

**TESIS**

**PENERAPAN HAK ATAS INFORMASI TERHADAP  
PRODUK JAMU TRADISIONAL DI KABUPATEN  
KULON PROGO**



Disusun Oleh :

**Nama** : Lysa Lusiana Dewi, SH  
**No. Mahasiswa** : 05.912.081  
**Jurusan** : Ilmu Hukum (Hukum Bisnis)

**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2008**

**TESIS**  
**PENERAPAN HAK ATAS INFORMASI TERHADAP**  
**PRODUK JAMU TRADISIONAL DI KABUPATEN**  
**KULON PROGO**


**Telah dipertahankan de depan Tim Penguji**  
**Pada hari Jumat , 18 April 2008 dinyatakan lulus**

**Tim Penguji :**

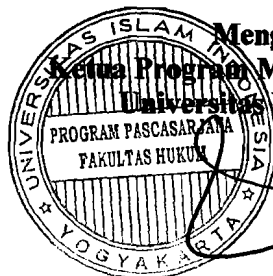
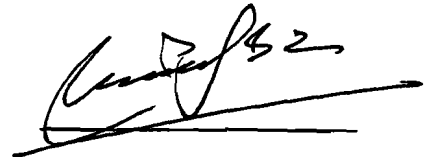
**1. H. Nandang Sutrisno, SH., LL.M., M.Hum., Ph.D**



**2. Budi Agus Riswandi, SH, MH**



**3. Hj.Muryati Marzuki, SH, SU**



**Mengetahui :**

**Ketua Program Magister Ilmu Hukum**  
**Universitas Islam Indonesia**

**DR. RIDWAN KHAIRANDY, SH, MH**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tak putus-putusnya penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, karena tanpa pertolongan-Nya penulis belum sampai pada tahap ini. Salawat beriring salam penulis tujukan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menunjukkan jalan kebenaran kepada umatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "PENERAPAN HAK ATAS INFORMASI TERHADAP PRODUK JAMU TRADISIONAL DI KABUPATEN KULON PROGO"

Atas bantuan , bimbingan, petunjuk, dukungan moral dan materiil serta doa restu dari semua pihak yang telah penulis dapatkan selama pendidikan sampai tersusunnya tesis ini, maka dengan segala kerendahan hati serta rasa hormat yang mendalam penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak DR.Ridwan Khairandy,SH, MH, selaku Ketua Program Pascasarjana Fakultas Hukum UII.
2. Bapak H.Nandang Sutrisno, SH, LLM, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Budi Agus Riswandi selaku Dosen Pembimbing II
3. Bapak Drs. Bambang Heruntoro Staf Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo
4. Rekan-rekan sekretariat Program Pascasarjana Ilmu Hukum UII
5. Rekan-rekan selamapenulis pendidikan S2
6. Ibu dan bapak yang saya sayangi

7. My big sister Miss Evie

8. My Lovely husband AKP. Sudarmawan, S.Pd

9. My big family's Mbak Nita, Mas Tikno, Mas dudy, Mbak Sari, dede rRafli

10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dari semua pihak. Semoga tesis ini bermanfaat bagi semua pihak

Yogyakarta, Maret 2008

Lysa Lusiana Dewi,SH

## **ABSTRAK**

### **PENERAPAN HAK ATAS INFORMASI TERHADAP PRODUK JAMU TRADISIONAL DI KABUPATEN KULON PROGO**

Permasalahan perlindungan konsumen di Indonesia bukan lagi permasalahan baru, terutama sejak diundangkannya UU No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu maka peraturan perundang-undangan maupun segala aspek yang berkaitan dengan hal tersebut belum banyak dipahami oleh sebagian masyarakat.

Suatu informasi yang benar dan bertanggung jawab merupakan kebutuhan pokok konsumen sebelum ia dapat mengambil transaksi bagi pemenuhan kebutuhan hidupnya. Informasi yang setengah benar, menyesatkan atau bahkan informasi yang bersifat menipu dapat dan menimbulkan kerugian besar baik secara material maupun membahayakan keamanan dan kesehatan serta jiwa konsumen yang bersangkutan. Suatu informasi dikatakan setengah benar apabila informasi yang diberikan tersebut hanya memberikan informasi secara tidak penuh terhadap produk dan/jasa yang ditawarkan. Informasi dikatakan menyesatkan dan bahkan menipu apabila informasi mengenai produk dan/ jasa yang ditawarkan sama sekali tidak memberikan informasi yang jelas-jelas sebenarnya tidak ada dalam produk dan/ jasa yang ditawarkan.

Obat tradisional/jamu sebagai salah satu barang yang sudah dianggap sebagai kebutuhan pokok masyarakat, hal ini juga disadari oleh produsen. Bagi produsen obat tradisional/jamu pencantuman informasi di kemasan produk mengenai khasiat dan manfaat produk yang dibuat merupakan hal penting sebagai pedoman bagi konsumen pengguna obat tradisional/jamu. Permasalahannya adalah kadangkala informasi yang dicantumkan tidak sesuai dengan realita, misalnya produk seolah-olah bersifat persuasif dengan menyatakan fakta-fakta yang berlebihan mengenai produk, terutama informasi mengenai produk jamu.

Sehubungan dengan hal ini maka tesis ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai praktek penerapan hak atas informasi produk jamu di Kabupaten Kulon Progo. Penelitian yang dilakukan ternyata menunjukkan bahwa produk-produk jamu yang beredar di pasaran belum memuat informasi yang lengkap dan akurat mengenai produk jamu. Informasi yang diberikan disampaikan secara berlebihan dalam arti menyampaikan data mengenai produk tersebut lebih dari sebenarnya, terutama dari segi penggunaan. Sehingga konsumen harus berhati-hati untuk melindungi dirinya sendiri meskipun berbagai peraturan dan perangkat telah tersedia.

**Kata kunci :** hak informasi, produk jamu, konsumen, produsen dan perlindungan konsumen.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
A.Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan masalah.....	10
C. Tujuan penelitian.....	10
D.Tinjauan pustaka.....	11
E. Metode penelitian.....	25
BAB II	
ASPEK HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PRODUK JAMU.....	28
A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen.....	28
1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	28
2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha.....	37
3. Prinsip Tanggung Jawab Dalam Perlindungan Konsumen	56
4. Pengalihan Risiko Gugatan Konsumen Melalui Mekanisme Asuransi Tanggung Jawab Produk.....	64
5. Doktrin Yang Berpengaruh Terhadap Prinsip Tanggung Jawab.....	67
6.Tindak Pidana di Bidang Perlindungan Konsumen.....	68
7.Sanksi Pidana atas Tindak Pidana yang Berkaitan Dengan Perlindungan Konsumen.....	68
B. Tinjauan Umum Tentang Produk Jamu.....	69
1. Pengertian Jamu.....	69
2. Produk Jamu Ilegal.....	70

3. Keamanan Produk Jamu.....	74
4. Syarat Pendaftaran Produk Jamu.....	78
5. Perlindungan Konsumen Terhadap Informasi Produk Jamu yang Menyesatkan.....	90
6. Manfaat dan Fungsi Pembinaan dan Pengawasan Produk Jamu.....	94
<b>BAB III PENERAPAN HAK ATAS INFORMASI TERHADAP PRODUK JAMU TRADISIONAL DI KABUPATEN KULON PROGO.....</b>	<b>97</b>
<b>A. Penerapan Hak Informasi Terhadap Produk Jamu di Kabupaten Kulon Progo.....</b>	<b>97</b>
<b>B. Akibat Hukum Tidak Diterapkannya Hak Informasi Terhadap Produk Jamu Tradisinal di Kabupaten Kulon progo.....</b>	<b>106</b>
<b>BAB IV PENUTUP.....</b>	<b>118</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>118</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>120</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia termasuk salah satu negara yang memiliki kekayaan keanekaragaman hayati yang sangat melimpah. Keanekaragaman hayati itu sebagian besar belum diketahui manfaatnya. Baru sekitar 600 jenis tumbuhan, 1000 jenis hewan dan 100 jenis jasad renik yang telah diketahui potensinya dan dimanfaatkan oleh masyarakat.<sup>1</sup> Kekayaan alam yang melimpah dan belum termanfaatkan secara optimal, mempunyai potensi yang tinggi untuk digunakan sebagai bahan pengembangan industri *herbal medicine* dan *health food* yang berorientasi ekspor. Kondisi lahan yang variatif tersedia mulai lahan di daerah pantai hingga lahan pegunungan. Sebagian besar lahan yang ada belum termanfaatkan dengan baik. Berbagai produk alam seperti minyak atsiri, rempah-rempah dan biofarmaka-obat merupakan komoditas andalan ekspor Indonesia<sup>2</sup>.

Industri jamu Indonesia saat ini mengalami tantangan yang cukup berat. Tantangan itu tidak saja berasal dari dalam negeri, tetapi juga berasal dari luar negeri, terutama memasuki era perdagangan bebas ASEAN (AFTA).<sup>3</sup> Persaingan akan semakin ketat terutama dengan negara kompetitor yang mampu menjual produk dengan harga lebih murah. Negara yang potensial sebagai kompetitor antara lain Cina dan Malaysia. Cina lebih dahulu dikenal sebagai negara produsen jamu tertua di dunia. Harga jamu dari Cina jauh lebih murah dibandingkan jamu dari Indonesia.

---

<sup>1</sup> [http: www.google.com](http://www.google.com), diakses tanggal 21 juli 2007

<sup>2</sup> *Ibid*

<sup>3</sup> Alois A. Nugraha, *Dari Etika Bisnis ke Etika Ekobisnis*, Grasindo, Jakarta, 2001, halaman



Kondisi harga yang demikian itu dipastikan mengancam kelangsungan industri jamu tradisional di Indonesia.<sup>4</sup>

Sementara tantangan dari dalam negeri berupa sikap dunia medis yang belum sepenuhnya menerima jamu dan obat-obatan tradisional untuk pengobatan. Merebaknya pemalsuan jamu maupun jamu yang bercampur dengan bahan kimia beberapa waktu lalu semakin menambah keraguan masyarakat akan khasiat dan keamanan jamu tradisional.<sup>5</sup>

Fenomena persaingan usaha di pasar domestik sangat diwarnai oleh praktek persaingan kualitas, jasa dan harga. Situasi yang demikian itu mendorong pelaku usaha secara terbuka membuat kesepakatan harga barang atau jasa yang mereka produksi. Pelaku usaha berusaha untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dari konsumen. Kondisi yang demikian itu menyebabkan pelaku usaha mampu mengumpulkan kekayaan untuk kepentingan pribadi maupun kelompok.

Kondisi fenomena tersebut di atas, maka perusahaan secara tidak langsung untuk bersaing secara tidak sehat. Mereka saling merebut untuk mencari keuntungan bagi masing-masing usahanya. Pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi, serta kemajuan dalam bidang ekonomi, membuat perusahaan saling berkompetitif untuk meningkatkan kualitas barang dan jasa yang mereka hasilkan.

Secara umum prinsip-prinsip yang mendasari pengaturan mengenai perlindungan dan interaksi antara pelaku usaha dengan konsumen dituangkan dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selanjutnya disebut UUPK. UUPK diharapkan dapat memberi pengaruh positif terhadap pelaku usaha dan konsumen. Dengan kata lain keduanya saling menguntungkan.

Dalam Bab I Pasal 1 UUPK menyebutkan bahwa:

---

<sup>4</sup> [http: www.yahoo.com](http://www.yahoo.com), diakses tanggal 25 Juli 2007

<sup>5</sup> [http: www.antaraneews.com](http://www.antaraneews.com), diakses tanggal 20 Juli 2007

1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. Konsumen yaitu 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.

Berdasarkan kedua pernyataan di atas menunjukkan bahwa asas dan tujuan perlindungan konsumen seperti yang tercantum dalam UUPK yaitu:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akibat negatif pemakaian barang dan/ atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

Dengan adanya UUPK secara tidak langsung antara perusahaan dan konsumen memiliki kepentingan yang sama yang saling menguntungkan. Realisasi perundang-undangan maupun segala aspek yang berkaitan dengan hal tersebut belum banyak dipahami oleh masyarakat. Oleh sebab itu, diperlukan penyebaran informasi yang benar dan bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan pokok konsumen sebelum konsumen mengambil transaksi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Informasi yang menyesatkan (tidak benar) bertujuan semata-mata untuk mencari keuntungan oleh kelompok tertentu. Informasi yang menyesatkan tersebut akan menimbulkan kerugian secara materiil dan akan membahayakan bagi konsumen.

Untuk mengetahui konteks hukum terhadap hak konsumen untuk mendapatkan informasi, dapat dikaji melalui Pasal 4 UUPK. Adapun hak-hak konsumen yang tercantum dalam pasal tersebut adalah :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/ jasa serta mendapatkan barang dan/ jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang diizinkan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara layak.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen secara memadai.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/ atau penggantian apabila barang dan/ jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan sembilan butir hak-hak konsumen tersebut, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan dan keselamatan merupakan hal yang paling utama. Oleh karena itu diharapkan produsen/pelaku usaha dalam memproduksi atau menawarkan barang/jasa harus memperhatikan hak-hak konsumen.

Adanya UUPK khususnya hak atas informasi harus disampaikan oleh produsen (pelaku usaha) secara benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ jasa. Realisasi dalam peredaran barang atau produk, khususnya jamu tradisional tidak seluruhnya memenuhi persyaratan dan standar yang ditetapkan,

sehingga berakibat kepada konsumen selaku pengguna jamu. Hak atas informasi pada dasarnya juga diakui secara internasional. Masyarakat Ekonomi Eropa menambahkan satu hak lagi yakni untuk memperoleh informasi dan pendidikan.<sup>6</sup>

Jamu tradisional merupakan pilihan alternatif yang digunakan konsumen. mengingat obat dari perusahaan farmasi selain harganya mahal juga dapat berdampak bagi konsumen. Jamu tradisional yang banyak beredar di daerah, misalnya jamu merk "Sido Muncul" sudah dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat. Jamu merk tersebut selain sudah mendapat izin resmi dari Departemen Kesehatan juga terjamin kualitasnya. Konsumen memilih jamu sebagai solusi untuk menjaga kesehatan dan tidak membahayakan bagi diri konsumen. Implikasi lebih serius akan terasa pada masyarakat golongan ekonomi lemah. Faktor ekonomi sangat mempengaruhi usaha mereka untuk menjaga kesehatannya. Pilihan untuk mengkonsumsi jamu tradisional disebabkan faktor harga yang lebih murah dibanding dengan obat dari perusahaan farmasi. Selain itu jamu tradisional juga mudah diperoleh tanpa memerlukan resep.<sup>7</sup> Oleh karena itu perlu adanya perlindungan terhadap konsumen, terutama untuk konsumen dengan tingkat ekonomi lemah. Bagi konsumen dengan kondisi ekonomi kelas atas lebih bebas mengkonsumsi baik jamu maupun obat modern karena kemampuan dari segi keuangannya.

Dalam pelaku bisnis yang berkaitan dengan produk jamu yang dipasarkan memiliki ambisi besar agar barang yang ditawarkan menguntungkan bagi pelaku bisnis itu sendiri. Mereka memberikan suatu bentuk pelayanan jasa dengan memberikan penjelasan yang akurat kepada pasar bahwa produk tersebut memiliki kualitas prima yang sangat menguntungkan bagi kesehatan konsumen.

---

<sup>6</sup> Norbet Reich. *Protection of Consumers Economic Interest, By The EC*, Law Review, Sidney, March, 1992, halaman 23

<sup>7</sup> [http: www.depkes.go.id](http://www.depkes.go.id), diakses tanggal 20 Juli 2007

Banyaknya konsumen jamu tradisional menyebabkan menjamurnya produk jamu tanpa merk (ilegal) dengan harga murah yang dipasarkan oleh pelaku bisnis. Jamu ilegal banyak dikonsumsi oleh masyarakat, karena reaksinya dapat menghilangkan rasa nyeri bagi masyarakat yang mengalami cedera. Masyarakat tidak mengetahui atau bahkan mengabaikan mengenai status legalitas jamu. Masyarakat juga tidak memperhatikan adanya perlindungan dari pemerintah bagi keselamatan konsumennya. Masyarakat atau konsumen hanya melihat dari khasiat atau efek yang dapat mereka rasakan.

Produsen jamu tidak menginginkan kerugian terhadap hasil produksi maupun proses pendistribusian barang dan jasanya. Di sisi lain konsumen juga menginginkan kepuasan akan manfaat barang yang ditawarkan oleh produsen. Oleh sebab itu pihak produsen sebagai penghasil barang atau jasa wajib memberikan penjelasan yang benar terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen mengenai keadaan produk dan manfaat yang diperolehnya. Konsumen juga memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan mengenai kondisi produk yang dikonsumsi mereka.

Harapan yang terjadi di masyarakat menunjukkan bahwa antara hak dan kewajibannya harus berjalan seimbang. Oleh sebab itu diperlukan adanya perlindungan konsumen, perlindungan hukum, dan hak informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Dengan demikian konsumen bisa mengonsumsi barang atau jasa yang diinginkan dengan kondisi tidak membahayakan bagi konsumen.

Produk jamu ilegal merupakan produk yang dipasarkan secara bebas. Produk jamu tersebut tidak/kurang memberikan informasi secara jelas dan tertulis kepada para konsumen. Berbeda dengan produk jamu tradisional dengan merk Sido Muncul yang mencantumkan nomor izin dari Departemen Kesehatan, khasiat, kegunaan, cara

pemakaian, komposisi jamu, tanggal kadaluwarsa, serta nama produsen. Berdasarkan beberapa informasi itu masyarakat merasa nyaman ketika menggunakan produk jamu tersebut. Informasi yang lengkap, jujur dan syah menurut undang-undang dapat memberikan jaminan kepada para penggunanya.

Jamu ilegal tidak mencantumkan informasi secara lengkap kepada konsumen. Harapan dari masyarakat selaku pengguna jamu ilegal yaitu agar produk jamu tersebut bila dikonsumsi akan memberikan rasa nyaman, sehat dan aman. Untuk itu informasi yang diberikan kepada masyarakat ketika promosi harus jelas dan jujur. Untuk itu produk jamu tradisional harus mencantumkan aturan pemakaian, label produksi dan izin edar yang sah dari Departemen Kesehatan. Barang atau produk (dalam studi ini adalah produk jamu tradisional) perlu mendapat izin dari Departemen Kesehatan, mengingat jamu merk tersebut sudah beredar lama di masyarakat serta khasiatnya memang menguntungkan bagi masyarakat yang mengkonsumsinya. Oleh sebab itu perusahaan jamu merk tersebut sekurang-kurangnya harus memperhatikan beberapa hal, di antaranya kualitas, harga yang terjangkau, serta mendapat perlindungan hukum dari pemerintah. Produk jamu yang diedarkan harus aman dan tidak merugikan kesehatan konsumen. Kenyamanan, keamanan dan keselamatannya merupakan hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UUPK. Berdasarkan beberapa hak konsumen itu, produsen harus memberi jaminan serta tanggung jawabnya terhadap produk yang dihasilkan.

Distribusi jamu tradisional dapat diperoleh konsumen melalui jalinan kerjasama antara produsen dengan pihak lain, seperti distributor, penyalur, agen dan pengecer. Ada pula produsen pabrik yang menjual sendiri produknya kepada konsumen, baik di tempat produk itu dihasilkan (di lingkungan pabrik) maupun dengan menjual sendiri di tempat lain. Sistem pendistribusian semacam itu biasanya

dilakukan oleh perusahaan berskala kecil (*home industri*). Untuk perusahaan berskala besar dapat dipastikan bahwa perusahaan tidak menjual sendiri produksinya, tetapi menunjuk satu atau beberapa distributor hingga pada pengecer (*retailer*).

Selama kegiatan pemasaran (promosi) wajib memberikan informasi yang jujur bahwa produk tersebut aman, legal dan berkualitas. Hak atas informasi merupakan salah satu dari hak konsumen yang dilindungi oleh undang-undang. Oleh karena itu pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar mengenai produk yang dihasilkan. Salah satu hak konsumen yang paling mendasar yaitu mendapatkan informasi yang benar dari produk yang akan mereka konsumsi. Pemberian informasi tentang produknya merupakan keharusan dalam berbisnis. Menurut Janus Sidabalok bahwa dalam praktek periklanan atau promosi, segala informasi harus benar, jujur, apa adanya atau sesuai dengan kenyataan<sup>8</sup>.

Bila dilihat dari tampilan fisiknya, jamu tradisional itu tidak memberikan kesan ilegal karena mencantumkan merek dagang, produsen, bahan baku beserta dosisnya, serta lengkap dengan nomor registrasi. Beberapa kasus menunjukkan bahwa informasi itu ternyata hanya fiktif belaka. Kondisi yang demikian itu berarti produsen telah melanggar undang-undang. Kegiatan memproduksi dan mengedarkan obat terlarang termasuk pelanggaran terhadap UU Nomor 23 tahun 1992 tentang kesehatan, dan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (Sampurno, Kepala BPOM<sup>9</sup>). Ia menambahkan bahwa pelanggaran semacam itu bisa dikenai sanksi hukuman penjara selama lima tahun dan denda maksimal Rp100 juta.

---

<sup>8</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung, tahun 2006, halaman 245

<sup>9</sup> [http: www.republika.com](http://www.republika.com), diakses tanggal 24 Juli 2007

Jika perusahaan terbukti menginformasikan produk dengan cara penipuan atau menyesatkan masyarakat maka dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana, yang diancam dengan hukuman pidana penjara paling lama empat tahun sebagaimana diatur dalam Pasal 378 KUH Pidana<sup>10</sup>.

Penelitian ini memfokuskan pada produk jamu tradisional yang sudah lama diedarkan dipasaran. Jamu tradisional merupakan produk yang dipasarkan tanpa ditulis label perusahaan, serta izin edarnya.

Dalam Pasal 9 ayat (1) Undang-undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti<sup>11</sup>. Di samping itu pelaku usaha juga harus memberikan peringatan kepada konsumen akan kegunaan, kualitas, dan hal-hal lain yang dipromosikan, seperti peringatan dengan tulisan/label "Awas Barang Tiruan".

Penyampaian informasi atau promosi tentang keadaan suatu produk barang khususnya dalam studi kasus ini adalah jamu tradisional dapat memberikan pengaruh secara psikologis terhadap konsumen. Permasalahan yang sering muncul di masyarakat adalah ketika konsumen merasa tidak puas dengan produk (barang) yang dikonsumsinya dikarenakan adanya ketidaksesuaian antara promosi barang dengan manfaat yang dirasakan konsumen. Hal tersebut menimbulkan kekecewaan di pihak konsumen. Pada keadaan seperti ini pihak produsen biasanya mengelak seolah-olah melepaskan diri dari tanggung jawabnya terhadap barang atau produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kesalahan promosi itu bisa terjadi ketika memberikan informasi bahwa produk jamu yang dihasilkannya dapat menyembuhkan berbagai

---

<sup>10</sup> Janus Sidabalok, *Op.Cit*, halaman 249

<sup>11</sup> Pasal 9 (1) UU No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen



macam penyakit, namun setelah dikonsumsi ternyata menimbulkan rasa sakit dan tidak memberi pengaruh positif.

Untuk itu semua produk (dengan berbagai jenis) jamu perlu dicermati. Konsumen harus mengetahui apa produk tersebut benar-benar aman bagi konsumen atau sebaliknya. Masyarakat juga perlu mencermati sebelum melakukan transaksi, mengenai status produk yang ditawarkan ke konsumen termasuk legal/ilegal, dan aman atau tidak.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah penerapan hak informasi terhadap produk jamu tradisional di Kabupaten Kulon Progo ?
2. Bagaimanakah akibat hukum apabila tidak diterapkannya hak atas informasi pada konsumen terhadap produk jamu tradisional di Kabupaten Kulon Progo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang tercantum di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengkaji dan memahami penerapan hak informasi terhadap produk jamu tradisional di Kabupaten Kulon Progo.
2. Untuk mengetahui akibat hukum apabila tidak diterapkannya hak atas informasi pada konsumen terhadap produk jamu tradisional di Kabupaten Kulon Progo

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Salah satu tujuan pembangunan nasional, Indonesia adalah untuk meningkatkan kesejahteraan bangsa Indonesia, baik materil maupun spiritual, yaitu tersedianya kebutuhan pokok : sandang (pakaian), pangan (makanan) dan papan (perumahan) yang layak.

Pasal 27 ayat (2) Undang-undang Dasar 1945 menegaskan bahwa tiap-tiap warga negara berhak untuk memperoleh kehidupan yang layak. Untuk memperoleh kehidupan yang layak bagi kemanusiaan itu dalam rangka mewujudkan kesejahteraan dan kecerdasan, maka perlu penyediaan barang dan jasa dalam jumlah yang cukup, kualitas yang baik dan dengan harga yang terjangkau masyarakat.

Kenyataan menunjukkan bahwa di Indonesia telah tumbuh dan berkembang banyak industri barang dan jasa, baik yang berskala besar maupun kecil, terutama sejak dilaksanakannya pembangunan nasional secara bertahap dan terencana melalui Rencana Pembangunan Lima Tahun (REPELITA).

Pertumbuhan dan perkembangan industri barang dan jasa di satu pihak membawa dampak positif, antara lain dengan tersedianya barang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi, kualitas yang lebih baik, serta dengan alternatif pilihan bagi konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya. Di lain pihak terdapat dampak negatif, yaitu dampak penggunaan dari teknologi itu sendiri, serta perilaku bisnis yang timbul karena makin ketatnya persaingan yang mempengaruhi masyarakat konsumen.

Para produsen (pelaku usaha) berusaha mencari keuntungan sesuai dengan prinsip ekonomi. Untuk mencapai keuntungan yang tinggi, para produsen (pelaku usaha) bersaing meningkatkan kualitas serta melakukan promosi guna mempengaruhi konsumen. Ketatnya persaingan dapat mengubah perilaku produsen ke arah persaingan yang tidak sehat, karena pelaku usaha memikul kepentingan yang saling

berbenturan. Persaingan yang tidak sehat itu akan menimbulkan efek yang dapat merugikan konsumen. Elemen yang mempengaruhi perilaku bisnis menjadi tidak sehat yaitu konglomerasi, kartel dan persaingan tidak sehat (curang). Timbulnya gejala tersebut merupakan konsekuensi dari ketatnya persaingan usaha. Bahkan persaingan usaha yang ketat kadang sampai melahirkan praktik-praktik curang untuk memenangkan persaingan. Praktik monopoli, baik yang legal maupun ilegal pada akhirnya cenderung merugikan konsumen. Perbuatan yang lahir sebagai akibat tidak sehatnya praktik bisnis tersebut di atas yaitu menaikkan harga, menurunkan mutu, dumping dan memalsukan produk.

Dengan fenomena tersebut di atas menimbulkan kekhawatiran akan keselamatan konsumen. Untuk itu konsumen perlu dilindungi secara hukum dari kemungkinan kerugian yang dialaminya akibat dari praktik bisnis curang tersebut. Perlindungan konsumen menjadi penting karena didasari kenyataan bahwa konsumen atau masyarakat adalah pelaksana pembangunan yang sekaligus juga sumber modal bagi pembangunan untuk kelangsungan pembangunan nasional.

Masalah perlindungan terhadap konsumen merupakan masalah bersama dan masalah nasional sebab pada dasarnya semua orang adalah konsumen. Oleh karena itulah melindungi konsumen berarti melindungi semua orang. Sebagian orang menganggap bahwa tanggung jawab untuk memberikan perlindungan kepada konsumen hanyalah berada pada organisasi perlindungan saja. Pada prinsipnya tanggung jawab itu melekat pada semua unsur yang berkaitan dengan perlindungan konsumen itu sendiri, seperti pemerintah, pengusaha sebagai produsen, organisasi konsumen dan konsumen itu sendiri. Semua unsur punya andil sesuai dengan fungsinya masing-masing dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.

Perhatian pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi adalah dengan meningkatkan pembangunan di bidang ekonomi, yang dititik beratkan pada peningkatan strategi pemasaran dan jasa yang menguntungkan bagi produsen dan konsumen. Akan tetapi kenyataannya konsumen seringkali berada pada posisi yang lemah saat berhadapan dengan produsen, karena ketidaktahuan konsumen akan hak-haknya. Konsumen juga tidak memiliki pengetahuan mengenai kewajiban-kewajiban produsen, apabila kesesuaian antara produk yang dihasilkan dengan kualitas yang ditawarkan.

A.Z. Nasution mengelompokkan hak (kepentingan) konsumen menjadi tiga kelompok, yakni kepentingan fisik, kepentingan sosial ekonomi dan kepentingan perlindungan hukum. Kepentingan fisik yaitu kepentingan badani konsumen yang berhubungan dengan keamanan dan keselamatan tubuh terhadap penggunaan barang atau jasa konsumen. Hak sosial ekonomi menghendaki agar setiap konsumen dapat memperoleh hasil optimal dari penggunaan sumber-sumber ekonomi dalam mendapatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kepentingan hukum konsumen berkaitan dengan pengakuan hak-hak konsumen secara seimbang dalam suatu peraturan perundang-undangan seperti pelaku usaha.<sup>12</sup>

Hak-hak konsumen pertama kali diperkenalkan oleh Presiden Amerika Serikat John F.Kennedy saat berpidato di depan Kongres pada tanggal 15 Maret 1962 yang mengemukakan empat hak konsumen, yaitu:<sup>13</sup>

1. Hak untuk keamanan dan keselamatan (*the right to safety*);
2. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
3. Hak atas informasi (*the right to informed*);

---

<sup>12</sup> A.Z. Nasution, *Perlindungan Konsumen dan Peradilan di Indonesia*, BPHN, Jakarta, 1993, halaman 74

<sup>13</sup> BPHN Departemen Kehakiman, *Kompendium Bidang Perlindungan Konsumen*, BPHN Dep. Kehakiman, Jakarta, 1997, halaman 13

#### 4. Hak untuk didengar (*the right to heard*);

Hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar dan dapat dipertanggungjawabkan atas setiap barang atau jasa yang akan dibeli<sup>14</sup>. UUPK juga mengatur hak tersebut dalam Pasal 4 huruf c. Informasi yang benar serta lengkap dari suatu produk barang atau jasa harus disertakan oleh produsen.<sup>15</sup>

Betapa pentingnya hak atas informasi yang benar dan jujur kepada konsumen, mengingat dalam masyarakat modern informasi memainkan peranan yang sangat penting dalam menyediakan informasi terhadap suatu produk agar konsumen membeli produk tersebut, dan menyediakan informasi bagi konsumen untuk mengevaluasi klaim yang berbeda antara dua produk yang bersaing.

Keberadaan UUPK tidak hanya memberikan perlindungan kepada konsumen saja, tetapi juga berusaha memberikan perlindungan dan memenuhi hak yang seharusnya diterima oleh pelaku usaha.

Kewajiban yang dilakukan oleh konsumen merupakan tanggung jawab bagi dirinya sendiri untuk menciptakan perlindungan bagi dirinya sendiri sebagai konsumen. Produsen harus memiliki tanggung jawab untuk melindungi para konsumen. Hal tersebut tertera dalam Pasal 5 Undang-undang Nomer 23 tahun 1992 tentang Kesehatan, yang menyatakan bahwa setiap orang berkewajiban untuk ikut serta dalam memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan perorangan, keluarga dan lingkungannya.<sup>16</sup>

Dalam Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan terhadap konsumen. Oleh karena itu berbicara tentang perlindungan

---

<sup>14</sup> A.Z.Nasution, *Op.Cit*, halaman 14

<sup>15</sup> Peraturan Menteri Kesehatan No. 78/Me-1.Kes/PER/III 1987 tentang Label dan Periklanan Makanan

<sup>16</sup> Republik Indonesia, Undang-undang No 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan, halaman 62

konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen.

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan terhadap konsumen barang dan jasa. Adapun cakupan yang dimaksud di atas meliputi :<sup>17</sup>

1. Perlindungan terhadap kemungkinan kepada konsumen barang dan jasa yang tidak sesuai dengan apa yang disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk dan lain-lain. Kesesuaian produk dengan standar keamanan dan keselamatan konsumen, juga persoalan tentang cara konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengonsumsi produk yang tidak sesuai dengan standar keamanan dan kenyamanan konsumen.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam hal ini termasuk persoalan promosi dan periklanan standar kontrak, harga kenyamanan purna jual dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

Aspek yang mencakup persoalan barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan dimasukkan dalam cakupan tanggung jawab produk yaitu tanggung jawab yang dibebankan kepada produsen karena barang yang diberikan kepada konsumen mengandung cacat di dalamnya, sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Peristiwa keracunan obat karena sudah kadaluwarsa, produk tidak dapat dipakai untuk tujuan yang diinginkan karena kualitasnya rendah, barang tidak dapat bertahan lama karena cepat rusak dan sebagainya.

---

<sup>17</sup> Janus Sidabalok, *Op.Cit*, hal 9

Perlindungan konsumen merupakan persoalan tanggung jawab produsen atas kerugian sebagai akibat yang ditimbulkan oleh produknya. Agnes M. Toor memberikan definisi mengenai produk. Tanggung jawab produk adalah tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawanya ke dalam peredaran yang menimbulkan (menyebabkan) kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.<sup>18</sup>

Kalangan produsen perlu menyadari bahwa kelangsungan hidup usahanya sangat tergantung pada konsumen. Produsen wajib memproduksi barang dan jasa secara aman serta dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Standar mutu yang ditetapkan terhadap suatu produk barang atau jasa juga harus dipenuhi. Di lapangan standar mutu sering diselewengkan oleh pihak pengusaha (produsen) yang dapat merugikan pihak konsumen karena barang atau jasa tersebut setelah diuji ternyata berada di bawah standar yang telah ditetapkan.

Konsumen juga memiliki potensi dan kekuatan yang cukup untuk melindungi diri mereka sendiri, atau kelompoknya secara terorganisir dengan baik. Melalui organisasi konsumen yang terorganisir dengan baik mempunyai pengaruh terhadap kekuatan komplain konsumen bila terjadi penipuan terhadap barang yang dikonsumsi yang dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Yayasan Perlindungan Konsumen Indonesia (YLKI) berdiri sejak 11 Mei 1973. Yayasan ini merupakan suatu organisasi yang berfungsi membantu dan membela kepentingan konsumen guna mewujudkan tercapainya perlindungan konsumen dan kesejahteraan konsumen. Lembaga ini diharapkan dapat memberikan “nafas segar” bagi konsumen Indonesia. YLKI

---

<sup>18</sup> *Ibid*, hal 10

bertugas memasyarakatkan hak dan kewajiban yang melekat pada konsumen yang telah disepakati secara internasional.<sup>19</sup>

Hak perlindungan konsumen berdasarkan lima asas yang terdapat dalam pasal 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen nomor 8 tahun 1999 adalah :<sup>20</sup>

1. Asas manfaat
2. Asas keadilan
3. Asas keseimbangan
4. Asas keamanan dan keselamatan
5. Asas kepastian hukum

Lima asas tersebut di atas dimaksudkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen maupun pelaku usaha secara keseluruhan. Pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan bermanfaat bagi kehidupan berbangsa. Asas keadilan dapat memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas keseimbangan di maksudkan menghendaki agar konsumen, pelaku usaha (produsen), dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Asas keamanan dan keselamatan konsumen di maksudkan untuk memberikan jaminan dan kesempatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa di konsumsi atau di gunakan. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam perlindungan konsumen.

---

<sup>19</sup> Zumrotin K Susilo, *Penyambung Lidah Konsumen*, Kerjasama Puspa Swara dan YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia), Jakarta, tahun 1996, halaman 11

<sup>20</sup> *Ibid*, halaman 8



Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman. Hak yang sering dihadapi oleh lembaga konsumen, khususnya di negara-negara berkembang yaitu mekanisme konsumen menuntut ganti rugi kepada produsen.

Dengan memperhatikan posisi konsumen sebagaimana disebutkan dalam uraian di atas, maka segala bentuk produk/barang harus memenuhi standar mutu sesuai dengan ukuran, takaran atau timbangan, memenuhi atau sesuai dengan jaminan, gaya atau model yang sesuai dengan janji dalam label etiket atau saat promosi<sup>21</sup>. Ketentuan tersebut juga perlu mencantumkan tanggal kadaluwarsa, informasi atau petunjuk pengoperasian dan memasang tabel yang memuat tentang penjelasan (*contents ingredients*) barang, termasuk identitas lengkap produsen.

Ketentuan tersebut di atas merupakan upaya agar barang (produk) yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain seperti diuraikan dalam tulisan di atas. Menurut ketentuan perundang-undangan produk tersebut dapat diperjualbelikan atau dilarang diperjualbelikan.

Hal lain yang juga terkandung dalam Undang-undang Pelindungan Konsumen adalah pengaturan perilaku pengusaha (produsen) dengan cara mengupayakan terciptanya tata tertib perdagangan dalam rangka menerapkan iklim bisnis/usaha yang sehat. Ketertiban tersebut dimaksudkan agar produk yang ditawarkan produsen (pengusaha) dilakukan dengan cara tidak melawan hukum, seperti praktek yang menyesatkan pada saat menawarkan, mempromosikan (mengiklankan), memperdagangkan atau mengedarkan produk barang atau jasa yang palsu, atau hasil dari suatu kegiatan pembajakan. Larangan terhadap produsen antara

---

<sup>21</sup> Husni Syawali dan Neni Sri Imaniati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, tahun 2000, halaman 56.

lain memberikan informasi yang menyesatkan. Informasi yang menyesatkan itu dapat dilakukan dengan mengumumkan atau menawarkan produk yang memiliki potongan harga, atau produk tersebut merupakan produk baru atau memiliki sponsor yang pada kenyataannya informasi itu tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Kondisi di masyarakat dewasa ini menunjukkan bahwa pengusaha (produsen) mencari solusi untuk mencapai target penjualan atau mengutamakan pangsa pasar untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Oleh sebab itu diperlukan perlindungan konsumen agar pihak konsumen tidak dirugikan secara material maupun spiritual. Peraturan perundang-undangan pada hakekatnya bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat. Pemerintah memiliki kewenangan melakukan pembinaan termasuk pemberian sanksi atas suatu pelanggaran yang dilakukan oleh produsen. Di sisi lain, konsumen yang mengalami kerugian atas perbuatan tersebut tidak memiliki daya apapun untuk menuntut ganti rugi kepada pengusaha yang bersangkutan. Pemerintah mengharuskan pengusaha untuk mentaati kode etik pemasaran (promosi), sehingga jika konsumen mengalami kerugian dapat menggugat ganti rugi kepada pihak produsen. Pihak konsumen dapat menggugat pihak produsen apabila terbukti kesalahan dalam proses produksi, misalnya menyangkut produk yang sangat berbahaya bagi keamanan dan keselamatan manusia, sehingga pihak produsen bertanggungjawab atas kerugian yang dialami pihak konsumen tanpa perlu dibuktikan kesalahannya (*strict liability*). Tanggung jawab produsen terhadap produk yang dapat merugikan konsumen di atas tercantum dalam KUH Perdata Pasal 1365 dan 1865.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, tahun 1995, halaman 174

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa produsen bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen jika terbukti produk yang ditawarkan mengalami cacat produk diakibatkan kesalahan produsen.

Undang-undang tersebut juga menjelaskan bahwa pihak produsen harus bertanggung jawab terhadap barang (produk) dan jasa yang dihasilkannya. Produsen bertanggung jawab atas kerugian yang timbul atas hasil produksinya. Langkah produsen yang menyalahi Undang-undang antara lain menubuhkan nama, merk atau tanda lain pada produk dengan menampakkan seolah-olah pihaknya sebagai produsen padahal produksinya milik perusahaan lain (istilah lainnya memberikan kepalsuan terhadap suatu produk yang dierdarkannya). Kesalahan lain juga dapat terjadi bila menyalurkan barang yang tidak jelas identitas produsennya, baik produk yang berasal dari dalam negeri maupun produk import yang tidak jelas identitas importirnya. Hukum perdata konvensional kurang akomodatif dalam menampung kepentingan konsumen, namun ada hal baru yang dapat diintrodusir dalam rangka membedakan posisi konsumen, antara lain<sup>23</sup>:

1. *Small Claim Court*, yaitu peradilan kilat dengan hakim tunggal tanpa melibatkan pengacara, biayanya ringan dan tidak ada upaya banding. *Small Claim Court* dapat memberikan akses kepada konsumen dengan praktik dan efisien untuk menuntut produsen walaupun nilai nominal yang menjadi obyek kasus kecil. Konsumen tidak harus menuntut produsen di peradilan umum yang memakan waktu lama dan butuh biaya besar.
2. *Class Action* dalam sengketa konsumen, umumnya korban bersifat massa dengan mengajukan gugatan *class action* terhadap kasus yang sama, konsumen cukup diwakili oleh beberapa korban yang menuntut secara perdata ke pengadilan,

---

<sup>23</sup> Kompas, Kumpulan Rubrik Advokasi Konsumen YLKI, "Siapa Raja" Konsumen atau Produsen, Hukum Kompas Bekerja Sama dengan YLKI, Jakarta, tahun 2000, halaman 190-191

sehingga apabila putusan yang mempunyai kekuatan hukum tetapnya dimenangkan konsumen, maka korban lain yang tidak mengajukan gugatan juga dapat meminta ganti rugi .<sup>24</sup>

3. Beban pembuktian terbalik. Dalam sengketa konsumen sangat sulit untuk dapat membuktikan bahwa produk yang dikonsumsi mengandung bahan yang berbahaya. Kondisi ini akan lebih adil jika pembuktian dibebankan kepada pihak produsen. Pihak produsen harus membuktikan bahwa produk yang dihasilkan tidak mengandung bahan berbahaya dan aman untuk dikonsumsi

Keberadaan YLKI diharapkan dapat menjadi lembaga yang mampu menempatkan diri sebagai *social control* dengan bermodalkan kekuatan moral bagi kepentingan konsumen. Konsumen diharapkan memiliki pengetahuan tentang produk yang akan dibelinya. Konsumen juga diwajibkan bersikap kritis dalam mengonsumsi produk. Konsumen harus waspada terhadap promosi dalam bentuk periklanan.

Kendala yang dapat mempengaruhi pelaksanaan perlindungan konsumen antara lain aspek ekonomi. Aspek ekonomi memiliki peranan penting dalam perlindungan konsumen. Hal tersebut didasari alasan bahwa kondisi di Indonesia belakangan ini mengalami kemerosotan di berbagai bidang kehidupan. Salah satunya adalah kemampuan ekonomi masyarakat yang semakin merosot. Hal ini sangat mempengaruhi kemampuan dan daya beli masyarakat.

Dengan kondisi perekonomian yang terbatas, masyarakat tidak memiliki banyak pilihan. Mereka tidak mampu untuk memilih produk yang berkualitas. Dengan kemampuan ekonomi yang terbatas, konsumen hanya akan mengonsumsi produk yang harganya terjangkau. Masyarakat tidak memikirkan mengenai hak-haknya yang dirugikan produsen akibat dari produk-produk yang kualitasnya dibawah standar.

---

<sup>24</sup> Yusuf shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, halaman 45

Masyarakat lebih berpikir untuk menggunakan pendapatan yang pas-pasan agar dapat mencukupi kebutuhan keluarga. Pada prinsipnya pelaksanaan perlindungan konsumen hanya akan terwujud jika pihak konsumen yang menjadi pihak di dalamnya peduli dengan hak-haknya dan merasa berkepentingan untuk hal itu. Dengan kata lain konsumen menyadari bahwa pihaknya telah dirugikan akibat mengkonsumsi produk-produk tertentu dan konsumen berhak menuntut haknya, sehingga perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilaksanakan. Kondisi di lingkungan masyarakat menunjukkan bahwa konsumen merasa enggan untuk menuntut hak-haknya kepada produsen karena berbagai faktor, misalnya tidak mau bersengketa, atau konsumen tidak mau terlibat dalam urusan hukum. Kondisi ini menggambarkan bahwa secara tidak langsung konsumen dalam posisi dirugikan.

Banyak perusahaan di Indonesia yang menawarkan berbagai macam produk secara ilegal. Perusahaan yang menawarkan produk ilegal dikarenakan faktor biaya izin edar yang mahal atau tidak seimbang dengan biaya pemasaran atau barang yang diproduksi. Perusahaan memasarkan produknya demi untuk mencapai keuntungan pribadi (golongan) tanpa melihat kualitas, legalitas dan kenyamanan bagi pengguna barang (produk) tersebut. Pada umumnya produk yang ditawarkan dengan perdagangan bebas dan ilegal dipromosikan secara tertutup dan dipasarkan di toko-toko atau pasar. Pada umumnya pengguna produk tersebut adalah kalangan masyarakat ekonomi lemah, dengan alasan bahwa biaya yang harus dikeluarkan cukup murah dan dapat dibeli di warung yang ada di sekitarnya. Masyarakat tidak memikirkan mengenai kualitas obat tersebut.

Dalam praktek perdagangan bebas, konsumen memiliki dua sisi yakni:<sup>25</sup>

### 1. Posisi konsumen diuntungkan

Hal tersebut disebabkan karena perdagangan bebas telah melahirkan begitu banyak pilihan bagi konsumen, baik jenis dan macam barang, serta mutu maupun harganya.

### 2. Posisi konsumen dirugikan

Lemahnya pengawasan di negara berkembang tentang standarisasi mutu barang dan peraturan yang berlaku dapat mengakibatkan Negara-negara berkembang menjadi tujuan bagi barang-barang *reject*, yang di negara maju tidak memenuhi standar pasar. Oleh sebab itu hukum ekonomi berusaha menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pengusaha, masyarakat dan pemerintah.

Berhubungan dengan perlindungan konsumen, pemerintah wajib memberikan peringatan kepada perusahaan yang mempromosikan produknya secara ilegal. Produk ilegal secara langsung dapat merugikan kenyamanan masyarakat dan merugikan pemerintah

Departemen Kesehatan, BPOM dan pemerintah memberikan sanksi atau peringatan kepada perusahaan yang menyimpang dari aturan yang ditetapkan oleh pemerintah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mengatur secara khusus tentang produk pangan kadaluwarsa, maupun obat yang mengandung alkohol.

BPOM akan memberi sanksi kepada perusahaan yang melanggar aturan yang berlaku yaitu dengan sanksi administratif berupa :<sup>26</sup>

#### 1. Peringatan tertulis

---

<sup>25</sup> *Ibid*, hal 123-124

<sup>26</sup> John Pieris dan Wiwik Sri Widiarti, *Negara Hukum dan Perlindungan Hukum Terhadap Prodik Pangan Kadaluwarsa*, Pelangi Cendekian Jakarta, tahun 2007, halaman 12-13

2. Pembekuan izin edar
3. Pencabutan izin edar
4. Sanksi administrasi lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Oleh sebab itu kalangan bisnis dan produsen harus mempertimbangkan aspek hukum dan aspek moralitas. Dewasa ini masalah tanggung jawab moral perlu mendapat perhatian. Dunia bisnis berkembang dengan cepat yang memerlukan persaingan ketat dalam pemasarannya, seperti perusahaan melanggar etika dengan menjual produk yang berbahaya, etika dalam merger dan akuisisi, sampai pada kerusakan lingkungan.

Dengan globalisasi dan didukung kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika memperluas ruang gerak bagi pengusaha untuk bebas memasarkan produknya tanpa melihat sisi legalitas produk yang dipasarkannya. Realitas yang ada dimasyarakat menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan pelaku bisnis (pengusaha) sebagian belum memenuhi standar mutu/kualitas, sehingga cenderung merugikan konsumen secara materi maupun secara fisik seperti keracunan atau cacat.

Kerugian yang diderita konsumen baik materi dan fisik, kurang mendapat tanggapan dari perusahaan/produsen/pedagang yang memproduksi, mengedarkan dan menjual produk yang tidak memenuhi standar mutu barang. Seperti mengurangi berat/isi, berisi barang tanpa label (ilegal), dan barang kadaluwarsa. Produk barang yang merugikan konsumen seperti kadaluwarsa, maka produsen akan ditindak tegas dengan dijerat pidana yang sesuai dengan ketentuan UUPK atau hukuman denda.<sup>27</sup>

Untuk mengantisipasi hal tersebut, pemerintah telah mengeluarkan peraturan dan kebijaksanaan, agar produsen (pengusaha) dalam membuat barang (jasa)

---

<sup>27</sup> *Ibid*, halaman 173

memenuhi standar mutu barang, yang meliputi penggunaan bahan baku, peralatan, proses produksi, kesehatan orang yang terlibat dalam proses produksi, kesesuaian isi/berat/ bersih dan menggunakan label “halal” serta label resmi lainnya yang telah diatur oleh undang-undang.

Perusahaan yang memproduksi barang (produk), khususnya produk jamu ilegal perlu mendapat perhatian dari pemerintah agar produsen (pengusaha) memiliki tanggung jawab terhadap kualitas produk yang dipasarkan. Perusahaan perlu menerapkan pokok-pokok manajemen pemasaran yang benar dan sesuai dengan undang-undang yang ditetapkan pemerintah. Ada sekurang-kurangnya empat variabel penting yang berkaitan dengan manajemen pemasaran, yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Produksi menjadi unsur penting dalam kegiatan perusahaan. Produksi yang ditawarkan harus bermutu (berkualitas baik), harga harus disesuaikan dengan kualitas barang, biaya produksi, sampai pada keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan. Produk yang dihasilkan harus aman tidak merugikan kesehatan konsumen.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Tipe Penelitian**

Penelitian tentang Penerapan Hak Atas Informasi Terhadap Produk Jamu Di Kabupaten Kulon Progo, merupakan penelitian hukum normatif sosiologis, yaitu penelitian yang mengkaji masalah hukum masyarakat; dimana disimpulkan dengan adanya bentuk kesenjangan antara aspek normatif dan prakteknya



## 2. Objek Penelitian

- a. Penerapan hak atas informasi terhadap produk jamu di Kabupaten Kulon Progo.
- b. Akibat hukum apabila tidak diterapkannya hak atas informasi terhadap produk jamu di Kabupaten Kulon Progo.

## 3. Sumber Data

### a. Sumber data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan, sehingga memperoleh kejelasan, kepastian serta lebih menjamin kebenaran data atau keterangan yang didapat (dengan penyebaran angket dan wawancara)

### b. Sumber data sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari bahan hukum yang terdiri dari :

#### 1) Bahan Hukum Primer, yakni data yang diperoleh dari :

- Undang-undang Dasar 1945
- Kitab Hukum Perdata
- Kitab Hukum Pidana
- Undang-undang No 23 tahun 1992 tentang Kesehatan
- Undang-undang No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Peraturan-peraturan Hukum Lainnya

#### 2) Bahan Hukum Sekunder, yakni data yang diperoleh dari bahan-bahan kepustakaan berupa dokumen-dokumen hukum, buku-buku, jurnal, makalah, internet, dan lain-lain

3) Bahan Hukum Tertier, yakni data yang diperoleh melalui kamus, ensiklopedi, dan data yang sejenisnya yang berfungsi untuk mendukung data primer dan sekunder.

#### 4. Teknik Pengumpul Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan kepustakaan. Data yang di peroleh di lapangan melalui wawancara dan penyebaran angket kepada responden.

#### 5. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan melalui pendekatan secara yuridis, noormatif, dan sosiologis. Maksudnya dalam penelitian ini data akan dianalisis berdasarkan sumber data berupa perundang-undangan yang relevan sebagai produk hukum yang dibentuk untuk mengatur permasalahan yang dibahas, dan pendekatan normatif sosiologis digunakan dengan menganalisa efektifitas ketentuan-ketentuan perlindungan konsumen yang ada dan wujud penerapan dalam masyarakat.

#### 6. Analisis Data

Bahwa data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber tersebut dianalisa secara deskriptif kualitatif, yaitu menganalisis hasil penelitian ke dalam bentuk penggambaran yang berupa uraian kalimat. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan akan dirumuskan simpulan-simpulan yang disajikan dalam bentuk uraian kalimat secara jelas dan rinci.

3) Bahan Hukum Tertier, yakni data yang diperoleh melalui kamus, ensiklopedi, dan data yang sejenisnya yang berfungsi untuk mendukung data primer dan sekunder.

#### 4. Teknik Pengumpul Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan kepustakaan. Data yang diperoleh di lapangan melalui wawancara dan penyebaran angket kepada responden.

#### 5. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan melalui pendekatan secara yuridis, noormatif, dan sosiologis. Maksudnya dalam penelitian ini data akan dianalisis berdasarkan sumber data berupa perundang-undangan yang relevan sebagai produk hukum yang dibentuk untuk mengatur permasalahan yang dibahas, dan pendekatan normatif sosiologis digunakan dengan menganalisa efektifitas ketentuan-ketentuan perlindungan konsumen yang ada dan wujud penerapan dalam masyarakat.

#### 6. Analisis Data

Bahwa data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber tersebut dianalisa secara deskriptif kualitatif, yaitu menganalisis hasil penelitian ke dalam bentuk penggambaran yang berupa uraian kalimat. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan akan dirumuskan simpulan-simpulan yang disajikan dalam bentuk uraian kalimat secara jelas dan rinci.

## BAB II

### ASPEK HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PRODUK JAMU

#### A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

##### 1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Istilah konsumen secara yuridis terdapat pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menyatakan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang / atau jasa yang ada dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan. Dalam Garis-garis Besar Haluan Negara (Ketetapan MPR No II/ MPR/ 1993) disebutkan bahwa kata konsumen dalam rangka membicarakan tentang sasaran bidang perdagangan.

Selain ketentuan yang bersifat normatif tersebut, juga terdapat Undang-undang nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat (diberlakukan 5 Maret 2000 satu tahun setelah diberlakukannya undang-undang). Undang-undang tersebut memuat definisi tentang konsumen yaitu setiap pemakai dan atau pengguna barang dan/atau jasa, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan orang lain. Konsumen secara umum diartikan sebagai pemakai akhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha.<sup>28</sup>

Pakar konsumen Belanda yang bernama Hondius mendefinisikan bahwa konsumen adalah pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa (*uiteindelijke gebruiker Van Goederen en diensten*). Berdasarkan rumusan Hondius

---

<sup>28</sup> AZ Nasution, *Iklan dan Konsumen* (Tinjauan dari Sudut Hukum dan Perlindungan Konsumen), dalam *Usaha-wan Indonesia*, LPMFH-UII Nomor 3 Tahun XXIII, Jakarta, 1994, halaman 23.

menggambarkan bahwa terdapat penegasan bahwa konsumen bukan pemakai terakhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria tersebut, sedangkan konsumen dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir.

Di Perancis berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang, konsumen diartikan sebagai "*The person who obtains goods or services for person or family purpose*"<sup>29</sup>. Berdasarkan definisi tersebut di atas terkandung dua unsur tentang konsumen yaitu:

1. Konsumen itu orang, dan
2. Barang atau jasa yang digunakan untuk kepentingan pribadi atau keluarganya.

Di Spanyol pengertian konsumen didefinisikan lebih luas yaitu "*any individual or company who is the ultimate buyer or user of personal or real property products, services or activities, regardless on wheter the seller, supplier or producer is a public or private entity, acting alone or collectively*"<sup>30</sup>. Konsumen diartikan tidak hanya individu (orang) tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir. Yang perlu diperhatikan bahwa konsumen tidak harus terkait hubungan jual beli, sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli.

Undang-undang Perlindungan Konsumen India tertera pada *Consumer Protection Act of 1986* No 68 yang menggambarkan bahwa konsumen adalah setiap orang (pembeli) atas barang yang disepakati, menyangkut harga dan cara pembayarannya, tetapi tidak termasuk mereka yang mendapatkan barang untuk dijual kembali atau lain-lain untuk keperluan komersial<sup>31</sup>.

---

<sup>29</sup> Hondius, *Konsumentenrecht* dalam Mariam Darus Badruzaman, halaman. 38.

<sup>30</sup> Tim FH UI dan Depdagri, *Rancangan Akademik Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen* (tidak dipublikasikan), Jakarta, 1976, halaman 57.

<sup>31</sup> AZ. Nasution, *Diktat Pengantar Hukum Konsumen*, Op.Cit, halaman 4.

Pengertian konsumen di Australia lebih moderat. *Trade practices act 1974* sudah berkali-kali diubah. Konsumen diartikan sebagai seorang yang memperoleh barang atau jasa tertentu dengan persyaratan harganya tidak melewati 40.000 dolar Australia. Sejah tidak melewati jumlah uang tersebut di atas, tujuan pembeli barang atau jasa tidak dipersoalkan. Jika jumlah uangnya sudah melebihi 40.000 dollar Australia, maka keperluannya harus khusus.

Prof. Hans W Micklitz, seorang ahli Hukum Konsumen dari Jerman, dalam ceramah di Jakarta, 26-30 Oktober 1998 membedakan konsumen berdasarkan hak atas informasi. Sebelum melangkah lebih detail dalam perlindungan konsumen terlebih dahulu harus ada persamaan persepsi tentang tipe konsumen yang akan mendapatkan perlindungan, menurutnya secara garis besar dapat dibedakan dua tipe konsumen, yaitu konsumen yang tidak terinformasi (*well informed*) dan konsumen yang tidak terinformasi.<sup>32</sup> Ciri-ciri tipe pertama, antara lain:

1. memiliki tingkat pendidikan tertentu
2. mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar, dan
3. lancar berkomunikasi.

Dengan memiliki tiga potensi konsumen jenis ini mampu bertanggung jawab dan relatif tidak memerlukan perlindungan.

Tipe konsumen kedua memiliki ciri-ciri antara lain:

- 1) kurang pendidikan,
- 2) kategori kelas menengah kebawah

---

<sup>32</sup> <http://www.bppt.go.id/> - Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi Powered by Mambo Generated, diakses 21 Juli 2007, 15:07

- 3) tidak lancar berkomunikasi, konsumen jenis ini perlu dilindungi, dan khususnya menjadi tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut di atas menunjukkan bahwa konsumen memiliki arti yang berbeda-beda. Masing-masing pengertian memiliki tujuan (maksud) yang sama yaitu pembeli suatu barang / jasa. Pengertian konsumen juga terdapat pada pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>33</sup>

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pasal 1 angka 2, yang terdapat Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatakan bahwa konsumen adalah:

1. Setiap orang (subjek) yang berarti bahwa setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan / atau jasa. Pasal 1 angka (3) membedakan pengertian persoalan dengan menyebutkan kata-kata "*perseorangan atau badan usaha*". Pengertian konsumen tersebut di atas tidak sebatas pada perseorangan saja. Konsumen yang dilindungi oleh UUPK adalah manusia atau makhluk lain yang menggunakan dan / atau memanfaatkan barang dan atau jasa untuk kepentingan sendiri dan rumah tangga untuk tujuan komersial.

## 2. Pemakai

Sesuai dengan pasal 1 angka (2) UUPK mendefinisikan bahwa konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Pengertian konsumen tersebut sekaligus menunjukkan barang dan / atau jasa dan bukan hanya hasil dari proses jual beli. Konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan / atau jasa.

---

<sup>33</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen. Indonesia*, Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2004, halaman 5-10.

Semua orang adalah konsumen karena konsumen dikaitkan dengan produk yang dipasarkan. Terlebih dahulu dilakukan pengenalan produk kepada konsumen yang dikenal dengan istilah *product knowledge*. Orang yang mengkonsumsi produk juga merupakan konsumen, sehingga perlu dilindungi hak-haknya.

### 3. Produk dan / atau Jasa

Produk dalam pengertian luas ialah barang dan atau jasa yang merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan teknologi. Pasal 1 angka 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa barang adalah setiap benda, berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. Di Perancis istilah konsumen diartikan sebagai *"the person who obtains goods or services for personal or family purpose"*.<sup>34</sup>

Pasal 1 angka 5 UUPK memberikan definisi bahwa jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atas prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Dengan adanya teknologi, produk dapat berupa beraneka macam jenis, bentuk, kegunaan, maupun kualitas, sehingga pemenuhan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi lebih luas, lengkap, cepat dan menjangkau bagian terbesar lapisan masyarakat. Di sisi lain penggunaan teknologi memungkinkan dihasilkannya produk yang tidak sesuai dengan persyaratan dan keselamatan pemakai, sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Untuk menghindari adanya produk yang cacat atau berbahaya, maka perlu ditetapkan standar minimal yang harus dipedomani dalam berproduksi untuk menghasilkan produk yang layak dan aman untuk dipakai. Usaha tersebut

---

<sup>34</sup> Tim FH UI dan Depdagri, *Op.Cit*, halaman 58



dinamakan sebagai standardisasi yaitu proses penyusunan dan penerapan aturan-aturan dalam pendekatan secara teratur, bagi kegiatan tertentu untuk kemanfaatan dan bekerjasama dengan semua pihak yang berkepentingan, khususnya untuk meningkatkan penghematan menyeluruh secara optimum dengan memperhatikan kondisi fungsional dan persyaratan keamanan. Hal ini didasarkan pada konsolidasi dari hasil teknologi dan pengalaman.

UUPK mengartikan barang sebagai layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Dalam penjelasan umum RUU perlindungan Konsumen yaitu mengkaitkan harkat kehidupan konsumen dengan menghindari akibat negatif dari pemakaian barang atau jasa. Barang dan / atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran.

#### 4. Barang dan / Jasa yang Tidak untuk Diperdagangkan

Berkaitan dengan istilah barang dan/ atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk, saat ini "produk" sudah berkonotasi barang atau jasa. Semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang.<sup>35</sup>

Pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas yakni konsumen akhir. Batasan tersebut biasa dipakai dalam peraturan perlindungan untuk konsumen. Secara teoritis pengertian itu memiliki kelebihan karena berusaha untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen. Batasan tersebut akan mempersulit realisasinya di lapangan, misalnya seorang pembeli kompor gas dari toko. Untuk memenuhi kebutuhan yang lebih pokok, maka kompor gas tersebut dijual kembali kepada tetangga. Ternyata kompor gas tersebut rusak dan tetangga mengajukan keberatan atas kompor gas yang ditawarkan atau dibeli karena kondisinya rusak.

---

<sup>35</sup> H.C. Black's Law Dictionary, ed. 6 (St. Paul: West Publishing Co. 1990), halaman 1290

Pertanyaan yang muncul yaitu yang dianggap konsumen dalam transaksi ini. Pengertian konsumen akan mengalami kesulitan yaitu ibu yang membeli kompor gas dari toko dan menjualnya kembali ke tetangga atau tetangga yang membeli kompor. Jika pemilik toko mengetahui, seorang pembeli telah menjual kompor gas kepada orang lain, dapatkah pemilik toko menolak gugatan pembeli kompor dengan alasan bahwa pembeli yang dimaksud bukan lagi sebagai konsumen akhir. Untuk itu batasan-batasan tentang hal tersebut tidak perlu ditetapkan dalam undang-undang. Proses produksi barang kebutuhan masyarakat yang kini berkembang di antaranya dengan teknologi. Produksi dalam jumlah besar diikuti oleh teknik promosi yang canggih dan pola distribusi produk yang meluas hingga ke seluruh pelosok tanah air.

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Beberapa hal yang terkait dengan perlindungan konsumen adalah mengenai barang dan jasa yang dihasilkan dengan melalui teknologi. Persoalan perlindungan konsumen berkaitan dengan persoalan teknologi manufaktur dan teknologi informasi. Dengan semakin berkembangnya industri dan teknologi memungkinkan semua lapisan masyarakat terjangkau oleh produk teknologi. Dengan demikian memungkinkan semua lapisan masyarakat terlibat dengan masalah perlindungan konsumen.

## 5. Produk

Pengertian produk secara luas merupakan segala barang atau jasa yang dihasilkan oleh suatu proses, sehingga produk berkaitan erat dengan teknologi. Menurut Pasal 1 angka 4 UUPK bahwa barang adalah setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau

dimanfaatkan oleh konsumen. Menurut Pasal 1 angka 5 UUPK bahwa jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Pemakaian teknologi yang makin baik memungkinkan produk beraneka macam jenis, bentuk dan kegunaan maupun kualitasnya, sehingga pemenuhan kebutuhan konsumen dapat lebih baik, lengkap, cepat dan menjangkau semua lapisan masyarakat. Di sisi lain penggunaan teknologi memungkinkan dihasilkan produk yang tidak sesuai dengan persyaratan keamanan dan keselamatan pemakai, sehingga menimbulkan kerugian kepada konsumen.

Ada 3 klasifikasi yang berhubungan dengan cacat produk yaitu kerusakan produk, kerusakan desain dan pemberian informasi yang tidak memadai<sup>36</sup>. Standardisasi akan memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Pemakaian bahan secara ekonomis, perbaikan mutu, penurunan ongkos produksi dan penyerahan yang cepat.
- b. Penyederhanaan pengiriman dan penanganan barang.
- c. Perdagangan yang adil, peningkatan kepuasan langganan.
- d. *Interchangeability* komponen memungkinkan *subcontracting*.
- e. Keselamatan kehidupan dan harta.

Standardisasi berfungsi membantu menjembatani kepentingan konsumen dan produsen dengan menetapkan standar produk yang tepat yang dapat memenuhi kepentingan dan mencerminkan aspirasi kedua belah pihak. Dengan adanya standardisasi produk maka akan memberi manfaat yang optimum kepada konsumen dan produsen tanpa mengurangi hak milik dari konsumen.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Ny. Retno Wulan Sutantio, *Hukum Acara Perdata Dalam Teori dan Praktik*, halaman. 14

<sup>37</sup> Gandi, *Perlindungan Konsumen Dilihat Dari Pengaturan Standardisasi Hasil Produksi*, Makalah pada Simposium. Binacipta, Jakarta, 1980 halaman. 80

Sebagai implementasi dari standarisasi produk perlu diberikan sertifikasi produk (*certification marking*) yang dibuat dengan tanda SII atau SNI, yang dapat ditempatkan pada produk, kemasannya atau dokumennya. Tanda ini dibubuhkan oleh produsen pada barang produknya setelah mendapat izin dari Menteri Perindustrian sesuai dengan pasal 6 ayat 3 SK Menteri Perindustrian Nomor 210 tahun 1979. Sertifikasi ini merupakan jaminan terhadap produk tersebut. Betapa pentingnya standarisasi di lingkungan perdagangan internasional, baik perdagangan barang maupun jasa. Melalui sertifikasi produk ini akan diperoleh manfaat dan keuntungan, baik bagi produsen, pemakai profesional, maupun konsumen yaitu:<sup>38</sup>

- 1) Bagi produsen lebih memberikan bobot dan membuktikan bahwa hasil produksinya memenuhi persyaratan standar secara konsisten dan memberikan bantuan dalam meningkatkan penjualannya di pasar dalam dan luar negeri.
- 2) Bagi konsumen umum, memberikan indikasi yang dapat dipercaya bahwa barang-barang produksinya sesuai dengan persyaratan standar secara konsisten.
- 3) Transaksi lebih lancar karena pemakai atau konsumen tidak perlu menguji dulu barang-barang yang akan dibelinya.

Untuk dapat memperoleh manfaat secara maksimal, maka diperlukan kejujuran produsen atau pengusaha untuk sungguh-sungguh menaati peraturan standarisasi yang sudah ditetapkan. Pihak pemerintah perlu aktif membina dan mengawasi pelaksanaan standarisasi, sehingga diterapkan dengan baik dan benar. Rumusan tersebut di atas menunjukkan sangat beraneka ragam pengertian tentang konsumen. Masing-masing definisi memiliki keunggulan dan kekurangan.

---

<sup>38</sup> *Ibid*

## 2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh sebab itu perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan secara hukum terhadap hak-hak konsumen.

Ada empat hak dasar konsumen, yaitu:<sup>39</sup>

- 1) Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
- 2) Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be information*)
- 3) Hak untuk memilih (*the right to be heard*).
- 4) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Empat dasar ini diakui secara internasional. Perkembangan organisasi yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union (IOCU)* menambahkan tentang hak konsumen dengan penambahan hak pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti rugi dan hak mendapatkan lingkungan yang sehat dan nyaman.

Salah satu hal terpenting yang harus dimiliki oleh suatu produk / barang tertentu yang akan dikonsumsi manusia adalah aman dikonsumsi. Hak-hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk merupakan suatu hak yang sifatnya universal, karena telah diatur secara internasional

---

<sup>35</sup> Empat hak ini mengacu kepada *Presiden John F. Kennedy's 1962 Consumer's Bill of Rights*

oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada 9 April 1985 melalui *The Guidelines for Consumer Protection*.<sup>40</sup>

Di Amerika Serikat dan negara Eropa, keamanan konsumen telah diatur dalam *The General Product Safety Regulation* 1994 yang merupakan implementasi dari *The European Council Directive 92/ 59 1992*. Dalam regulasi ditetapkan mengenai syarat-syarat produk yang dijual di pasar merupakan produk yang aman. *Title II of The Directive, comprising 3 dan 4* menyebutkan mengenai persyaratan umum keamanan (*General Safety Requirement*) dalam Article 3 (1) yang berbunyi “*Producers shall be obliged to place only safe product on the market*”.<sup>41</sup>

Dalam rancangan akademik tentang Undang-undang Perlindungan Konsumen yang disusun oleh Tim Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Departemen Perdagangan ( 1992), hak-hak dasar konsumen ditambahkan lagi dengan nilai tukar yang diberikan untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum.

Delapan hak yang secara eksplisit dituangkan dalam pasal 4 UUPK . Hak-hak konsumen tersebut antara lain dapat didefinisikan sebagai berikut:<sup>42</sup>

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang diberikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi terhadap jaminan barang dan atau jasa.

---

<sup>40</sup> John.H. Jackson William J. Daery, *Legal Problems of International Economic Relations*. St. Paul Minn: West Publishing Co, 1995, halaman 535.

<sup>41</sup> Stüehen Weatheril, EC, *Consumer Law and Policy Chapter Seven*, London : Longmann, 1997, halaman 125.

<sup>42</sup> Pasal 4 UU Nomer 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara tepat.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak-hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi dan atau penggantian jika barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Di samping hak-hak konsumen yang terdapat dalam pasal 4 juga terdapat pula hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal 7 yang mengatur tentang perilaku para produsen atau pengusaha. Kewajiban atau hak merupakan antinomi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen. Di sisi lain ada perlindungan konsumen terhadap persaingan bisnis yang curang (*unfair competition*)<sup>43</sup>.

Dalam Hukum positif di Indonesia, masalah permainan curang dalam bisnis diatur dalam pasal 382 Kitab Undang-undang Hukum Pidana. Sejak 5 Maret 2000 diberlakukan pula Undang-undang nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Ketentuan ini diperuntukkan bagi semua pelaku usaha, namun tidak berlaku bagi konsumen langsung. Kompetisi atau persaingan antar pelaku usaha dalam jangka

---

<sup>43</sup> Shidarta, *Pengetahuan Tentang Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dan Status Media Cetak Serta Pelanggaran Hak-hak Konsumen Dalam Iklan*, Program Studi Ilmu Hukum, Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial, Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 1994, halaman 32

panjang secara tidak langsung berdampak negatif bagi konsumen itu sendiri. Oleh sebab itu hak-hak konsumen sangat bermanfaat bagi kepentingan konsumen itu sendiri. Berikut adalah hak-hak yang diperoleh konsumen :<sup>44</sup>

**1. Hak Untuk Mendapatkan Keamanan, Kenyamanan dan Keselamatan dalam Mengonsumsi Barang dan atau Jasa.**

Konsumen berhak mendapatkan keamanan, kenyamanan terhadap barang dan atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan atau jasa tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi oleh pihak konsumen. Hak untuk mendapatkan keamanan dan kenyamanan penting ditempatkan pada kedudukan utama karena selama berabad-abad berkembang pemikiran bahwa konsumen terutama pembeli adalah pihak yang wajib untuk berhati-hati terhadap barang atau produk yang akan dikonsumsi. Oleh sebab itu barang dan atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha dapat beresiko sangat tinggi terhadap keamanan dan kenyamanan konsumen. Pemerintah perlu memberikan pengawasan secara ketat.

Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman dan aman serta memberi keselamatan pada konsumen. Konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa dan harta bendanya. Setiap produk baik dari segi komposisi bahan, desain dan konstruksi, serta kualitasnya harus diarahkan untuk mempertinggi rasa kenyamanan dan keamanan serta keselamatan konsumen.

Untuk menghindari adanya efek negatif atas produk yang dihasilkan terhadap konsumen maka produsen wajib mencantumkan label produknya sehingga konsumen dapat mengetahui adanya unsur-unsur yang dapat membahayakan keamanan dan keselamatan dirinya. Produsen juga harus memeriksa barang

---

<sup>44</sup> Shidarta, *Op.Cit*, halaman 22-34



sebelum diedarkan, sehingga produk yang kadaluwarsa atau tidak layak dikonsumsi segera dapat diketahui oleh konsumen.

Produsen diharuskan bertindak jujur dalam memberi informasi mengenai produknya, sehingga konsumen dapat memilih produk yang terbaik bagi dirinya. Informasi yang diberikan kepada produsen mengenai produknya diharuskan memiliki informasi yang akurat, jujur, benar dan jelas, sehingga tidak mengelabui atau membodohi konsumen, baik melalui iklan, *billboard* dan media lainnya. Apabila konsumen merasa dirugikan atau dikecewakan karena produk yang dikonsumsi tidak sesuai dengan informasi yang diterimanya, maka produsen harus bertanggung jawab dan selalu meningkatkan pelayanan terbaik bagi konsumen, termasuk dalam hal ini hak konsumen untuk mendapatkan penggantian atas kerugian yang dideritanya setelah mengkonsumsi produk tersebut jika produk tidak sesuai dengan perjanjian.

## **2. Hak Untuk Mendapatkan Informasi yang Benar**

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi diperlukan agar konsumen memiliki gambaran yang jelas dan akurat terhadap produk yang akan dikonsumsi. Informasi dapat disampaikan dengan berbagai cara seperti secara lisan kepada konsumen melalui iklan di berbagai media baik cetak maupun elektronik, atau melalui informasi lewat kemasan produk, seperti mencantumkan label perusahaan, kualitas produk, jaminan halal, dan aman dikonsumsi.

Jika dikaitkan dengan hak konsumen terhadap keamanan dan kenyamanan produk, setiap produk yang beresiko terhadap keamanan konsumen maka perusahaan wajib memberikan informasi berupa petunjuk pemakaian produk

yang benar dan jelas. Iklan yang secara ideal dapat digunakan sebagai sarana pemberi informasi kepada konsumen, seharusnya terbebas dari manipulasi data. Jika terdapat iklan yang memuat informasi yang tidak benar, maka tindakan tersebut merupakan kriteria dari kejahatan bisnis yang disebut dengan *fraulent misrepresentation*. Bentuk kejahatan ini ditandai oleh :

- a. Pemakaian pernyataan yang jelas-jelas salah (*false statement*), seperti menyebutkan bahwa produk yang dimilikinya adalah produk yang paling baik dan benar tanpa menyebutkan indikator yang jelas.
- b. Pernyataan menyesatkan (*mislead*), misalnya menyebutkan adanya khasiat tertentu yang tidak sesuai dengan kenyataannya. Oleh sebab itu konsumen perlu mendapatkan informasi yang akurat terhadap semua produk yang akan dibelinya agar terhindar dari masalah yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.

Konsumen telah menetapkan pilihannya atas suatu produk berdasarkan informasi yang tersedia dan berhak mendapatkan jaminan produk yang sesuai dan tertera dalam informasi. Apabila setelah mengkonsumsi produk atau barang, konsumen merasa telah dirugikan atau dikecewakan karena produk tersebut tidak sesuai dengan informasi yang diterimanya, maka produsen seharusnya mendengar keluhan itu dan memberikan penyelesaian yang terbaik. Perlu adanya ketulusan hati dari produsen untuk mengakui kelemahannya dan senantiasa meningkatkan pelayanan terbaik bagi konsumen. Dalam hal ini termasuk hak konsumen untuk mendapatkan penggantian atas kerugian yang dideritanya setelah mengkonsumsi produk tersebut, jika produk tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

### **3. Hak Untuk Di dengar**

Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen.

Untuk itu konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut.

Dalam tata krama dan cara periklanan Indonesia disebutkan bahwa, bila dimintai oleh konsumen, maka baik perusahaan periklanan, media, maupun pengiklan, harus bersedia memberikan penjelasan mengenai suatu iklan tertentu. Pengaturan demikian sekalipun masih berbentuk kode etik (self regulation) akan mengarah kepada langkah positif menuju penghormatan hak konsumen untuk didengar.

Dalam Pasal 54 Undang-undang No.24 tahun 1997 tentang Penyiaran, disebutkan bahwa lembaga penyiaran wajib meralat isi siaran dan/atau berita jika diketahui terdapat kekeliruan atau terjadi sanggahan atas isi siaran dan/atau berita .

Penyanggahan berita itu mungkin adalah konsumen dari produk tertentu. Ralat atau pembetulan wajib dilakukan dalam waktu selambat-lambatnya satu kali 24 jam berikutnya atau pada kesempatan pertama pada ruang mata acara yang sama dan dalam bentuk serta cara yang sama dengan penyampaian isi siaran dan/atau berita yang disanggah..

Ketentuan dalam Undang-undang penyiaran jelas menunjukkan bahwa hak untuk didengar, yang di dalam doktrin hukum dapat diidentikkan dengan hak untuk membela diri.

#### **4. Hak Memilih dan Mendapat Barang dan atau Jasa Sesuai dengan Nilai Tukar dan kondisi Serta Jaminan yang Dijanjikan**

Konsumen menetapkan pilihannya atas suatu produk berdasarkan informasi yang tersedia dan konsumen berliak untuk mendapatkan produk tersebut sesuai dengan kondisi serta jaminan yang tertera dalam informasi. Mengingat produsen berada dalam kedudukan yang kuat, baik secara ekonomis maupun dari segi kekuasaan (*bargaining power, bargaining position*), maka konsumen perlu mendapatkan advokasi, perlindungan serta upaya penyelesaian sengketa secara patut atas hak-haknya. Perlindungan itu dibuat dalam suatu peraturan perundang-undangan serta dilaksanakan dengan baik.

Hak-hak konsumen perlu dipertegas dalam suatu peraturan-undangan, sehingga semua pihak baik konsumen itu sendiri, produsen maupun pemerintah mempunyai persepsi yang sama dalam mewujudkannya. Hal ini berkaitan dengan upaya hukum dalam mempertahankan hak-hak konsumen. Hak-hak konsumen perlu dipertahankan dan dilindungi secara hukum agar konsumen yang dirugikan hak-haknya dapat memperoleh kembali hak-haknya secara hukum. Hal ini merupakan inti dari penyebutan dan penegasan dari hak-hak konsumen. Konsumen berhak untuk mendapatkan hak-haknya sesuai dengan kedudukannya sebagai konsumen berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ketentuan ini membuka kemungkinan berkembangnya pemikiran tentang hak-hak baru dari konsumen di masa yang akan datang sesuai dengan perkembangan zaman.

Konsumen juga berhak mendapatkan pelayanan dan pembinaan serta pendidikan mengenai bagaimana berkonsumsi yang baik. Produsen sebagai pelaku usaha wajib memberi informasi yang benar dan mendidik, sehingga konsumen semakin

dewasa bertindak dalam memenuhi kebutuhannya, bukan sebaliknya mengeksploitasi kelemahan-kelemahan terutama konsumen wanita dan anak-anak

#### **5. Hak untuk Mendapatkan Produk Barang dan/atau Jasa Sesuai Dengan Nilai Tukar Yang Diberikan.**

Dengan hak ini berarti harus dilindungi dari permainan yang tidak wajar. Dengan kata lain, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayarkan sebagai penggantinya.

#### **6. Hak Untuk Mendapatkan Ganti Kerugian**

Pasal 19 UUPK menyatakan bahwa jika konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengkonsumsi produk yang diperdagangkan, produsen sebagai pelaku usaha wajib memberi penggantian kerugian baik dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, perawatan, maupun memberikan santunan.

Pasal 1504 KUH Perdata dapat digolongkan dengan nama *warranty* yang berupa janji atau jaminan dari pihak penjual bahwa barang produksinya dapat dipergunakan dengan baik. Dalam hal ini terkandung janji bahwa dengan memakai dan mengkonsumsi produk tertentu yang dijualnya, penjual menjamin bahwa pembeli (konsumen) akan memperoleh kenikmatan, manfaat dan kegunaan tertentu dalam memenuhi kebutuhannya. Pada umumnya janji, jaminan (*warranty*) dapat dikelompokkan dalam dua kategori yaitu:

- a. *Ekspress warranty* yaitu janji yang dinyatakan secara tegas (eksplisit).
- b. *Implied warranty* yaitu janji yang dinyatakan secara diam-diam (implisit).

*Implied warranty* dapat dibedakan lagi atas:

- a. *Implied warranty of merchantability* (jaminan implisit tentang layak diperdagangkan).
- b. *Implied warranty of fitness for a particular purpose* (jaminan implisit tentang kecocokan untuk tujuan tertentu).

Dengan *implied warranty of merchantability*, produsen menjamin, antara lain:

- a. Barang sesuai dengan keterangan dalam perjanjian sedemikian rupa sehingga dapat diterima dalam perdagangan umum.
- b. Pada penjual beli genus, kualitas seharusnya layak (*around the middle belt of quality*).
- c. Barang seharusnya cocok untuk tujuan tertentu yang dipergunakan.
- d. Barang yang sejenis dari suatu kontrak seharusnya sama dan sebetuk.
- e. Jika perjanjian atau sifat barang mensyaratkan, maka produk atau barang harus dibungkus secara rapi serta disertai informasi dan instruksi.
- f. Kualitas dan kuantitas barang seharusnya sesuai dengan janji serta gambaran yang nyata yang diberikan dan yang ada pada barang .
- g. Jaminan yang implisit lainnya bisa berasal dari kebiasaan perdagangan barang tertentu.

Berdasarkan uraian di atas menggambarkan bahwa konsumen dapat memperoleh ganti rugi karena mengkonsumsi produk yang cacat dapat dituntut pertanggungjawabannya, maka disyaratkan adanya hubungan kontrak antara penuntut (penggugat) dan tergugat, *in privacy of contract*. *Adagium no privacy-no liability* masih menguasai jalan pikiran di sini, termasuk jalan pikiran pembuat undang-undang perdata (KUH Perdata) itu. Konsekuensinya pembeli harus berhati-hati dalam menentukan pilihannya atas barang yang akan dibelinya.

Jika konsumen merasakan bahwa kuantitas maupun kualitas barang dan atau jasa yang dikonsumsi tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, maka konsumen berhak mendapat kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti rugi harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atas kesepakatan masing-masing.

Untuk menghindari dari kewajiban memberikan ganti rugi, sering terjadi pelaku usaha mencantumkan klausula-klausula eksonerasi di dalam hubungannya dengan hukum antara produsen (penyalur) produk dan konsumennya. Klausula seperti barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan merupakan hal yang lazim ditemukan pada toko-toko.

Banyak konsumen yang lebih terpengaruh oleh iklan yang kadang-kadang menyesatkan yang dapat menimbulkan pandangan baru dalam mencari dasar pertanggungjawaban produsen. Di sini *warranty* berdasarkan hubungan kontraktual tidak lagi memuaskan, sehingga diterapkan pertanggungjawaban berdasarkan hukum atau demi hukum. Dengan memenuhi syarat-syarat tertentu, produsen demi hukum bertanggung jawab atas kerugian yang timbul pada konsumen karena memakai barang yang cacat dan tidak lagi berdasarkan pada perjanjian sebelumnya. Dalam hal ini berarti bahwa pertanggungjawaban produsen terhadap konsumen beralih (bergeser) dari pertanggungjawaban kontraktual ke pertanggungjawaban karena perbuatan melawan hukum (*tort*).

## **7. Hak Untuk Mendapatkan Penyelesaian Hukum**

Hak untuk mendapatkan ganti rugi harus ditempatkan lebih tinggi daripada hak pelaku usaha (produsen / penyalur produk) untuk membuat klausul secara sepihak. Jika permintaan yang diajukan konsumen dirasakan tidak mendapatkan tanggapan dari pihak-pihak terkait dalam hubungannya dengan hukum maka memerlukan

advokasi. Dengan kata lain konsumen berhak menuntut pertanggung jawaban secara hukum dari pihak yang dipandang merugikan karena mengkonsumsi produk itu.

Hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum itu sebenarnya meliputi juga hak untuk mendapatkan ganti rugi, tetapi kedua hak tersebut tidak berarti identik. Untuk memperoleh ganti rugi, konsumen tidak selalu harus menempuh upaya hukum terlebih dahulu. Setiap upaya hukum pada hakikatnya berisikan tuntutan memperoleh ganti rugi oleh salah satu pihak.

### **8. Hak Untuk Mendapatkan Lingkungan Hidup yang Baik dan Sehat**

Hak konsumen atas lingkungan hidup yang baik dan sehat merupakan hak yang diterima sebagai salah satu hak dasar konsumen oleh berbagai organisasi konsumen di dunia. Lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungannya. Lingkungan hidup meliputi lingkungan hidup dalam arti fisik dan lingkungan non fisik.<sup>45</sup>

Dalam pasal 22 UU no.23 tentang Kesehatan dan Pasal 5 ayat (1) UU No.23 tahun 1997 Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup menyatakan, "Setiap orang mempunyai hak yang sama atas lingkungan hidup yang baik dan sehat." Dalam ketentuan itu jelas bahwa lingkungan hidup, selain sehat juga harus baik. Rumusan ini tidak berbeda dengan Undang-undang No.4 tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pengertian "Setiap Orang", selain mengacu pada manusia individual, juga kepada kelompok orang atau badan hukum.

---

<sup>45</sup> Koesnadi Hardjosoemantri, Hukum Tata Lingkungan, cet 11, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 1994, halaman 119



## **9. Hak Untuk Dilindungi dari Akibat Negatif Persaingan Curang**

Persaingan curang dalam Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 disebut dengan "*persaingan usaha tidak sehat*" dapat terjadi jika seorang pengusaha berusaha menarik langganan atau klien pengusaha lain untuk memajukan usahanya atau memperluas penjualan atau pemasarannya dengan menggunakan alat atau sarana yang bertentangan dengan itikat baik dan kejujuran dalam pergaulan perekonomian.<sup>46</sup>

## **10. Hak Untuk Mendapatkan Pembinaan dan Pendidikan Konsumen**

Berkaitannya dengan pembinaan dan pendidikan konsumen, konsumen harus mendapatkan pendidikan mengenai cara mengkonsumsi produk yang baik, aman dan nyaman. Produsen harus menerangkan secara detail dan memberikan informasi yang benar kepada konsumen melalui iklan, informasi langsung ataupun melalui promosi. Hal ini untuk menjaga keselamatan konsumen dan kebenaran akan produk yang akan dikonsumsi agar tidak membahayakan dan merugikan baik untuk konsumen maupun untuk produsen. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen juga perlu pelayanan yang benar dan jujur. Antara konsumen yang satu dengan konsumen lainnya harus diperlakukan secara adil dan bijaksana tanpa membedakan status apapun misalnya pendidikan, suku, agama, budaya, kaya miskin dan status sosial lainnya.

Uraian tersebut di atas didasarkan adanya sejumlah hak bahwa (hukum) konsumen perlu dilindungi dari tindakan-tindakan yang mungkin merugikan pihak

---

<sup>46</sup> W. Pangaribuan Simanjatak, *Aspek Yuridis dan Cara Penanggulangan Persaingan Curang* (Makalah, dibawakan pada Temu Wicara Nasional Penanggulangan Perbuatan Curang, Yogyakarta, 1992, halaman 1.

lain. Hak-hak ini merupakan hak yang sifatnya mendasar dan universal, sehingga perlu mendapat jaminan dari negara atas pemenuhannya. UUPK menyatakan bahwa:

- a. Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spriritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.
- b. Perlindungan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha, sehingga menghasilkan beraneka ragam barang dan atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.
- c. Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Kewajiban yang harus dilakukan seorang konsumen merupakan tanggungjawab bagi dirinya sendiri untuk menciptakan perlindungan bagi dirinya sendiri sebagai konsumen. Menurut Iman Baihaqie Abdullah kewajiban yang dimiliki konsumen terdiri dari 5 hal, yaitu:<sup>47</sup>

1. Bersikap kritis
2. Berani bertindak
3. Memiliki kepedulian sosial
4. Tanggung jawab terhadap lingkungan hidup
5. Memiliki rasa setia kawan.

Kewajiban yang dimiliki seorang konsumen mengandung pengertian bahwa kewajiban tersebut merupakan sebuah tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh

---

<sup>47</sup> AZ Nasution, Op.Cit, halaman 71

konsumen agar terlaksananya sebuah tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh konsumen. Pasal 5 UUPK telah menentukan kewajiban konsumen yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha yang tercermin di dalam asas perlindungan konsumen. Di samping itu keseimbangan tersebut juga tercermin di dalam pemberian hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha. Produsen atau pelaku usaha diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Di dalam pengertian ini terkandung maksud pembuat, grosir, leveransir dan pengecer profesional.<sup>48</sup>

Sebagai penyeimbang dalam UUPK, Pasal 6 menyebutkan tentang hak pelaku usaha yaitu:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.

---

<sup>48</sup> Agnes M Toar, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara*, DKIH Belanda-Indonesia, Ujung Pandang, 1988, halaman 34

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-Hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Berikut kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 7 UUPK antara lain:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan dan melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan atau mencoba barang dan atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang dan atau jasa yang dibuat dan atau diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau pengganti apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Selain kewajiban yang harus dipegang teguh sesuai dengan uraian tersebut, pelaku usaha juga harus melakukan usahanya dan dibatasi dengan berbagai larangan sebagaimana diatur dalam pasal 8 UUPK. Apabila pelaku usaha dalam menjalankan usahanya melanggar larangan-larangan dan atau menimbulkan kerusakan,

pencemaran dan atau kerugian bagi konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, maka pelaku usaha berhak memberikan ganti rugi. Ganti rugi tersebut antara lain:

- a. Pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- c. Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- d. Pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi maupun terhapus dari tuntutan pidana apabila pelaku usaha dapat membuktikan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan konsumen.

Dengan demikian pokok-pokok kewajiban produsen / pelaku usaha adalah beritikad baik dalam menjalankan usahanya, memberikan informasi, memperlakukan konsumen dengan cara yang baik, memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menguji dan memberi kompensasi.

Jika dibandingkan dengan hak dan kewajiban konsumen sebagaimana diatur dalam pasal 4 dan pasal 5 UUPK, tampak bahwa hak dan kewajiban produsen bertimbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Hal yang menjadi hak dari konsumen merupakan kewajiban produsen untuk memenuhinya dan sebaliknya yang menjadi hak produsen adalah kewajiban konsumen.

Menurut UUPK yang terdapat dalam KUH Perdata sebagaimana diatur dalam pasal 1474 memandang bahwa produsen / pelaku usaha lebih dari sekadar penjual. Pelaku usaha mempunyai kewajiban dalam menciptakan iklim berusaha yang

sehat yang pada akhirnya ikut bertanggung jawab dalam pembangunan ekonomi secara umum.

Sesuai dengan ketentuan hukum, pelaku usaha atau produsen harus memenuhinya dengan iktikad baik dan penuh tanggung jawab. Jika produsen bersalah tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka produsen berhak dituntut secara hukum untuk mengganti segala kerugian yang timbul sehubungan dengan tidak dipenuhinya kewajiban itu. Produsen harus mempertanggungjawabkan secara hukum atas kesalahan atau kelalaiannya dalam menjalankan kewajiban itu.

Larangan-larangan yang diberlakukan kepada produsen antara lain dimaksudkan untuk melindungi kepentingan produsen maupun hak-hak konsumen. Disamping itu larangan-larangan itu juga menunjukkan kepada produsen bahwa mereka mempunyai tanggung jawab sebagai produsen sekurang-kurangnya dalam dua aspek :

- a. Bertanggung jawab untuk menciptakan iklim berusaha secara sehat, baik antara pelaku usaha ataupun dengan masyarakat konsumen. Dengan dipatuhinya larangan-larangan tersebut maka hal-hal yang menimbulkan distorsi pasar, persaingan tidak sehat, dan hal lain yang potensial untuk merusak struktur kehidupan ekonomi nasional dapat ditekan semaksimal mungkin. Hal ini berarti tugas dan kewajiban serta tanggung jawab setiap pelaku usaha untuk selalu mewujudkan keinginan yang sehat.
- b. Bertanggung jawab untuk melindungi masyarakat konsumen, baik secara perorangan maupun keseluruhan dari kemungkinan timbulnya kerugian terhadap diri konsumen maupun harta bendanya. Tugas untuk menjaga kesejahteraan rakyat melalui penyediaan kebutuhan yang baik, sehat dan berkualitas juga merupakan tanggung jawab produsen sebagai pelaku usaha. Produsen sebagai pelaku usaha

mempunyai tanggung jawab terhadap segala bentuk kerugian yang diderita konsumen karena memakai atau mengkonsumsi produknya yang menimbulkan kerugian. Produsen dibebani dua jenis pertanggungjawaban yaitu tanggung jawab publik dan tanggung jawab privat (perdata).

Pada dasarnya tanggung jawab produsen sebagai pelaku usaha juga merupakan tanggung jawab publik. Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Oleh sebab itu produsen diberi tanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan nilai-nilai dan norma-norma hukum, kepatutan dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku di kalangan dunia usaha. Prinsip *bisnis is bisnis* tidak dapat diterapkan, tetapi harus dengan pemahaman atas prinsip bisnis untuk pembangunan. Pelaku usaha harus bekerja keras untuk menjadikan usahanya memberikan kontribusi pada peningkatan pembangunan nasional secara keseluruhan. Banyak ketentuan di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan mengarahkan pelaku usaha untuk menciptakan iklim yang sehat serta dalam rangka menyukseskan pembangunan ekonomi nasional, khususnya di bidang usaha.

Apabila dijumpai pelanggaran yang dilakukan oleh produsen, maka kepadanya dikenakan sanksi-sanksi hukum, baik sanksi administrasi maupun sanksi pidana. Beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan.

Pemberian sanksi sangat penting bahwa menciptakan iklim berusaha yang sehat membutuhkan keseriusan dan ketegasan. Untuk itu sanksi merupakan salah satu alat untuk mengembalikan keadaan ke keadaan semula seperti ketika belum terjadi

pelanggaran (rehabilitasi). Sanksi juga sebagai alat preventif bagi pengusaha lainnya sehingga tidak terulang lagi pelanggaran yang sama.

### **3. Prinsip Tanggung Jawab dalam Perlindungan Konsumen**

Sesuai dengan hukum positif yang berlaku di Indonesia bahwa seorang konsumen yang dirugikan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa, dapat menggugat pihak yang menimbulkan kerugian tersebut. Dalam gugatan berdasarkan wanprestasi, maka terdapat hubungan kontraktual antara konsumen dengan pelaku usaha / produsen. Kerugian yang dialami konsumen tidak lain adalah karena tidak dilaksanakannya prestasi oleh pengusaha. Apabila tidak terdapat hubungan kontraktual antara konsumen dengan pengusaha, maka tidak ada tanggung jawab secara hukum antara pelaku usaha dengan konsumen. Hal tersebut dikenal dengan nama Doktrin *privity of contract* yang mengandung prinsip "tidak ada hubungan kontraktual, tidak ada tanggung jawab" (*no privity-no liability principle*). Dalam hal ini konsumen harus membuktikan adanya unsur-unsur:

1. Adanya perbuatan melawan hukum
2. Adanya kesalahan / kelalaian pelaku usaha
3. Adanya kerugian yang dialami oleh konsumen
4. Adanya hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang dialami oleh konsumen.

Pada umumnya konsumen mengalami kesulitan untuk membuktikan unsur ada tidaknya kesalahan/ kelalaian pelaku usaha. Untuk itu paham tentang *product liability* menekankan bahwa tergugat dianggap telah bersalah (*presumption of quality*) kecuali jika produsen mampu membuktikan bahwa ia tidak melakukan kesalahan. Apabila



produsen membuktikan adanya kelalaiannya, maka produsen harus memikul resiko kerugian yang dialami pihak lain karena mengkonsumsi/ menggunakan produknya

Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab :

#### 1. Berdasarkan Unsur Kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability* atau *based on fault*) adalah prinsip yang umum dianut. Prinsip ini menyatakan bahwa seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika terdapat unsur kesalahan yang dilakukannya.

KUH Perdata menganut prinsip tersebut khususnya terdapat dalam pasal 1365, 1366, dan 1367. Pasal 1365 KUH Perdata, yaitu pasal tentang Perbuatan Melawan Hukum dengan menganut tiga prinsip, yaitu:

- 1) Adanya perbuatan.
- 2) Adanya kerugian
- 3) Adanya hubungan kausal antara kerugian yang diderita dengan adanya kesalahan.

Berdasarkan prinsip ini konsumen diberi tanggung jawab untuk membuktikan adanya unsur kesalahan pelaku usaha. Tanggung jawab ini meniberatkan konsumen yang merasa dirugikan.<sup>49</sup>

#### 2. Prinsip Praduga Berdasarkan Tanggung Jawab

Prinsip tersebut menganut paham bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*) sampai perusahaan dapat

---

<sup>49</sup> Erman Rajaguguk et al, *Hukum Perlindungan Konsumen*, penyunting Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, CV. Mandar Madju, Bandung, 2000, halaman 24-26.

membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah. Jadi beban pembuktian diletakkan kepada tergugat (pelaku usaha).<sup>50</sup>

### 3. Prinsip Praduga Untuk Selalu Tidak Bertanggung jawab

Prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip yang kedua yaitu pihak yang dibebankan untuk membuktikan kesalahan terdapat pada konsumen. Konsumen dianggap selalu bertanggung jawab sampai dapat membuktikan bahwa produsen telah melakukan kesalahan.

### 4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak.

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan, namun masih ada prinsip dibebaskannya tanggung jawab yaitu keadaan *force majeure*. Prinsip tanggung jawab absolut merupakan prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualian. Prinsip tanggung jawab mutlak dipergunakan untuk menjerat pelaku usaha, khususnya produsen barang yang memasarkan produk yang merugikan konsumen. Dalam perlindungan konsumen penerapan prinsip tanggung jawab mutlak dikenal sebagai *product liability*.

### 5. *Product Liability*, dan *Profesional Liability*

Tanggung jawab produk (*product liability*) merupakan tanggung jawab para produsen untuk produk yang dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena produknya cacat yang melekat

---

<sup>50</sup> Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2003, halaman 58-65.

pada produk tersebut. Dasar gugatan untuk tanggung jawab produk dapat dilakukan atas adanya:

- a. Pelanggaran jaminan (*breach of warranty*)
- b. Kelalaian (*negligence*)
- c. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Pelanggaran jaminan yang berkaitan dengan jaminan pelaku usaha, bahwa barang yang dihasilkan atau dijual tidak mengandung cacat, yang dapat terjadi pada:

- a. Konstruksi barang
- b. Desain (*design defect*)
- c. Pelabelan (*labeling defect*)

Kelalaian (*negligence*) terjadi bila pelaku usaha yang digugat tersebut gagal menunjukkan kehati-hatian (*reasonable care*) dalam membuat, mengawasi, memperbaiki, memasang label atau mendistribusikan suatu barang.

#### 6. Tanggung Jawab atas Dasar Perbuatan Melawan Hukum (*Tort Law*)

Menurut pasal 1365 KUH Perdata, tiap-tiap perbuatan melawan hukum yang membawa kerugian kepada orang lain, maka mewajibkan orang salah menimbulkan kerugian itu untuk memberi ganti rugi. Dalam pasal 1367 KUH Perdata diatur mengenai pertanggungjawaban khusus sehubungan dengan perbuatan melawan hukum, yaitu pertanggungjawaban atas barang sebagai berikut: "Seseorang tidak saja bertanggungjawab untuk kerugian yang disebabkan perbuatan orang-orang yang berada di bawah pengawasannya".

Perbuatan melanggar hukum diartikan sebagai perbuatan :<sup>51</sup>

- 1) Melanggar hak orang lain
- 2) Bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku
- 3) Bertentangan dengan kesusilaan
- 4) Tidak sesuai dengan kepantasan dalam masyarakat perihal memperhatikan kepentingan orang lain.

Pengertian luas mengenai perbuatan melawan hukum mencakup pengertian berbuat aktif atau tidak berbuat (pasif), sehingga bertentangan dengan hukum. Kesalahan selalu ada meskipun dalam ketentuan ganti rugi berdasarkan perbuatan melawan hukum, maka unsur kesalahan ini harus dapat dibuktikan. Kesalahan di sini umumnya diartikan secara luas, yang meliputi kesengajaan (*opzet*) dan kekuranghati-hatian dari seorang manusia dalam keadaan normal.

Kekuranghati-hatian mempersoalkan masalah kelalaian, lalai mengambil tindakan yang sepatutnya sehingga timbul akibat yang tidak dikehendaki. Dalam kepustakaan hukum perdata Indonesia, kekuranghati-hatian masuk dalam kesalahan dalam perbuatan melawan hukum, sedangkan dalam kepustakaan hukum di Amerika Serikat yang disebut dengan *negligence*. *Negligence* adalah suatu perilaku yang tidak sesuai dengan standar kelakuan (*standard of conduct*) yang ditetapkan dalam undang-undang demi perlindungan anggota masyarakat terhadap resiko yang tidak rasional.

Konsep Pasal 1365 KUH Perdata menunjukkan bahwa *negligence* merupakan salah satu bagian dari padanya, yaitu bagian yang mempersoalkan kekuranghati-hatian atau kelalaian. *Negligence* merupakan perbuatan melawan hukum yang sering disebut dengan tanggungjawab produk. Pengertian itu

---

<sup>51</sup> Wirjono Prodjodikoro, *Perbuatan Melawan Hukum*, Sumur, Bandung, 1990, halaman.14.

dinyatakan oleh Tebbens ( 1980), Prosser dan Wade ( 1971), Roszkowski ( 1989) ataupun Stern dan Eovaldi ( 1984).

Untuk dapat menggunakan *negligence* sebagai dasar untuk meminta/ menuntut pertanggungjawaban, maka harus dipenuhi syarat-syarat:

- 1) Adanya satu tingkah laku yang menimbulkan kerugian yang tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal.
- 2) Yang harus dibuktikan adalah bahwa tergugat (produsen) lalai dalam *duty of care* terhadap penggugat (konsumen).
- 3) Kelakuan yang seharusnya merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.

Unsur esensial dalam *negligence* adalah adanya *duty of care* (kewajiban memelihara kepentingan orang lain) yang dilanggar oleh produsen.

#### 7. Prinsip *Strict Liability* (Tanggung Jawab Mutlak) atau *Risk Liability* (Tanggung Jawab Risiko) Dalam Menuntut Pertanggungjawaban Produsen

Persoalan yang sering muncul dari permasalahan yang berkaitan dengan konsumen, baik melalui saluran wanprestasi maupun saluran perbuatan melawan hukum adalah kedua belah pihak belum dapat melindungi kepentingan konsumen dengan seadil-adilnya. Posisi konsumen masih sangat lemah, terutama berkaitan dengan keberhasilan gugatan ganti rugi yang mensyaratkan adanya pembuktian yang diajukan oleh produsen.

*Strict Liability* adalah bentuk khusus dari *tort* (perbuatan melawan hukum) yaitu prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan (sebagaimana pada *tort* umumnya), tetapi prinsip ini mewajibkan pelaku langsung bertanggungjawab atas kerugian yang timbul karena

perbuatan melawan hukum. Prinsip *strict liability* disebut juga dengan *liability without fault*.<sup>52</sup>

Roszkowski menyatakan bahwa *a person is said to be strictly liable if legal responsibility is imposed even though he or she has not acted intentionally and has exercised the utmost to prevent the harm*.<sup>53</sup>

Prinsip pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*) tidak mempersoalkan lagi mengenai ada atau tidaknya kesalahan, tetapi produsen langsung bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produknya yang cacat. Produsen dianggap harus bertanggung jawab apabila telah timbul kerugian pada konsumen dan produsen harus memberikan ganti rugi. Sebaliknya produsen harus membuktikan bahwa produsen tidak bersalah yaitu telah melakukan produksi dengan benar, melakukan langkah-langkah pengamanan yang wajib diambil oleh produsen, maupun hal-hal yang berkaitan dengan *duty of care*. Traynor membuat suatu aturan umum melalui pernyataannya berikut : *A manufacturer is strictly liable in tort when an article he place on the market, knowing that it is to be used without inspection for defects, proves to have a defect that cause injury to human bring*<sup>54</sup>.

Kini banyak negara yang mengikuti prinsip pertanggungjawaban mutlak dalam hal produk cacat, misalnya negara-negara Eropa yang telah mempunyai satu pedoman yang sama (*directive*) dalam masalah tanggung jawab produk yang disahkan oleh Masyarakat Eropa pada 25 Juli 1985, yang diikuti oleh negara-negara anggotanya.

---

<sup>52</sup> Agnes M Toar, *Tanggung Jawab Produk...*, Op.Cit. halaman 67

<sup>53</sup> Mark E Roszkowski, *Business Law: Principles, Cases and Policy*, Second Edition, Harper Collins Publishers, USA, 1989, halaman 132.

<sup>54</sup> Harry Duintjer Tebbens, *International Product Liability*, Sijthoff & Noordhoff International Publisher, Netherland, 1980. halaman 117

Di Indonesia konsep *strict liability* (tanggungjawab mutlak, tanggung jawab resiko) secara implisit dapat ditemukan dalam Pasal 1367 dan 1368 KUH Perdata. Pasal 1367 KUH Perdata mengatur tentang tanggung jawab seseorang atas kerugian yang disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya. Seorang pemilik barang tertentu yang suatu ketika barang tersebut mengakibatkan kerugian bagi orang lain, misalnya melukai orang lain maka perusahaan atau pemiliknya bertanggung jawab atas luka-luka yang ditimbulkan, tanpa mempersoalkan ada tidaknya kesalahan yang menimbulkan kerugian itu.

Dengan menggunakan konsep *strict liability* pada bidang perlindungan konsumen khususnya tanggung jawab produk, akan memudahkan pembuktian yang memberikan perlindungan kepada konsumen. Hal tersebut menempatkan produsen pada posisi yang sulit semata-mata karena kedudukan produsen yang jauh lebih kuat dibandingkan konsumen. Dengan kelebihan yang dimiliki pengusaha di bidang keuangan, maka pengusaha mampu memanfaatkan ahli hukum yang terbaik dalam menghadapi suatu perkara.<sup>55</sup>

Alasan lain tentang konsep *strict liability* berhubungan dengan kata perlindungan yang mengandung arti memberi kemudahan bagi konsumen untuk mempertahankan dan atau memperoleh apa yang menjadi haknya. Apa yang diharapkan dari perlindungan konsumen dapat tercapai jika pihak konsumen yang akan dilindungi dapat dengan mudah mempertahankan atau memperoleh haknya. Jika dihubungkan dengan konsep kesalahan, maka konsumen masih dibebani kewajiban untuk membuktikan kesalahan produsen.

---

<sup>55</sup> Tim FH UI-Depperdag RI, *Op.Cit*, halaman 79.

#### **4. Pengalihan Risiko Gugatan Konsumen Melalui Mekanisme Asuransi Tanggung Jawab Produk**

Keberatan produsen atas penerapan prinsip tanggung jawab mutlak berdasarkan pada pertimbangan bahwa prinsip tanggung jawab mutlak membuka peluang bagi konsumen untuk mendapatkan ganti rugi yang relatif besar dibandingkan dengan prinsip tanggung jawab konvensional. Hal ini berarti risiko yang ditanggung produsen dapat saja mengganggu kelangsungan usaha, bahkan dapat berakibat sampai pada penutupan perusahaan karena tidak mampu membayar ganti rugi bagi konsumen. Untuk mengantisipasi kondisi yang paling buruk dalam menghadapi gugatan konsumen, maka salah satu mekanisme yang dapat digunakan adalah melalui asuransi, yang dikenal dengan asuransi tanggung jawab produk (*product liability insurance*).

Persoalan yang muncul adalah kemungkinan dapat diakomodasinya risiko dan tanggung jawab produsen berdasarkan prinsip tanggung jawab mutlak dalam sistem asuransi dan strategi yang digunakan oleh perusahaan asuransi dan pemerintah dalam menghadapi risiko gugatan konsumen.

##### **a. Tanggung Jawab Mutlak Meningkatkan Risiko Bagi Produsen**

Di mata produsen, asuransi bagaikan pedang bermata dua. Di satu sisi asuransi dimaksudkan untuk mengantisipasi tuntutan ganti rugi yang timbul dari penggunaan produk yang dihasilkan atau dijual. Di sisi lain asuransi juga merupakan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab produk yang ditanggung oleh perusahaan dalam aktivitas bisnisnya<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Arnold, *Products Liability Insurance*, Wis.L. Rev (1957), hal. 429 dalam Rowland H Long, *The Law of Liability Insurance*, Vol.3 (New York, 1999 Mattew Bender & Company, Incorporated), halaman 11-12.



Lembaga asuransi dimaksudkan pula untuk memenuhi permintaan atau tuntutan masyarakat dalam menciptakan keseimbangan kepentingan konsumen dan produsen, dengan memberikan ruang lingkup jaminan atas risiko tanggung jawab akibat kecelakaan atau kerusakan yang diderita oleh konsumen.<sup>57</sup>

Penemuan mengenai kebutuhan produsen atas jasa asuransi, tanggung jawab produk merupakan dampak lanjutan dari perkembangan pada bidang hukum yang berkembang pesat dan semakin kompleks. Hal tersebut dapat dilihat dari tanggapan Asosiasi Dewan Asuransi Internasional (*International Association of Insurance Council*) yang menyatakan sebagai berikut:

*“There is a growing tendency among the courts and writers to seek to make the manufacturer liable in these case regardless of the arguments concerning privity of contract. This change in concept of the law can be traced directly to our changing political philosophy and theory of protecting the general public through social security and other legislative measure. Thus, it is that we can see the courts leaning toward the imposition of liability upon the source (that is, the manufacturer) regardless of the number of intermediary channels through which the product has traveled to reach the injured customer or user”.*<sup>58</sup>

UUPK mengategorikan produk dalam bentuk barang dan jasa, sehingga undang-undang perlindungan konsumen mengakui dua bentuk tanggung jawab yaitu *professional liability* yang berkaitan dengan jasa dan *product liability* yang berkaitan dengan barang. Tanggung jawab tersebut dirumuskan dalam pasal 28 UUPK dengan menerapkan dua prinsip tanggung jawab yaitu adanya pembatasan waktu pembayaran ganti kerugian (pasal 19) dan beban pembuktian terbalik (pasal 28).

---

<sup>57</sup> Marc. S. Mayerson, *Perfecting and Pursuing Liability Insurance Coverage a Primer for Policyholders on Complying With Notice Obligation*, *Tort & Insurance Law Journal*, Volume 12, No. 4, 1997, halaman. 1003.

<sup>58</sup> Ray H. Andersen, *Products Liability Insurance*, *Current Problems In Products Liability Law and Products Liability Insurance*, *Insurance Council Journal*, 1964, hal 436.

Selanjutnya dari aspek hukum formil sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam penerapan undang-undang perlindungan konsumen dan doktrin tanggung jawab produk yaitu pembentukan lembaga penyelesaian sengketa konsumen dan pengakuan gugatan dengan cara *class action* dan *legal standing*.

## **b. Pilihan Sistem Tanggung Jawab Melalui Asuransi**

Perjanjian asuransi tanggung jawab produk pada dasarnya berlaku untuk jangka waktu tertentu. Oleh karena itu dalam prakteknya produsen dapat mengasuransikan satu produk pada beberapa perusahaan asuransi. Berikut teori yang menjadi dasar penentuan perusahaan asuransi yang akan menanggung resiko yang diderita konsumen.<sup>59</sup>

### **i. *Manifestation Theory***

Learned Hand salah seorang pendukung teori manifestasi sebagaimana dikutip oleh Agrawal B Gail mengatakan "*A disease is no disease until it manifests it self. Few adults are not diseased, if by that one only that the seeds of future trouble are not already planted*".<sup>60</sup>

Dalam teori ini dikatakan bahwa apabila terdapat beberapa perusahaan asuransi yang menanggung risiko atas suatu produk, maka perusahaan asuransi dengan polis yang terakhir yang menanggung risiko kerugian. Konsekuensinya apabila pada saat timbulnya penyakit tersebut sudah tidak ada lagi pertanggungjawaban, maka penderita atau konsumen tidak akan mendapatkan ganti kerugian melalui perusahaan asuransi. Dalam prakteknya teori ini didukung oleh industri asuransi sebagai suatu cara yang terbaik bagi

---

<sup>59</sup> Ibid

<sup>60</sup> Bryan A Garner, *Law Dictionary*, halaman 601.

mereka dan diakui sebagai satu-satunya pemicu dari kerugian yang diderita, yang menentukan batas tanggung jawab.

## ii. *Exposure Theory*

Dasar teori ini adalah setiap proses penghirupan debu atau kontak dengan produk, seperti dalam kasus asbestos, termasuk menggunakan atau mengkonsumsi produk-produk yang rusak yang menimbulkan “kerusakan pada tubuh” manusia atau konsumen..

## 5. Doktrin Yang Berpengaruh terhadap Prinsip Tanggung Jawab

### a. *Let The Buyer Beware*

Doktrin *let the buyer beware* atau *caveat emptor*, berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga tidak diperlukan adanya proteksi apapun bagi konsumen. Dalam suatu hubungan keperdataan yang wajib berhati-hati adalah pembeli. Paham ini menganut sistem bahwa kesalahan pembeli (konsumen) jika mengkonsumsi barang-barang yang tidak layak.<sup>61</sup>

Dengan adanya UUPK kecenderungan *caveat emptor*<sup>62</sup> dapat mulai diarahkan menuju kepada *caveat venditor*,<sup>63</sup> yang memberikan gambaran bahwa pelaku usaha harus berhati-hati dalam melaksanakan usahanya.

### b. *The Due Care Theory*

Teori ini berpendapat bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasyarakatkan produk, baik barang ataupun jasa. KUH Perdata dalam pasal 1865 menganut prinsip tersebut dengan menyatakan

---

<sup>61</sup> Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta, halaman 50.

<sup>62</sup> *caveat emptor* adalah mengharuskan si pembelihati-hati. Hal ini memberikan penekanan terhadap ketentuan yang menyatakan seseorang harus memeriksa, menimbang dan mencobanya sendiri.

<sup>63</sup> *caveat venditor* diartikan sebagai penjual harus berhati-hati

bahwa barang siapa mendalilkan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain atau menunjukkan suatu peristiwa, maka ia wajib membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

**c. *The privity of Contract***

Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, namun hal tersebut baru dapat dilakukan jika diantara mereka terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan atas hal-hal di alur yang diperjanjikan, dan konsumen boleh menggugat berdasarkan adanya "wanprestasi".

**6. Tindak Pidana di Bidang Perlindungan Konsumen**

Pasal 19 ayat 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian mengenai adanya unsur kesalahan. Pasal tersebut mengandung makna bahwa dalam sengketa konsumen ada kemungkinan timbul tindak pidana.

Undang-undang Perlindungan Konsumen memberi kemungkinan dilakukannya pemeriksaan mengenai adanya unsur kesalahan pada sengketa ini. Pemeriksaan bermaksud untuk menemukan kategori peristiwa tersebut sebagai tindak pidana atau tidak menurut undang-undang pidana yang berlaku.

**7. Sanksi Pidana atas Tindak Pidana yang Berkaitan dengan Perlindungan Konsumen**

Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 62 Undang-undang Perlindungan Konsumen, perbuatan yang merugikan konsumen sebagai sebuah tindak pidana

diancam dengan pidana penjara atau denda. Penjara atau denda merupakan hukuman (pidana ) pokok. Pada kondisi ini dapat dijatuhkan hukuman pidana tambahan dalam bentuk, misalnya:<sup>64</sup>

- 1) Perampasan barang tertentu
- 2) Pengumuman keputusan hakim
- 3) Pembayaran ganti rugi
- 4) Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen
- 5) Kewajiban penarikan barang dari peredaran atau pencabutan izin usaha

## **B. Tinjauan Umum tentang Produk Jamu**

### **1. Pengertian Jamu**

Menurut ketentuan Pasal 1 butir 1 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomer: HK.00.05.41.1384 tanggal 2 Maret tahun 2005 tentang Kriteria dan tata Laksana Pendaftaran Obat Tradisional, Obat Herbal Terstandar Fitofarmaka, disebutkan bahwa obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik) atau campuran dari bahan tersebut, yang secara turun-temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman. Dalam Pasal 1 butir 2 disebutkan bahwa jamu adalah obat tradisional Indonesia.

Sebagaimana diatur dalam Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomer: HK.00.05.41.1384 tanggal 2 Maret 2005 tentang Kriteria dan tata Laksana Pendaftaran Obat Tradisional, Obat Herbal

---

<sup>64</sup> Sidharta, *Op.Cit.*, halaman 67

Terstandar Fitofarmaka, Pasal 2 ayat (1) disebutkan bahwa produk jamu harus memenuhi kriteria :

- a. Aman sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan;
- b. Klaim khasiat dibuktikan berdasarkan data empiris;
- c. Memenuhi persyaratan mutu yang berlaku.

## **2. Produk Jamu Ilegal**

Selain peredaran jamu tradisional yang memang memiliki kualitas yang baik, namun disinyalir adanya peredaran produk jamu ilegal yang beredar di masyarakat. Peredaran jamu tradisional itu telah beredar baik di kota besar maupun kota kecil. Peredaran jamu ilegal yang terjadi pasar Pramuka (Jakarta) banyak dikonsumsi masyarakat. Konsumen tidak memperhatikan mengenai bahaya yang ditimbulkan, namun lebih mementingkan harga yang murah dari jamu ilegal itu.

Pemerintah telah berupaya untuk mengantisipasi adanya peredaran produk jamu tradisional ilegal. Sementara itu ketua umum GP Jamu Charles Saerang mengatakan bahwa maraknya produk jamu tradisional tersebut masih kurang adanya pembinaan dan pendidikan yang berkelanjutan. Hal ini dirasa penting karena pembinaan pendidikan terhadap para produsen jamu dapat memberikan wawasan yang dapat menyelamatkan kesehatan konsumen.

Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tahun 1999 terutama ditujukan untuk konsumen yaitu menjamin hak-hak konsumen terhadap pemakaian produk. UUPK juga merupakan landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya memberdayakan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran atas hak-haknya

yang masih sangat rendah. Yang menjadi pertanyaan adalah kebenaran mengenai tingkat pendidikan masyarakat Indonesia yang diduga merupakan penyebab utama rendahnya kesadaran konsumen. Korelasi antara pendidikan dan kesadaran hak dalam berbagai bidang, seperti politik, hukum, dan ekonomi (termasuk konsumen), perlu dilihat dari demokratisasi pembentukan *civil society* dan penegakan hukum.

Klausula baku merupakan sebuah contoh nyata dan sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari bahwa konsumen selama ini telah didzalimi oleh pelaku usaha. Konsumen telah terbiasa dengan adanya klausula baku dan wujud bon atau kuitansi yang berbunyi "barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan" atau klausul dalam karcis parkir yang menyatakan bahwa "pengelola parkir tidak bertanggung jawab atas kehilangan dan kerusakan mobil dan atau barang yang ada dalam mobil". Yang lebih ekstrim lagi dijumpai di masyarakat yaitu karcis parkir tidak menjamin tersedianya tempat parkir.

Klausula baku (*standrat contract*) juga terdapat pada hampir semua produk perbankan misalnya perjanjian kredit, pembukaan rekening, dan anjungan tunai mandiri. Keadaan konsumen yang tidak berdaya dan kesadaran hukum yang masih rendah menjadi penyebab merajalelanya klausula baku dan bentuk-bentuk penindasan lain yang terjadi di masyarakat.

Seluruh responden di pedesaan dan sekitar 38% responden di perkotaan merasa bahwa pada saat membeli suatu barang selama lima tahun terakhir pernah merasa dirugikan dari segi timbangan. Di antara responden perkotaan ada yang berusaha menuntut penjual agar mengganti kerugian yang dideritanya, namun jika tuntutan tersebut tidak dipenuhi maka masyarakat tidak melanjutkan dengan tuntutan hukum.

Seorang konsumen yang merupakan doktor di bidang hukum mengakui beberapa kali mengalami kerugian akibat kualitas dan kuantitas barang yang tidak benar. Konsumen tersebut tidak pernah melakukan upaya hukum untuk menindak tegas terhadap kerugian yang dialaminya. Hal ini memberikan gambaran bahwa masih lemahnya kesadaran konsumen terhadap undang-undang perlindungan hukum.

Oleh sebab itu dengan disyahkannya Undang-undang Perlindungan Konsumen pada bulan April tahun 1999, menjadi momentum penting bagi masyarakat untuk mendapatkan upaya perlindungan hukum atas barang atau jasa yang dikonsumsinya. Perlindungan hukum di Indonesia selama ini lebih banyak diwadahi oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang berdiri pada tanggal 11 Mei 1973.

Adanya Undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut menjadi momentum paling tepat untuk menjadi pemicu gerakan konsumerisme di negeri ini untuk terus berjuang mengembalikan hak-hak konsumen yang selama ini masih terabaikan. Pengaturan mengenai kepentingan konsumen masih terbatas pada upaya untuk sekadar melarang dan memberikan sanksi kepada pelaku usaha saja. Pengaturan dalam Undang-undang tersebut belum memberikan hak kepada konsumen yang merasa dirugikan terhadap produk dan upaya untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang dideritanya. Untuk itu Undang-undang tersebut harus diperbaharui agar mampu mengatur kepentingan konsumen dari sisi konsumen dan juga pelaku usaha. Masih dijumpai adanya kelemahan UUPK jika dibandingkan dengan UU nomor 23 Tahun 1997 tentang Lingkungan Hidup (UULH) menuntut revisi terhadap UUPK sesegera mungkin.



Dua kelemahan dari UUPK yaitu :

- a. UUPK tidak memberikan jaminan terhadap produk yang dikonsumsi oleh konsumen dan tidak memberikan jaminan terhadap hak publik atas informasi (*public access to information*) secara luas. Sebagai contoh akses informasi mengenai hasil penelitian terhadap barang dan atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen yang dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Hak informasi dalam Undang-undang ini bersifat sangat terbatas pada hak informasi tentang kondisi dan jaminan barang atau jasa.

Paradigma dan metode tersebut di atas merupakan upaya untuk mendobrak paradigma hukum dominan yang selama ini menyelimuti alur berpikir dalam upaya tertib hukum, kepastian hukum, logika hukum dan sebagainya. Paradigma hukum dominan itulah yang kemudian melahirkan kategori berpikir yang lazim disebut berpikir secara hukum. Alternatif penyelesaian sengketa atau lebih dikenal dengan sebutan *alternative dispute resolution* (ADR). Upaya kreatif bentuk ADR ini merupakan suatu terobosan dari cara-cara penyelesaian perkara secara yuridis tradisional.

Upaya alternatif tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya sikap kreatif dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan hukum yang berkaitan dengan masalah produk. Tidak ada monopoli dalam berpikir hukum dan supremasi hukum merupakan langkah terbaik yang tetap harus dijaga dan diperjuangkan.

- b. UUPK membutuhkan Peraturan Pelaksanaan untuk operasionalnya di masyarakat diantaranya PP mengenai Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen. BPKN

bertugas untuk memberikan informasi mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen.

Keterbatasan informasi menjadi kendala bagi masyarakat konsumen, terutama mengenai informasi produk dan barang yang digunakan. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi atau hak tahu merupakan hak paling esensial. Proses sosialisasi UUPK banyak mengalami kendala, karena sebagian masyarakat kurang peduli terhadap hak-haknya. Oleh sebab itu konsumen merasa "dibodohi" oleh produsen karena ketiadaan informasi ataupun informasi yang kurang transparan

### **3. Keamanan Produk Jamu**

Produk obat-obatan seperti jamu tradisional yang beredar di masyarakat tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi agar tidak merugikan konsumen baik secara materiil maupun immateriil. Selama berabad-abad berkembang suatu pemikiran bahwa konsumen merupakan pihak yang wajib berhati-hati.

Pemikiran yang disebut *caveat emptor* mencapai puncaknya pada abad ke 19 di Amerika Serikat. Dalam perkembangannya kemudian prinsip yang merugikan konsumen tidak ditirggalkan, bahkan pada tahun 1964 prinsip *caveat amptor* tidak bisa diterima lagi dalam praktek. *Caveat emptor* mengharuskan pembeli berhati-hati. Hal ini memberikan penekanan terhadap ketentuan yang menyatakan bahwa seseorang harus memeriksa, menimbang, dan mencobanya sendiri.

Howard Beals memberi contoh upaya Common Law untuk menghindari aturan yang kaku yang disebut *caveat emptor* yang artinya pembeli harus berhati-hati, dengan mengharuskan penjual untuk membuka informasi mengenai berbagai resiko yang akan ditanggung oleh pembeli. Parlemen mendukung upaya ini dengan menyetujui sejumlah undang-undang yang mengharuskan penjual untuk membuka

informasi. Konsumen yang memiliki cukup informasi merupakan hal penting bagi berfungsinya ekonomi pasar bebas yang efisien.

Prinsip *caveat emptor* sering disebut juga dengan prinsip *let the buyer beware*, yang berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi pihak konsumen tersebut. Prinsip *caveat emptor* menunjukkan jika konsumen mengalami kerugian, maka pelaku usaha mempunyai alasan bahwa semua itu disebabkan oleh kelalaian konsumen itu sendiri. Berdasarkan aturannya itu hak-hak konsumen dan kewajiban dari pelaku usaha dalam UUPK, kecenderungan *caveat emptor* diarahkan menuju *caveat venditor* yaitu pelaku usaha untuk berhati-hati dalam memperlakukan konsumen. *Caveat venditor* diartikan sebagai penjual harus berhati-hati.

Peraturan mengenai produk jamu tradisional baik pemasarannya melalui promosi, iklan, distribusi, registrasi dan standar mutu pada dasarnya secara langsung maupun tidak langsung telah melindungi masyarakat secara umum khususnya melindungi konsumen yang mengkonsumsinya. Untuk melindungi masyarakat dari produk yang membahayakan keselamatan dan kesehatan konsumen maka diharapkan pelaku usaha dapat menerapkan secara tegas tentang produksi dan peredarannya, terutama tentang bahan baku awal, kemasan produknya terutama yang berasal dari plastik, informasi yang tercantum pada label produk khususnya produk jamu tradisional serta upaya preventif dalam peredaran produk jamu tradisional tersebut.

Pihak pemerintah dalam hal ini Departemen Kesehatan berwenang untuk memberikan registrasi atas usaha produksi terhadap produk jamu tradisional secara lebih efektif, dan pemerintah jangan mudah untuk menyetujui izin industri maupun menilai hasil produknya sebelum diperiksa (standar mutu dan persyaratan) dan pelaksanaannya harus secara terus menerus (diprogramkan) diawasi secara simultan.

Pada proses pemasarannya, produsen harus terlebih dahulu memberikan penyuluhan kepada pasar (*retailer*). Hal tersebut untuk menghindari adanya kecacatan produk, yang dapat merugikan kedua-duanya. Dengan demikian masyarakat mendapatkan perlindungan dari peredaran jamu tradisional yang dapat mengganggu kesehatan dan keselamatannya.

Perlindungan konsumen di negara yang satu berbeda dengan negara yang lain, namun pada intinya memberikan perlindungan secara pasti agar hak-haknya tidak dilanggar oleh pelaku usaha. Hak atas keamanan dan kenyamanan konsumen dikenal dengan nama *The Right to Safety*. Di dalam peraturan konsumen di hampir semua negara mengatur hal tersebut pada urutan pertama.

Pengaturan perlindungan konsumen khususnya mengenai hak-hak konsumen juga mencantumkan mengenai hak keselamatan dan kesehatan terhadap produk yang dikonsumsi konsumen. Standar keamanan dan kesehatan di bagi dalam empat bidang yaitu bidang produk, bidang distribusi, bidang registrasi dan bidang standar mutu.

Balai Pemeriksaan Obat dan Makanan (BPOM) melaksanakan pemeriksaan dan pengujian terhadap mutu obat, makanan dan minuman, alat kesehatan, obat tradisional, narkotika dan bahan berbahaya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Untuk melaksanakan tugas ini Balai Pemeriksaan Obat dan Makanan terkait dengan fungsinya, yaitu:

- a. Melaksanakan pemeriksaan setempat, yaitu dengan pengambilan contoh dan pemeriksaan pada sarana produksi, sarana distribusi, instansi kesehatan dan lain-lain yang berhubungan dengan obat-obatan tradisional, obat tradisional, narkotika dan bahan berbahaya.
- b. Melaksanakan pengujian dan penilaian mutu obat, makanan, minuman, kosmetika dan alat kesehatan, obat tradisional, narkotika dan bahan berbahaya.

Tugas dari Balai Pemeriksaan Obat dan Makanan dapat dirangkum sebagai berikut:

- a. Melaksanakan pemeriksaan terhadap sarana dan kegiatan produksi dan distribusi obat.
- b. Melaksanakan pemeriksaan setempat terhadap sarana produksi dan distribusi obat.
- c. Melaksanakan pemeriksaan terhadap penerimaan, penyimpangan, dan distribusi obat.
- d. Melaksanakan pemeriksaan setempat terhadap obat.
- e. Melaksanakan pemeriksaan terhadap lalu lintas obat dan narkotika ke dalam maupun ke luar propinsi
- f. Melaksanakan pemeriksaan setempat terhadap tenaga farmasi dan tenaga teknis lainnya yang bekerja dalam bidang produksi dan distribusi obat.
- g. Melaksanakan pemeriksaan terhadap periklanan dan bentuk promosi.
- h. Melaksanakan pengujian terhadap obat.
- i. Menerima dan melaksanakan pengujian terhadap sampel obat atas pembinaan masyarakat, instansi dan lembaga lainnya.
- j. Menerima dan melaksanakan pengujian terhadap sampel obat atas permintaan masyarakat, instansi dan lembaga lain..
- k. Melaksanakan rujukan pengujian obat.
- l. Melaksanakan penerbitan laporan/ keterangan hasil pengujian obat dalam batas-batas yang ditetapkan Direktur Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan.
- m. Mengusulkan tindak lanjut hasil pemeriksaan dan pengujian obat kepada Direktur Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan dan atau kepada Kepala Kanwil setempat sesuai dengan ketentuan yang ada.

- n. Melaksanakan keputusan atas perintah tentang penutupan sementara atas penghentian kegiatan sarana produksi dan distribusi obat.
- o. Melaksanakan tindakan penyidikan sampai dengan menyerahkan perkara sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Balai Pemeriksaan Obat dan Makanan memiliki hubungan koordinatif dengan Kantor Wilayah Departemen Kesehatan di wilayahnya sesuai dengan tugas dan fungsinya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Balai Pemeriksaan Obat dan Makanan menyampaikan hasil pemeriksaan dan pengujian mutu obat dan makanan secara rahasia kepada Kepala Pusat Pemeriksaan Obat dan Makanan.

Sistem pengawasan yang dilakukan pemerintah melalui Balai Pemeriksaan Obat dan Makanan dapat dikategorikan atas:

- a. Tahap pengawasan, yang terdiri atas:
  - 1. *Pre-market evaluation.*
  - 2. *Post marketing vigilance.*
- b. *Public warning*
- c. Pengarahan kepada konsumen untuk menggunakan produk secara rasional.

Kebijaksanaan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan secara umum adalah melakukan penilaian secara terpusat terhadap iklan sebelum ditayangkan, berdasarkan atas iklan yang disetujui pada registrasi.

#### **4. Syarat Pendaftaran Produk Jamu**

Persyaratan mengenai produk jamu diatur dalam Undang-undang kesehatan yaitu Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor :661/MENKES/SK/VII/1994 Tentang

Persyaratan Obat Tradisional. Dimana diatur bahwa produk jamu yang diproduksi harus memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan mengenai kadar air, waktu hancur, keseragaman bobot, mikroba patogen, angka lempengan total, angka kapang dan khamir, aflatoksin, bahan tambahan, serta wadah dan penyimpanan.

Industri jamu dalam memproduksi jamu diharuskan pula untuk mengikuti Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB), yang telah ditetapkan oleh Menteri Kesehatan dan dinyatakan memenuhi syarat dengan sertifikat CPOTB.<sup>65</sup>

Peraturan Menteri Kesehatan No.246/Menkes/Per/V/1990 tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Persyaratan Obat Tradisional mengatur tentang perizinan industri obat tradisional/jamu dan obat tradisional pendaftaran/jamu, yang antara lain mengatur masalah pemberian izin; persyaratan yang harus dipenuhi industri jamu dan industri kecil jamu, tata cara pengajuan permohonan dan pemberian izin, wajib daftar, pembungkus, wadah dan penandaan, dan pembinaan dan larangan.

Jenis produk jamu yang beredar di Indonesia terdiri dari bentuk rajangan, racikan dan jamu gendong, seduhan, serbuk, pil, kapsul, sirup, parem/pilis.<sup>66</sup> Produk jamu Indonesia yang akan diedarkan di pasar Indonesia ataupun ekspor yang dihasilkan oleh industri jamu berskala besar maupun kecil, terlebih dahulu harus didaftarkan untuk mendapatkan persetujuan dari Menteri Kesehatan. Hal-hal yang harus diperhatikan :<sup>67</sup>

1. Menggunakan bahan berkhasiat dan bahan tambahan yang memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan kemanfaatan / khasiat

---

<sup>65</sup> Muhibat Rivai, *Pengawasan Mutu Obat Tradisional*, Kumpulan Makalah YLKI, Jakarta, 1998, halaman 7

<sup>66</sup> B.R.A.Mooryati Soedibyo, *Alam Sumber Kesehatan, Manfaat dan Kegunaan*, Balai Pustaka, Jakarta, 1997, halaman 24

<sup>67</sup> Pasal 4 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomer: HK.00.05.41.1384 tanggal 2 Maret tahun 2005 tentang Kriteria Dan tata Laksana Pendaftaran Obat Tradisional, Obat Herbal Terstandar Fitofarmaka

2. Dibuat sesuai dengan ketentuan tentang Pedoman Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik atau Cara Pembuatan Obat yang Baik yang berlaku
3. Tidak mengandung bahan kimia sintetik atau hasil isolasi yang berkhasiat sebagai obat
4. Tidak mengandung bahan yang tergolong obat keras atau narkotika.
5. Penandaan berisi informasi yang lengkap dan obyektif yang dapat menjamin penggunaan obat tradisional, obat herbal terstandar dan fitofarmaka secara tepat, rasional dan aman sesuai dengan hasil evaluasi dalam rangka pendaftaran

Pendaftaran dilakukan setelah mendapat izin dari usaha dan permohonannya diajukan kepada Direktur Jenderal Pengawas Obat dan Makanan (sekarang Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan), dalam jangka waktu selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung sejak permohonan diterima.

Pendaftaran ini berlaku untuk selamanya dan setiap tahunnya industri obat tradisional/jamu yang telah disetujui permohonan pendaftarannya diwajibkan menyampaikan informasi tentang obat tradisional/jamu yang telah disetujui permohonan pendaftarannya kepada Direktur Jenderal POM.

Hal-hal yang dilakukan oleh Direktur Jenderal POM tersebut adalah:

1. Persetujuan pendaftaran
2. Penolakan pendaftaran
3. Penundaan pendaftaran dengan permintaan untuk melengkapi data. Kelengkapan data tersebut wajib diserahkan selambat-lambatnya 3(tiga) bulan, terhitung sejak tanggal surat permintaan kelengkapan data dikeluarkan. Dalam hal kelengkapan data tidak dipenuhi dalam batas waktu 3 (tiga) bulan. Direktur Jenderal POM menolak permohonan pendaftaran yang bersangkutan.



2. Dibuat sesuai dengan ketentuan tentang Pedoman Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik atau Cara Pembuatan Obat yang Baik yang berlaku
3. Tidak mengandung bahan kimia sintetik atau hasil isolasi yang berkhasiat sebagai obat
4. Tidak mengandung bahan yang tergolong obat keras atau narkotika.
5. Penandaan berisi informasi yang lengkap dan obyektif yang dapat menjamin penggunaan obat tradisional, obat herbal terstandar dan fitofarmaka secara tepat, rasional dan aman sesuai dengan hasil evaluasi dalam rangka pendaftaran

Pendaftaran dilakukan setelah mendapat izin dari usaha dan permohonannya diajukan kepada Direktur Jenderal Pengawas Obat dan Makanan (sekarang Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan), dalam jangka waktu selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung sejak permohonan diterima.

Pendaftaran ini berlaku untuk selamanya dan setiap tahunnya industri obat tradisional/jamu yang telah disetujui permohonan pendaftarannya diwajibkan menyampaikan informasi tentang obat tradisional/jamu yang telah disetujui permohonan pendaftarannya kepada Direktur Jenderal POM.

Hal-hal yang dilakukan oleh Direktur Jenderal POM tersebut adalah:

1. Persetujuan pendaftaran
2. Penolakan pendaftaran
3. Penundaan pendaftaran dengan permintaan untuk melengkapi data. Kelengkapan data tersebut wajib diserahkan selambat-lambatnya 3(tiga) bulan, terhitung sejak tanggal surat permintaan kelengkapan data dikeluarkan. Dalam hal kelengkapan data tidak dipenuhi dalam batas waktu 3 (tiga) bulan. Direktur Jenderal POM menolak permohonan pendaftaran yang bersangkutan.

Pendaftaran obat tradisional/jamu juga dapat dibatalkan oleh Direktur Jenderal POM apabila terjadi:

1. Obat tradisional/jamu yang bersangkutan tidak lagi secara empiris terbukti aman dan bermanfaat untuk digunakan manusia. Bahan obat tradisional/jamu dan proses produksi yang tidak lagi memenuhi persyaratan yang ditetapkan dan ternyata mengandung bahan kimia sintetik atau hasil isolasi yang berkhasiat sebagai obat dan mengandung bahan yang tergolong obat keras atau narkotika.
2. Pendaftaran obat tradisional/jamu yang bersangkutan menyimpang dari yang disetujui.
3. Mengandung bahan lain yang tidak tercantum dalam komposisi sebagaimana yang telah dilaporkan dalam permohonan pendaftaran.
4. Selama 2 (dua) tahun berturut-turut tidak menyampaikan informasi tentang obat tradisional/jamu yang telah disetujui pendaftarannya.
5. Atas permintaan yang bersangkutan

Industri kecil obat tradisional/jamu dilarang memproduksi obat tradisional/jamu yang diproduksi di wilayah Indonesia atas dasar pebujukan atau persetujuan tertulis dari produsen atau pemilik nama dagang obat tradisional/jamu tersebut di negara asalnya atau yang disebut juga sebagai jamu lisensi. Industri jamu dalam skala besar atau kecil juga harus mematuhi larangan produksi sebagai berikut:

1. Segala jenis obat tradisional/jamu yang mengandung bahan kimia hasil isolasi atau sintesis yang bersifat obat.
2. Obat tradisional/jamu dalam bentuk ontravaginital, mata, atau sediaan parenteral
3. Obat tradisional/jamu dalam bentuk cairan obat dalam yang mengandung etanol dengan kadar melebihi 1%

Obat jamu tradisional tidak boleh mengandung BKO (Bahan Kimia Obat) karena obat tradisional di Indonesia diedarkan secara bebas, sehingga konsumen dapat menggunakan setiap saat bila dikehendaki. Penggunaan obat tradisional yang mengandung BKO secara terus menerus atau berlebihan akan menimbulkan risiko yang membahayakan kesehatan tubuh. BKO yang ditambahkan ke dalam obat tradisional dimaksudkan untuk menghilangkan gejala sakit dengan segera (seperti pada pegal linu). Secara farmakologis zat tersebut mampu menekan rangsangan pada susunan syaraf pusat seperti obat-obatan pelangsing, maupun meningkatkan aliran darah ke corpus kevernosum seperti obat peningkatan stamina pria. Jenis BKO yang dilarang penggunaannya di dalam produk jamu:<sup>68</sup>

1. Metampiron (antalgin)

Dapat menyebabkan gangguan saluran cerna seperti mual, pendarahan lambung, rasa terbakar serta gangguan sistem saraf seperti tinitus (telinga berdenging) dan neuropati, gangguan darah, pembentukan sel darah dihambat (anemia aplastik), agranulositosis, gangguan ginjal, syok, kematian dan lain-lain.

2. Fenilbutason

Dapat menyebabkan mual, muntah, ruam kulit, retensi cairan dan elektrolit (edema), pendarahan lambung, nyeri lambung, dengan pendarahan atau perforasi, reaksi hipersensitivitas, hepatitis, nefritis, gagal ginjal, leukopenia, anemia aplastik, agranulositosis dan lain-lain.

3. Deksametason

Dapat menyebabkan moon face, retensi cairan dan elektrolit, hiperglikemia, glaukoma (tekanan dalam bola mata meningkat), gangguan pertumbuhan,

---

<sup>68</sup> Public warning/ Peringatan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor : KH.00.01.1.5116 Tanggal : 4 Desember 2006 tentang Obat Tradisional Mengandung Bahan Kimia Obat

osteoporosis, daya tahan terhadap infeksi menurun, miopati (kelemahan otot), lambung, gangguan hormon dan lain-lain.

4. Allupurinol

Dapat menyebabkan ruam kulit, trombositopenia, agranulositosis, dan anemia aplastik pada pasien dengan gangguan fungsi ginjal.

5. CTM

Dapat menyebabkan mengantuk, sukar menelan, gangguan saluran cerna, pusing, lelah tinitus (telinga berdenging), diplopia (penglihatan ganda), stimulasi susunan saraf pusat terutama pada anak berupa euforia, gelisah, sukar tidur, tremor, kejang.

6. Sildenafil Sitrat

Dapat menyebabkan sakit kepala, pusing, dispepsia, mual, nyeri perut, gangguan penglihatan, rinitis (radang hidung), infark miokard, nyeri dada, palpitasi (denyut jantung cepat) dan kematian

7. Sibutramin Hidroklorida

Dapat meningkatkan tekanan darah (hipertensi), denyut jantung serta sulit tidur, Obat ini tidak boleh digunakan pada pasien dengan riwayat penyakit arteri koroner, gagal jantung kongestif, aritmia atau stroke.

8. Parasetamol

Dalam penggunaan yang lama dapat menyebabkan gangguan pankreatitis akut dan kerusakan hati setelah over dosis, serta dalam kondisi tertentu dapat menyebabkan kelainan darah.

Konsumen disarankan untuk tidak sembarangan dalam mengkonsumsi sebuah produk tanpa mengetahui dengan jelas tentang komposisinya. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh konsumen sebelum mengkonsumsi obat ataupun produk tertentu yaitu melihat tanggal kadaluwarsa, legalitas produk dan kegunaan produk

tersebut. Sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No.246/Menkes/Per/V/1990 tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Persyaratan Obat Tradisional harus tertera:

- a. Kadar etanol yang dikandung pada komposisi obat tradisional yang bersangkutan
- b. Kadar metanol.
- c. Untuk sediaan berbentuk suspensi atau emulsi harus juga tertera peringatan "kocok dahulu".

Produk obat tradisional/jamu disyaratkan mencantumkan subjudul "PERINGATAN" dianggap perlu karena sampai saat ini masyarakat beranggapan bahwa jamu itu aman.<sup>69</sup>

Suatu produk yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa dan izin dari Departemen Kesehatan sebaiknya tidak dikonsumsi. Apalagi kondisi produk sudah rusak, masyarakat dilarang untuk mengkonsumsi produk tersebut karena akan membahayakan kesehatan konsumen. Pengusaha retail sebaiknya memperhatikan produk yang ingin dipasarkannya. Jika terjadi keluhan dari konsumen maka pihak pengusaha retail turut menjadi pihak yang tergugat atau yang dikomplain. Oleh karena itu pengusaha retail harus cermat mengecek produk sebelum dipasarkan.

Produsen diharapkan mencantumkan masa berlakunya produk dengan tulisan yang jelas yang bertuliskan cetak dengan cat timbul yang menempel langsung dengan plastik. Tulisan itu tidak sekedar berupa stiker kecil yang ditulisi tanggal kadaluwarsa, sehingga mudah diganti jika tanggal kadaluwarsa sudah tidak berlaku lagi. Tanggal kadaluwarsa juga harus dicap timbul agar tidak mudah hilang.

---

<sup>69</sup> B.R.A.Mooryati Soedibyo, *Op.Cit.* halaman 20

Berikut 7 hal yang perlu diperhatikan konsumen dalam mengonsumsi jamu tradisional, antara lain:<sup>70</sup>

**a. Kulit kapsul dan bahan perekat tablet jamu**

Jamu yang terbuat dalam bentuk kapsul perlu dikaji ulang terkait dengan aspek apakah kulit kapsul tersebut halal atau haram. Bahan dasar pembuatan kulit kapsul adalah gelatin yang bersumber dari tulang dan kulit binatang. Selain itu bahan perekat pada pembuatan tablet dan kaplet juga perlu diwaspadai. Bahan perekat itu biasanya digunakan magnesium stearat yang merupakan turunan dari lemak.

**b. Alkohol dalam jamu cair**

Jamu dalam bentuk cair perlu dicermati adanya penggunaan bahan tambahan yang berupa alkohol. Jamu cair biasanya berasal dari ekstraksi bahan aktif dari bahan jamu. Proses ekstraksi ini selain menggunakan air kadang-kadang menggunakan alkohol. Pada jamu instan yang berbentuk bubuk, alkohol biasanya telah diuapkan hingga kering, namun jamu tersebut masih mengandung residu alkohol yang masih cukup tinggi, sehingga produk jamu tersebut tidak halal.

**c. Penambahan telur mentah ketika akan meminum jamu seduh**

Telur yang sering dipakai oleh para tukang jamu adalah telur ayam kampung atau telur bebek. Dengan kandungan gizinya yang lengkap telur tersebut disajikan mentah atau setengah matang. Dari segi kandungan gizi telur mentah memang lebih baik, karena proteinnya belum mengalami kerusakan (denaturasi). Wabah virus flu burung yang terjadi di seluruh belahan bumi akan dapat menimbulkan efek negatif bagi konsumen telur mentah.

---

<sup>70</sup> <http://www.depkes.go.id>, diakses tanggal 4 November 2007

#### **d. Penggunaan anggur obat dalam jamu**

Bahan yang sering dianggap sebagai obat adalah anggur obat atau sering dikenal dengan nama anggur kolesom. Bahan ini adalah minuman fermentasi yang terbuat dari perasan buah anggur. Dari segi bahan dan proses pembuatan sama persis dengan pembuatan *wine* atau minuman keras yang berasal dari anggur. Hanya saja minuman ini juga ditambah dengan ramuan lain yang dianggap berkhasiat bagi kesehatan.

#### **e. Penggunaan senyawa-senyawa kimia sintesis dalam jamu**

Belakangan ini sering terdengar adanya razia terhadap produk jamu yang mencampurkan senyawa-senyawa sintetik obat di dalam produk jamunya. Hal ini bertentangan dengan ketentuan tentang definisi jamu. Keberadaan senyawa-senyawa kimia di dalamnya dapat berbahaya karena interaksinya dengan bahan lain. Efeknya terhadap tubuh juga tidak dapat dianalisis secara akurat.

#### **f. Tanggal kadaluwarsa jamu**

Produk jamu rumahan biasa tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsanya pada kemasan jamu. Sekalipun berasal dari bahan alam, jamu tetap memiliki masa pakai. Simplisia dalam jamu dapat saja mengakibatkan timbulnya jamur. Keberadaan air dalam sediaan jamu cair juga memungkinkan tumbuhnya bakteri.

#### **g. Penggunaan simplisia<sup>71</sup> hewan**

Jamu dipersepsikan oleh masyarakat awam sebagai obat yang berasal dari tumbuhan. Pada kenyataannya tidak selalu demikian. Simplisia jamu secara alami terbuat dari tumbuhan ataupun hewan. Keduanya merupakan bagian utuh atau eksudat dari masing-masing tumbuhan atau hewan dan bukan berasal dari

---

<sup>71</sup> Simplisia adalah bahan alamiah yang dipergunakan sebagai obat tradisional yang belum mengalami pengolahan apapun juga dan kecuali dinyatakan lain merupakan bahan yang dikeringkan.

senyawa kimia murni. Jika jamu menggunakan simplisia hewan, maka kehalalannya menjadi terkait dengan penyembelihan hewan tersebut.

LKY (Lembaga Konsumen Yogyakarta) tidak memiliki hak untuk melakukan penarikan terhadap peredaran produk obat-obatan ataupun jamu tradisional. LKY berfungsi untuk menerima aduan dari konsumen dan selanjutnya melakukan advokasi melalui gugatan. Kegiatan rutin yang dilakukan LKY untuk melindungi konsumen yakni melakukan survei ke sejumlah toko ataupun apotik di DIY, kemudian menyampaikan hasilnya ke BPOM dengan maksud agar ditindaklanjuti ke Departemen lain yang terkait. BPOM diharapkan memberikan surat tembusan ke Depperindag dengan tujuan untuk memberikan teguran ke pelaku usaha (pengusaha) bagi yang melanggar peraturan, dan kemudian pelaku usaha memberikan tembusan ke toko-toko yang mengedarkan produk tersebut.

Sebagai contoh lain maraknya temuan obat-obatan tradisional yang palsu ataupun ilegal, serta makanan dan minuman yang mengandung formalin merupakan pembelajaran bagi masyarakat dan pemerintah, agar setiap anggota masyarakat berhati-hati dalam membeli sebuah produk. Pihak pemerintah bertindak dengan tegas untuk melakukan penyegelan dan pemusnahan terhadap produk-produk yang membahayakan konsumen. Hal itu dilakukan dengan maraknya produk makanan dan minuman yang mengandung formalin, ataupun jamu tradisional palsu. Melalui cara-cara semacam itu pemerintah diharapkan dapat melindungi masyarakat dari produk yang tidak bermutu, dan membahayakan bagi kesehatan masyarakat.

Tugas dari BPOM adalah melakukan pemeriksaan sarana produksi dan distribusi. Pemeriksaan tersebut biasa dilakukan oleh BPOM dengan cara mensurvei ke pabrik, distributor, toko-toko, pasar-pasar, dan warung yang mengedarkan produk



tersebut. Petugas BPOM juga melakukan pemeriksaan dengan cara membeli produk tertentu yang dirasa mencurigakan, misalnya makanan atau minuman yang mengandung minyak babi namun bersertifikat halal. Produk tersebut perlu diuji di laboratorium. Jika ada produk yang tidak memenuhi syarat, maka petugas melaporkannya ke BPOM. BPOM akan memerintahkan pabriknya untuk merecall atau melakukan *public warning*. Hal tersebut dilakukan karena tidak semua pabrik atau produk yang dipasarkan itu diproduksi di DIY.

BPOM juga memberikan bimbingan dan penyuluhan terhadap masyarakat akan produk yang membahayakan masyarakat. BPOM berkewajiban memberikan penjelasan bahwa produk yang mengandung formalin membahayakan tubuh atau sejenis obat-obatan yang merangsang jaringan tubuh memiliki dampaknya secara tidak langsung bagi konsumen. Obat yang merangsang jaringan tubuh antara lain obat mulut, tenggorokan terasa terbakar, sakit menelan, mual muntah dan diare. Jika mengkonsumsi produk tersebut dalam jumlah banyak maka efeknya dapat mengakibatkan pendarahan hebat, sakit kepala, kejang, tidak sadarkan diri hingga koma. Akumulasi dalam tubuh terhadap konsumsi obat atau produk yang berbahaya dapat menimbulkan iritasi pada saluran pernafasan, rasa gatal di dada, rasa terbakar pada tenggorokan serta berpotensi menimbulkan kanker.

Dengan penjelasan ini masyarakat akhirnya dapat mencermati produk yang layak untuk dikonsumsi dan yang tidak layak untuk dikonsumsi. Masyarakat sudah dapat secara selektif memilih jamu tradisional yang berkualitas. Sebelum tersedia obat-obatan modern masyarakat segera mengkonsumsi jamu tradisional bila merasa tidak sehat. Minuman yang berasal dari tumbuh-tumbuhan mampu untuk memberikan kehangatan bagi tubuh. Minuman jenis ini juga tidak menimbulkan efek samping bagi

yang meminumnya karena tidak menggunakan bahan kimia, sehingga relatif aman untuk dikonsumsi.

Walaupun perkembangan ilmu dan teknologi begitu pesat, namun masih banyak masyarakat yang mempercayai khasiat dari jamu tradisional. Bahkan masyarakat memiliki langganan untuk mengkonsumsi jamu tradisional. Pada intinya jamu tradisional saat ini menjadi solusi yang terbaik untuk menjaga kesehatan masyarakat, karena obat-obatan modern ataupun obat-obatan kimiawi secara perlahan-lahan justru dapat membahayakan kesehatan manusia.

Sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku obat tradisional dilarang digunakan jika mengandung zat seperti berikut:

- a. Bahan kimia hasil isolasi atau sintetik berkhasiat obat.
- b. Narkotika atau psikotropika
- c. Hewan atau tumbuhan yang dilindungi.

Pemerintah melalui Badan POM melakukan pengawasan produksi, distribusi serta import obat tradisional demi melindungi masyarakat dari produk yang tak aman bagi kesehatan. Pengawasan ini dilakukan mulai dari persyaratan cara pembuatan obat tradisional yang baik (CPOTB), persyaratan administrasi/ teknis pada saat pendaftaran (*premarketing evaluation/ product safety evaluation*) sampai ke pengawasan sesudah produk beredar di masyarakat. Pengawasan sesudah produk beredar dilakukan dengan sampling produk secara berkala (*post marketing surveillance*) maupun inspeksi pada sarana produksi untuk memantau apakah produsen obat tradisional masih melakukan pembuatan sesuai CPOTB. Dengan demikian diharapkan produk obat tradisional dibuat sesuai ketentuan yang berlaku yaitu memenuhi syarat-syarat CPOTB, bermutu dan aman untuk digunakan.

## 5. Perlindungan Konsumen Terhadap Informasi Produk Jamu Yang Menyesatkan

Iklan atau promosi merupakan salah satu pemasaran yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk memperkenalkan aneka produk yang dihasilkannya kepada konsumen.<sup>72</sup>

Tidak adanya Undang-undang yang secara khusus mengatur periklanan, menyebabkan pengertian iklan yang secara khusus bersifat baku dan mencakup semua aspek periklanan belum dapat ditentukan dengan tegas. Untuk mengetahui pengertian tentang iklan termasuk pengertian iklan menyesatkan harus dilihat pada berbagai pendapat sarjana yang masing-masing memiliki tinjauan yang berbeda.<sup>73</sup>

Pentingnya iklan dan promosi bagi pelaku usaha juga disampaikan oleh David Oughton yaitu *symbol of consumer society, advertising is the central symbol of consumer society, advertising plays a central role in making available to consumers information which the producers of the advertised product wishes the consumer to have*. Melalui iklan pelaku usaha seharusnya dapat lebih mendekati diri kepada konsumen, dengan menghasilkan beraneka produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.<sup>74</sup>

Setiap pelaku usaha mengharapkan agar iklannya menimbulkan efek tertentu kepada khalayak atau konsumen yang menimbulkan efek tertentu. Efek ini menjadi tujuan komunikasi dari iklan. Iklan atau promosi digunakan untuk jangka panjang. Iklan atau promosi hanya ditujukan untuk meningkatkan kepedulian konsumen terhadap merek-merek tertentu (*brand awareness*), sehingga merek-merek tersebut

---

<sup>72</sup> Malcolm Leder, Peter Shears, *Frame Works Consumer Law*, Fourth Edition, Pitman Publishing, London, 1996, halaman 116.

<sup>73</sup> Rachmat Trijono, *Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Menyesatkan*, Jurnal Hukum Juistheid, vol.1. No.2 Agustus 2003, Fakultas Hukum Universitas Djuanda, 2003, halaman 48.

<sup>74</sup> David Oughton, John Lowry, *The Text Book on Consumer Law*, (London: Black Stone Press Limited) halaman 81-85.

seolah-olah melekat di benak konsumen pada saat akan melakukan pilihan. Keinginan pelaku usaha untuk melakukan promosi atau iklan didukung oleh kemajuan teknologi yang semakin canggih, misalnya teknologi di bidang komunikasi, grafik dan fotografi, sehingga penayangan iklan dapat dilakukan melalui media elektronik dengan lebih menarik bagi para konsumen.<sup>75</sup>

Blacks Law Dictionary menjelaskan pengertian iklan, sebagai berikut :

- 1) *The action of drawing the public's attention to something to promote its sale.*
- 2). *The business of producing and circulating advertisement.*

Pengertian iklan sebagaimana dimaksudkan dalam yurisprudensi Mahkamah Agung telah mencakup unsur-unsur periklanan pada umumnya, yaitu berupa unsur pemberian informasi, unsur bentuk dan format iklan, unsur pencapaian tujuan bisnis (memperkenalkan atau meningkatkan penjualan produk) dan iklan tidak boleh melanggar aturan yang berlaku untuk pencapaian tujuan bisnisnya dengan mengorbankan kepentingan konsumen, sehingga harus memberi informasi yang benar.

Pengertian iklan dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia (Kode Etik Periklanan Indonesia) sebagai *self regulation*. Pelaku usaha periklanan Indonesia, mendefinisikan iklan sebagai "segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.

Russell G. Smith menyatakan bahwa iklan pada umumnya terbagi dalam 4 empat kategori, yaitu:<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Soekanto, *Peranan Badan Sensor Film Dalam Perlindungan Konsumen*, Makalah yang disajikan dalam Simposium Nasional Aspek Hukum Perlindungan dalam Periklanan pada Fakultas Hukum Universitas Taruma Negara, Jakarta 31 Januari 1994, halaman 5.

<sup>76</sup> *Ibid*

- 1) Menawarkan untuk menjual sesuatu yang tidak dimiliki oleh konsumen dengan terlebih dahulu meminta pembayaran di depan (*advanced payment*).
- 2) Menyerahkan barang dan/ atau jasa dengan kualitas yang lebih rendah daripada barang dan atau jasa yang telah dibayar oleh konsumen.
- 3) Mempengaruhi konsumen untuk membeli barang dan atau jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan konsumen dengan mempergunakan teknik pemasaran yang agresif.
- 4) Menyembunyikan identitas pelaku usaha.

Melalui iklan atau promosi, pelaku usaha berupaya untuk menginformasikan berbagai hal mengenai produk yang dipasarkannya kepada konsumen. Informasi yang dimaksud antara lain mengenai kesesuaian barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat, kualitas produk, keamanan, harga, berbagai persyaratan dan atau cara memperolehnya, jaminan atau garansi produk, ketersediaan suku cadang, pelayanan purna jual, dan hal-hal lain yang berkenaan dengan hal tersebut.<sup>77</sup>

Idealnya informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha tersebut bukan hanya menonjolkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk, tetapi perlu diimbangi dengan informasi yang memuat tentang kekurangan-kekurangan yang dimiliki oleh produk yang bersangkutan. Kekurangan yang dimaksud terutama mengenai hal-hal yang menyangkut keamanan dan keselamatan konsumen.<sup>78</sup>

Berdasarkan iklan yang dilihatnya, seorang konsumen benar-benar dapat mempergunakan informasi yang diberikan pelaku usaha dalam menjatuhkan pilihannya terhadap suatu produk dengan tepat. Menurut Yusuf Shofie, iklan termasuk

---

<sup>77</sup> AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Suatu Pengantar), Diadit Media, Yogyakarta, 2001, halaman 5.

<sup>78</sup> Nurhaina Burhan, *Hak Konsumen Keamanan dan Perlindungan*, Harian Waspada, Sabtu 27 Mei 2000.

salah satu dari enam sebab yang potensial dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen yaitu :<sup>79</sup>

- 1) Ketidaksesuaian iklan / informasi produk dengan kenyataan
- 2) Produk tidak sesuai dengan standar ketentuan/ peraturan perundang-undangan.
- 3) Produk cacat meskipun masih dalam garansi atau belum kadaluwarsa
- 4) Sikap konsumtif konsumen
- 5) Ketidaktahuan konsumen tentang penggunaan produk.

Iklan atau promosi juga memiliki kecenderungan sebagai penyebab timbulnya ketidakstabilan dalam masyarakat. Hal ini dapat terlihat dari penyalahgunaan iklan dalam bentuk iklan-iklan yang menjerumuskan dan merangsang remaja untuk melakukan perbuatan yang merugikan. Iklan rokok dapat memancing para remaja untuk berperan sebagai perokok aktif atau bahkan pecandu rokok. Iklan susu bubuk dalam kaleng menyatakan bahwa susu tersebut lebih baik daripada air susu ibu yang merangsang para ibu untuk tidak menyusui anaknya. Iklan-iklan lainnya dapat merangsang seks dan sadisme, serta dapat memperdaya konsumen, promosi manipulatif serta menyesatkan, bahkan pembodohan, baik di media elektronik maupun di media cetak.<sup>80</sup>

## **6. Manfaat dan Fungsi Pembinaan dan Pengawasan Produk Jamu**

Untuk memenuhi tujuan dari pasal 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen perlu dilakukan pembinaan dan pengawasan

---

<sup>79</sup> Yusuf Sofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2000, halaman 107

<sup>80</sup> Romy Rahmana, *Studi Pemberlakuan Pasal-Pasal Yang terkait Dengan Periklanan Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Tesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UI, Jakarta, 2002 halaman 1.

terhadap terselenggaranya perlindungan terhadap konsumen secara memadai. Oleh sebab itu pembinaan dan pengawasan meliputi:

1. Diri pelaku usaha
2. Sarana dan prasarana produksi
3. Iklim usaha secara keseluruhan serta
4. Konsumen.

Dengan pembinaan dan pengawasan tersebut diharapkan pemenuhan hak-hak konsumen dapat terjamin dan sebaliknya pemenuhan kewajiban sebagai pelaku usaha dapat dilakukan.

Pembinaan terhadap pelaku usaha (produsen) mengandung makna mendorong pelaku usaha supaya bertindak sesuai dengan aturan yang berlaku, baik aturan yang diharuskan oleh undang-undang, kebiasaan, maupun kepatutan. Dengan demikian pelaku usaha (pengusaha) akan bertingkah laku sepentasnya dalam memproduksi dan mengedarkan produknya. Pembinaan yang dimaksudkan mengandung unsur bantuan yaitu membantu pelaku usaha untuk memenuhi kewajibannya melalui ketangguhan dalam berusaha, sehingga tercipta iklim usaha yang sehat dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara produsen dan konsumen.

Pembinaan terhadap konsumen diarahkan untuk meningkatkan sumber daya konsumen, sehingga mempunyai kesadaran yang kuat atas hak-haknya dan mau mengkonsumsi secara sehat dan rasional.

Pengawasan terhadap pelaku usaha mengandung makna terjaminnya hak dan kewajiban para pihak yang terkait. Oleh karena itu pengawasan merupakan unsur yang penting dalam hal terlaksananya perlindungan konsumen. Dalam arti lain pelaku usaha sebagai produsen senantiasa harus diawasi agar pelaku usaha benar-benar memenuhi kewajibannya.

Tanggung jawab dan pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen secara keseluruhan berada di tangan pemerintah (pasal 29 UUPK) Perlindungan dan penyelenggaraan perlindungan konsumen dimaksudkan untuk:

1. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.
2. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat
3. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Menurut Pasal 30 ayat (1) UUPK menyatakan bahwa pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan dilaksanakan oleh:

1. Pemerintah
2. Masyarakat
3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Pelaksanaan tugas pengawasan dibebankan kepada pemerintah, dilimpahkan kepada masyarakat, baik berupa kelompok, perorangan maupun lembaga swadaya masyarakat. Masyarakat dapat melakukan penelitian, pengujian dan atau *survey* terhadap barang-barang yang beredar di pasar. Aspek pengawasan yang dilakukan masyarakat meliputi pemuatan informasi tentang resiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.

Ketentuan pembinaan dan pengawasan di atas berlaku untuk seluruh kegiatan usaha yang memproduksi dan mengedarkan barang dan jasa. Untuk produk atau barang yaitu tertera dalam pasal 7 Tahun 1996 tentang produk atau barang. Balai



Kesehatan dan Pengawasan Obat dan Makanan memberi kewenangan untuk mengambil tindakan administrasi yang berupa:

1. Memberi peringatan secara tertulis
2. Melarang mengedarkan produk untuk sementara waktu atau menarik produk dari peredaran. Penghentian peredaran sementara atau penarikan produk dilakukan apabila terdapat resiko tercemarnya produk yang tidak aman untuk dikonsumsi.
3. Penghentian produk untuk sementara waktu. Tindakan ini dapat diambil apabila terdapat dugaan kuat bahwa produk yang diproduksi tidak memenuhi persyaratan kesehatan, sehingga perlu dilengkapi sarana produksi yang memadai dan perlu dilakukan pengkajian yang lebih mendalam atas proses produksi.
4. Pencabutan izin usaha atau ijin produksi. Tindakan ini dapat diambil apabila produk pangan yang dihasilkan benar-benar tidak memenuhi syarat keamanan dan kesehatan dan tidak dapat diperbaiki lagi.

Sanksi-sanksi administrasi di atas dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan perundang-undangan produk, baik untuk setiap pelanggaran ketentuan di atas maupun akumulasi dari beberapa pelanggaran, tergantung pada jenis pelanggarannya.

Pemberian sanksi administrasi tidak menghalangi dilakukannya pengusutan aspek pidana yang terdapat di dalamnya, sehingga masih mungkin pelakunya dikenai hukum pidana.

**BAB III**  
**PENERAPAN HAK ATAS INFORMASI TERHADAP**  
**PRODUK JAMU TRADISIONAL DI KABUPATEN**  
**KULON PROGO**

**A. Penerapan Hak Informasi terhadap Produk Jamu di Kabupaten  
Kulon Progo**

Salah satu prioritas berlakunya UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberi gambaran bahwa segala peraturan perundang-undangan yang melindungi konsumen yang telah ada dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan atau bertentangan dengan UUPK<sup>81</sup>

Pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas yakni konsumen akhir. Istilah perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Konsumen berhak mendapatkan keamanan dan kenyamanan terhadap barang dan atau jasa tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi oleh pihak konsumen. Hak untuk mendapatkan keamanan dan kenyamanan penting ditempatkan pada kedudukan utama karena selama berabad-abad berkembang pemikiran bahwa konsumen terutama pembeli adalah pelaku usaha dapat beresiko sangat tinggi terhadap keamanan dan kenyamanan konsumen. Pemerintah perlu memberikan pengawasan secara ketat.

Hak atas informasi adalah hak yang dimiliki oleh setiap konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan jujur tentang produk dan atau jasa yang akan digunakannya.<sup>82</sup> Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi yang diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru mengenai produk barang dan jasa. Informasi ini

---

<sup>81</sup> Penjelasan Umum Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>82</sup> Sidharta, Hukum Perlindungan Konsumen, Edisi Revisi 2006, Grasindo, Jakarta, halaman 23-24

dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti secara lisan kepada konsumen, melalui iklan berbagai media atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).

Jika dikaitkan dengan hak konsumen atas keamanan dan kenyamanan maka setiap produk yang mengandung resiko terhadap keamanan dan kenyamanan konsumen, wajib disertai informasi berupa petunjuk pemakaian yang jelas. Sebagai contoh, iklan yang secara ideal diartikan sebagai sarana pemberi informasi kepada konsumen, seharusnya terbebas dari manipulasi data.

Jika iklan memuat informasi kepada konsumen, seharusnya terbebas dari manipulasi data. Jika iklan memuat informasi tidak benar, maka perbuatan itu memenuhi kriteria kejahatan yang lazim disebut *fraudulent misrepresentation*. Bentuk kejahatan ini ditandai oleh

- 1) pemakaian pernyataan yang jelas-jelas salah (*falsestatement*) seperti menyebutkan diri terbaik tanpa indikator yang jelas. Dan
- 2) pernyataan menyesatkan (*mislead*), misa'nya menyebutkan adanya khasiat tertentu, padahal tidak..

Konsumen pada saat ini membutuhkan banyak informasi yang relevan dibandingkan dengan saat sekitar 50 tahun lalu. Alasan 1) terdapat lebih banyak produk, merek dan penjualnya.2) daya beli konsumen makin meningkat, 3) lebih banyak variasi merek yang beredar dipasaran, sehingga belum banyak diketahui semua orang.4) model-model produk lebih cepat berubah,5) kemudahan transformasi dan komunikasi sehingga membuka akses yang lebih besar kepada bermacam-macam produsen atau penjual.

Peredaran jamu tradisional, yang sifatnya ilegal ataupun gelap akhir-akhir ini mencuat di tengah-tengah masyarakat, dan menjadi topik menarik bagi peneliti maupun masyarakat itu sendiri. Baru-baru ini masyarakat juga dikejutkan dengan

pernyataan Badan Pengawasan Obat dan makanan (BPOM) yang menegaskan sejumlah produksi makanan seperti permen, makanan kalengan, dan produksi jamu tradisional mengandung zat-zat seperti formalin yang membahayakan bagi pengguna atau pengonsumsi obat tersebut. Mengonsumsi produk seperti obat-obatan ataupun jamu tradisional yang mengandung bahan yang berbahaya bagi kesehatan tubuh tidak menimbulkan efek secara langsung, namun efek itu timbul beberapa saat setelah mengonsumsi obat tersebut.

Dampak dari bahan berbahaya itu akan terasa beberapa tahun ke depan. Peredaran obat-obatan ataupun jamu tradisional yang ilegal atau berbahaya tentunya sangat meresahkan masyarakat, karena selama ini barang-barang tersebut tidak layak dikonsumsi oleh masyarakat. Pengawasan pemerintah terhadap peredaran produk obat-obatan ataupun jamu tradisional sudah lama dilakukan, namun kadang pihak produsen tidak mempedulikan peraturan yang sudah ditetapkan melalui perundang-undangan. Akibatnya banyak masyarakat yang merasa dirugikan setelah mengonsumsi jamu tradisional yang mengandung bahan berbahaya.

Petunjuk umum teknis mengenai penerapan pak atas informasi terhadap produk jamu menurut Peraturan Menteri Kesehatan No.246/Menkes/Per/V/1990 tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Persyaratan Obat Tradisional, Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomer: HK.00.05.41.1384 tanggal 2 Maret 2005 tentang Kriteria Dan tata Laksana Pendaftaran Obat Tradisional, Obat Herbal Terstandar Fitofarmaka menyatakan bahwa produk jamu yang dipasarkan harus sesuai dengan data pendaftaran dan keterangan lainnya yang disetujui pada pendaftaran dan keterangan lainnya yang disetujui pada pendaitaran di Departemen Kesehatan RI. Menurut ketentuan tersebut

pencantuman informasi produk jamu pada kemasan produk harus memenuhi persyaratan-persyaratan sebagai berikut:<sup>83</sup>

1. Objektif, menyatakan hal yang benar sesuai dengan kenyataannya.
2. Tidak menyesatkan, tidak berlebihan perihal asal, sifat, kualitas, kuantitas, komposisi, kegunaan dan keamanan dan batasan sebagai produk jamu.
3. Lengkap, tidak hanya mencantumkan informasi tentang kegunaan dan cara penggunaan tetapi juga memberikan informasi tentang peringatan dan hal-hal lain yang harus diperhatikan oleh pemakai, misalnya penanganan pertama jika terjadi iritasi produk.
4. Produk jamu tidak boleh diiklankan dengan menggunakan rekomendasi dari suatu laboratorium, instansi pemerintah, organisasi profesi kesehatan atau kecantikan dan/atau tenaga kesehatan.

Khususnya yang terkait dengan peraturan dari Undang-undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam perkembangannya saat ini masih banyak produk jamu yang beredar di pasaran tidak memberikan informasi sebagaimana mestinya yang dapat menjamin objektivitas informasi tentang produk yang disampaikan kepada masyarakat.

Kabupaten Kulon Progo merupakan daerah yang banyak menghasilkan berbagai macam tanaman obat-obatan, seperti benalu, kumis kucing, akar rumput, alang-alang, dan kunyit. Mayoritas masyarakat di Kulon Progo lebih suka mengkonsumsi jamu tradisional daripada obat apotik. Hal ini dikarenakan image masyarakat yang menganggap bahwa obat apotik lebih mahal harganya dibanding dengan jamu tradisional. Masyarakat beranggapan bahwa jamu tradisional selain

---

<sup>83</sup> Dr. Ir. Wisnu Cahyadi, M.Si, *Analisis dan Aspek Kesehatan Bahan Tambahan Pangan*, Bumi Aksara, 2006, halaman 155-157

harganya lebih terjangkau, aman untuk dikonsumsi, dan tidak menimbulkan efek samping. Sebaliknya obat farmasi selain harganya mahal, juga memiliki efek samping bagi organ tubuh lainnya seperti kerusakan ginjal ataupun hati.

Dari hasil pengamatan penulis, peredaran jamu di Kabupaten Kulon Progo diketahui bahwa hampir sebagian besar jamu yang beredar di pasaran masih banyak produk jamu tidak memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen, menyimpang dan melanggar tata krama dari peraturan yang berlaku, diantaranya yaitu<sup>84</sup>

1. Tidak mencantumkan produsen jamu secara jelas (alamat produsen)
2. Tidak mencantumkan komposisi jamu, bahan-bahan tambahan dalam produk jamu.
3. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa.
4. Tidak memiliki nomer registrasi dari Badan POM dan Departemen kesehatan
5. Tidak memberikan peringatan kepada konsumen seperti "Jika sakit berlanjut hubungi dokter" atau "Wanita hamil dan menyusui dilarang minum jamu ini"

Berikut produk-produk jamu yang beredar di Kulon Progo yang tidak memberikan informasi yang benar dan akurat kepada konsumen pengguna produk jamu<sup>85</sup>

1. Jamu pil kecethit

Dalam kemasan Jamu pil kecethit berisi 4 pil, dalam kemasan produk tidak dicantumkan dengan jelas produsen jamu, komposisi bahan dengan jelas,

---

<sup>84</sup> Penelitian penulis terhadap 50 sampel merek produk jamu di Kabupaten Kulon Progo akhir bulan Desember 2007

<sup>85</sup> Data Departemen Kesehatan Kabupaten Kulon Progo sampai dengan akhir Desember 2007

petunjuk penggunaan jamu, tanggal kadaluarsa, efek samping terhadap konsumen yang mengidap penyakit tertentu

2. Jamu Dewa 99

Produk jamu merupakan produksi P.J.Dewa Mega Jaya Banyumas, di kemasan produk tertera bahwa produk jamu mengobati berbagai macam penyakit dan aman dikonsumsi tua dan muda. Setelah dilakukan uji coba ternyata mengandung bahan kimia obat yang berbahaya, yaitu parasetamol dan fenilbutason, yang mempengaruhi fungsi kerja hati jika digunakan terus menerus. Padahal dalam kemasan produk jamu disebutkan bahwa produk aman bagi konsumen dan tidak ada efek samping. Selain itu nomer registrasi produk yang tertera dalam kemasan merupakan nomer fiktif. Produk tersebut sudah ditarik dari peredaran.

3. Jamu Ronda Mas Jenis A serbuk

Jamu Produksi CV. Wijaya Makmur Abadi Jakarta, di kemasan produk dicantumkan nomer registrasi produk dan komposisi bahan 100% alami tetapi tidak dijelaskan secara terperinci kandungan bahan jamu. Setelah dilakukan uji kesehatan di dalam jamu mengandung metampiron serta mencantumkan nomer registrasi fiktif. Produk tersebut sudah ditarik dari peredaran.

4. Prono Jiwo Cairan Obat Dalam

Produksi CV. Prono Jiwo Banyuwangi, di kemasan disebutkan komposisi bahan dan manfaat jamu, yakni untuk mengobati panas dalam seperti sariawan, bibir pecah-pecah. Setelah dilakukan uji kesehatan di dalam jamu terkandung fenilbutason serta produk tidak terdaftar di BPOM ataupun DepKes RI. Produk tersebut sudah ditarik dari peredaran.

5. Jamu Asam Urat Pria dan Wanita

Jamu dari produksi PJ. Jaya Mandiri Cilacap di kemasan tertera dapat mengobati asam urat untuk pria dan wanita, dan flu tulang. Setelah diteliti ternyata produk jamu mengandung fenilbutason dan metampiron dan produk tidak terdaftar di BPOM ataupun DepKes RI. Produk tersebut sudah ditarik dari peredaran.

6. Jamu Flu Tulang Lumbung sewu serbuk

Produksi PJ.Lumbung Jaya Indonesia, produk mengandung parasetamol serta tidak terdaftar di BPOM atau DepKes. Produk tersebut sudah ditarik dari peredaran.

Dari produk-produk jamu yang dipaparkan di atas, tampak bahwa produk jamu yang beredar tidak memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen pengguna produk jamu. Informasi yang diberikan terkadang fiktif dan tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, selain itu setelah diteliti produk jamu sebagian besar mengandung bahan kimia obat yang berbahaya. Sangat kontras sekali dengan anggapan masyarakat bahwa produk jamu aman dikonsumsi karena dibuat dari bahan alami yang aman untuk kesehatan.

Dalam Pasal 17 ayat 1 ketentuan huruf c, disebutkan bahwa pelaku usaha periklanan dilarang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa. Pasal 17 ayat 1 huruf d UUPK menyebutkan bahwa pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/atau jasa. Disebutkan juga dalam Penjelasan Undang-Undang RI No.23 tahun 1992 tentang Kesehatan dalam, Pasal 41 ayat (2) menyatakan bahwa penandaan dan informasi dimaksudkan agar masyarakat dapat dilindungi dari



informasi yang tidak objektif, tidak lengkap, dan atau menyesatkan karena dapat mengakibatkan penggunaan yang salah, tidak tepat, atau tidak rasional.

Informasi yang diberikan secara berlebihan-lebihan, tidak benar, menyesatkan atau yang dapat ditafsirkan salah perihal asal, sifat, nilai, kuantitas, komposisi, kegunaan dan keamanan produk jamu tradisional. Pengertian berlebihan adalah mengungkapkan sesuatu hal mengenai produk barang yang dihasilkan lebih dari keadaan yang sebenarnya sehingga menimbulkan suatu gambaran yang salah terutama mengenai kegunaan produk tersebut. Pengertian yang berlebihan mengenai suatu produk merupakan suatu tindakan yang tidak memberikan informasi yang akurat mengenai produk tersebut kepada konsumen.

Dari hasil penelitian penulis, hampir 40% produk jamu yang beredar di pasaran tidak memberikan informasi yang benar dan akurat.<sup>86</sup> Hal tersebut sangat disayangkan, terlebih lagi sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa jamu tidak hanya bermanfaat untuk pengobatan (kuratif), tetapi juga bermanfaat untuk peningkatan kesehatan (promotif), pencegahan penyakit (preventif) dan pemulihan kesehatan (rehabilitatif).<sup>87</sup>

Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa usaha /produsen jamu terus menerus menanamkan motivasi dan sugesti secara psikologis kepada konsumen bahwa produk jamu yang dipasarkan memiliki manfaat ganda dan aman dikonsumsi dalam jangka waktu panjang, apabila konsumen tidak bersikap teliti dalam memilih dan mengonsumsi produk jamu dengan seharusnya.

Banyaknya produk jamu yang beredar menyimpang dengan ketidaklengkapan informasi yang diberikan tentang produk jamu maka kemungkinan besar hal ini akan

---

<sup>86</sup> Penelitian penulis terhadap 50 sampel merek produk jamu di Kabupaten Kulon Progo akhir bulan Desember 2007

<sup>87</sup> B.R.A Mooryati Soedibyo, *Op.Cit*, halaman 9

semakin memperburuk konsumen, karena jika konsumen/masyarakat tidak memeriksa kembali kelengkapan serta kebenaran informasi yang diberikan produsen jamu, maka konsumen terpaksa menanggung resiko dari penggunaan dan pemakaian produk jamu yang salah akibat dari pencantuman informasi yang berlebihan mengenai produknya.

Dari hasil pengamatan terhadap produk jamu yang beredar di lapangan, hanya 10% dari 50 sampel produk yang beredar di Kabupaten Kulon Progo mencantumkan informasi produk yang memenuhi persyaratan<sup>88</sup> sebagaimana ditetapkan dalam Keputusan Menteri Kesehatan No.246/Men.kes/Per/V/1990 tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Persyaratan Obat Tradisional.

Berdasarkan penelitian terhadap responden mengenai upaya penanggulangan terhadap pelanggaran hak-hak konsumen akibat tidak diterapkan hak informasi produk jamu di Kabupaten Kulon Progo ditemukan 45 % responden tidak melaporkan kerugian akibat informasi yang tidak akurat dan benar tentang produk jamu kepada YLKI.<sup>89</sup> Hal tersebut disebabkan karena masih minimnya pendidikan dan kesadaran masyarakat mengenai hak-haknya sebagai konsumen. Selain hal tersebut tidak dilaporkannya pengaduan konsumen, karena konsumen tidak memiliki banyak waktu untuk melakukan tindak advokasi terhadap kerugian yang dialaminya sehingga yang dilakukan hanyalah sekedar melaporkannya permasalahan ke YLKI. Apabila dihubungkan dengan data yang diperoleh dari YLKI tampak bahwa konsumen yang melakukan tindakan advokasi terhadap permasalahan pelanggaran hak konsumen oleh produsen adalah konsumen yang telah mengalami kerugian berat akibat produk yang

---

<sup>88</sup> Penelitian penulis terhadap 50 sampel merek produk jamu di Kabupaten Kulon Progo akhir bulan Desember 2007

<sup>89</sup> Data diperoleh dari penyebaran angket yang disebar di beberapa pasar di Kabupaten Kulon Progo dengan rincian: 30 responden di Pasar Senjolo, 30 responden di Pasar Wates, 25 responden di Pasar Bendungan, 15 responden di Pasar Legi.

dikonsumsinya. Biasanya kerugian berat berupa gangguan kesehatan dan terancamnya keselamatan jiwa konsumen.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa dalam memilih produk jamu dan produk-produk lainnya, pada umumnya konsumenlah yang diminta dan bahkan dituntut untuk bersikap berhati-hati dalam memilih produk-produk yang hendak dikonsumsi.

Dari data responden sebesar 89 % responden setuju dengan pernyataan bahwa konsumen produk jamu harus berhati-hati menggunakan produk jamu, konsumen harus teliti memeriksa informasi tentang jamu yang hendak dikonsumsi.<sup>90</sup> Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen semakin meningkat, ini merupakan suatu perkembangan pada konsumen itu sendiri.

Upaya penanggulangan dalam hal konsumen mengalami kerugian akibat tidak diterapkannya hak informasi terhadap produk jamu, terdapat data responden sebesar 90 % responden menganggap bahwa pemberian ganti rugi ataupun kompensasi merupakan penyelesaian dalam menghadapi terjadinya kerugian. Ini dapat dimengerti bahwa bangsa Indonesia yang masih berada dalam lingkaran krisis keuangan membuat kenaikan harga obat dan/atau pelayanan kesehatan yang relatif masih mahal. Sehingga konsumen merasa cukup puas apabila kerugian yang dialaminya digantikan dengan sejumlah uang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan untuk berobat.

#### **B. Akibat Hukum Tidak Diterapkannya Hak Informasi Terhadap Produk Jamu Tradisional Di Kabupaten Kulon Progo**

Akibat hukum adalah akibat yang timbul karena tidak dilaksanakannya aturan-aturan hukum.<sup>91</sup> Masih beredarnya produk jamu yang tidak memberikan informasi

---

<sup>90</sup> *Ibid*

<sup>91</sup> Drs. Sudarsono, SH, *Kamus Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta, 1992, halaman 24

kepada konsumen dan di dalamnya mengandung bahan-bahan kimia dikategorikan sebagai produk ilegal, karena tidak sesuai dengan peraturan tentang pembuatan jamu/obat tradisional yang berlaku serta berbahaya bagi konsumen pengguna produk jamu. Data di lapangan menunjukkan bahwa dalam prakteknya hak-hak konsumen terutama yang berkaitan dengan hak informasi terhadap produk jamu belumlah secara efektif dan dilaksanakan dan dilindungi oleh pihak-pihak yang terkait. Sampai saat ini Dinas Kesehatan setempat sudah berusaha melakukan berbagai tindakan untuk mengantisipasi masih beredarnya produk-produk jamu yang tidak mencantumkan informasi yang lengkap mengenai produknya, meskipun belum sepenuhnya maksimal. Berikut upaya yang sudah dilakukan oleh Dinas Kesehatan adalah :<sup>92</sup>

1. Memberi surat edaran kepada penjual jamu tradisional, agar lebih selektif dan berhati-hati dalam menjual produk jamu (misal dengan memperhatikan produsen jamu, memperhatikan nomer registrasi produk jamu)s
2. Memberi surat surat edaran kepada para produsen jamu tradisional setempat mengenai tata cara pembuatan obat tradisional yang sesuai dengan peraturan yang berlaku.
3. Melakukan pengawasan terhadap produksi jamu tradisional.
4. Memberikan peringatan tertulis kepada produsen jamu, apabila produk jamu yang diproduksi belum sesuai dengan ketentuan yang berlaku
5. Menarik produk jamu dari peredaran.
6. Mencabut izin usaha produk jamu tradisional.

Sampai saat ini tindakan yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan sudah cukup efektif meskipun belum maksimal, hal ini terbukti dengan masih banyak produk-produk jamu tanpa informasi yang lengkap mengenai produknya masih beredar di

---

<sup>92</sup> Wawancara pribadi dengan Bapak Drs. Bambang Heruntoro (Staf Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo.DIY), tanggal 16 Desember 2007

pasaran. Hal tersebut wajar terjadi karena begitu banyak merek produk jamu beredar di pasaran, terlebih lagi Dinas Kesehatan setempat belum memiliki sarana dan prasarana yang memadai, misalnya laboratorium untuk meneliti kandungan bahan-bahan yang terdapat dalam produk jamu

UUPK dalam upaya memberdayakan konsumen menuntut hak-haknya terhadap pelaku usaha, menentukan bahwa konsumen dapat mengajukan gugatan kepada pelaku usaha di tempat konsumen bersangkutan berdomisili. Namun upaya pemberdayaan melalui kemudahan menuntut pelaku usaha ditempat tinggal konsumen belum sepenuhnya dapat dilaksanakan.

Gugatan atas pelanggaran yang terjadi sebagai akibat dari tindakan pelaku usaha dapat dilakukan oleh beberapa pihak, sebagai berikut :

1. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
2. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
3. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya dengan tegas menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk melakukan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya menyebutkan
4. pemerintah dan atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Gugatan yang diajukan sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pemerintah diajukan kepada peradilan umum. Alternatif-alternatif yang dapat diterapkan dalam penyelesaian sengketa yang berkaitan dengan perlindungan konsumen antara lain:

## 1. Penyelesaian sengketa konsumen secara damai

Penyelesaian sengketa perlindungan konsumen dapat dilakukan baik melalui pengadilan maupun diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela dari para pihak yang bersengketa. Namun apabila telah dipilih untuk penyelesaian di luar pengadilan maka berdasarkan Pasal 45 ayat (4) UUPK. Gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Penyelesaian sengketa diatas tidak menutup kemungkinan adanya penyelesaian secara damai menurut Pasal 45 ayat (4) UUPK adalah penyelesaian yang dilakukan kedua belah pihak yang bersengketa (dalam hal ini pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui institusi pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan cara penyelesaian sengketa secara damai ini tidak bertentangan dengan ketentuan UUPK.

Penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara damai dapat dilakukan oleh pihak itu sendiri atau dilakukan oleh pihak dengan mediator dari Lembaga Swadaya Masyarakat seperti YLKI ataupun mediator dari pemerintah seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan. Melalui mediasi para pihak dapat melakukan dialog dengan suasana keterbukaan, kejujuran, dan tukar pendapat untuk terjadinya mufakat.<sup>93</sup> Dalam hal ini mediator harus mampu menciptakan suasana dan kondisi yang kondusif bagi terciptanya kompromi diantara kedua belah pihak yang bersengketa untuk memperoleh hasil yang saling menguntungkan (win-win).<sup>94</sup> Pada dasarnya sengketa adalah dasar masalah yang umumnya diusahakan untuk dihindari, karena betapapun

---

<sup>93</sup> Joni Emirzon, *Alternatif Penyelesaian Sengketa Diluar Pengadilan*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, halaman 69

<sup>94</sup> Gunawan wijaya, *Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Seri Hukum Bisnis, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, halaman 92

sederhananya, masalah demikian cenderung merupakan penghambat yang umumnya berpengaruh terhadap efisiensi waktu, biaya, dan bonafiditas para pihak.<sup>95</sup>

## 2. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan

Ketentuan Pasal 45 UUPK menentukan bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Sehingga penyelesaian sengketa dapat dilakukan di dalam maupun diluar pengadilan.

Apabila konsumen memilih untuk penyelesaian sengketa diluar pengadilan maka berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat(4) UUPK, gugatan melalui pengadilan hanya dapat dilakukan apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Sanksi-sanksi yang dirumuskan dalam UUPK, terdapat dalam Pasal 60 dan pasal 62 UUPK dapat berupa:

### a. Sanksi administrative;

1. Sanksi administrative terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi dan ayat (3) mengenai kewajiban pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari sejak tanggal transaksi, Pasal 20 mengenai kewajiban pelaku usaha periklanan atas iklan yang diproduksi serta segala akibatnya, Pasal 25 mengenai kewajiban pelaku usaha untuk menyediakan suku cadang/fasilitas purna jual serta garansi, dan Pasal 26 mengenai kewajiban pelaku usaha yang

---

<sup>95</sup> Ida Bagus Wyasa Putra, *Aspek-aspek Hukum Perdata Internasional Dalam Transaksi Bisnis Internasional*, PT.Refika Aditama, Bandung, 2000, halaman 77

memperdagangkan jasa untuk memberikan garansi atau jaminan sesuai kesepakatan yang telah disetujui.

2. Sanksi administrative berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 sebagaimana yang telah diatur dalam ketentuan Pasal 60 ayat (2) UUPK
3. Tata cara penetapan sanksi administrative sebagaimana ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

b. Sanksi pidana

Dikatakan bahwa penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan atau pengurusnya dimana:

1. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 mengenai perbuatan yang di larang bagi pelaku usaha, Pasal 9 mengenai larangan menawarkan barang/jasa secara tidak benar. Pasal 10 mengenai larangan menawarkan barang/jasa dengan pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai kegunaan suatu barang/jasa, bahaya penggunaan barang/jasa. Pasal 13 ayat (2) mengenai larangan bagi pelaku usaha dengan cara barang/jasa dengan cara menjanjikan hadiah berupa barang/jasa. Pasal 15 mengenai larangan menawarkan barang/jasa dengan cara pemaksaan/cara lain yang dapat menimbulkan gangguan fisik maupun psikis terhadap konsumen, Pasal 17 ayat (1) huruf a mengenai pelaku usaha dilarang memproduksi iklan yang mengelabui konsumen, huruf b mengenai larangan bagi pengusaha periklanan untuk mengelabui jaminan/garansi, huruf c mengenai larangan bagi



pengusaha periklanan untuk memuat informasi yang keliru, huruf e mengenai larangan bagi pengusaha periklanan untuk mengeksploitasi kejadian/seseorang tanpa izin/persetujuan; dan ayat (2) mengenai larangan bagi pengusaha periklanan untuk melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar aturan. Pasal 18 mengenai pencantuman klausula baku dalam menawarkan barang dan/atau jasa dipidana dengan pidana paling lama 5 tahun atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00

2. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud Pasal 11 mengenai larangan menyesatkan konsumen dalam penjualan secara obral, Pasal 12 mengenai menawarkan barang dan/jasa dengan harga tertentu dan dalam jangka waktu tertentu dan tidak menepatinya, Pasal 13 ayat (1) mengenai menawarkan barang dan/jasa dengan menjanjikan suatu hadiah tetapi tidak menepatinya, Pasal 14 mengenai larangan menawarkan barang dan/jasa dengan menjanjikan suatu hadiah tetapi tidak menepati ketentuan yang telah diumumkan bagi konsumen sebelumnya. Pasal 16 mengenai larangan bagi pelaku usaha yang menerima pesanan apabila tidak sesuai dengan yang telah disepakati, Pasal 17 ayat (1) huruf d mengenai larangan bagi pelaku usaha untuk memproduksi iklan yang tidak memuat resiko pemakaian dan huruf f mengenai larangan bagi pelaku usaha untuk memproduksi iklan yang tidak melanggar etika ataupun ketentuan perundang-undangan

mengenai masalah periklanan, dipidana dengan pidana paling lama 2 tahun atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00

3. Terhadap pelanggaran yang dapat mengakibatkan luka berat, cacat berat, atau kematian diberlakukan ketentuan pidana berlaku.

Pasal 63 UUPK menyebutkan bahwa terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha

Di dalam Public Warning/ Peringatan No: KH.00.01.1.5116 tanggal 4 Desember 2006 tentang Obat Tradisional Mengandung Bahan Kimia Obat butir 5 disebutkan bahwa Kegiatan memproduksi dan atau mengedarkan obat tradisional yang mengandung Bahan Kimia Obat, melanggar Pasal 82 ayat 2 huruf b Undang Undang nomor 23 tahun 1992 tentang Kesehatan dijelaskan tentang larangan pelaku usaha atau produsen yang memproduksi dan/atau mengedarkan obat tradisional yang tidak memenuhi standar dan/atau persyaratan penandaan dan/atau informasi yang menyesatkan. Jika ketentuan tersebut dilanggar maka dikenai sanksi dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah) dan Undang Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

yang dapat dikenakan sanksi dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan atau denda paling banyak 2 (dua) miliar rupiah.

Selain itu ketentuan dalam UUPK memungkinkan adanya gugatan yang dilakukan oleh lebih dari satu konsumen yang dikenal dengan *class action*, dimana tidak dimungkinkannya sebelumnya dalam undang-undang ini. Hal ini terdapat dalam undang-undang ini. Hal ini terdapat dalam penjelasan Pasal 46 ayat (2) huruf b UUPK menyatakan bahwa; Undang-undang ini mengakui gugatan kelompok atau *class action*. Gugata kelompok atau *class action* harus diajukan oleh konsumen yang benar-benar dirugikan dan dapat dibuktikan secara hokum, salah satu diantaranya adalah bukti transaksi.

Menurut H.Toto Tahir, S.H.,M.H untuk *class action* keterlibatan pengadilan sangat besar karena setiap perwakilan untuk dapat maju ke pengadilan harus mendapat persetujuan dari pengadilan dengan memperhatikan,<sup>96</sup>

- a. *Class action* merupakan tindakan yang paling baik untuk mengajukan gugatan,
  - b. Mempunyai kesamaan tipe tuntutan yang sama,
  - c. Penggugatnya sangat banyak, dan
  - d. Perwakilan layak/patut
3. Penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPKN)

Didalam Pasal 23 UUPK mengatakan bahwa apabila pelaku usaha pabrikan dan/atau menolak dan/atau tidak memberikan tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen. Maka konsumen diberikan

---

<sup>96</sup> Erman Rajagukguk dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Mandar Maju, Bandung, 2000, halaman 72

hak untuk menggugat pelaku usaha, menyelesaikan perselisihan yang timbul melalui Penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPKN), atau dengan cara mengajukan gugatan kepada badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Penyelesaian sengketa melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPKN), mensyaratkan adanya suatu kesepakatan dari para pihak untuk menyelesaikan sengketa perlindungan konsumennya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Kemudian untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen.

Maka Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen membentuk suatu majelis dengan jumlah ganjil dan sedikitnya 3 orang yang mewakili semua unsur serta dibantu oleh seorang panitera. Putusan yang diambil bersifat final dan mengikat.

Salah satu keuntungan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPKN), adanya ketentuan yang mengatur bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPKN), wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam jangka waktu 21 (dua puluh satu) hari setelah gugatan diterima, sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 55 UUPK. Terhadap putusan majelis tersebut dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri dimana konsumen berdomisili, ini telah diatur dalam Pasal 57 UUPK. Dalam waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPKN), maka pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.

Akan tetapi para pihak dapat mengajukan keberatan terhadap putusan majelis kepada Pengadilan Negeri dalam waktu paling lambat 14 (empat

belas) hari kerja setelah menerima putusan tersebut. Apabila dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari kerja setelah pelaku usaha tidak mengajukan keberatan maka dianggap menerima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Apabila putusan majelis yang dibentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen tidak dijalankan pelaku usaha, maka Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan putusan tersebut merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan yang diajukan oleh pihak yang keberatan dalam jangka waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari kerja sejak diterimanya keberatan.

Terhadap putusan Pengadilan Negeri tersebut maka para pihak dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari kerja dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia. Dalam jangka waktu 30 hari kerja Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan sejak penerimaan permohonan kasasi.

Dalam UUPK, juga terdapat ketentuan yang mengatur mengenai penanganan kasus sengketa perlindungan konsumen, yaitu sistem pembuktian terbalik dalam kasus-kasus perlindungan konsumen.

Khusus untuk kasus pidana pembuktian terbalik diatur dalam Pasal 22 dimana diatur pembuktian terhadap tidak adanya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 19 ayat 4, Pasal 20 dan Pasal 21

Beban tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian. Sedangkan untuk kasus perdata diatur

dalam Pasal 28 dimana pembuktian terhadap tidak adanya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, Pasal 23, yang merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Hak atas informasi adalah hak yang dimiliki oleh setiap konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan jujur tentang produk dan atau jasa yang akan digunakannya. Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi yang diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru mengenai produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti secara lisan kepada konsumen, melalui iklan berbagai media atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Pengaturan mengenai penerapan hak atas informasi tersebar diberbagai peraturan perundang-undangan seperti Undang-Undang No.23 Tahun 1992 tentang Kesehatan, Undang-undang No.8 tentang Perlindungan Konsumen, Keputusan Menteri Kesehatan No.246/Men.kes/Per/V/1990 tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Persyaratan Obat Tradisional dan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 661/ MENKES/SK/VI /1994 tentang Persyaratan Obat Tradisional; mengatur perbuatan yang dilarang dalam memproduksi dan mengedarkan produk jamu yang tidak memenuhi standar keamanan, kesehatan dan keselamatan. Akan tetapi dengan masih beredar produk jamu yang tidak mencantumkan informasi yang semestinya, menunjukkan pengaturan dan penetapan peraturan- peraturan tersebut belum efektif. Masih beredarnya

produk jamu yang tidak mencantumkan informasi secara lengkap di Kabupaten Kulon Progo, menunjukkan bahwa masih kurangnya pengawasan dari Dinas Kesehatan Kabupaten Kulon Progo. Wewenang untuk menarik produk jamu yang tidak memberikan informasi secara lengkap hanya berada di bawah Menteri Kesehatan, hal ini menyebabkan menghabiskan waktu yang lebih lama. Konsumen tidak melakukan pengaduan jika tidak mengalami kerugian berat atas tidak diterapkannya informasi yang lengkap terhadap produk jamu.

2. Akibat hukum adalah akibat yang timbul karena tidak dilaksanakannya aturan-aturan hukum. Sanksi hukum timbul karena tidak dipatuhinya peraturan-peraturan hukum yang berlaku. Sanksi yang diberikan akibat tidak diterapkannya hak informasi sehingga menimbulkan kerugian di pihak konsumen terdiri dari :

- 1.Sanksi administratif berupa:

- Peringatan tertulis
- Pembekuan izin edar
- Pencabutan izin edar
- Sanksi administrasi lain sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
- pemberian ganti rugi

- 2.Sanksi pidana, berupa:

- perampasan barang tertentu;
- tidak dilaksanakannya peraturan hukum
- pembayaran ganti rugi;



- perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- kewajiban penarikan barang dari peredaran

Upaya hukum yang dapat ditempuh konsumen bila terjadi kerugian akibat tidak diterapkannya hak informasi terhadap produk jamu:

- a. Secara damai dengan pelaku usaha itu sendiri.
- b. Gugatan kepada BPOM Jakarta
- c. Gugatan perdata dan tuntutan pidana melalui Badan Peradilan terhadap pelaku usaha yang tidak memberikan informasi terhadap produk jamu.

## **B. Saran**

Dalam upaya peningkatan perlindungan konsumen, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Masalah perlindungan konsumen di Indonesia merupakan masalah yang baru. Oleh karena itu, wajar apabila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Kesadaran akan hak tidak dapat dipungkiri sejalan dengan kesadaran hukum masyarakat, makin tinggi penghormatannya pada hak-hak dirinya dan orang lain. Upaya pendidikan konsumen tidak selalu harus melewati jenjang pendidikan formal, tetapi dapat melalui media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat.
2. Pensosialisasian Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen kepada masyarakat luas dan penggunaan hak-hak perlindungan konsumen yang terdapat pada peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu KUHPerdata dan KUHPidana.

3. Peningkatan kerjasama antara badan-badan perlindungan konsumen yang terkait, baik dari pemerintah maupun dari pihak lembaga swadaya masyarakat.
4. Pembuatan wadah yang menampung laporan-laporan dari konsumen yang dirugikan akibat tidak diterapkannya hak informasi terhadap produk jamu.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Agnes M Toar, 1998, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara, DKIHI Belanda-Indonesia , Ujung Pandang*
- Alois A. Nugraha, 2001, *Dari Etika Bisnis ke Etika Ekobisnis, Grasindo, Jakarta*
- Arnold, 1999, *Products Liability Insurance, Wis.L. Rev (1957 dalam Rowland H Long, The Law of Liability Insurance, Vol.3 (New York), Mattew Bender & Company*
- AZ Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar )*, Diedit Media, Yogyakarta.
- , 1994, *Iklan dan Konsumen (Tinjauan dari Sudut Hukum dan Perlindungan Konsumen)*, dalam *Usahawan Indonesia, LPMFH-UII Nomor 3 Tahun XXIII*, Jakarta
- , 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta
- , 1993, *Perlindungan Konsumen dan Peradilan di Indonesia*, BPHN, Jakarta
- Bryan A Garner, *Law Dictionary*
- David Oughton, John Lowry, 2004, *The Text Book on Consumer Law*, (London: Black Stone Press Limited)
- Erman Rajaguguk et al, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, penyunting Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, CV. Mandar Madju, Bandung
- Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Gunawan wijaya, 2001, *Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Seri Hukum Bisnis, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- H.C. Black's Law Dictionary, ed. 6 (St. Paul: West Publishing Co. 1990)
- Harry Duintjer Tebbens, 1980, *International Product Liability*, Sijthoff & Noordhoff International Publisher, Netherland
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Mandar Maju, Bandung
- Ida Bagus Wyasa Putra, 2001, *Aspek-aspek Hukum Perdata Internasional Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Mandar Maju, Bandung
- Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung
- John Pieris dan Wiwik Sri Widiarti, 2007, *Negara Hukum dan Perlindungan Hukum Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa*, Pelangi Cendekian, Jakarta
- John.H. Jacson William J. Daery, 1995 *Legal Problems of International Economic Relations*. St. Paul Minn: West Publishing Co
- Joni Emirzon, 2001 *Alternatif Penyelesaian Sengketa Diluar Pengadilan*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Koesnadi Hardjosoemantri, 1994, *Hukum Tata Lingkungan*, cet 11, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta
- Malcolm Leder, 1996, Peter Shears, *Frame Works Consumer Law*, Fourth Edition, Pitman Publishing , London

- Marc. S. Mayerson, 1997, *Perfecting and Pursuing Liability Insurance Coverage a Primer for Policyholders on Complying With Notice Obligation*, Tort & Insurance Law Journal, Volume 12, No. 4
- Mark E Roszkowski, 1989, *Business Law: Principles, Cases and Policy*, Second Edition, Harper Collins Publishers, USA
- Mooryati Soedibyo, B.R.A, 1997, *Alam Sumber Kesehatan, Manfaat dan Kegunaan*, Balai Pustaka, Jakarta
- Norbet Reich, 1992, *Protection of Consumers Economic Interest, By The EC*, Law Review, March, Sidney
- Rachmat Trijono, 2003, *Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Menyesatkan*, Jurnal Hukum Juistheid, vol.1. No.2 Agustus 2003, Fakultas Hukum Universitas Djuanda
- Ray H. Andersen, 1964, *Products Liability Insurance*, Current Problems In Products Liability Law and Products Liability Insurance, Insurance Council Journal
- Romy Rahmana, 2002, *Studi Pemberlakuan Pasal-Pasal Yang terkait Dengan Periklanan Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Tesis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UI, Jakarta
- Shidarta, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen. Indonesia*, Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- , 2006, Edisi Revisi: *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta
- Stüehen Weatheril, EC, 1997, *Consumer Law and Policy Chapter Seven*, London : Longmann
- Sudarsono, SH, Drs, 1992, *Kamus Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta

- Tim FH UI dan Depdagri, 1976, *Rancangan Akademik Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen* (tidak dipublikasikan), Jakarta
- W. Pangaribuan Simanjutak, 1992, *Aspek Yuridis dan Cara Penanggulangan Persaingan Curang* (Makalah, dibawakan pada Temu Wicara Nasional Penanggulangan Perbuatan Curang, Yogyakarta)
- Wirjono Prodjodikoro, 1990, *Perbuatan Melawan Hukum*, Sumur, Bandung
- Wisnu Cahyadi, 2006, *Analisis dan Aspek Kesehatan Bahan Tambahan Pangan*, Bumi Aksara, Jakarta
- Yusuf Sofie, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung
- , 2000, *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Zumrotin K Susilo, 1996, *Penyambung Lidah Konsumen*, Kerjasama Puspa Swara dan YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia), Jakarta

## **B. Artikel dan Makalah**

- Kompas, 2000, Kumpulan Rubrik Advokasi Konsumen-YLKI "*Siapa 'Raja' Konsumen atau Produsen*", Harian Kompas Bekerjasama dengan YLKI, Jakarta
- Shidarta, 1994, *Pengetahuan Tentang Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dan Status Media Cetak Serta Pelanggaran Hak-hak Konsumen Dalam Iklan*, Program Studi Ilmu Hukum, Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial, Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Soekanto, 1994, *Peranan Badan Sensor Film Dalam Perlindungan Konsumen*,  
Makalah yang disajikan dalam Simposium Nasional Aspek Hukum  
Perlindungan dalam Periklanan pada Fakultas Hukum Universitas Taruma  
Negara, Jakarta

### **C.Peraturan Perundang-undangan**

Undang-undang No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan

Undang-undang No. 23 Tahun 1997 tentang Lingkungan Hidup (UULH)

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Menteri Kesehatan No.246/Men.Kes/Per/V/1990 tentang Izin Usaha Industri  
Obat Tradisional dan Persyaratan Obat Tradisional

Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor: 386/Men.Kes/SK/IV/1994 tentang Pedoman  
Periklanan : obat bebas, obat tradisional, alat kesehatan, kosmetika, perbekalan  
kesehatan rumah tangga dan Makanan-Minuman

Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor : 661/ Men.Kes/SK/VII/1994 Tentang  
Persyaratan Obat Tradisional

Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomer:  
HK.00.05.41.1384 tanggal 2 Maret tahun 2005 tentang Kriteria dan tata  
Laksana Pendaftaran Obat Tradisional, Obat Herbal Terstandar Fitofarmaka

Public warning/ Peringatan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia  
Nomor : KH.00.01.1.5116 Tanggal : 4 Desember 2006 tentang Obat Tradisional  
Mengandung Bahan Kimia Obat