

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Setelah dilakukan kajian dan penelitian sesuai dengan rumusan masalah yang dibuat, maka penulis dapat menyimpulkan hasilnya sebagai berikut .:

1. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha informasi label pangan yang menyesatkan pada kasus air mineral SMS oleh PT Agrimtra Utama Persada.

Tidak ada tanggung jawab berupa ganti rugi pelaku usaha terhadap konsumen maupun pihak lain yang dirugikan dalam hal informasi label pangan yang bersifat menyesatkan. Karena tidak ada gugatan perdata yang dilakukan oleh konsumen. Padahal dalam Pasal 1365 telah diatur bahwa tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut. Sedangkan sanksi yang telah dilaksanakan oleh pelaku usaha adalah :

- a. Sanksi administratif berupa penghentian sementara produksi maupun pendistribusian Air Mineral SMS.
- b. Penghapusan label pada kemasan “SMS air minum berasal dari mata air pegunungan singgalang”..

2. Upaya pengawasan terhadap label pangan.

Sistem pengawasan obat dan makanan yang dilakukan BPOM adalah Pre market dan Post market berupa :

- a. Standardisasi, dilakukan untuk menghindari perbedaan standart.

- b. Penilaian (pre-market evaluation), dilakukan sebelum memperoleh nomor izin edar dilakukan agar produk yang memiliki izin edar berlaku secara nasional.
- c. Pengawasan setelah beredar (post-market control) untuk melihat konsistensi mutu produk, keamanan dan informasi produk.
- d. Pengujian laboratorium
- e. Penegakan hukum di bidang pengawasan Obat dan Makanan.

Pengawasan yang dilakukan BBPOM Padang terhadap kasus AMDK SMS ini adalah berupa penegakan hukum dibidang pengawasan Obat dan Makanan dengan memberi sanksi administratif berupa surat peringatan dan perintah agar pihak pelaku usaha yaitu PT Agrimitra Utama Persada tidak lagi mencantumkan label *SMS air minum berasal dari mata airpegunungan singgalang*.

## **B. SARAN**

1. Rendahnya pengetahuan konsumen mengenai hak-haknya sehingga konsumen kerap kali dijadikan sebagai ajang aktivitas bisnis oleh pelaku usaha untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya. Maka diharapkan kepada BPOM, Disperindag, Yayasan-yayasan dan Organisasi Perlindungan Konsumen serta pihak-pihak yang terkait untuk dapat terus melakukan sosialisai maupun penyuluhan dan kegiatan lainnya yang menyangkut tentang perlindungan konsumen, sehingga dapat menumbuhkan kesadaran kepada masyarakat sebagai konsumen akan pentingnya hak-hak maupun kewajiban konsumen.

2. Dengan ada kasus ini, kedepannya pihak BPOM dapat memaksimalkan pengawasan terhadap produksi maupun peredaran produk dan memberikan sanksi yang tegas kepada pelaku usaha yang berbuat curang. Sehingga menimbulkan efek jera kepada pelaku usaha tersebut.
3. Pengawasan bukan hanya tugas pemerintah, namun tugas seluruh masyarakat terutama konsumen yang memakai maupun mengkonsumsi produk. Untuk itu kepada konsumen, khususnya konsumen produk makanan agar lebih teliti dan hati-hati dalam memilih produk makanan dan sebaiknya harus membaca informasi pada produk terlebih dahulu agar terhindar dari kerugian fisik maupun materi. Selanjutnya, untuk pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur. .

