

ABSTRAK

Shofa Zahira Arrumaisha: *Perlindungan Hukum Terhadap Hak Konsumen Atas Keaslian Produk dan Kejelasan Informasi Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Bolu Susu Lembang dan Bolu Susu Lembang Asli)*

Perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif menyebabkan munculnya berbagai strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen. Dalam praktiknya, masih ditemukan penggunaan nama, kemasan, dan tampilan produk yang menyerupai produk lain sehingga menimbulkan kebingungan di masyarakat. Fenomena tersebut terjadi pada produk Bolu Susu Lembang (BSL) dan Bolu Susu Lembang Asli (BSLA) yang memiliki kemiripan identitas produk. Padahal, berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang yang dikonsumsi. Namun kenyataannya, masih terdapat konsumen yang mengalami kekeliruan dalam membedakan keaslian produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen atas kemiripan produk Bolu Susu Lembang (BSL) dan Bolu Susu Lembang Asli (BSLA), faktor-faktor yang menyebabkan konsumen mengalami kekeliruan, serta akibat hukum terhadap pelaku usaha yang memberikan informasi tidak jelas atau menyesatkan terkait keaslian produk.

Penelitian ini menggunakan teori kepastian hukum, teori perlindungan hukum, dan teori perjanjian. Ketiga teori tersebut digunakan untuk menganalisis perlindungan hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen akibat praktik misleading dan brand confusion.

Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis empiris dengan spesifikasi deskriptif analitis. Data diperoleh melalui studi kepustakaan dan wawancara dengan pihak Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) serta beberapa konsumen di Kota Bandung. Data kemudian dianalisis secara kualitatif berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen atas kemiripan produk BSL dan BSLA belum berjalan secara optimal karena masih terdapat praktik pemasaran yang menimbulkan kebingungan konsumen. Faktor utama penyebab kekeliruan konsumen adalah kemiripan nama, kemasan, dan desain visual produk. Pelaku usaha yang memberikan informasi menyesatkan terkait keaslian produk dapat dikenakan tanggung jawab perdata, sanksi pidana berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta gugatan Perbuatan Melawan Hukum.

Kata kunci: Perlindungan Konsumen, Perlindungan Hukum, Tanggung jawab Pelaku Usaha