



DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>

Received: 9 Juni 2023, Revised: 8 September 2023, Publish: 10 September 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Perlindungan Konsumen atas Jaminan Keamanan Pangan dan Mutu Pangan atas Produk Makanan & Minuman oleh Pelaku Usaha Waralaba

Brian Michel Yosua Pasaribu¹

¹ Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

Email: brian.michel@ui.ac.id

Corresponding Author: brian.michel@ui.ac.id

Abstract: *The culinary franchise industry in Indonesia is experiencing rapid growth in line with the modern era. The business has become popular because it allows for company expansion in a short period, such as in fast food franchises. Domestic and international franchises have brought much success to Indonesia. Food safety and quality policies need to be developed by fostering, developing, and improving franchising businesses. Franchise business expansion must be in line with consumer protection, ensuring the quality of products provided. Franchising opportunities are attractive for those who want to start a business with local and global franchises. Providing high standards and quality in service and sales is important, including obtaining approval from BPOM. However, not all franchise companies have obtained this accreditation. Laws have been enacted to protect consumers' rights to marketed products.*

Keyword: *Food Safety and Quality, Consumer Protection, Franchising.*

Abstrak: Industri Waralaba kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan era modern. Bisnis ini menjadi populer karena memungkinkan ekspansi perusahaan dalam waktu singkat, seperti pada waralaba makanan cepat saji. Waralaba domestik maupun internasional telah membawa banyak kesuksesan bagi Indonesia. Kebijakan mengenai keamanan dan mutu pangan perlu dikembangkan dengan cara pembinaan, pengembangan, dan peningkatan usaha waralaba. Ekspansi bisnis waralaba harus sejalan dengan perlindungan konsumen, memastikan kualitas produk yang disediakan. Peluang waralaba menarik bagi mereka yang ingin memulai bisnis, baik dengan waralaba lokal maupun global. Penyediaan standar dan kualitas tinggi dalam pelayanan dan penjualan adalah penting, termasuk mendapatkan persetujuan dari BPOM. Namun, belum semua perusahaan waralaba telah memperoleh akreditasi ini. Undang-Undang telah diatur untuk melindungi hak konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Kata Kunci: Keamanan dan Mutu Pangan, Perlindungan Konsumen, Waralaba.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan dunia usaha di industri kuliner yang terus berkembang ke era modern, industri franchise kuliner berkembang sangat pesat dan muncul dalam beberapa tahun terakhir sebagai salah satu kuliner khas yang disukai konsumen. Pertumbuhan ini terjadi seiring dengan perkembangan industri secara keseluruhan memasuki era modern. Senada, berbagai jenis bisnis yang dijalankan, salah satunya melalui sistem franchise, sangat populer di dunia bisnis dan digunakan oleh pemilik bisnis yang ingin mengembangkan perusahaannya dalam waktu singkat. Salah satu contoh dari jenis bisnis ini adalah waralaba makanan cepat saji.¹

Salah satu model bisnis yang dapat diakses oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia, yang telah menghasilkan banyak kesuksesan bagi perusahaan-perusahaan ini, adalah model bisnis waralaba. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya bisnis di Indonesia yang memiliki sistem waralaba, yang juga terkadang disebut sebagai waralaba lokal atau domestik, serta semakin banyaknya waralaba global atau internasional yang menjamur di tanah air. Kedua tren ini menggambarkan hal ini. Sangat penting, sebelum melanjutkan wacana, untuk menjelaskan apa sebenarnya yang dimaksud dengan istilah "waralaba global" dan "waralaba internasional." Sistem waralaba yang didirikan di luar Indonesia tetapi sekarang dilakukan di dalam negeri disebut sebagai waralaba global atau asing. Sementara waralaba lokal atau domestik adalah sistem waralaba Indonesia yang dapat dioperasikan di dalam negeri atau di luar negeri, waralaba internasional hanya tersedia di negara tersebut.

Institut Pengembangan dan Pendidikan Manajemen (IPPM) diberi tugas untuk melakukan penelitian mengenai kebijakan yang perlu diperoleh dalam rangka pembinaan, pengembangan, dan pencegahan usaha waralaba di Indonesia oleh Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, yang merupakan bagian dari Unit Perdagangan Republik Indonesia. Kemajuan dalam bisnis yang telah dibuat sebagai hasil dari sistem waralaba adalah alasan mengapa praktik ini ada.²

Ekspansi perusahaan harus dikoordinasikan dengan kemajuan yang dicapai di bidang perlindungan konsumen, terutama yang berkaitan dengan pertumbuhan perusahaan yang beroperasi di bawah model waralaba untuk berbagai jenis makanan dan minuman. Sebagai konsekuensi dari hal ini, pemerintah terpaksa melakukan beberapa tingkat kontrol kualitas atas barang-barang yang disediakan untuk umum. Menurut apa yang tertuang dalam pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 ("UUD 1945"), yang menyatakan bahwa merupakan tanggung jawab pemerintah untuk melindungi seluruh bangsa Indonesia serta seluruh darah yang telah tumpah dan sejarah Indonesia serta menjaga keselamatan masyarakat, Warga Negara Indonesia yang telah menjadi konsumen berhak memperoleh produk baik dari bahan maupun pengolahan.

Dengan tercapainya pembebasan agunan untuk barang makanan dan minuman, nasabah akan lebih percaya kepada pelaku dunia usaha. Hal ini dikarenakan pelanggan akan melihat bahwa kebutuhan dan keinginannya sebagai pelanggan telah terpenuhi. Beberapa barang yang didorong oleh pelaku usaha komersial yang belum memiliki sertifikasi Pangan Olahan dari BPOM adalah yang jumlah pelanggannya sangat terbatas. Produk-produk ini adalah contoh ceruk pasar yang coba ditembus oleh para pemain ini. Salah satunya adalah perusahaan yang bergerak sebagai waralaba makanan dan/atau minuman di beberapa tempat makan mandiri, warung, atau berupa stand yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat dan memiliki pasar yang besar karena rasa, penyajian yang cepat, jarak yang relatif dekat, dan juga bisa menjadi

¹ Indra Mahardika Putra, Ak SE, and M. Ak, *Business Model and Business Plan Di Era 4.0* (Anak Hebat Indonesia, 2019). Hlm. 75

² Marselo Valentino Geovani Pariela, "Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba," *Sasi* 23, no. 1 (2017): 35–45. Hlm. 35

tempat bersantai baik bersama teman, keluarga, maupun hanya sendiri bersantai. warung atau stand dalam konteks ini merujuk pada tempat yang menawarkan makanan dan minuman dan saat ini sedang populer di kalangan masyarakat.³

Produk dan layanan yang cocok untuk santapan yang diproduksi oleh perusahaan yang beroperasi di bawah struktur waralaba ini sudah tersedia di mana-mana di Indonesia. Item ini adalah hasil dari peluang waralaba yang menarik banyak perhatian dari mereka yang tertarik untuk memulai bisnis sendiri atau yang sudah menjalankan perusahaan sendiri. Ini karena prospek keuntungan yang disajikan oleh pemilik bisnis yang bersedia berbagi usahanya dengan individu lain sehingga individu tersebut dapat mengujinya. Orang atau sekelompok orang yang ingin menjadi pengusaha dengan cepat tetapi tidak memiliki pengetahuan atau pengalaman yang memadai tetapi bersedia membayar biaya yang relatif terjangkau mungkin ingin mempertimbangkan untuk berinvestasi di waralaba lokal atau domestik. Waralaba jenis ini dapat dipandang sebagai pilihan investasi. Di sisi lain, waralaba global atau internasional sering dipilih karena prosedurnya lebih mudah dipahami, mereknya biasanya lebih dikenal dan diapresiasi oleh pelanggan pada umumnya, dan waralaba itu sendiri lebih prestisius/bergengsi.⁴

Usaha waralaba di bidang makanan dan minuman dengan merek dari negara lain, seperti Breadlife dari Jepang, McDonald's dari Amerika Serikat, KFC dari Amerika Serikat, Aribica dari Jepang, dan usaha sejenis lainnya. Sebaliknya, perusahaan waralaba di ranah merek lokal atau dalam negeri seperti CFC dari Jakarta, J.co&Coffee dari Singkawang, Esteh Indonesia dari Bogor, Solaria dari Surabaya, dan lain sebagainya adalah contoh dari perusahaan semacam ini. Masyarakat di Indonesia mengenal perusahaan waralaba ini karena mereka menjaga kontrol kualitas dan standar yang sangat baik dalam hal rasa, layanan, harga, atau strategi penjualan, yang semuanya secara langsung atau tidak langsung berhubungan dengan pelanggan yang menikmati komponen makanan mereka. mengonsumsi.

Penetapan kualitas dan standar yang tinggi dalam kaitannya dengan pelayanan dan praktik penjualan, yang dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Ada beberapa item yang perlu diisi dan dimiliki oleh semua perusahaan makanan dan minuman yang beroperasi di bawah sistem waralaba ini. Salah satunya menyangkut status keamanan barang yang telah diberi cap persetujuan oleh Food and Drug Administration. BPOM adalah jaminan keamanan makanan dan kualitas makanan, menjadikannya referensi penting dalam item yang akan diiklankan kepada pelanggan. Karena sampai saat ini, belum semua pengusaha di industri makanan dan minuman yang menjalankan jenis perusahaan waralaba yang sudah dikenal atau banyak dikonsumsi sebelumnya mendapatkan akreditasi ini.⁵

Pemerintah dalam hal ini telah mengatur terkait hak konsumen dalam mendapatkan produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha yaitu dalam Undang – Undang Nomor 18 Tahun 2021 tentang Pangan dan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK). Yang dimaksud dalam Pasal 8 UUPK adalah pelaku usaha dilarang membuat dan/atau mempromosikan barang dan/atau penawaran yang tidak lagi memenuhi atau tidak lagi memenuhi persyaratan yang ditentukan dan ketentuan perundang-undangan; tidak lagi dalam bentuk berat internet, konten internet atau internet, dan jumlah dalam perhitungan yang sebanding ini diklaim di dalam logo atau pabean barang; tidak lagi dalam bentuk ukuran, dosis, berat dan jumlah dalam perhitungan untuk ukuran sebenarnya; tidak lagi membentuk situasi, jaminan, keistimewaan atau keuntungan dan disebutkan dalam logo, karakter atau kisah barang dan/atau layanan; tidak lagi menentukan kualitas, isi, lapisan, pendekatan karya, gaya, bentuk atau ciri khas dan klaim dalam logo atau kisah produk dan/atau penawaran; sekarang

³ Dewangga Sugiarto, *Top Bisnis Franchise 10 Juta* (FLASH BOOKS, n.d.). Hlm. 63

⁴ Moh Erfan Arif, Rila Anggraeni, and Risca Fitri Ayuni, *Bisnis Waralaba* (Universitas Brawijaya Press, 2021). Hlm. 143

⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen* (Nusamedia, 2019). Hlm. 26

tidak lagi sesuai dengan perjanjian yang diklaim dalam logo, tata krama, dongeng, komersial atau iklan pendapatan dari produk dan/atau penawaran; tidak lagi bertepatan dengan berakhirnya atau masa penggunaan/pemanfaatan atau barang unik; kini tidak lagi mengkaji peresmian penemuan secara halal, dan pernyataan “halal” diselimuti di dalam logo; sekarang tidak lagi untuk bergabung dengan seseorang atau membuat cerita produk yang membawa panggilan barang, dimensi, internet atau berat / konten internet, pengaturan, pengaturan penggunaan, bersama dengan pembuatan, efek samping, panggilan dan alamat perusahaan pelaku dan berbagai uraian penggunaan yang untuk pengabdianya harus dicantumkan/dibuat; tidak lagi mencantumkan data dan/atau perintah penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Uraian-uraian yang telah tertuang pada latar belakang penelitian ini, sehingga dapat ditemukan permasalahan dengan poin sebagai berikut terkait perlindungan Hukum bagi konsumen atas Mutu Produk Pelaku Usaha makanan dan minuman dengan sistem waralaba serta upaya hukum bagi konsumen terhadap pengusaha makanan dan minuman waralaba yang tidak memiliki sertifikasi keamanan produk terhadap konsumen.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian hukum dengan metode hukum normatif yang bersifat preskriptif. Penulis menggunakan pendekatan pendekatan konseptual (conceptual approach), pendekatan undang-undang (statute approach), dan Pendekatan Kasus (case approach). Penelitian ini dilakukan dengan menelaah Pendekatan kasus berkaitan dengan kasus yang ada di Indonesia dari masa ke masa. pendekatan dilakukan dengan cara melihat konsep-konsep dan ide mengenai reformasi perubahan paradigma hukum, dan pendekatan perundang-undangan untuk melihat produk hukum yang ada saat ini sebagai suatu realitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Hukum terhadap konsumen atas Mutu Produk dan Layanan Pelaku Usaha Waralaba

Perlindungan konsumen adalah penjabaran tentang perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen atas produk yang dihasilkan dalam usahanya untuk memenuhi keinginan konsumen agar terhindar dari hal-hal yang dapat menimbulkan kerugian konsumen. Secara khusus, perlindungan konsumen merujuk pada perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen atas produk yang dihasilkan dari upaya tersebut. Di sisi lain, negara maju telah menjadi hal yang berkembang dalam hubungannya dengan industri dan teknologi.⁶

Menurut ketentuan pertama Pasal 1 UU PK, yang dimaksud dengan “Perlindungan Konsumen” adalah segala upaya yang dilakukan untuk memberikan kejelasan hukum dalam rangka memberikan perlindungan kepada konsumen. Oleh karena itu, topik yang diperdebatkan adalah perlindungan konsumen, yang berarti menyangkut kejelasan dan/atau jaminan pemenuhan hak-hak yang diklaim oleh pelanggan. Karena itu, pembicaraannya relevan dengan hak-hak konsumen.

Perlindungan dapat dipahami dalam arti yang sangat luas, salah satunya adalah menjaga kepentingan konsumen atas produk dan/atau jasa yang diperoleh sebagai akibat dari tindakan pengadaan barang dan/atau jasa tersebut. Ada dua perspektif yang dapat diambil pada konsumen, dan mereka adalah sebagai berikut:⁷

1. Perlindungan terhadap pemaksaan terhadap konsumen atas produk dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan yang telah diizinkan atau melanggar ketentuan undang-undang yang mungkin berlaku pada situasi tersebut. Dalam konteks ini, ada masalah dengan penggunaan

⁶ Gidion Sebry Umbuh, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Apabila Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Online,” *LEX PRIVATUM* 8, no. 1 (2020). Hlm 108

⁷ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006). Hlm. 9

bahan tambak tertentu, teknik produksi, sistem distribusi, ide produk, dan sejenisnya. Apakah sesuai atau tidak dengan standar yang ditetapkan untuk memastikan keselamatan dan keamanan konsumen? Masalah pelanggan yang menerima penggantian atau pengembalian dana jika terjadi kerugian, konsumen yang menerima penggantian atau pengembalian uang jika terjadi kerugian akibat menggunakan atau menelan produk yang tidak tepat;

2. Perlindungan bagi pelanggan dari penerapan kondisi yang tidak adil terhadap mereka. Bagian ini mencakup iklan, serta kekhawatiran terkait iklan, standar kontrak, penetapan harga, dan layanan, di antara topik terkait lainnya. Ini terkait dengan kerangka berpikir seseorang.

Perlindungan konsumen memiliki tujuan untuk meningkatkan harkat hidup dan martabat konsumen (masyarakat), dengan cara menghindarkannya dari hal-hal negative atas pemakaian barang dan/atau jasa. Oleh karena hal tersebut, segala perbuatan yang menyebabkan perbuatan yang dapat melanggar hak konsumen harus dihindari. Pelaku usaha perlu melihat aspek-aspek dan/atau perbuatan pelaku usaha yang melanggar hak konsumen menurut UU PK.⁸

Dalam Pasal 1 angka 5 UU Pangan disebutkan bahwa Keamanan Pangan adalah keadaan dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimiawi, dan lain-lain yang dapat membahayakan, membahayakan, dan mematikan kesehatan manusia serta tidak bertentangan. terhadap agama, kepercayaan, dan adat istiadat warga akhirnya nyaman untuk makan. Definisi ini mengacu pada situasi di mana makanan dilindungi dari potensi biologis, kimia, dan kontaminan lainnya. Hal ini ditegaskan kembali dalam putusan berikut yang dapat ditemukan dalam Pasal 86 UU Pangan. Pasal ini mengisyaratkan bahwa setiap orang yang memproduksi dan mengedarkan pangan wajib memenuhi persyaratan keamanan dan mutu pangan.

Selanjutnya, Pasal 97 UU Pangan mengatur bahwa setiap orang yang memproduksi pangan di dalam negeri untuk diperdagangkan harus mencantumkan ciri-ciri di dalam dan/atau pada kemasan pangan; setiap orang yang memasukkan pangan untuk tujuan diperdagangkan wajib mencantumkan tanda di dalam dan/atau pada kemasan pangan pada saat memasuki wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia; pencantuman karakter pada dan/atau pada kemasan pangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) ditulis atau dicetak pada kemasan pangan.

Jika dilihat dari sudut pandang ini, sertifikasi produk merupakan masalah yang sangat penting dan mendasar bagi perlindungan hak-hak konsumen, terutama dalam hal pangan yang dikonsumsi sehari-hari. Standar keamanan dan jaminan produk sangat penting karena mereka adalah kekuatan pendorong untuk mengukur apakah suatu produk nyaman untuk dikonsumsi konsumen sebelum didistribusikan atau dipromosikan ke masyarakat umum. Ini adalah sesuatu yang harus dilakukan sebelum suatu produk dapat dijual kepada masyarakat umum.⁹

Standar keamanan dan jaminan produk menjadi hal yang penting, untuk kemakmuran dan kebahagiaan masyarakat secara umum. Selain itu, memberikan persamaan hak dan mewujudkan terpenuhinya kebutuhan konsumen secara umum. Terhadap pelaku usaha, dengan adanya pemberian jaminan keamanan pangan dan mutu pangan juga memberikan keuntungan baginya karena memberikan kejelasan kepada konsumen bahwa secara bahan maupun cara pengolahannya secara keseluruhan telah menjalani proses untuk mendapatkan jaminan keamanan pangan dan mutu pangan tersebut.¹⁰

⁸ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Visimedia, 2008). Hlm. 44

⁹ Edy Nurcahyo and E. Nurcahyo, "Pengaturan Dan Pengawasan Produk Pangan Olahan Kemasan," *Jurnal Magister Hukum Udayana* 7, no. 3 (2018): 402–17. Hlm. 408

¹⁰ Abdul Atsar and Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen* (Deepublish, 2019). Hlm. 72

Upaya Hukum yang dapat dilakukan Konsumen terhadap Pelaku Usaha Waralaba yang Tidak Memiliki Sertifikat Keamanan Pangan atas Produk Makanan dan Minuman

Pada kenyataannya, kegiatan perlindungan hukum yang dapat dicoba oleh konsumen menemukan banyak hambatan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah rendahnya literasi membaca dan tingkat pemahaman hukum masyarakat (konsumen itu sendiri), yang keduanya dapat mengakibatkan konsumen kurang memiliki kontrol terhadap hak yang dimilikinya atau melekat pada bagan konsumsi atas produk yang dijual atau dipromosikan. oleh pelaku usaha. Hal ini dapat menyebabkan konsumen merasa seolah-olah tidak punya pilihan selain membeli produk yang melanggar haknya.¹¹

Kaitannya dengan tindakan hukum yang dapat dilakukan oleh warga negara atau konsumen yang merasa haknya dilanggar atau dibebani oleh pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung. Perbuatan hukum tersebut selalu terkait dengan hak konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 huruf e UU PK, khususnya tentang hak konsumen untuk memperoleh pembelaan perlindungan dan upaya penanganan sengketa perlindungan konsumen secara tepat.

Temuan yang tertuang dalam UU PK tersebut, memberikan kesempatan kepada pelanggan yang menganggap haknya telah dilanggar atau dibebani oleh pelaku usaha untuk menuntut pertanggungjawaban pihak-pihak tersebut atas perbuatannya. Baik Badan Perlindungan Konsumen Nasional maupun Badan Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat mempunyai fungsi dan tugas untuk melindungi konsumen. Konsumen yang dibebani atau dilanggar haknya oleh pelaku usaha dapat mengadukan perkaranya kepada salah satu lembaga tersebut, yang keduanya mempunyai fungsi dan tugas untuk melindungi konsumen.

UU PK memiliki ketentuan penggunaan keagenan dalam Pasal 33 huruf f Pasal 34 dan Ayat (2) Pasal 44. Yang dalam Pasal 33 disebutkan bahwa peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional untuk menyediakan saran dan masukan kepada pemerintah dalam upaya meningkatkan perlindungan konsumen di Indonesia. Disebutkan dalam Pasal 33 bahwa salah satu kewajiban Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah menanggapi pengaduan tentang perlindungan konsumen dari warga negara, Badan Perlindungan Konsumen Swadaya, atau pelaku usaha. Untuk melaksanakan manfaat tersebut, Badan Perlindungan Konsumen Nasional perlu memenuhi kewajiban tersebut. Selain itu, diatur dalam pasal 44 ayat 2 yang menyatakan bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat mempunyai pilihan untuk aktif bergerak dalam perlindungan konsumen. Dalam arti hukum, tata cara yang dapat ditempuh untuk penyelesaian masalah yang menyangkut perlindungan konsumen telah diatur dalam Pasal 45 UU PK, yang memberikan informasi sebagai berikut::

1. Setiap konsumen yang dibebani dapat menggugat pelaku usaha dengan melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan perselisihan antara konsumen dengan pelaku usaha atau melalui pengadilan yang berada dalam lingkungan pengadilan biasa.
2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan baik di dalam sistem hukum atau di luarnya, tergantung pada preferensi sebenarnya dari pihak-pihak yang terlibat dalam masalah tersebut.
3. Penyelesaian masalah hukum di luar pengadilan terkadang dipandang tidak menghilangkan tanggung jawab atas perbuatan melawan hukum sebagaimana diamanatkan oleh undang-undang.
4. Apabila upaya penyelesaian sengketa konsumen telah dipilih untuk dilakukan di luar pengadilan, maka permohonan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan gagal oleh salah satu pihak yang berkonflik atau oleh kedua belah pihak. dari pihak-pihak yang berkonflik.

¹¹ Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Hlm. 3

Selain itu, nasabah berhak menempuh jalur hukum sesuai Pasal 46 UU PK jika merasa dirugikan oleh pelaku usaha. Selain itu, LPKSM berpotensi untuk berperan aktif dalam proses pengembangan perlindungan konsumen. Sesuai dengan ketentuan Pasal 44 UU PK dan Pasal 3 s/d 9 PP 59/2001, LPKSM wajib menyebarluaskan data dalam bentuk bagan guna meningkatkan kesadaran konsumen akan hak, peran, dan perlunya berhati-hati saat membeli produk dan/atau layanan. Mendistribusikan undangan kepada konsumen yang membutuhkan secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya; Melakukan kegiatan serupa dengan lembaga terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen Pelaksanaan kegiatan yang sangat mirip dengan LPKSM dengan lembaga terkait tersebut meliputi perubahan data yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, pengawasan barang dan/atau jasa yang tersebar, serta penyuluhan konsumen dan pembelajaran; Membantu konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya, termasuk menanggapi pengaduan atau komplain konsumen. LPKSM mampu membela atau memberdayakan konsumen agar dapat memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara individu maupun kelompok, dalam proses membantu konsumen dalam mencari haknya; Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan undang-undang perlindungan konsumen. Penelitian, pengujian, dan/atau survei dapat digunakan sebagai alat dalam pengawasan kegiatan perlindungan konsumen yang dilakukan oleh LPKSM bekerja sama dengan pemerintah dan masyarakat setempat. Kegiatan tersebut dapat dilakukan terhadap produk dan/atau jasa yang tersedia di pasar. Proses penyelesaian sengketa BPSK sangat sederhana. Pengusaha dan konsumen dengan sengketa dapat menghubungi langsung BPSK negara dengan mengajukan Permohonan Penyelesaian Sengketa, mengisi Formulir Pengaduan, dan menyerahkan berkas (Dokumen Pelengkap). BPSK kemudian akan mengundang pihak ke pertemuan pendahuluan. BPSK berwenang melakukan verifikasi atas kebenaran laporan dan keterangan yang dilaporkan oleh pihak yang bersengketa. Pertemuan ini akan memutuskan, secara damai atau tidak, apa langkah selanjutnya. Sidang tuntutan/tuntutan konsumen dilakukan dengan cara yang sama seperti sidang pengadilan.

Sebagai lembaga peradilan konsumen, persyaratan yang diberikan oleh BPSK berlaku. Ini memiliki efek pengikatan instan, bersifat definitif (dalam kracht van gewijsde), dan tidak dapat dibandingkan dengan yang lain. Dengan kata lain, BPSK bertindak sebagai lembaga penyelesaian sengketa konsumen baik pada tahap awal maupun akhir kasus. Karena badan ini bertindak sebagai perantara (jembatan, arbiter, atau konsiliator), diharapkan kesimpulannya mencakup aspek perdamaian sehingga salah satu pihak yang berselisih tidak perlu lagi berselisih. Oleh karena itu, topik ini pasti sangat bagus. Segera setelah putusan dijatuhkan, permintaan eksekusi eksekusi diajukan ke pengadilan hukum negara di wilayah hukum tempat tinggal terdakwa. Mengingat BPSK saat ini tidak memiliki badan yang bertanggung jawab untuk melaksanakan arahnya, maka hal ini tentu saja diperlukan. Karena dianalogikan dengan putusan pengadilan agama, maka badan BPSK yang menjatuhkan putusan harus terlebih dahulu mengajukan permohonan kepada pengadilan hukum negara untuk fiat eksekusi sebelum dapat diberlakukan.¹²

KESIMPULAN

Perlindungan hukum bagi konsumen dan warga negara yang membeli barang dan/atau jasa, dalam hal ini khususnya makanan dan minuman, untuk mendapatkan mutu produk yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan, baik dari bidang usaha biasa maupun melalui sistem waralaba. Perlindungan ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan makanan dan minuman yang aman untuk dikonsumsi. Pengakuan yang

¹² Faisal Riza and Rachmad Abduh, "Penyelesaian Sengketa Secara Arbitrase Untuk Melindungi Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen," *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 4, no. 1 (2018). Hlm. 35

diupayakan pelaku usaha, khususnya dalam sistem waralaba lokal/domestik, harus beralih atas hak dan peran serta cara melampiaskan usahanya dalam produk yang akan diperdagangkan atau dipromosikan secara besar-besaran, dan ada pelaku usaha dengan sistem waralaba ini yang belum memenuhinya. Selain itu pengakuan bahwa masih ada pelaku usaha dengan sistem waralaba ini yang belum terpenuhi. Hak konsumen untuk mengakses fakta serta hak untuk memperoleh keamanan masing-masing dalam mengkonsumsi produk dan/atau jasa (makan dan minum). Warga negara, dalam kapasitasnya sebagai pelanggan, dapat memenuhi kebutuhannya oleh pemilik waralaba dalam berbagai cara, termasuk penyediaan data, klasifikasi barang atau produk, layanan, dan klasifikasi harga, hingga dampak yang ditimbulkan dari penggunaan barang dan/atau jasa yang dibeli, seperti menerima ganti rugi atas kerugian yang disebabkan oleh perusahaan. Dengan demikian, perlindungan hukum bagi konsumen dapat dijamin aman dan efektif dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ada dua macam akibat hukum yang dapat ditimbulkan terhadap pelaku usaha yang tidak memiliki jaminan atas keamanan dan mutu komoditas (makanan dan minuman). Jenis dampak ini dikenal sebagai imbalan hukum dan imbalan sosial. Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, akibat hukum terhadap pelaku usaha yang tidak menjamin keamanan dan mutu pangannya dapat diuji sebagian sebagai imbalan sampai penutupan perusahaan. Ketentuan ini termasuk dalam undang-undang. Di sisi lain, manfaat sosial berdampak pada menurunnya tingkat kepercayaan pelanggan baik terhadap produk maupun pelaku usaha itu sendiri. Dapat diamati bahwa imbalan sosial menempati tempat dalam aktivitas para pelaku usaha dalam produksi dan pemasaran produknya. Hal ini terjadi karena ketika pelanggan kehilangan kepercayaan terhadap suatu produk, hal ini dapat mempengaruhi pendapat pelanggan, yang pada gilirannya dapat menyebabkan perusahaan kehilangan bisnisnya. Apabila terjadi pelanggaran terhadap kualitas produk dan layanan di bidang usaha waralaba yang mengakibatkan dampak pada konsumen, yaitu dengan mengubah kerugian berupa sebagai berikut, maka pelaku usaha yang tergabung dalam sistem waralaba memiliki tanggung jawab untuk memperbaiki situasi.

REFERENSI

- Arif, Moh Erfan, Rila Anggraeni, and Risca Fitri Ayuni. *Bisnis Waralaba*. Universitas Brawijaya Press, 2021.
- Atsar, Abdul, and Rani Apriani. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Deepublish, 2019.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hak-Hak Konsumen*. Nusamedia, 2019.
- Nurchahyo, Edy, and E. Nurchahyo. "Pengaturan Dan Pengawasan Produk Pangan Olahan Kemasan." *Jurnal Magister Hukum Udayana* 7, no. 3 (2018): 402–17.
- Pariela, Marselo Valentino Geovani. "Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba." *Sasi* 23, no. 1 (2017): 35–45.
- Putra, Indra Mahardika, Ak SE, and M. Ak. *Business Model and Business Plan Di Era 4.0*. Anak Hebat Indonesia, 2019.
- Riza, Faisal, and Rachmad Abduh. "Penyelesaian Sengketa Secara Arbitrase Untuk Melindungi Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen." *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 4, no. 1 (2018).
- Sidabalok, Janus. "Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia." *Bandung: Citra Aditya Bakti*, 2006.
- Sugiarto, Dewangga. *Top Bisnis Franchise 10 Juta*. FLASH BOOKS, n.d.
- Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Visimedia, 2008.
- Umboh, Gidion Sebry. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Apabila Terjadi Wanprestasi Dalam Transaksi Online." *LEX PRIVATUM* 8, no. 1 (2020).