklan yang membohongi konsumen.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan menemukan penerapan sanksi hukum terhadap iklan yang membohongi konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan informasi kepada konsumen mengenai pelaku usaha atas iklan yang membohongi konsumen
2. Diharapkan dapat bermanfaat bagi produsen atau pelaku usaha atas iklan yang membohongi konsumen
3. Memberikan kontribusi bagi penerapan sanksi hukum terhadap iklan yang membohongi konsumen

E. Orisinalitas Penelitian

Penelitian tentang Hakikat Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen akan dianalisis dari sudut pandang hukum. Hasil penelusuran dan observasi awal yang dilakukan dengan mencari informasi yang dianggap dapat melengkapi literatur, baik melalui media lokal maupun nasional serta pencarian informasi dengan menggunakan media internet hingga pengumpulan bahan-bahan kepustakaan yang dibutuhkan. Penelitian yang berkaitan dengan Tanggung

Jawab Hukum Pelaku Usaha Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen telah banyak dilakukan. Namun demikian, khusus menyangkut tentang Hakikat Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen di kota Makassar dalam kajian filsafat dan kombinasi antara penelitian normatif dan penelitian empiris sosiologis dipendidikan S3 Doktor Ilmu Hukum belum pernah diteliti oleh peneliti lain, sehingga keaslian penelitian ini dapat dipertanggung-jawabkan karena merupakan penelitian yang pertama.

Terdapat beberapa karya tulis ilmiah sebelumnya yang dapat dikemukakan sebagai pembandingan, namun secara substansial memiliki perbedaan, antara lain:

1. Abdul halim barkatullah (Universitas Islam Indonesia program pascasarjana Doktor Ilmu Hukum yogyakarta 2006), dengan

Disertasi Penelitian yang berjudul : Perlindungan Hukum Bagi Konsltmen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara Di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif, dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan, pendekatan konsep, dan pendekatan perbandingan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen mempunyai posisi tawar yang lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha. Dengan berkembangnya cara transaksi e-commerce, apalagi jika transaksi itu dilakukan lintas negara semakin memperlemah posisi tawar konsumen. Kelemahan

posisi tawar konsumen dalam transaksi ecommerce lintas negara disebabkan karena konsumen ecommerce lintas negara menghadapi berbagai permasalahan hukum dalam transaksi. Konsumen dalam transaksi e-commerce lintas negara yang berada dalam posisi tawar yang lemah memerlukan perlindungan hukum dalam bentuk intervensi negara dalam transaksi, yang telah dilakukan di berbagai negara untuk memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi e-commerce. Selain perlindungan hukum dalam hukum nasional, institusi internasional seperti UNCITRAL, OECD, dan WTO, yang memberikan usulan atau saran bagi negara perlunya memberikan perlindungan hukum bagi konsumen e-commerce, dalam bentuk UNCITRAL Model Law, Guidelines on Consumer Protection OECD, dan Declaration on Global Electronic Commerce WTO.

2. Herwastoeti (Program Doktor Ilmu Hukum Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta 2019), dengan Disertasi Penelitian yang berjudul: "Rekonstruksi Perlindungan Konsumen Dalam Penyelesaian Sengketa Perbankan Mewujudkan Kepastian Hukum Yang Berkeadilan Substantif". Penelitian Disertasi ini bertujuan untuk (1) menganalisis perlindungan terhadap konsumen dalam penyelesaian sengketa perbankan dari perspektif kepastian hukum yang berkeadilan substantif, (2) untuk menemukan

konstruksi baru/ideal dalam penyelesaian sengketa perbankan yang dapat mewujudkan kepastian hukum yang berkeadilan substantif. Penelitian ini bersifat empiris. Sedangkan ditinjau dari sifat penelitian merupakan penelitian eksploratif. Bentuk penelitian termasuk penelitian preskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan penelitian lapangan dan kepustakaan dengan menggunakan data primer maupun data sekunder. Selanjutnya dianalisis secara kualitatif dengan model analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan Pertama : Faktor ketidakpastian hukum dalam penyelesaian sengketa perbankan, ada 3 faktor jika dianalisis dari teori sistem hukum dari Friedman. 1. Substansi hukum, ada kelemahan dari UU OJK, UU Perlindungan Konsumen maupun Peraturan OJK. 2. Struktur hukum, belum terbentuknya LAPSPI di daerah sehingga penyelesaian sengketa perbankan secara non litigasi, konsumen membawa ke BPSK, yang mana BPSK dalam memeriksa pengaduan konsumen seringkali melanggar norma dan asas hukum, misalnya membatalkan perjanjian, tetap memeriksa dan memutuskan sengketa antara konsumen dan bank walaupun lembaga perbankan tidak hadir sehingga kemudian Bank mengajukan keberataan di PN dan oleh MA putusan BPSK dibatalkan dan BPSK dianggap tidak berwenang. Selain OJK kurang optimal dalam pengawasan juga diketahui OJK di daerah, struktur

perlindungan konsumen dan pengawasan operasional bank menjadi satu dan laporan dari bank ke OJK hanya formalitas belaka.³ Budaya hukum, dalam pengertian pemahaman konsumen terhadap hak-hak konsumen maupun penyelesaian non litigasi sangat kurang hal ini karena program dan kebijakan OJK hanya terfokus pada layanan dan produk perbankan saja. Oleh karena itu perlu dilakukan rekonstruksi yang ideal yaitu dengan melakukan : 1. Pembaharuan Hukum (Law Reform) Pada Substansi Hukum (Legal Substance) dengan melakukan penguatan PERMA No. 2 Tahun 2005 (Litigasi) dan Revisi POJK No. 01/POJK.07/2014 (Non-Litigasi); 2. Memberdayakan Eksistensi Struktur Hukum (Legal Structur) Secara Non Litigasi. Pembentukan LAPSI di Daerah dan Pengawasan oleh OJK lebih optimal; 3. Membangun Budaya Hukum (Legal Culture) melalui Edukasi Dan Sosialisasi Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan (Non Litigasi)

3. Tami Rusli (Universitas Diponegoro Semarang 2015), dengan Disertasi Penelitian yang berjudul: “Formulasi Konsep Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen Dengan Objek Kendaraan Bermotor Yang Berkeadilan Di Indonesia ” Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif/doctrinal dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif/ per-undang-undangan, konseptual, sejarah hukum, filosofis, dan perbandingan

hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perkembangan perjanjian pembiayaan konsumen di Indonesia bermula dari berkembangnya perjanjian kredit sewa beli. Kemudian dikeluarkannya Keputusan Presiden Nomor 61 Tahun 1988 *jo* Peraturan Presiden Nomor. 9 Tahun 2009 yang mengatur tentang lembaga pembiayaan dari lembaga ini berkembang perjanjian pembiayaan konsumen berdasarkan asas kebebasan berkontrak. Perlindungan Konsumen dalam perjanjian pembiayaan konsumen dalam praktiknya belum memberikan keadilan menurut hukum khususnya konsumen. Hal itu disebabkan oleh klausula yang ada dalam perjanjian seperti klausul jatuh tempo, denda, percepatan pembayaran, kewajiban membayar sekaligus, asuransi, pemberian kuasa yang tidak dapat dicabut kembali dan pengakhiran perjanjian dengan pelepasan Pasal 1266 dan Pasal 1267 KUHPerdara. Ketidakadilan tersebut lebih dimungkinkan lagi dengan adanya posisi perusahaan pembiayaan yang lebih kuat, dibandingkan dengan posisi konsumen yang memerlukan barang. Konsep ideal terhadap perkembangan perlindungan konsumen dalam perjanjian pembiayaan konsumen yang berkeadilan hendaknya mengacu pada asas-asas hukum dalam perjanjian. Hal ini untuk menjamin perlindungan konsumen bahwa konsumen memahami

kewajiban kewajibannya, sehingga di kemudian hari tidak timbul sengketa.

4. Ikhsan Abdullah, (program studi Doktor ilmu hukum fakultas hukum universitas jember jember 2018), Judul Disertasi penelitian :

“Tanggung Jawab Negara Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Indonesia”. Perkembangan Ilmu

Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) serta perubahan sosial yang begitu cepat, terutama di kota-kota besar menyebabkan perubahan pada pola konsumsi masyarakat. Di kota-kota besar yang padat penduduknya telah terjadi perubahan gaya hidup dan pola konsumsi.

Konsumen semakin menuntut suatu produk bukan hanya baik, sehat dan berkualitas tetapi juga halal. Sesuai dengan trend global saat ini, pola konsumen telah bergeser dari pemenuhan kebutuhan makan ke produk halal, karena produk halal diyakini disamping sehat juga mengandung kebaikan dan keberkahan (wholesome). Di Indonesia, secara normatif produk halal di atur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Perubahan sistem sertifikasi halal dari sukarela (voluntary) menjadi wajib (mandatory) menimbulkan akibat hukum berupa tanggung jawab yang harus di emban oleh negara sebagai konsekuensi negara mengatur maka negara juga harus mengambil

peran sebagai tanggung jawab, sehingga pengaturan itu tidak menimbulkan kesewenang-wenangan atau abuse of power. Agar sertifikasi halal yang bersifat mandatory tidak merupakan pengaturan yang hanya membebani tanggung jawab kepada masyarakat, produsen dan pelaku usaha, maka diperlukan satu pengaturan dalam bentuk undang-undang yang mengatur bagaimana pengaturan sertifikasi halal yang ideal dalam sistem hukum Indonesia. Oleh karena negara mengatur kewajiban bersertifikasi halal bagi produk beredar di masyarakat, maka negara wajib memberikan subsidi bagi pembiayaan sertifikasi halal dengan skema pembiayaan yang harus di atur dalam regulasi tersendiri dalam bentuk Peraturan Pemerintah. Agar sistem jaminan produk halal dapat terselenggara dengan baik, maka Pemerintah wajib segera menerbitkan Peraturan Pemerintah sebagai peraturan pelaksana atas Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Untuk keberhasilan dalam penerapan hukum (law enforcement) maka sangat diperlukan partisipasi masyarakat seluas-luasnya, sehingga undangundang dirasakan manfaatnya bagi kemajuan masyarakat. Oleh karenanya peran serta masyarakat atau partisipasi masyarakat sangat diperlukan untuk diberi ruang dalam rangka menumbuhkan budaya hukum masyarakat.

5. Imelda Mardayanti (Program Doktor Ilmu Hukum Fakultas Ilmu Hukum Universitas Islam Sultan Agung 2019) Judul Disertasi penelitian : Rekonstruksi Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan Kredit Kendaraan Bermotor Berbasis Nilai Keadilan. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian pembiayaan kredit kendaraan bermotor saat ini; pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian pembiayaan kredit kendaraan bermotor saat ini belum berbasis nilai keadilan; serta rekonstruksi perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian pembiayaan kredit kendaraan bermotor berbasis nilai keadilan. Jenis penelitian yang digunakan dalam disertasi ini adalah menggunakan metode penelitian yuridis sosiologis. Pendekatan penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Pelaksanaan perlindungan hokum terhadap konsumen dalam perjanjian kredit kendaraan bermotor diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang UUPK. Selain itu terdapat pula Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang BPKN, Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Konsumen Peraturan

Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM, Peraturan Pemerintah Nomor 302 Tahun 2001 tentang Pendaftaran LPKSM Peraturan Pemerintah Nomor 350 Tahun 2001 tentang Tugas dan Wewenang BPSK Peraturan Mahkamah Agung Nomor 01/2006 tentang Tata Cara Pengajuan Keberatan Terhadap Keputusan BPSK Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 13/MDag/Per/3/2010 tentang Pengangkatan dan Pemberhentian Anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Keputusan Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 76/2010 tentang Juknis Tata Cara Pemilihan Calon Anggota BPSK, dan Sekretariat BPSK, Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Nomor 40/PDN/SE/02/2010 tentang Penanganan dan Penyelesaian Sengketa Konsumen; (2) Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian pembiayaan kredit kendaraan bermotor belum berbasis keadilan dikarenakan masih adanya penerapan klausula baku dalam perjanjian pembiayaan konsumen.