

Perlindungan Hukum Atas *Display* Produk Mendekati Kedaluwarsa di Tempat Diskon

Roulinta Yesvery Sinaga^{1*}, Sri Rumada Sihite²

^{1,2} Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

 : roulintasinaga20@gmail.com

Corresponding Author*



Abstract

Introduction: Displaying near-expiration products at discount stores is a common practice. While this practice is not explicitly prohibited by law, it needs to be considered in terms of health and consumer rights.

Purposes of the Research: To examine the impacts and implications of displaying products nearing expiration at discount stores and to assess the legal protection and responsibility regarding such product displays.

Methods of the Research: The research method used is normative juridical with legal, conceptual, and case approaches.

Results of the Research: The practice of displaying near-expiration products at discount stores can have negative impacts on consumers and businesses. Legal protection for this practice consists of preventive measures through collaboration between relevant parties, periodic checks, discount product labeling, consumer awareness, and supervision by relevant institutions. Responsive legal protection can be pursued through litigation or non-litigation routes. The responsibility of businesses for this practice should be carefully reviewed, as they may become involved in legal conflicts and cause both material and immaterial losses to consumers. Fault-based liability should ideally be applied, but consumers need to make efforts and critically gather evidence, outline losses, and describe the causality of negative effects from purchasing display products.

Keywords: Expired; Discount; Legal Protection; Liability.

Abstrak

Latar Belakang: Display produk mendekati kedaluwarsa di tempat diskon adalah praktik yang lazim dilakukan. Praktik ini tidak secara tegas dilarang oleh undang-undang, namun perlu dipertimbangkan dari segi kesehatan dan hak-hak konsumen.

Tujuan Penelitian: Mengulas dampak dan implikasi *display* produk yang mendekati masa kedaluwarsa di tempat diskon serta mengkaji perlindungan hukum dan tanggung jawab atas *display* produk tersebut.

Metode Penelitian: Metode penelitian yang digunakan adalah metode yuridis normatif dengan pendekatan undang-undang, konseptual, dan kasus.

Hasil Penelitian: Praktik *Display* produk mendekati kedaluwarsa di tempat diskon dapat memiliki dampak negatif bagi konsumen dan pelaku usaha. Perlindungan hukum atas praktik ini terdiri dari perlindungan hukum preventif dengan kolaborasi antara pihak-pihak terkait, pengecekan berkala, penandaan produk diskon, kesadaran konsumen, dan pengawasan lembaga terkait. Perlindungan hukum refresif dapat ditempuh dengan jalur litigasi maupun non litigasi. Tanggung jawab pelaku usaha atas praktik ini harus ditinjau secara cermat, karena pelaku usaha bisa terlibat dalam konflik hukum dan kerugian baik secara material maupun immaterial bagi konsumen. Tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*fault based liability*) seyogianya bisa diterapkan, namun konsumen membutuhkan *effort*, kesigapan kritis dalam mengumpulkan berbagai bukti, menguraikan bentuk kerugian hingga menjabarkan kausalitas efek negatif dengan pembelian produk *display*.

Kata Kunci: Kedaluwarsa; Diskon; Perlindungan Hukum Tanggung Jawab.

Kirim: 2024-01-03

Revisi: 2024-02-30

Diterima: 2024-03-03

Terbit: 2024-03-31

Cara Mengutip: Roulinta Yesvery Sinaga, Sri Rumada Sihite. "Perlindungan Hukum Atas *Display* Produk Mendekati Kedaluwarsa di Tempat Diskon." PAMALI: Pattimura Magister Law Review 4 no. 1 (2024): 72 - 78. <https://doi.org/10.47268/pamali.v4i1.2081>

Copyright © 2024 Author(s)



Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

PENDAHULUAN

Belanja merupakan aktifitas yang membahagiakan bagi sebagian orang, terkhususnya perempuan. Belanja menjadi rutinitas yang akan dilakukan manusia dalam kehidupannya, baik untuk memenuhi kebutuhan primer maupun pelengkap kebutuhannya. Belanja juga dilakukan untuk mewujudkan keinginan yang menggebu-gebu, berupa *reward* untuk sekedar melepas lelah. Tanpa memandang usia, jenis kelamin maupun atribut personal lainnya, berbelanja akan dijalani setiap orang. Anak-anak suka belanja jajanan, ibu-ibu suka berbelanja di pasar, seorang bapak bisa belanja kopi instan. Pengertian belanja¹ adalah biaya atau ongkos atau uang yang dikeluarkan untuk segala keperluan. Aktivitas berbelanja melibatkan dua pihak yaitu pedagang sebagai pihak yang menjual barang dan konsumen sebagai pihak yang membeli barang. Pedagang akan menata barang belanjaan (produk) secara baik mungkin agar konsumen berbelanja. Tidak heran pedagang mengusahakan tampilan *eye catching* atas produk untuk menggugah sanubari pembeli.

Pusat perbelanjaan modern seperti *mall*, *supermarket* dan *minimarket* menjadi tempat *favorite* bagi masyarakat. Pusat perbelanjaan ini *mendesign* tempat perbelanjaan yang nyaman, sejuk dan praktis. Salah satu strategi pusat perbelanjaan untuk menarik hati para konsumen adalah label promo atau diskon. Beberapa konsumen rela membeli produk promo dengan berbagai alasan meskipun produk tersebut bukan kebutuhan mendesak. Produk promo biasanya dibadrol dengan harga yang lebih murah dari harga awal produk. Produk promo biasanya mencantumkan beberapa redaksi seperti 'diskon 50 %', Beli 2 Gratis 1, Hanya Rp. 2.000, Beli 1 dapat 2 tambah Rp. 1.000, dan masih banyak lagi. Produk promo akan diberikan label warna berbeda pada harga produk. Penempatan produk promo umumnya diletakkan pada meja kasir, dekat meja kasir, atau jalur tertentu yang pasti dilewati para konsumen.

Praktik *display* produk promo mempunyai tujuan yang beragam. *Display* produk promo ini dapat menjadi ajang pengenalan produk baru (ajang promosi), pemenuhan target penjualan suatu produk hingga penghabisan produk karena sudah mendekati kedaluwarsa. Praktik *display* produk mendekati kedaluwarsa di tempat diskon juga diberlakukan pada produk bahan baku suatu makanan/minuman, maupun produk pangan instan (siap dikonsumsi). *Display* produk mendekati kedaluwarsa beberapa kali penulis temui di tempat perbelanjaan seperti yogurt, kopi bubuk, roti tawar, roti gandum, sosis, dan pembersih wajah. Produk yang *didisplay* memiliki masa tunggu H-7 hari kedaluwarsa (masa produk tertinggal 7 hari dari tanggal kedaluwarsa) bahkan ada yang kedaluwarsa di hari H *display*. Produk promo terkadang membuat konsumen gelap mata, buru-buru membeli tanpa teliti dengan tanggal kedaluwarsa. Produk pun langsung dibeli bahkan bisa jadi langsung dikonsumsi atau dipakai. Konsumen menyadari telah membeli produk *expired* setelah keluar dari tempat perbelanjaan. Kesadaran konsumen pada produk kedaluwarsa dapat terjadi sebelum maupun sesudah mengonsumsi produk tersebut. Konsumsi produk ini bisa memiliki efek samping terhadap tubuh manusia sesuai dengan sistem kekebalannya.

Sesungguhnya praktik *display* produk mendekati kedaluwarsa tidak dilarang secara tegas dalam undang-undang. Praktik ini dijalankan untuk penghabisan produk demi mengurangi kerugian bisnis. Namun jika dilihat dari segi kesehatan dan hak konsumen maka penting dikaji dampak dari *display* produk mendekati kedaluwarsa di tempat diskon,

¹ 'Hasil Pencarian - KBBI VI Daring' <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/belanja>> [accessed 24 April 2024].

juga perlunya menelaah tentang kajian hukum khususnya terkait perlindungan konsumen dan tanggung jawab penjual (pedagang).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian yuridis *normative*. Penelitian ini menggunakan pendekatan undang-undang (*statute approach*) yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP). Pendekatan lainnya adalah *conceptual approach* yaitu pendekatan melalui konseptual terutama hal perlindungan hukum dan perbuatan melawan hukum. Pendekatan kasus (*case approach*) juga diterapkan dengan melihat fenomena peredaran barang yang mendekati kedaluwarsa di beberapa tempat perbelanjaan. Bahan hukum yang digunakan meliputi bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan; bahan hukum sekunder seperti jurnal-jurnal terkait dan buku teks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dampak *Display* Produk Mendekati Kedaluwarsa Di Tempat Diskon

Supermarket adalah tempat berhimpunya manusia untuk melakukan berbagai aktifitas termasuk jual beli. Supermarket menjadi tempat potensial untuk belanja karena menawarkan kenyamanan, kebersihan dan keamanan berbelanja. Supermarket menerapkan standar operasional prosedur (SOP) dalam menata barang untuk *display* di tempat perbelanjaan. Penataan barang tentu telah dilengkapi dengan sumber daya manusia, peralatan yang canggih serta pengawasan atas produk. Manajemen supermarket yang baik akan mengecek stok berkala atas produk yang ada, baik untuk keperluan *upgrade* stok maupun melihat target penjualan. Penataan produk di tempat diskon juga dilakukan secara sengaja, ada beragam alasan untuk meletakkan produk tersebut. *Display* produk di tempat diskon sebenarnya sah-sah saja, namun jika produk yang *display* sudah mendekati masa layak *display*, sungguh memprihatinkan. Terlebih produk yang telah mencapai puncak akhir masa kedaluwarsa, masih terpajang nyata di rak diskon.

Pengaruh *display* produk dengan label promosi meningkatkan pembelian tidak terencana (*impulse buying*)². Pengaruh promosi dengan *impulse buying* bergerak lurus. Semakin tinggi promosi maka semakin meningkat pula *impulse buying*. Kegagalan antara target penjualan demi meraih keuntungan dengan kerugian konsumen menjadi isu kepentingan. Pelaku usaha tentu berpegang teguh pada prinsip ekonomi, selagi masih bisa dijual, kenapa tidak. Perspektif lain, konsumen memiliki tujuan dalam membeli suatu produk, yaitu untuk mendapatkan kepuasan dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Konsumen tentu mengharapkan produk yang masih layak konsumsi dan memiliki masa konsumsi yang tidak satu hari.

Dampak *display* produk mendekati kedaluwarsa tentu memberikan efek negatif baik untuk konsumen dan pelaku usaha. Dampak ini berkaitan dengan kerugian material dan kerugian immaterial. Kerugian material bagi konsumen adalah kegagalan harapan mendapat harga murah, bukannya untung malah butung. Biasanya konsumen malas untuk mendebatkan produk *expired expired* yang terlanjur dibeli. Pemakluman sering terjadi karena konsumen malas balik ke tempat perbelanjaan, nilai materil untuk komplain seperti

² Ike Ratnasari, Peni Indarwati, and Suhartatik Suhartatik, 'Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying', *Jurnal Sosial Teknologi*, 3.8 (2023), 678-84 <<https://doi.org/10.59188/journalsostech.v3i8.909>>.

ongkos lebih besar dari harga barang, juga maklum karena produk diskon. Akibat pembelian barang tersebut, konsumen mengalami kerugian material sebesar dana yang dikeluarkan saat membeli produk. Kerugian immaterial juga dapat dirasakan oleh konsumen, terutama konsumen yang memiliki intoleransi pada produk *expired*. Konsumen yang mengkonsumsi produk ini mengalami diare, muntah-muntah, pusing bahkan keracunan makanan. Penyakit ini menghalangi aktivitas normal konsumen, karena memerlukan istirahat yang cukup, belum lagi konsumen wajib membeli obat untuk kesembuhannya.

Display produk mendekati kedaluwarsa di tempat diskon seperti ajang judi bagi pelaku usaha. Mending didiskon daripada dibuang. Slogan ini menjadi unjuk keberanian demi kelancaran bisnis pelaku usaha, apalagi belum pernah merasakan tuntutan hukum. Perilaku bungkam para konsumen menjadi jalan licin bagi pelaku usaha untuk melakukan aksi diskon ini. Pelaku usaha seyogianya memikirkan berbagai kemungkinan dampak produk *display* produk mendekati kedaluwarsa ini. *Pendisplayan* produk ini memberikan celah hukum bagi pelaku usaha untuk terlibat konflik hukum. Tidak ada orang yang tahu kapan hari sial itu datang, begitupun pelaku usaha, tidak ada yang tahu kapan konsumen bijaksana menghadang. Konsumen melek hukum bisa menjadikan konflik ini menjadi ruwet demi memenuhi hak dan kewajibannya selaku konsumen. *Display* produk mendekati kedaluwarsa di tempat diskon juga dapat merugikan pelaku usaha produsen (pihak yang menghasilkan produk). Pemakaian produk *display* yang memberikan efek negatif pemakaian, membuat konsumen jera untuk membeli ulang produk tersebut. Konsumen tidak menyadari bahwa efek negatif bukan karena komposisi produk melainkan karena produk sudah tidak layak konsumsi. Sifat jera ini bahkan bisa berdampak luas, jika konsumen yang bersangkutan melakukan *sugesti* terhadap pihak lain untuk tidak membeli produk, karena telah pernah mendapatkan efek yang sangat parah. Perbuatan ini menjadi ajang *review* berulang bagi konsumen lainnya, yang tentunya akan menurunkan penjualan dari produk tersebut.

B. Perlindungan Hukum Atas *Display* Produk Mendekati Kedaluwarsa Di Tempat Diskon

Perlindungan hukum merupakan landasan bagi setiap orang untuk mendapatkan keamanan hukum di kala ada masalah hukum. Perlindungan hukum hadir untuk memenuhi tujuan hukum yaitu demi keadilan, kepastian hukum serta kemanfaatan. Berbicara tentang perlindungan hukum, kita pasti memikirkan perlindungan yang bersifat preventif dan refresif. Perlindungan hukum preventif menyangkut pencegahan konflik hukum, sehingga hukum telah mengakomodir kebutuhan hukum setiap orang. Perlindungan hukum refresif adalah penyelesaian konflik hukum, perlindungan yang didapatkan ketika telah terjadi konflik hukum. Perlindungan hukum bagi konsumen atas produk yang sudah kedaluwarsa tentu sudah sangat banyak diulas, karena memang peredaran produk yang tidak layak adalah sesuatu tindakan yang melanggar undang-undang. Namun peredaran produk yang mendekati masa kedaluwarsa belum pernah dibahas, karena perbuatan ini tidak serta merta dikatakan suatu perbuatan melanggar hukum, perlu penajaman mendalam untuk mensortir perbuatan tersebut. Salah satu penyebab beredarnya makanan kedaluwarsa adalah ketidaksadaran pelaku usaha dalam memantau kesegaran pangan kemasan setiap hari³. Penjualan produk yang telah

³ Putri Wandira, Herni Widanarti, and Muhyidin Muhyidin, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Mengenai Peredaran Makanan Kadaluarsa Ditinjau Dari UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', *Law, Development and Justice Review*, 6.1 (2023), 31-50 <<https://doi.org/10.14710/ldjr.v6i1.18747>>.

melampaui masa kedaluwarsa menjadi objek perlindungan konsumen. Barang-barang yang dijual dianggap telah mengalami kerusakan dan tidak memenuhi syarat kelayakan untuk dijual. Penjualan produk yang tidak layak menempatkan posisi pelaku usaha telah melakukan perbuatan melawan hukum. Oleh karena perbuatannya maka dikenakan pertanggung jawaban secara perdata maupun pidana⁴. Perlindungan hukum atas pemanfaatan/penggunaan suatu produk dapat mengacu pada UUPK. Perlindungan hukum preventif atas peredaran barang produk diskon mendekati kedaluwarsa dapat dilakukan dengan kolaborasi perlindungan dari berbagai pihak yaitu: 1) Adanya pengecekan berkala dari manajemen pusat perbelanjaan; 2) Pengecekan ini meminimalisir produk yang dijual sudah *expired*; 3) Diberikan tanda pembeda bagi produk diskon.

Tanda pembeda ini bisa dalam bentuk simbol seperti simbol peringatan atau dalam bentuk permainan warna misalnya warna orange untuk menyatakan masa produk adalah H-1 *expired*. Pemberian tanda pembeda ini menjadi tindakan kooperatif dari pelaku usaha. Tanda pembeda memberikan kelegaan bagi kedua belah pihak. Pelaku usaha tidak akan was-was ada tuntutan pembelian produk tersebut. Pelaku usaha dapat membantah dan menyatakan pembelian produk mendekati kedaluwarsa adalah kelalaian pembeli: 1) Kesadaran konsumen atas produk yang dibeli: Konsumen wajib melakukan pengecekan tanggal kadaluwarsa yang tertera pada kemasan produk; 2) Pengawasan intensif dari lembaga terkait seperti dinas perdagangan, BPOM (badan pengawas makanan dan obat) dan lembaga lainnya yang berwenang. Perlindungan hukum refresif dapat ditempuh baik dengan jalur litigasi maupu non litigasi. Sengketa konsumen di Indonesia dapat ditangani oleh LPSM (lembaga perlindungan sengketa konsumen), BPSK (badan penyelesaian sengketa konsumen). Apabila konsumen belum mendapatkan perlindungan sebagaimana diharapkan, konsumen dapat mengajukan gugatan ke pengadilan dengan kesiapan bukti yang memadai.

C. Tanggung Jawab Pedagang Atas *Display* Produk Mendekati Kedaluwarsa Di Tempat Diskon

Tanggung jawab dalam hukum perdata bersumber dari perikatan, baik karena diperjanjikan maupun karena undang-undang. Tanggung jawab karena perjanjian akibat adanya wanprestasi sedangkan tanggung jawab karena undang-undang akibat perbuatan melawan hukum. Tanggung jawab dibagi menjadi dua, antara lain: *fault based liability* yaitu tanggung jawab atas adanya kesalahan (*fault/schuld*) dan *strick liability* yaitu tanggung jawab atas risiko, bukan karena kesalahan. Berdasarkan prinsip tanggung jawab di atas maka *display* produk mendekati kedaluwarsa ini hanya dapat dikategorikan pada *fault based liability* sehingga konsumen wajib menunjukkan kesalahan dari pelaku usaha. Berbeda halnya jika terkait produk yang sudah *expired*, prinsip tanggung jawab *strick liability* dapat diajukan karena telah melanggar Pasal 8 UUPK.

Unsur dari *fault based liability* adalah adanya kesalahan dari pelaku usaha. Tanpa pembuktian kesalahan tersebut maka pelaku usaha akan bebas dari tanggung jawab. Jika dikaji dari hubungan pelaku usaha dengan konsumen terdapat dua sisi hubungan yaitu perikatan karena jual beli dan perikatan karena undang-undang. Sesuai dengan kata kunci *display* produk maka penulis berpendapat bahwa tindakan ini termasuk kategori perikatan karena undang-undang. Sengketa karena perikatan bersumber dari undang-undang akan mengarah pada perbuatan melawan hukum. Konsep perbuatan melawan hukum

⁴ Hari Sutra Disemadi and Puteri Ariesta Nadia, 'Produk Bahan Pangan Kadaluarsa Yang Diperjualbelikan Di Supermarket: Suatu Kajian Hukum Perlindungan Konsumen', *Maleo Law Journal*, 5.2 (2021), 13-25 <<https://doi.org/10.56338/mlj.v5i2.1437>>.

(*onrechtmatige daad*) dalam hukum perdata diatur dalam Pasal 1365 KUHPer yang berbunyi: "Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut". Berdasarkan bunyi Pasal 1365 KUHPer, Adapun hal-hal yang harus dipenuhi untuk dikatakan sebagai perbuatan melawan hukum yaitu: 1) Telah melakukan perbuatan: Perbuatan yang dilakukan dapat terjadi baik karena kesengajaan yaitu dilakukan secara sadar dan aktif maupun karena kelalaian yaitu adanya kekhilafan atau pasif; 2) Melanggar hukum. Munir Fuadymenyatakan melanggar hukum apabila perbuatan hukum bertentangan dengan hak orang lain, bertentangan dengan kewajiban hukumnya sendiri, bertentangan dengan kesusilaan, kehati-hatian dan keharusan dalam masyarakat: 1) Ada kesalahan; 2) Mengakibatkan kerugian; 3) Ada hubungan kausalitas (sebab-akibat).⁵

Tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen diatur dalam UUPK. Pelaku usaha akan diminta pertanggung-jawaban apabila terbukti melakukan suatu kegiatan/perbuatan yang dilarang yaitu larangan atas perbuatan curang atas kualitas produk seperti ukuran, timbangan dan cacat. Pasal 7 UUPK berbunyi tentang kewajiban pelaku usaha yaitu memiliki itikad baik dalam menjalankan usahanya, menjamin barang yang diperdagangkan memenuhi standar mutu yang berlaku. Pasal 8 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha dilarang untuk tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu, artinya pelaku usaha wajib menjamin standar mutu produksi berkaitan dengan layak/tidak mutu dari produk itu sendiri⁶. Pelaku usaha juga memiliki kewajiban atas pemenuhan hak konsumen yang dijabarkan dalam Pasal 4 UUPK. Apabila konsumen merasa dirugikan, konsumen dapat menuntut pelaku usaha untuk menjalankan kewajibannya sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 7 UUPK yaitu mendapatkan ganti rugi maupun kompensasi. Komponen ganti rugi juga diatur dalam Pasal 1243 KUHPer meliputi penggantian biaya, rugi dan bunga. Biaya berkaitan dengan biaya aktual yang dikeluarkan dalam perikatan; rugi berkaitan dengan efek kerugian yang diderita karena perbuatan melawan hukum; bunga berkaitan dengan biaya impian/harapan/ekspektasi dalam suatu perikatan.

Tanggung jawab atas sengketa konsumen telah tegas diatur sehingga konsumen dapat menuntut haknya sebagaimana dalam UUPK. Masalahnya tanggung jawab pelaku usaha atas *display* produk mendekati kedaluwarsa sulit untuk didapatkan karena perlu tindakan yang matang dan serius. Tindakan pelaku usaha ini bukan kategori perbuatan yang melanggar undang-undang, walaupun dituntut dengan perbuatan melawan hukum, maka akan ada rasionalisasi bisnis dan belum kategori tidak layak. Namun jika dipandang kritis secara etis, sepertinya *display* produk mendekati kedaluwarsa adalah perbuatan yang berpotensi besar dalam melanggar hak-hak konsumen. *Display* produk ini bukanlah suatu tindakan kekhilafaan, bisa jadi suatu kesengajaan, pura-pura ketidaktahuan. Konsumen diharapkan kritis dalam mengumpulkan berbagai bukti, menguraikan bentuk kerugian hingga menjabarkan kausalitas efek negatif dengan pembelian produk *display*.

KESIMPULAN

Display produk mendekati kedaluwarsa di tempat diskon memiliki dampak negatif bagi konsumen dan pelaku usaha. Konsumen mungkin mengalami kerugian material dan immaterial, seperti pemborosan uang dan efek samping kesehatan. Bagi pelaku usaha,

⁵ Munir Fuady, *Perbuatan Melawan Hukum (Pendekatan Kontemporer)* (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2005).

⁶ Ali Mansyur and Irsan Rahman, 'Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional', *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 2.1 (2016), 1 <<https://doi.org/10.26532/jph.v2i1.1411>>.

display produk mendekati kedaluwarsa bisa dianggap sebagai risiko bisnis yang berpotensi merugikan reputasi dan penjualan produk. Perlindungan hukum bagi konsumen harus diatur secara preventif dan refresif, dengan memastikan penegakan standar keamanan produk dan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Perlindungan preventif meliputi kolaborasi antara pelaku usaha, manajemen pusat perbelanjaan, dan lembaga pengawas untuk mencegah peredaran produk yang mendekati kedaluwarsa. Perlindungan refresif meliputi akses konsumen terhadap lembaga penyelesaian sengketa dan pengadilan untuk menuntut ganti rugi jika terjadi kerugian akibat produk yang tidak layak. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap *display* produk mendekati kedaluwarsa seyogianya dapat dikategorikan sebagai tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*fault based liability*). Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memastikan produk yang dijual memenuhi standar mutu dan tidak melanggar hukum, termasuk mencantumkan tanggal kedaluwarsa dengan jelas. Konsumen memiliki hak untuk menuntut ganti rugi jika mengalami kerugian akibat produk yang tidak layak konsumsi. Perlindungan hukum yang kuat dan kesadaran etis dari pelaku usaha dan konsumen sangat penting untuk mencegah dampak negatif dari *display* produk mendekati kedaluwarsa di tempat diskon.

REFERENSI

Artikel Jurnal

Disemadi, Hari Sutra, and Puteri Ariesta Nadia, 'Produk Bahan Pangan Kadaluarsa Yang Diperjualbelikan Di Supermarket: Suatu Kajian Hukum Perlindungan Konsumen', *Maleo Law Journal*, 5.2 (2021), 13–25 <<https://doi.org/10.56338/mlj.v5i2.1437>>

Mansyur, Ali, and Irsan Rahman, 'Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional', *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 2.1 (2016), 1 <<https://doi.org/10.26532/jph.v2i1.1411>>

Ratnasari, Ike, Peni Indarwati, and Suhartatik Suhartatik, 'Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying', *Jurnal Sosial Teknologi*, 3.8 (2023), 678–84 <<https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v3i8.909>>

Wandira, Putri, Herni Widanarti, and Muhyidin Muhyidin, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Mengenai Peredaran Makanan Kadaluarsa Ditinjau Dari UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', *Law, Development and Justice Review*, 6.1 (2023), 31–50 <<https://doi.org/10.14710/ldjr.v6i1.18747>>

Buku

Fuady, Munir, *Perbuatan Melawan Hukum (Pendekatan Kontemporer)* (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2005)

Skripsi, Tesis, Distertasi, Online/World Wide Web dan Lain-Lain

'Hasil Pencarian - KBBI VI Daring' <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/belanja>>

Conflict of Interest Statement: The author(s) declares that research was conducted in the absence of any commercial or financial relationship that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright: © AUTHOR. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. (CC-BY NC), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

PAMALI: Pattimura Magister Law Review is an open access and peer-reviewed journal published by Postgraduate Program Magister of Law, Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

