

Legal Protection for Consumers at the Medan Oil Palm Research Center (PPKS)

Hasyim^{1*}, Reza Setiawan², Daud Dwi Pandu³, Cinthia Tasyva Zetira⁴, Sapira Dini Azahra⁵

Universitas Negeri Medan

Corresponding Author: Reza Setiawan RezaSetiawanExecutive@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Consumer law protection, Palm Oil Research Center

Received : 09, April

Revised : 12, May

Accepted: 23, June

©2023Hasyim,Setiawan,Pandu,Zetira,Azahra: Thisisanopen access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



A B S T R A C T

The research entitled Legal Protection for Consumers at the Medan Oil Palm Research Center (PPKS) Company, aims to find out how the legal protection given to consumers of Oil Palm Sprouts at the Medan Oil Palm Research Center is in accordance with applicable laws. This research was conducted in Medan and the target respondents were people who had purchased sprout products at the Medan Oil Palm Research Center (PPKS). The type of research used in this study uses a descriptive method with a qualitative approach. The data collection technique in this study was to use questionnaires and literature studies. The data analysis technique used to find information and answers in research is to sort out important data and then describe it in the form of an explanation accompanied by documentary evidence and by distributing questionnaires to be filled out by research respondents.

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen pada Perusahaan Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Medan

Hasyim^{1*}, Reza Setiawan², Daud Dwi Pandu³, Cinthia Tasyva Zetira⁴, Sapira Dini Azahra⁵

Universitas Negeri Medan

Corresponding Author: Reza Setiawan RezaSetiawanExecutive@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Perlindungan hukum konsumen, Pusat Penelitian Kelapa Sawit

Received : 09, April

Revised : 12, Mei

Accepted: 23, June

©2023Hasyim,Setiawan,Pandu,Zetira,Azahra: Thisisanopen access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



A B S T R A K

Penelitian yang berjudul Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pada Perusahaan Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Medan, bertujuan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen Kecambah Kelapa Sawit di Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan sudah sesuai dengan undang undang yang berlaku. Penelitian ini dilaksanakan di Medan dan target responden adalah masyarakat yang sudah pernah membeli produk kecambah di Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Medan. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan untuk menemukan informasi dan jawaban dalam penelitian adalah dengan memilah data yang penting kemudian dideskripsikan dalam bentuk penjelasan serta disertai dengan bukti dokumentasi serta dengan menyebarkan kusioner untuk diisi oleh para responden penelitian.

PENDAHULUAN

Hukum proteksi konsumen sudah diatur dalam Undang- Undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Proteksi Konsumen. Bersumber pada Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan kalau Proteksi konsumen merupakan seluruh upaya yang menjamin terdapatnya kepastian hukum buat berikan proteksi kepada konsumen. Kepastian hukum buat berikan proteksi kepada konsumen. Kepastian hukum buat berikan proteksi kepada konsumen berbentuk proteksi terhadap hak- hak konsumen, yang diperkuat lewat undang undang spesial, berikan harapan supaya pelakon usaha tidak berperan sewenang- wenang yang merugikan hak- hak konsumen, yang diperkuat lewat undang undang spesial, berikan harapan supaya pelakon usaha tidak berperan sewenang- wenang yang merugikan hak- hak konsumen(Wahyu, 2016).

Menurut G. W. Paton, hak yang diberikan oleh hukum nyatanya tidak cuma memiliki faktor proteksi serta kepentingan namun pula buat kehendak. hukum pada hakikatnya ialah suatu yang abstrak, namun dalam manifestasinya dapat berwujud konkret. Sesuatu syarat hukum bisa dinilai baik bila akibat yang dihasilkan dari pelaksanaannya merupakan kebaikan, kebahagiaan, serta berkurangnya penderitaan, hingga bagi Az. Nasution hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen antara penyedia dan penggunaanya dalam kehidupan sehari-hari bermasyarakat. Philipus M Hadjon mengatakan bahwa di dalam perlindungan konsumen terdapat dua teori perlindungan hukum yaitu perlindungan hukum represif dan perlindungan hukum preventif. (Simanjuntak,2022).

Dunia bisnis membutuhkan perlindungan hukum bagi konsumen dan HAKI di atas hukum yang ada. Kemajuan teknologi telekomunikasi serta data bisa membagikan akibat yang signifikan terhadap perekonomian. Proteksi konsumen melaporkan kalau kita membutuhkan prinsip yang jelas buat membangun bisnis yang lebih bisa dipercaya. Dalam perihal ini, membentuk keyakinan konsumen sangat berarti dalam etika bisnis. Aktivitas e- business kerap dimanfaatkan oleh para pelakon usaha buat mengoptimalkan keuntungan konsumen. Ketidaktahuan konsumen, ketidakjelasan data tentang produk serta layanan yang disediakan oleh pelakon usaha, serta minimnya uraian konsumen tentang mekanisme transaksi ialah aspek yang membuat konsumen rentan, serta butuh digali bentuk regulasi hukum baru yang rasional. Semua kegiatan bisa diatur (Disemadi,2021)

Sebutan konsumen berasal serta alih bahasa dari kata consumer(Inggris Amerika), ataupun consument/ konsument(Belanda), secara harfiah makna kata consumer“(lawan dari produsen) masing- masing orang yang menggunakan benda.

Bagi Sri Handayani(2012) konsumen(selaku alih bahasa dari konsumen), secara harfiah berarti" seorang yang membeli benda ataupun mengenakan jasa tertentu pula sesuatu maupun seseorang yang mengenakan suatu persediaan maupun sebagian benda", terdapat pula yang membagikan makna lain ialah konsumen yakni masing- masing orang yang menggunakan benda ataupun jasa dalam bermacam perundang- undangan negeri”.

Dalam Pasal 1 angka 2 UUPK penafsiran konsumen yakni masing- masing orang pemakai benda serta/ ataupun jasa yang ada dalam warga, baik buat kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa sumber di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah seseorang atau perusahaan yang membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan tertentu. Konsumen dapat dibagi menjadi konsumen antara (komersial), konsumen akhir (nonkomersial), dan pemakai jasa yang dapat juga meliputi makhluk hidup lain. Konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti preferensi, ekspektasi, sikap, lingkungan, dan keterlibatan, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu, memahami perilaku konsumen sangat penting bagi pelaku bisnis dan pemasar untuk merancang strategi pemasaran yang tepat dan efektif.

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum bagi pembeli pada perusahaan Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsumen

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata consumer (Inggris Amerika), atau consument/konsument (Belanda), secara harfiah arti kata consumer “(lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Menurut Sri Handayani (2012) konsumen (sebagai alih bahasa dari konsumen), secara harfiah berarti" seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa"; atau "seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" juga "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang", ada pula yang memberikan arti lain yaitu konsumen adalah "setiap orang yang menggunakan barang atau jasa dalam berbagai perundang-undangan negara”.

Dalam Pasal 1 angka 2 UUPK pengertian konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Menurut Az. Nasution (dalam Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009: 25) juga menjelaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni: Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu; Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial); 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 (nonkomersial). Berdasarkan penjelasan dari beberapa sumber di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah seseorang atau perusahaan yang membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan tertentu. Konsumen dapat dibagi menjadi konsumen antara (komersial), konsumen akhir (nonkomersial), dan pemakai jasa yang dapat juga meliputi

mahluk hidup lain. Konsumen juga dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti preferensi, ekspektasi, sikap, lingkungan, dan keterlibatan, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu, memahami perilaku konsumen sangat penting bagi pelaku bisnis dan pemasar untuk merancang strategi pemasaran yang tepat dan efektif.

Hak-hak Konsumen

Pengetahuan akan hak-hak konsumen menjadi sangat penting bagi konsumen itu sendiri, hal ini merupakan kunci utama dalam mencegah ataupun mempertahankan hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha, oleh karena itu konsumen harus bisa memahami dan mengerti akan hak-hak mereka. Dalam pasal 4 UUPK, konsumen memiliki hak-hak sebagai berikut: 1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; 2. Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; 3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; 4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan; 5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; 6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen; 7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; 8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; 9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Hak-hak konsumen dalam UUPK tersebut sebenarnya bersumber dari hak-hak dasar hukum yang diakui secara internasional. Hak-hak dasar umum tersebut pertama kali dikemukakan oleh John F. Kennedy, Presiden Amerika Serikat (AS), pada tanggal 15 Maret 1962, melalui "A Special Message for The Protection of Consumer Interest" atau yang lebih dikenal dengan istilah "Deklarasi Hak Konsumen" (Declaration of Consumer Right). (Happy Susanto, 2008: 24).

Hukum Perlindungan Terhadap Konsumen

Perlindungan Konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Dalam bidang hukum, istilah ini masih relatif baru khususnya di Indonesia, sedangkan di Negara maju, hal ini mulai dibicarakan bersamaan dengan berkembangnya industri dan teknologi. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mulai berlaku sejak tanggal 20 April 2000. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, walaupun judulnya mengenai perlindungan konsumen tetapi materinya lebih banyak membahas mengenai pelaku usaha dengan tujuan melindungi konsumen. Hal ini disebabkan pada umumnya kerugian yang diderita oleh konsumen merupakan akibat perilaku dari pelaku usaha, sehingga perlu diatur agar tidak merugikan konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

No. 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 1 disebutkan bahwa “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Perlindungan konsumen yang dijamin Undang-Undang ini adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari “benih hidup dalam rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman dan segala kebutuhan di antara keduanya”. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut. Ada dua jenis perlindungan yang diberikan kepada konsumen, yaitu: 1.

Perlindungan Preventif Perlindungan yang diberikan kepada konsumen pada saat konsumen tersebut akan membeli atau menggunakan atau memanfaatkan suatu barang dan atau jasa tertentu, mulai melakukan proses pemilihan serangkaian atau sejumlah barang dan atau jasa tersebut dan selanjutnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa dengan spesifikasi tertentu dan merek tertentu tersebut. 2. Perlindungan Represif Perlindungan Hukum Represif Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep- konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui Undang-Undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen. Dengan adanya UU Perlindungan konsumen beserta perangkat hukum lainnya. Konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.

HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual)

Kekayaan Intelektual adalah suatu hak yang timbul dari hasil olah pikir manusia, yang menghasilkan suatu produk atau proses yang berguna bagi manusia. Hak Kekayaan Intelektual atau disingkat HKI adalah obyek kekayaan yang dapat ditransaksikan dalam proses tukar-menukar kebutuhan ekonomis manusia. Singkatan HKI berasal dari terjemahan Intellectual Property Right diterjemahkan dengan hak milik intelektual, namun kemudian pada Undang-Undang Nomor 25 tahun 2004 tentang Program Pembangunan Nasional tahun 2000-2004 diterjemahkan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual. Sedangkan menurut Ismi Hariyani dalam bukunya menyebutkan bahwa Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) atau Intellectual Property Rights adalah hak

hukum yang bersifat eksklusif (khusus) yang dimiliki oleh para pencipta/penemu sebagai hasil aktivitas intelektual dan kreativitas yang bersifat khas dan baru. HaKI merupakan hak privat di mana seorang pencipta/penemu bebas mengajukan ataupun tidak mengajukan permohonan pendaftaran karya intelektualnya. Sedangkan pemberian hak eksklusif kepada para pelaku HaKI (pencipta, penemu, pendesain, dan sebagainya) dimaksudkan sebagai penghargaan atas hasil karya kreativitasnya, sehingga orang lain ikut terangsang untuk mengembangkan lebih lanjut. Pengembangan HaKI ditentukan melalui mekanisme pasar yang sehat dan diarahkan untuk memajukan masyarakat, sehingga HaKI mengenal adanya pembatasan tertentu untuk melindungi kepentingan masyarakat. Sistem HaKI mendorong adanya sistem dokumentasi yang baik sehingga dapat mencegah timbulnya ciptaan atau temuan yang sama. Melalui dokumentasi HaKI yang baik maka individu-individu dalam masyarakat didorong untuk selalu kreatif dan inovatif menghasilkan karya-karya intelektual yang khas dan baru demi kemajuan bangsa dan peradaban umat manusia.

Prinsip Dasar HaKI Ada 4 prinsip dasar dalam sistem HaKI untuk menyeimbangkan kepentingan individu dengan kepentingan masyarakat: 1. Prinsip Keadilan: Para investor berhak mendapatkan imbalan berupa materi maupun imateri atas karyanya berdasarkan kemampuan intelektualnya. 2. Prinsip Ekonomi: Hak Kekayaan Intelektual yang dituangkan dalam berbagai bentuk kepada publik memiliki manfaat dan nilai ekonomi yang bermanfaat bagi kehidupan manusia. 3. Prinsip Kebudayaan: Perkembangan ilmu pengetahuan, seni dan sastra sangat besar artinya bagi peningkatan taraf kehidupan, peradaban dan martabat manusia. 4. Prinsip Sosial: Hukum berfungsi menyeimbangkan kepentingan individu dengan masyarakat, terlebih dalam dunia global yang memandang bahwa seluruh komunitas manusia di seluruh belahan dunia adalah satu masyarakat. c. Perundang-Undangan HaKI di Indonesia Setelah Indonesia merdeka, berdasarkan Pasal 2 Aturan Peralihan Perundang-Undangan Dasar 1945 (UUD 1945) dan Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 1945, maka ketentuan peraturan perundang-undangan Hak Kekayaan Intelektual zaman penjajahan Belanda, demi hukum diteruskan keberlakuannya, sampai dengan dicabut dan diganti dengan undang-undang baru hasil produk legislasi Indonesia. Setelah 16 tahun Indonesia merdeka, tepatnya pada tahun 1961 barulah Indonesia mempunyai peraturan perundang-undangan hak kekayaan intelektual dalam hukum positif pertama kalinya dengan diundangkannya Undang-Undang Merek pada tahun 1961, disusul dengan Undang-Undang Hak Cipta pada tahun 1982, dan Undang-Undang Paten pada tahun 1989. Tahun 1961 s.d. tahun 1999, yaitu selama 54 tahun sejak Indonesia merdeka, bidang hak kekayaan intelektual yang telah mendapat perlindungan dan peraturan dalam tata hukum Indonesia baru 3 (tiga) bidang, yaitu merek, hak cipta, dan paten. Adapun 4 (empat) bidang hak kekayaan intelektual lainnya varietas tanaman, rahasia dagang, desain industri, serta desain tata sirkuit terpadu, baru mendapat pengaturan dalam hukum positif Indonesia pada tahun 2000, dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000 tentang varietas tanaman, Undang-Undang Nomor 30

Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 tentang Desain Industri.

METODOLOGI

Tipe Riset yang digunakan dalam riset ini memakai tata cara deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini adalah Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Medan. Waktu Penelitian dilakukan pada tanggal 27-29 Maret 2023. Penelitian ini dilaksanakan di Medan dan target responden adalah masyarakat yang sudah pernah membeli produk kecambah di Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Medan. Riset ini dilaksanakan secara daring lewat survei Google Form yang disebar dengan tujuan mempersingkat waktu serta mengirit bayaran.

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Untuk memperoleh data yang valid dan sesuai dengan permasalahan yang diteliti, peneliti akan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat bagaimana pelayanan serta perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan oleh Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan. Wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan data-data yang lebih valid dari divisi SDM dan hukum di PPKS Medan.

Teknik analisis data yang digunakan untuk menemukan informasi dan jawaban dalam penelitian adalah dengan memilah data yang penting kemudian dideskripsikan dalam bentuk penjelasan serta disertai dengan bukti dokumentasi. Adapun analisis data yang peneliti gunakan adalah Model Miles and Huberman yakni kondensasi, penyajian data dan kesimpulan/verifikasi.

1. Populasi

Populasi Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang yang terdiri dari Konsumen Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan yang bernama Bapak Anto Sala, Bapak Muhammad Yusuf , Bapak Jupriyanto Dll.

2. Sampel

Berdasarkan teori tersebut penelitian ini menetapkan anggota sampel sebanyak 40 responden yang terdiri dari Konsumen Perusahaan Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan (PPKS).

3. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode Penyebaran Kuisisioner dimana syarat pengisi kuisisioner sudah 3 kali melakukan pembelian di Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan dan kemudian wawancara yang dilengkapi dengan dokumentasi lapangan. Kemudian wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen Kecambah Kelapa Sawit di Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan sudah sesuai dengan undang undang yang berlaku.. Adapun analisis data penelitian adalah

Model Miles and Huberman yakni kondensasi, penyajian data dan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pada Perusahaan Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan, yang menjadi objek penelitiannya adalah konsumen atau orang yang pernah membeli produk dari PPKS Medan yang berjumlah 40 orang. Kuesioner disebar menggunakan Google Form ke berbagai sosial media. Total kuesioner yang disebar sebanyak 40 kuesioner dan seluruh kuesioner dapat diolah datanya.

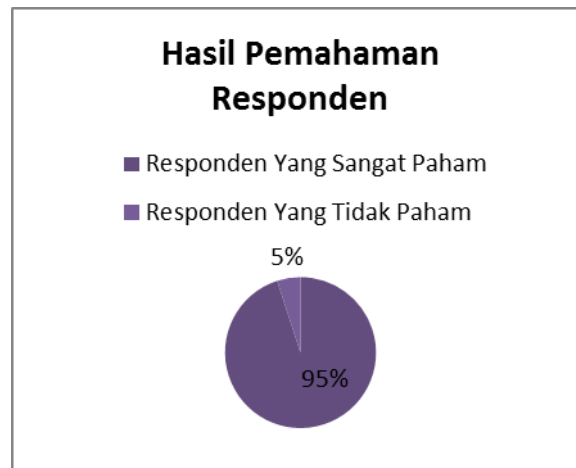
Dalam penelitian ini, kami mengumpulkan data melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan terbuka yang dirancang untuk mendapatkan informasi mengenai preferensi dan persepsi responden terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan PPKS Medan. Selain itu kuisoner diberikan juga untuk mengetahui tentang informasi yang berkaitan dengan perlindungan hukum yang diberikan oleh pihak PPKS terhadap para konsumen.

Perlindungan hukum tersebut berupa hak mendapatkan ganti rugi jika barang yang diterima tidak sesuai, hak menerima semua informasi terkait dengan barang yang akan dibeli, hak mendapatkan pelayanan dengan baik, serta hak-hak untuk kerahasiaan data konsumen.

Asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK 8/1999, yang mana asas perlindungan konsumen tersebut bertujuan untuk menciptakan rasa aman bagi para konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terkait kebutuhan perlindungan konsumen juga harus bersifat adil dan tidak memberatkan salah satu pihak

Berdasarkan pertanyaan kuisioner mengenai kebocoran data-data pribadi konsumen yang dilakukan oleh pihak PPKS Medan dalam pembelian kecambah sawit, diperoleh data bahwa 82,6% konsumen yang pernah membeli kecambah di PPKS Medan belum pernah mengalami kebocoran data-data pribadi mereka. Dan terdapat 13% konsumen yang pernah mengalami kebocoran data. Berdasarkan pertanyaan kuisioner mengenai hak mendapatkan ganti rugi dan diganti kerugian yang didapatkan PPKS Medan kepada konsumen diperoleh data 92,5 % pihak PPKS medan memberikan ganti rugi dan diganti kerugian kepada konsumen. Dan 7,5 % konsumen tidak menerima ganti rugi dan diganti kerugian oleh pihak PPKS.

Pihak PPKS juga memberikan jaminan bahwa barang yang akan diterima konsumen memiliki tingkat keaslian 100%, sesuai dengan spesifikasi kesepakatan yang telah dibuat dengan konsumen, hal ini dibuktikan dengan adanya sertifikat serta dokumen pendukung dalam setiap pembelian kecambah kelapa sawit di PPKS Medan. Selain itu, pihak konsumen juga akan menerima hak kebenaran atas segala informasi terkait dengan pembelian kecambah kelapa sawit. Diperoleh data sebanyak 82%. Para responden juga memberikan keterangan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pihak PPKS Medan sangat ramah dan juga memberikan penjelasan sedetail mungkin bila ada informasi yang kurang dipahami oleh calon konsumen.



Gambar 1. Hasil Responden

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hampir seluruh responden (95%) memiliki pengetahuan yang cukup tentang hak-hak konsumen dalam pembelian kecambah. Namun, hanya sebagian kecil responden (5%) yang benar-benar tahu bagaimana cara melaporkan keluhan terkait produk yang rusak atau cacat atau palsu. Sebagian besar responden (85%) menganggap bahwa kualitas keaslian produk merupakan faktor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian kecambah.

Responden juga menyatakan bahwa mereka cenderung percaya akan jaminan keaslian produk kecambah yang diproduksi oleh PPKS Medan dikarenakan dokumen informasi mengenai kecambah yang lengkap serta sertifikat yang diberikan merupakan sertifikat asli yang dikeluarkan oleh PPKS Medan, keaslian tersebut dapat dilihat dari adanya No. seri, scan barcode dan tertera label keaslian kecambah.

Dari sembilan butir hak konsumen yang terdapat dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sertifikat keaslian produk dan hak konsumen saling terkait dan penting dalam menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka beli. Sertifikat keaslian produk kecambah PPKS Medan menunjukkan bahwa produk kecambah telah melewati serangkaian tes dan verifikasi untuk memastikan bahwa produk tersebut adalah asli, memenuhi standar kualitas yang ditetapkan, dan aman untuk digunakan. Dalam hal ini, sertifikat keaslian kecambah memberikan jaminan bagi konsumen bahwa produk kecambah yang mereka beli memang benar-benar memenuhi standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan.

Maka dari itu, sertifikat keaslian kecambah PPKS Medan merupakan salah satu bentuk upaya perusahaan PPKS Medan dalam pemenuhan hak konsumen untuk mendapatkan produk kecambah yang berkualitas dan sesuai standar yang telah ditetapkan. Sertifikat keaslian sangat penting dalam pelaksanaan hak konsumen dan harus diperhatikan oleh pelaku usaha dalam menjalankan suatu bisnis.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan mini riset yang sudah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan hasil penelitiannya yaitu dalam pelaksanaan hukum perlindungan terhadap konsumen penting bagi konsumen untuk memahami hak-hak mereka sebagai konsumen dan memastikan bahwa produk yang dibeli telah memenuhi standar keamanan dan kualitas yang dijamin oleh pihak penjual. Sedangkan pihak penjual yaitu Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Medan harus memastikan bahwa produk yang mereka jual telah memenuhi standar sertifikasi yang berlaku dan memberikan pelayanan yang baik serta bertanggung jawab jika terjadi masalah dalam hal produk yang dijual.

Bagi Pihak Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Medan segera meningkatkan pengawasan dan pengendalian terhadap produk-produk kelapa sawit yang beredar di pasaran dengan memperkuat regulasi terkait perlindungan hak kekayaan intelektual dan hak konsumen dan memberikan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya menghargai dan melindungi hak konsumen dalam konsumsi produk-produk kelapa sawit

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan tentang topik tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, S. R., & Suparto Susilowati. (2021, Maret). PERLINDUNGAN KONSUMEN UNTUK MEMPEROLEH HAK LAYANAN PURNA JUAL DI INDONESIA DAN EROPA. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 5(2), 276-290. <http://dx.doi.org/10.23920/jbmh.v5i2.52>
- Anggraini, O. E., Yulifa, W. R., & Santoso, A. P. A. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Garansi Produk Dalam Hukum Bisnis. *Prosiding HUBISINTEK*, 1, 161-161.
- Alauddin, R., & Rosyidi, I. (2022). Pemenuhan Hak-hak Konsumen dalam Perspektif Undang-Undang Perlindungan Perlindungan Konsumen di Kota Ternate. *JANUR: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(1).
- Barkatullah, A. H. (2007). Urgensi perlindungan hak-hak konsumen dalam transaksi di e-commerce. *Jurnal Hukum Ius Quia Iustum*, 14(2).
- Chairi, Z., & Purba, H. Mekanisme Penyaluran Benih Kelapa Sawit Melalui Perjanjian Waralaba dan Aspek-Aspek Perlindungan Hukumnya (Studi Pada Pusat Penelitian Kelapa Sawit Medan).
- Disemadi, H. S., & Kang, C. (2021). Tantangan Penegakan Hukum Hak Kekayaan Intelektual dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 7(1), 54-71.

- Fadhly, F. (2013). Ganti Rugi Sebagai Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Produk Cacat. *Arena Hukum*, 6(2), 236-253.
- Harahap, M. R. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kecambah Kelapa Sawit Di Pusat Penelitian Kelapa Sawit (Doctoral dissertation).
- Kristiyanti, C. T. S. (2022). Hukum perlindungan konsumen. Sinar Grafika
- Kusnadi, S. A. (2021). Perlindungan Hukum Data Pribadi Sebagai Hak Privasi. *AL WASATH Jurnal Ilmu Hukum*, 2(1), 9-16..
- Miru, A. (2013). Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia.
- Nawi, S. (2018). Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *PLENO JURE*, 7(1), 1-8.
- Sinaga, N. A., & Sulisrudatin, N. (2018). Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 5(2).
- Susanto, H. (2008). Hak-hak konsumen jika dirugikan. Visimedia.
- Tampubolon, W. S. (2016). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), 53-61.
- Umboh, A. (2018). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Pemenuhan Hak Konsumen Menurut Hukum Positif Indonesia. *Lex Privatum*, 6(6).
- Priscyllia, F. (2019). Perlindungan Privasi Data Pribadi Perspektif Perbandingan Hukum. *Jatiswara*, 34(3), 239-249.
- Wibisono, D. B., & Christanto, M. R. (2020). Pemenuhan Hak Konsumen melalui Perlindungan Hak Merek. *Jurnal Suara Hukum*, 2(1), 33-53.
- Yuniarti, S. (2019). Perlindungan hukum data pribadi di Indonesia. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 1(1), 147-154.