BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin canggihnya teknologi mempengaruhi berbagai macam perkembangan dibeberapa sektor, tak terkecuali di sektor perekonomian, industri dan perdagangan. Perkembangan dalam sektor industri melahirkan berbagai macam variasi seiring dengan kebutuhan manusia yang semakin kompleks. Dalam hal pemenuhan kebutuhan , manusia tidak dapat lepas dari manusia lainnya dalam artian ada pelaku usaha sebagai pihak yang menyediaakan barang/jasa dan konsumen sebagai pihak pengguna barang/jasa.

Pembangunan serta perkembangan perekonomian pada umumnyaterhadap berbagai kemajuan yang terjadi pada bidang teknologi, industri,ekonomi maupun perdagangan, mengakibatkan semakin banyak permasalahan yang terjadi di Negara kita, khususnya adalah permasalahan mengenaiperlindungan konsumen di dalam bidang perindustrian dan perdagangannasional yang telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/jasa yang dapatdikonsumsi oleh masyarakat. Dengan adanya globalisasi dan perdaganganbebas yang didukung oleh berbagai bentuk kemajuan teknologi,telekomunikasi dan informatika telah memperluas terhadap ruang gerak arustransaksi barang sehingga barang dan atau jasa yang ditawarkan menjadibervariasi.[1]

[1]Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 90.

Kondisi seperti ini, pada satu sisi memberikan manfaat bagi konsumen karena kebutuhan barang dan atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi. Namun kondisi dan fenomena tersebut pada sisi lainnya dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada pada posisi yang lemah.[2]

Berkaitan dengan itu disahkan lah Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen guna memberikan perlindungan terhadap konsumen mengingat semakin kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen. Selain itu konsumen menjadi objek aktifitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar – besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.[3]

Persaingan usaha semakin ketat sehingga berbagai macam cara dilakukan oleh pelaku usaha agar produk/jasa nya diminati oleh konsumen, baik melalui variasi dan kresi maupun dengan sistem penawaran produk yang dibuat sedemikian rupa untuk menarik konsumen. Baik itu menawarkan melalui iklan maupun promosi. Untuk iklan dan promosi pun dapat dilakukan melalui sosial media maupun pencantuman label pada produk secara langsung.

Adanya pencantuman label pada produk merupakan suatu informasi penting bagi konsumen terkait keamanan, mutu, sumber dam keterangan lainnya yang dianggap perlu. Informasi tentang labeltersebut dapat sebagai

---

[2]Gunawan Widjaja Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Ketiga, PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta, 2003, hlm. 11-12.

[3]*Ibid.*

penentu penjatuhan pilihan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli terhadap suatu produk.

Dalam prakteknya tidak jarang label yang dinyatakan pada produk tidak sesuai dengan yang sebenarnya, baik itu mutu, kualitas, bahan maupun sumber bahan baku yang digunakan.Salah satunya dilakukan oleh PT Agrimtra Utama Persada yang bergerak dibidang produksi Air Mineral Dalam Kemasan dengan merk dagang Sumber Minum Sehat (SMS) yang terletak di Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat. Label yang dicantumkan pada kemasan tidak sesuai dengan kondisi yang dinyatakan dalam label, yakni pada kemasan Air Mineral Sumber Minum Sehat (SMS) mencantumkan bahwa air yang digunakan bersumber dari Mata Air PegununganSinggalang sedangkan faktanya air atau bahan baku yang digunakan dalam produksi air mineral tersebut berasal dari Air PDAM Padang Pariaman yang bersumber dari Mata Air Lubuk Bonta Padang Pariaman.

Informasi label pada kemasanproduk tersebut merupakan informasimenyesatkan dengan pencantuman label yang mengelabui konsumen melalui iklan "*SMS air minum berasal dari mata air pegunangan singgalang*". Menurut Purwadi, mengelabui konsumen melalui iklan dapat terjadi dalam bentuk; pernyataan yang salah, pernyataan yang menyesatkan, dan iklan yang berlebihan.[4] Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 17 Ayat (1) huruf a dan c menyatakan :

[4]Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen,* PT. Raja Grafindo, Jakarta, 2007, hlm. 102.

(1) Pelaku Usaha Periklanan dilarang memproduksi iklan yang : a.mengelabui konsumenn mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa, serta ketetapan waktu penerimaan barang dan/atau jasa; c. Membuat informasi yang keliru, salah atau tidak tepat mengenai barang dan atau jasa, pernyataan yang salah.

Label yang tidak sesuai atau menyesatkan dapat membahayakan konsumen dan berdampak kepada kesehatan dan keselamatan jiwa konsumen, akibat dari ketidak jujuran dan tidak adanya itikad baik dalam memberikan informasi mengenai produk yang diproduksi dan diperdagangkan oleh pelaku usaha.

Pentingnya informasi yang akurat dan lengkap atas suatu barang dan/atau jasa mestinya menyadarkan pelaku usaha untuk menghargai hak-hak konsumen, memproduksi barang dan jasaberkualitas, aman dikonsumsi atau digunakan, mengikuti standar yang berlaku, dengan harga yang wajar (*reasonable*). Bagikonsumen, informasi tentang barang dan/atau jasa memiliki arti yang sangat penting. Informasi-informasi tersebut meliputi tentang ketersediaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat sebagai konsumen, tentang kualitas produk, keamanannya, harga, tentangberbagai persyaratan dan/atau cara memperolehnya, tentang jaminan atau garansi produk,persediaan suku cadang, tersedianya pelayanan jasa purna-jual, dan lain-lain yang berkaitandengan itu.[5] Dari informasi pada label, konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelummembeli dan atau mengkonsumsi pangan. Tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan-kecurangandapat terjadi.[6]

[5]A.Z. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 76.

[6]Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 15.

Berdasarkan contoh kasus diatas, maka pasal yang dilanggar oleh pelaku usaha dalam Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah :

Pasal 10 huruf c

Pelaku usaha dalam menewarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.

Pasal 8 ayat (1) huruf d

"Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut ".

Mengingat label memiliki peran yang sangat penting, maka dalam setiap produksi barang yang akan diperdagangkan wajib mencantumkan label. Menurut Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan menyatakan:

(1) Label sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) berisikan keterangan mengenai pangan yang bersangkutan;
(2) Keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekurangkurangnya.
    a. Nama produk;
    b. Daftar bahan yang digunakan;
    c. Berat bersih atau isi bersih;
    d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan kedalam wilayah Indonesia;
    e. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa;

Meskipun sudah ada pengaturan khusus tentang perlindungan konsumensertabanyak nya aturan lain yang melarang mengenai informasi yang menyesatkan, tetap saja masih ada beberapa dari pelaku usaha mencantumkan informasi yang tidak benar pada produk yang diproduksinya. Salah satu aturannya adalah Undang-Undang Pangan. Menurut Pasal 100 ayat (2) Undang-Undang Pangan menyatakan sebagai berikut :

“ Setiap orang dilarang memberikan keterangan atau pernyataan yang tidak benar dan/atau menyesatkan pada label “.

Ketentuan tersebut tetap diabaikan oleh produsen atau pelaku usaha, yang mana mereka hanya mementingkan keuntungan tanpa memperhatikan hak-hak dari konsumen. Seharusnya produsen dalam memproduksi barang harus berdasarkan pada ketentuan yang diatur oleh undang-undang dan peraturan lainnya tentang perlindungan konsumen yang mana diantaranya guna menjamin mutu dan sesuai dengan standar yang dipersyaratkan.

Salah satu syarat memperdagangkan produk yang diproduksi adalah dengan mencantumkan label yang memuat informasi yang benar mengenai produk yangmana informasi itu sendiri yang utama berasal dari pelaku usaha itu sendiri. Dari beberapa hak konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 UUPK, hak atas informasi adalah salah satunya yang dianggap penting. Dalam informasi produk mencantumkan diantaranya sumber, komposisi, berat bersih, tanggal kadaluarsa, maupun label halal. Yang dicantumkan pada label yang ada pada kemasan maupun mempromosikan melalui iklan-iklan.

Informasi yang tidak benar atau menyesatkan dapat merugikan konsumen baik secara meteril maupun immateril. Oleh karena itu pelaku usaha yang menyatakan dalam label pangan sesuai dengan klaim tertentu, maka bertanggung jawab sepenuhnya terhadap klaim tersebut. Apabila label yang dicantumkan pada kemasan produk yang diperdagangkan tidak sesuai dengan yang sebenarnya atau bersifat menyesatkan maka dapat dikenakan sanksi

sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 62 ayat (1), yaitu :

" Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)".

Dan dalam Pasal 102 Undang-Undang Pangan menyatakan sebagai berikut :

(1) Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 97 ayat (1), Pasal 99, Pasal 100 ayat (2) dikenakan sanksi administrasi.
(2) Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 97 ayat (2) wajib mengeluarkan dari dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia atau memusnahkan Pangan yang diimpor.
(3) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa :
    a) denda ;
    b) penghentian sementara dari kegiatan, produksi, dan/atau peredaran;
    c) ganti rugi ; dan/atau
    d) pencabutan izin.
(4) Ketentuan lebih lanjut mengenai jenis, besaran denda, tata cara, dan mekanisme pengenaan sanksi administrasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas menimbulkan ketertarikan penulis untuk mengkaji, menganalisis dan menuangkan dalam karya ilmiah yang berjudul **"TANGGUNGJAWAB PELAKU USAHA ATAS INFORMASI LABELMENYESATKAN PADA KASUS AIR MINERAL SMS OLEH PT AGRIMITRA UTAMA PERSADA"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul dan latar belakang permasalahan yang telah dikemukan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk tanggungjawab pelaku usaha atas informasi label menyesatkan pada kasus air mineral SMS oleh PT Agrimitra Utama Persada?
2. Bagaimana upaya pengawasan Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) Padang terhadap informasi label menyesatkan belajar dari kasus air mineral SMS oleh PT Agrimitra Utama Persada ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis bentuk tanggungjawab pelaku usaha atas informasi label menyesatkan pada kasus air mineral SMS oleh PT Agrimitra Utama Persada.
2. Untuk mengetahui upaya pengawasan Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BBPOM) terhadap label belajar dari kasus air mineral SMS oleh PT Agrimitra Utama Persada.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan oleh penulis memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan ataupun pemikiran untuk menunjang perkembangan ilmu hukum terutama hukum perdata dalam perlindungan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen, penulis berharap berdasarkan penelitian ini dapat menambah wawasan konsumen mengenai hak-hak nya terutama memperoleh informasi yang benar.
b. Bagi produsen, dengan adanyatanggungjawab pelaku usaha atas informasi label yang menyesatkan pada kasus air mineral SMS oleh PT Agrimitra Utama Persada diharapkan dapat memberikan kesadaran kepada produsen bahwapencantuman informasi yang tidak benar atau menyesatkan merupakan tindakan yang tidak benar dan harus dipertanggungjawabkan.

E. Metode Penelitian

Penelitian merupakan terjemahan dari bahasa inggris, yaitu *research.* Kata *research* berasal dari *re* (kembali) dan *to search* (mencari). *Research* berarti mencari kembali. Oleh karena itu, penelitian pada dasarnya merupakan "suatu upaya pencarian". Apabila suatu penelitian merupakan usaha pencarian, maka timbul pertanyaan apakah yang dicari itu? Pada dasarnya yang dicari adalah pengetahuan atau pengetahuan yang benar.[7]

Metode penelitian merupakan suatu upaya dan prosedur maupun teknik peneltian yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data serta informasi guna menjawab pertanyaan yang ada sebagai objek penelitian. Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam karya ilmiah ini adalah sebagai berikut :

1. Metode penelitian

[7]Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, hlm. 1.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan Yuridis Empiris yang mengkaji hukum sebagai data sekunder dan memadukan dengan data primer yang diperoleh dari lapangan yaitu tanggungjawab pelaku usaha atas informasi label menyesatkan pada kasus Air Mineral SMS oleh PT Agrimitra Utama Persada.

2. Sifat penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian hukum yang deskriptif-analitis, yaitu menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan.[8] Praktek hukum positif yang dimaksud adalah pendeskripsian tentang tanggungjawab pelaku usaha atas informasi label menyesatkan pada kasus air mineral SMS oleh PT Agrimitra Utama Persada.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data yang bersumber dari:

a. Penelitian lapangan *(field research)*

Penelitian lapangan ialah penelitian yang dilakukan secara langsung kelapangan terhadap pihak-pihak yang terkait dalam tanggungjawab pelaku usaha atas informasi labelmenyesatkan pada kasus air mineral SMS oleh PT Agrimitra Utama Persada.

b. Penelitian kepustakaan *(library research)*

[8]Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurumetri*, Ghalia Indonesia,Jakarta, 1998, hlm. 35.

Penelitian kepustakaan ialah penelitian yang dilakukan dengan mengkaji persoalan yang sesuai dengan topik penelitian yang bersumber dari buku-buku, dokumen, karangan ilmiah, peraturan perundang-undangan dan peraturan terkait guna tercapainya tujuan peneliti.

4. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang akan diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dilapangan yaitu di Kantor Polisi Daerah (Polda) Sumbar dan Dinas Perdagangan dan Perindustrian (Disperindag) Padang.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari sumbernya (objek penelitian), tetapi melalui sumber lain.[9]Data yang dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan yang bersumber dari buku-buku, dokumen resmi, hasil penelitian dan sebagainya yang berkaitan dengan topik penelitian. Yang terdiri dari :

1) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang mempunyai otoritas (*autoritatif).* [10] Dalam artian bahan hukumnya bersifat mengikat dan berkaitan langsung dengan objek penelitian yang dibuat oleh pemerintah. Bahan hukum tersebut terdiri atas :

[9]Suteksi dan Galang Taufani, *Metode Penelitian Hukum,* PT RajaGrafindo Persada, Depok, 2018, hlm 215.

[10]*Ibid.,* hlm. 47.

a) Peraturan Dasar yaitu Undang – Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945;

b) Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;

c) Undang – Undang Nomor 18 tahun 2012 Tentang Pangan dan Iklan Pangan;

d) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;

e) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah semua publikasi tentang hukum yang merupakan dokumen yang tidak resmi. Publikasi tersebut terdiri atas : [11]

a) Buku-buku teks yang membicarakan suatu dan/atau beberapa permasalahan hukum, termasuk skripsi, tesis, dan disertasi hukum;

b) Kamus-kamus hukum; dan

c) Jurnal-jurnal hukum.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yakni bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. [12]

5. Metode Pengumpulan Data

a. Studi kepustakaan (*Library Reseach*)

[11] *Ibid*, hlm. 54.

[12] Amirudin dan Zainal asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 32.

Yaitu dengan mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan objek penelitian mengenai perlindungan konsumen yang bersumber dari buku-buku, karya ilmiah, undang-undang, maupun peraturan lainnya.

b. Wawancara

Penelitian dilakukan dengan wawancara kepada responden menggunakan jenis Wawancara Semi Terstruktur. Artinya wawancara yang dilakukan lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur, yangmana peneliti mengajukan pertanyaan berdasarkan diskusi dengan narasumber. Tujuannya untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka.

6. Alat Pengumpul Data

Dalam pengumpulan data, digunakan alat sebagai berikut :

a. Dalam penelitian kepustakaan, alat yang digunakan dalam mengumpulkan data berupa, inventaris bahan – bahan hukum (primer, sekunder, tersier), catatan, alat tulis, maupun media elektronik seperti laptop untuk mengetik bahan yang diperoleh.

b. Dalam penelitian lapangan, digunakan alat berupa susunan pertanyaan, alat tulis untuk mencatat pokok-pokok jawaban dari wawancara, serta alat elektronik berupa perekam untuk merekam kegiatan wawancara.

7. Pengolahan dan Analisis data

a. Pengolahan Data

Pengolahan data diperlukan sebagai pedoman untuk melakukan analsis. Pengolahan data tersebut dilakukan dengan cara *editing,* yaitu

dengan meneliti dan memeriksa kembali data yang telah diperoleh untuk mengetahui apakah data yang terkumpul sudah relevan dan cukup baik untuk proses berikutnya.

b. Analisis Data

Setelah data diperoleh oleh penulis baik itu data primer maupun sekunder, kemudian diolah dan dianalisis sehingga akan tersusun secara sistematik sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat. Analisis dilakukan dengan cara yuridis kualitatif, artinya pembahasan masalah dilakukan dengan analisis tanpa angka (non statistik) atau penyusunan secara kulitatif dimana berpatokan berdasarkan asas, norma, peraturan perundang-undangan, dan termasuk data yang didapat oleh penulis dilapangan.