

HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN



ZULHAM, S.Hi., M.HUM.

HUKUM
PERLINDUNGAN
KONSUMEN

Sanksi Pelanggaran Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang HAK CIPTA, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1987 jo. Undang-Undang No. 12 Tahun 1997, bahwa:

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau menyebarkan suatu ciptaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,- (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,- (lima miliar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).

HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Zulham, S.Hi., M.Hum.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Edisi Pertama

Copyright © 2013

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

ISBN 978-602-9413-71-7 343. 071 026 3

15 x 23 cm

xvi, 356 hlm

Cetakan ke-1, Februari 2013

Kencana. 2013.0408

Penulis

Zulham, S.Hi., M.Hum.

Desain Cover

tambra23@yahoo.com

Penata Letak

Suwito

Percetakan

Kharisma Putra Utama

Penerbit

K E N C A N A

PRENADA MEDIA GROUP

Jl. Tandra Raya No. 23 Rawamangun - Jakarta 13220

Telp: (021) 478-64657 Faks: (021) 475-4134

e-mail: pmg@prenadamedia.com

www.prenadamedia.com

INDONESIA

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apa pun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotokopi, tanpa izin sah dari penerbit.

SAMBUTAN

MENTERI AGAMA REPUBLIK INDONESIA

Semakin tinggi kualitas demokrasi suatu bangsa, maka semakin tinggi pula tingkat kebutuhan masyarakat terhadap hukum. Satu pilar demokrasi adalah adanya persamaan derajat setiap orang di hadapan hukum (*equality before the law*) tanpa adanya diskriminasi. Karena itu pula, lemahnya peran hukum (*legal substance, legal structure, dan legal culture*) akan memengaruhi proses demokratisasi pada suatu negara. Hal ini tentu sangat berkaitan dengan tujuan hukum sebagai sarana untuk menciptakan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum. Demikian pula halnya dengan lalu lintas bisnis dan ekonomi yang membutuhkan pengaturan dan hukum demi tercapainya demokrasi ekonomi di Indonesia.

Istilah “hukum ekonomi” (*wirthaftrecht, economic law, droit economique*) dan “hukum bisnis” (*business law*) substansinya sudah dikenal bahkan sebelum zaman penjajahan, bersamaan dengan dibukanya kegiatan perdagangan di Bumi Nusantara. Pada zaman penjajahan, substansi hukum ekonomi dan bisnis mengacu pada hukum perdata (*burgerlijk wetboek*) dan hukum dagang (*wetboek van koophandel*). Hingga pada awal 1990-an, beberapa universitas di Indonesia mulai mengajarkan mata kuliah Hukum Ekonomi dan Bisnis.

Demikian juga halnya dengan hukum perlindungan konsumen yang merupakan subbagian dari hukum bisnis dan ekonomi, mulai

dikenal dalam hukum Indonesia sejak disahkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada tanggal 20 April 1999. Iklim politik yang semakin demokratis, ditandai dengan pergantian dari Orde Baru ke Era Reformasi, serta pengakuan negara terhadap hak-hak konsumen yang semakin berkembang, mendorong pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Karena itu pula, lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan respons (baik respons hukum maupun respons politik) terhadap hak-hak konsumen di Indonesia.

Benar memang, perkembangan perekonomian meningkatkan produktivitas industri baik dalam bentuk barang maupun jasa. Namun perkembangan produktivitas tersebut harus memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Karena perlindungan konsumen merupakan konsekuensi dari kemajuan teknologi dan industri yang memiliki hubungan erat dengan globalisasi ekonomi. Maka, perlindungan konsumen sejatinya merupakan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), dengan memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen tentu saja pelaku usaha akan mendapatkan kepercayaan konsumen (masyarakat), yang berujung pada pemetikan keuntungan melalui kepercayaan konsumen tersebut.

Perlindungan terhadap hak-hak konsumen dimulai dari perlindungan terhadap barang dan/jasa yang berkualitas rendah, membahayakan konsumen, hingga pada izin, administrasi, dan sertifikasi produk. Namun masih banyak masyarakat Indonesia yang tidak mengenal hak-haknya sebagai konsumen, sehingga selalu tertipu dengan promosi, iklan, dan reklame produk. Semangat konsumtif masyarakat Indonesia yang berlebihan, akan memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memasarkan produknya dengan cara-cara yang tidak sehat. Pada sisi lain, konsumen Muslim memandang bahwa kegiatan konsumsi selalu berkaitan dengan ibadah, yang berhubungan langsung antara hamba dan Allah SWT. Karena itu pula, konsumen Muslim senantiasa berharap bahwa setiap produk yang dikonsumsi adalah produk halal.

Buku karya Zulham ini merupakan penuangan pengalaman dirinya sebagai dosen pengampu mata kuliah Hukum Perlindungan Konsumen di IAIN Sumatera Utara, disertai dengan analisis yang cukup mendalam. Secara umum apa yang ditulis oleh Zulham ini juga merupakan keresahan konsumen di Indonesia. Keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli produk sering kali ditetapkan bukan berdasarkan kebutuhan rasional, namun selalu dipengaruhi oleh promosi produk.

Pada awal tulisannya, Zulham langsung menggebrak dengan kegelisahannya terhadap hubungan antara konsumen dan produsen. Melalui buku ini Zulham mendeskripsikan pola hubungan simbiosis mutualisme antara konsumen dan produsen. Saya mencatat beberapa pokok pemikiran dan inti sari dari buku: *Pertama*, penulis melakukan penjelajahan historis terhadap perlindungan konsumen baik dalam Islam, Barat maupun di Indonesia. *Kedua*, penulis berusaha mendeskripsikan hak dan kewajiban konsumen dengan pendekatan hukum Islam. *Ketiga*, penulis mengemukakan dinamika prinsip pertanggungjawaban dalam perlindungan konsumen, penulis berkeinginan terjadinya harmonisasi antara produsen dan konsumen. *Keempat*, penulis juga mendeskripsikan urgensi sertifikasi halal baik bagi produsen maupun konsumen. Di akhir tulisannya, Zulham menutup dengan tegas melalui sebuah pertanyaan *kenapa kita membutuhkan hukum perlindungan konsumen?* Pertanyaan ini cukup mendalam bagi kita masyarakat Indonesia sebagai konsumen.

Buku yang ditulis Zulham ini adalah buku ajar *Seri Kuliah Hukum Perlindungan Konsumen*, ditulis sesuai dengan Silabus Mata Kuliah Hukum Perlindungan Konsumen di Perguruan Tinggi. Buku ini juga dilengkapi dengan sasaran pengajaran, kesimpulan, soal diskusi, dan peraturan perundang-undangan terkait dengan perlindungan konsumen. Saya meyakini, buku ini penting dibaca oleh para akademisi, dosen, mahasiswa, praktisi hukum, pelaku usaha, hingga konsumen. Saya juga berkeyakinan buku ini dapat memberikan sumbangan bagi perlindungan konsumen dan khazanah intelektual di Indonesia. Akhirnya saya mengucapkan selamat kepada Zulham

HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

atas terbitnya buku ini, semoga menjadi amal jariah serta bermanfaat bagi kemajuan bangsa dan negara.

Jakarta, Januari 2012

Menteri Agama Republik Indonesia

Drs. H. Suryadharna Ali, M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, dengan sifat rahman dan rahim-Nya telah memberikan kurang dari setetes ilmu pengetahuan kepada manusia yang harus dipertanggungjawabkan. Atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan buku ini. Selawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai Rasulullah yang terpilih untuk menghantarkan ajaran-Nya kepada umat manusia guna telah mengubah paradigma umat.

Buku ini awalnya merupakan penuangan pengalaman sebagai dosen pengampu mata kuliah Hukum Bisnis, juga merupakan bentuk keprihatinan penulis terhadap perlindungan konsumen dalam bisnis. Tidak sedikit hak-hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha dalam bisnis, namun tidak sedikit pula konsumen yang tidak mengenal hak-haknya sebagai konsumen. Fenomena yang lebih parah lagi adalah daya tawar dan posisi antara konsumen dan produsen yang tidak seimbang, sehingga konsumen tidak memiliki ruang yang cukup dan kesulitan untuk menentukan membeli atau meninggalkan produk di tengah-tengah variasi barang dan jasa.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan buku ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak yang telah diberikan kepada penulis. Untuk itu penulis mengu-

capkan terima kasih yang setulusnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memerhatikan penulis, semoga Allah memberikan pahala yang setimpal.

Secara khusus, penulis sangat berterima kasih kepada Bapak Drs. H. Suryadharma Ali, M.Si., Menteri Agama Republik Indonesia, di tengah kesibukannya yang begitu padat sebagai pemimpin beliau tetap konsentrasi terhadap aspek-aspek akademik dan berkenan memberikan kata pengantar untuk buku ini. Tentu saja ini merupakan sebuah motivasi dan kebanggaan tersendiri bagi penulis.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Prof. Dr. H. Nur Ahmad Fadhil Lubis, M.A., Rektor Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara (IAIN SU) beserta segenap pimpinan dan pegawai IAIN SU yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melanjutkan studi S-3 di Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution, M.A., Prof. Dr. H. Amiur Nuruddin, M.A., Prof. Dr. H. Bismar Nasution, S.H., M.H. Sentuhan “tangan dingin” mereka banyak menghasilkan alumni yang kuat di bidangnya. Demikian juga kepada Bapak Dr. Saidurrahman, M.Ag. Dekan Fakultas Syari’ah IAIN SU beserta seluruh Pegawai dan Dosen Fakultas Syari’ah yang telah mendorong dan memberi semangat kepada penulis untuk melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada tiga tokoh yang selalu membangun kapasitas intelektual, moral, individual penulis dalam setiap pertemuan, yaitu: Fadly Nurzal, Muhammad Ramadhan, dan Azhari Akmal Tarigan. Terkhusus kepada rekan-rekan ’95; Faisal Hutabarat, Usman Effendi Sitorus, Mursal Harahap, M. Andi Ariansyah, Syawaluddin Effendi, Faisal Amri, Iswandi Maureksa, Abdul Halim Ritonga, Barot Effendi Keliat, Syarbaini Albanjari, Benny Yasnin, Amrizal Hasti, Irham Fauzah, serta rekan-rekan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Kepada adik-adik yang berada di “lapangan tengah” harus tetap semangat dan terima kasih atas dukungannya selama ini, semoga buku ini bermanfaat.



Salam hormat penulis kepada seluruh guru, dosen, dan teman-teman yang pernah memberikan pendidikan dan pengajaran baik langsung maupun tidak langsung di SD Negeri I Bohorok, MIN Bohorok, Pesantren Darularafah, IAIN Sumatera Utara, Universitas Sumatera Utara, dan Universitas Indonesia, serta dalam pendidikan nonformal lainnya. Demikian juga kepada saudara-saudaraku di HMI Komisariat Fakultas Syari'ah IAIN SU, MAPASTA IAIN SU, Forum Indonesia Muda, Pusat Kajian Konstitusi dan HAM IAIN SU, PW GMPI SU, Lembaga Baca Tulis (eLBeTe), dan IKAPDA yang turut membentuk dan membangun karakter penulis.

Salam hormat dan ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis haturkan kepada kedua orang tua penulis, Abdul Khalik (Abak) dan Tengku Zauniah (Encik) yang terus-menerus mendoakan anaknya agar kreatif dan berkarya, jasa mereka dalam mendorong semangat penulis hingga akhirnya menyelesaikan karya ini, tidak akan pernah terbayar. Salam hormat juga penulis haturkan untuk kedua mertua Drs. H. M. Ali Tansaran (alm.) dan Hj. Maryam yang telah banyak berjasa, berbaik hati dan menyita waktu mereka dalam membelai cucu-cucu mereka. Kepada saudaraku yang baik hati Ery Armaya, SP, Ega Kumala, S.H., M.Kn., dan Alfan Affandi, S.Sos., kebersamaan kami ternyata membentuk keluarga yang saling peduli.

Salam hangat penulis sampaikan kepada Noor Azizah, S.H. M.Hum., istri tercinta yang selalu tabah mendampingi penulis pada setiap aktivitas, semoga cepat menyelesaikan studi di Program S-3 Ilmu Hukum USU. Serta salam sayang penulis sampaikan kepada Ananda Akhtar Hamzah dan Chalisha Hamzah, dengan penuh rindu selalu menanti ayah pulang, semoga buku ini memotivasi mereka berdua untuk selalu berkarya. Begitu juga dengan para keponakan penulis, Fairuz Azka, Safiq Pangestu, Agung Affandi, M. Fauzi, dan Anju.

Untuk seluruh pihak yang telah membantu penulis baik morel maupun materiel yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, saya ucapkan terima kasih, semoga Allah membalas segala kebaikannya.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Akhirnya, penulis berharap buku ini bermanfaat baik bagi para akademisi maupun praktisi.

Medan, Januari 2012

Zulham

DAFTAR ISI

KATA SAMBUTAN MENTERI AGAMA REPUBLIK INDONESIA.....	v
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
BAB 2 KONSUMEN DAN HUKUM PERLINDUNGAN	
KONSUMEN.....	13
A. Sasaran Pengajaran.....	13
B. Konsumen.....	13
C. Hukum Perlindungan Konsumen.....	21
D. Rangkuman.....	26
E. Soal Diskusi.....	26
BAB 3 SEJARAH PERLINDUNGAN KONSUMEN	27
A. Sasaran Pengajaran.....	27
B. Sejarah Perlindungan Konsumen di Barat.....	27
C. Sejarah Perlindungan Konsumen di Indonesia	32
D. Sejarah Perlindungan Konsumen dalam Islam	37
E. Rangkuman.....	44

HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

F. Soal Diskusi.....	46
BAB 4 HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN	47
A. Sasaran Pengajaran	47
B. Hak-hak Konsumen Perspektif Internasional	47
C. Hak dan Kewajiban Konsumen Prespektif UUPK	50
D. Hak-hak Konsumen Perspektif Islam	58
E. Rangkuman	63
F. Soal Diskusi	64
BAB 5 KLAUSULA BAKU	65
A. Sasaran Pengajaran	65
B. Pengertian Klausula Baku	65
C. Aspek Kontrak Bisnis dalam Klausula Baku	68
D. Pengaturan Pencantuman Klausula Baku	74
E. Rangkuman.....	79
F. Soal Diskusi.....	81
BAB 6 PRINSIP-PRINSIP PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	83
A. Sasaran Pengajaran	83
B. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/ Kesalahan (Negligence)	83
C. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Wanprestasi (Breach of Warranty)	92
D. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (Strict Product Liability).....	95
E. Rangkuman	104
F. Soal Diskusi	107
BAB 7 SERTIFIKASI HALAL	109
A. Sasaran Pengajaran.....	109
B. Produk Halal	109

C. Sertifikasi Halal	112
D. Pengawasan Penggunaan Sertifikat Halal	122
E. Rangkuman	130
F. Soal Diskusi	131
BAB 8 BADAN DAN LEMBAGA PERLINDUNGAN	
KONSUMEN	133
<hr/>	
A. Sasaran Pengajaran	134
B. Badan Perlindungan Konsumen Nasional	134
C. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat	138
D. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen	140
E. Rangkuman	148
F. Soal Diskusi	150
BAB 9 PENUTUP	151
<hr/>	
GLOSARIUM	155
DAFTAR PUSTAKA.....	163
LAMPIRAN.....	171
INDEKS.....	349
TENTANG PENULIS.....	355

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang pesat, telah menghasilkan beragam jenis dan variasi barang dan/atau jasa. Dengan dukungan teknologi dan informasi, perluasan ruang, gerak dan arus transaksi barang dan/atau jasa telah melintasi batas-batas wilayah negara, konsumen pada akhirnya dihadapkan pada berbagai pilihan jenis barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif.

Kondisi seperti ini, pada satu sisi menguntungkan konsumen, karena kebutuhan terhadap barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi dengan beragam pilihan. Namun pada sisi lain, fenomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen menjadi tidak seimbang, di mana konsumen berada pada posisi yang lemah. Karena konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang besarnya melalui kiat promosi dan cara penjualan yang merugikan konsumen.¹

Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi produsen jelas sangat merugikan kepentingan rakyat. Pada umumnya produsen berlindung di balik *standard contract* atau perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak, yakni antara konsumen dan produsen, ataupun melalui informasi semu yang diberikan oleh pro-

¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2003), h. 12.

dusen kepada konsumen. Hal tersebut bukan menjadi gejala regional saja, tetapi sudah menjadi persoalan global yang melanda seluruh konsumen di dunia. Timbulnya kesadaran konsumen ini telah melahirkan satu cabang baru ilmu hukum, yaitu hukum perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan konsekuensi dan bagian dari kemajuan teknologi dan industri. Kemajuan teknologi dan industri tersebut ternyata telah memperkuat perbedaan antara pola hidup masyarakat tradisional dan masyarakat modern. Masyarakat tradisional dalam memproduksi barang-barang kebutuhan konsumen secara sederhana, dan hubungan antara konsumen dan masyarakat tradisional relatif masih sederhana, di mana konsumen dan produsen dapat bertatap muka secara langsung. Adapun masyarakat modern memproduksi barang-barang kebutuhan konsumen secara massal, sehingga menciptakan konsumen secara massal pula (*mass consumer consumption*). Akhirnya hubungan antara konsumen dan produsen menjadi rumit, di mana konsumen tidak mengenal siapa produsennya, demikian pula sebaliknya, bahkan produsen tersebut berada di negara lain.²

Karena itu pula, perlindungan konsumen memiliki hubungan yang erat dengan globalisasi ekonomi.³ Globalisasi ekonomi membawa konsekuensi bahwa semua barang dan/atau jasa yang berasal dari negara lain dapat masuk ke Indonesia.⁴ Untuk itu, perlindungan konsumen tidak saja terhadap barang-barang yang berkualitas rendah, namun juga terhadap barang-barang yang dapat membahaya-

² Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), h. 2-3.

³ Istilah globalisasi dan modernisasi mulai populer sejak revolusi industri di Inggris yang berlangsung pada tahun 1760-1830, dan revolusi politik di Perancis pada tahun 1789-1794. Jika dilihat dari sejarahnya, globalisasi dan modernisasi merupakan perubahan sosial yang membawa kemajuan dalam bidang ekonomi, teknologi, dan politik. Lihat dalam Basrowi, *Pengantar Sosiologi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), h. 170.

⁴ Mulai 1 Januari 1995, World Trade Organization (WTO) telah resmi menggantikan dan melanjutkan General Agreement of Tariffs and Trade (GATT). WTO merupakan organisasi antar negara yang mengawasi perdagangan barang dan/atau jasa di dunia.



kan konsumen.⁵ Sehingga keputusan konsumen untuk membeli suatu barang dan/atau jasa, atau tidak membeli sama sekali merupakan respons konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang tersedia.

Sesungguhnya setiap perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*),⁶ yaitu kepedulian dan komitmen moral perusahaan terhadap kepentingan masyarakat, terlepas dari kalkulasi untung dan rugi perusahaan. Tanggung jawab tersebut yakni tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan bagi lingkungan dan masyarakat.⁷ Seperti halnya terhadap perlindungan lingkungan hidup⁸ dan perlindungan tenaga kerja,⁹ perusahaan juga

⁵ Erman Rajagukguk, *Agenda Pembaruan Hukum Ekonomi di Indonesia Menyongsong Abad XXI*, dalam Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 4.

⁶ Istilah *corporate social responsibility* diartikan sebagai nilai, standar dan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan meningkatkan kualitas hidup *stakeholder*. Lihat dalam Arif Budiman, *Corporate Social Responsibility, Jawaban bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*, (Jakarta: ICSD, 2002), h. 20. Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan; tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

⁷ Murti Sumarni dan Jhon Suprihanto, *Pengantar Bisnis, Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta: Liberty, 1987), h. 21.

⁸ Pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya terpadu untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup yang meliputi kebijaksanaan penataan, pemanfaatan, pengembangan, pemeliharaan, pemulihan, pengawasan, dan pengendalian lingkungan hidup. Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Perusahaan yang mencemarkan lingkungan hidup dapat ditutup oleh pemerintah atau menghadapi gugatan ganti rugi dari masyarakat luas, hal ini tentu saja merugikan pihak pelaku usaha. Prinsip tanggung jawab mutlak terhadap pencemaran lingkungan hidup adalah langkah preventif untuk melindungi lingkungan hidup dari pencemaran lingkungan hidup. Lihat Pasal 35 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

⁹ Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Perlindungan tenaga kerja dan jaminan kesejahteraan tenaga kerja yang harmonis akan meningkatkan efisiensi perusahaan, sekaligus meningkatkan produktivitas perusahaan. Namun jika, kesejahteraan tenaga kerja tidak terjaga, akan menimbulkan efek negatif bagi perusahaan, karena tenaga kerja dapat saja akan melakukan

harus bertanggung jawab terhadap perlindungan konsumennya.¹⁰

Pada hakikatnya, tanggung jawab sosial perusahaan terhadap konsumen merupakan kepentingan perusahaan itu sendiri guna merebut kepercayaan publik yang kemudian bergerak ke arah pemetaan hasil dari kepercayaan publik tersebut.¹¹ Pengaturan perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan ataupun melemahkan usaha dan aktivitas pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, sebab perlindungan konsumen diharapkan mampu mendorong iklim dan persaingan usaha yang sehat. Dengan demikian, diharapkan dapat melahirkan perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan sehat melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

Hubungan hukum antara produsen dan konsumen memiliki tingkat ketergantungan yang cukup tinggi.¹² Hubungan hukum antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan telah terjadi sejak proses produksi, distribusi, pemasaran, dan penawaran.¹³ Hubungan hukum antara konsumen dan produsen telah mengalami perubahan konstruksi hukum, yakni hubungan yang semula dibangun atas prinsip *caveat emptor*¹⁴ berubah menjadi *caveat venditor*.¹⁵ Karena keber-

pemogokan kerja yang berlanjut dengan demonstrasi untuk menuntut kesejahteraan mereka. Bismar Nasution, *Keterbukaan dalam Pasar Modal*, (Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2001), h. 120.

¹⁰ *Ibid.*, h. 23. Bismar Nasution, *Hukum Pasar Modal, Good Corporate Governance, Perlindungan Lingkungan Hidup, dan Insider Trading*, (Medan, Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2002), h. 19. Bismar Nasution, *Op. cit.*, h. 107.

¹¹ Arif Budiman, *Op. cit.*, h. 15.

¹² Sudaryatmo, *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta, 1996), h. 23.

¹³ Basu Swastia, *Manajemen Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1997), h. 25.

¹⁴ *Let the buyer beware*; bahwa pembeli menanggung risiko atas kondisi produk yang dibelinya, maka pembeli yang tidak ingin mengalami risiko harus berhati-hati sebelum membeli suatu produk. Doktrin *caveat emptor* mengharuskan si pembeli berhati-hati. Hal ini memberikan penekanan terhadap ketentuan bahwa pembeli agar peduli dan sadar bahwa ia sedang membeli haknya orang lain. Maka pembeli harus berhati-hati tentang keadaannya ketika ia membeli hak orang lain. Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, (St. Paul, Minnesota: West Publishing, 2004), Eight Edition, h. 236.

¹⁵ *Let the seller beware*; adalah kebalikan dari *let the buyer beware*, yang berarti pihak penjual harus berhati-hati dalam memasarkan produknya, karena jika terjadi sesuatu hal terhadap konsumen yang tidak dikehendaki atas produk tersebut, maka yang bertanggung jawab adalah penjual. *Ibid.*, h. 236.

pihakan kepada konsumen sesungguhnya merupakan wujud nyata dari ekonomi kerakyatan.¹⁶

Di Barat, perlindungan konsumen semakin mendapat pengakuan yang kuat pasca John F. Kennedy menyampaikan *consumer message* di hadapan Kongres Amerika Serikat pada tahun 1962.¹⁷ Pidato John F. Kennedy ini menjadi inspirasi bagi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), yang dengan suara bulat Majelis Umum PBB menerbitkan Resolusi PBB Nomor A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 tentang *the Guidelines for Consumer Protection*.¹⁸ Sementara itu, Masyarakat Ekonomi Eropa merumuskan hak-hak konsumen dalam lima hak dasar.¹⁹

¹⁶ Suatu sistem ekonomi per satu produksi dikerjakan oleh semua, untuk semua, serta dibawah kepemilikan anggota-anggota masyarakat. Jadi salah satu pilar demokrasi ekonomi adalah keikutseretaan masyarakat dalam kegiatan produksi. Lihat dalam Dj. A. Simarmata, *Reformasi Ekonomi Menurut Undang-Undang Dasar 1945, Kajian Ringkas dan Interpretasi Teoritis*, (Jakarta, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, 1998), h. 118. Lihat juga Yusuf Sofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003), h. 2. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 ayat (1) menyebutkan "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan." ayat (4) menyebutkan "Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional."

¹⁷ Hak-hak konsumen yang dipesankan oleh Kennedy pada kongres menjadi Undang-Undang Hak Konsumen Amerika Serikat, yang terdiri dari hak untuk keselamatan (*the right to safety*), hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*), dan hak untuk didengar (*the right to be heard*). Vernon A. Musselman dan Jhon H. Jackson, *Introduction to Modern Business*, diterjemahkan Kusma Wiriadisastra, (Jakarta: Erlangga, 1992), h. 294-295. Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 7. Bismar Nasution, *Op. cit.* h. 121. Mariam Darus Badrul Zaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung: Alumni, 1981), h. 5.

¹⁸ Hak-hak konsumen menurut resolusi tersebut adalah: (1) *The protection of consumers from hazards to their health and safety*; (2) *the promotion and protection of the economic interests of consumers*; (3) *access of consumers to adequate information to enable them to make informed choices according to individual wishes and needs*; (4) *consumer education, including education on the environmental, social and economic impacts of consumer choice*; (5) *availability of effective consumer redress*; (6) *freedom to form consumer and other relevant groups or organizations and the opportunity of such organizations to present their views in decision-making processes affecting them*.

¹⁹ Hak-hak tersebut adalah: (1) *the right to protection of health and safety*; (2) *the right to protection of economic interest*; (3) *the right of redress*; (4) *the right to informa-*

Di Indonesia, untuk melindungi kepentingan konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan pengaturan hak-hak konsumen melalui undang-undang. Pembentukan undang-undang tersebut merupakan bagian dari implementasi sebagai negara kesejahteraan, karena Undang-Undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut sebagai konstitusi ekonomi yang mengandung ide negara kesejahteraan.

Beberapa argumentasi tentang pentingnya intervensi pemerintah terkait dengan perlindungan konsumen, yakni: *Pertama*, dalam masyarakat modern, produsen menawarkan berbagai jenis produk yang diproduksi secara massal (*mass production and consumption*). *Kedua*, hasil produksi dengan cara massal dan teknologi canggih, potensial bagi munculnya risiko produk cacat, tidak memenuhi standar (*substandard*), dan bahkan berbahaya (*hazardous product*) yang merugikan konsumen. *Ketiga*, hubungan antara konsumen dan produsen berada pada posisi yang tidak seimbang. *Keempat*, persaingan yang sempurna (*perfect competition*) sebagai pendukung *consumer sovereignty theory* dalam praktiknya jarang terjadi.²⁰

Intervensi pemerintah sangat dibutuhkan dalam pembangunan ekonomi,²¹ untuk menetapkan dan menegakkan peraturan perundang-undangan dalam bidang ekonomi, termasuk pengaturan konsumen. Namun jika tidak ada intervensi pemerintah dalam bidang ekonomi, maka hal ini dapat menimbulkan distorsi ekonomi.²² Pandangan ini berpendapat bahwa ekonomi hanya berfungsi bila ada kerangka hukum yang melandasinya.²³

Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlin-

tion and education; and (5) the right to representation (the right to be heard).

²⁰ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 30.

²¹ Bismar Nasution, *Mengkaji Ulang Hukum sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2004), h. 4.

²² Bandingkan dengan Didik J. Rachbini, *Ekonomi Politik, Paradigma, dan Teori Pilihan Publik*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), h. 106.

²³ A. Sony Keraf, *Pasar Bebas, Keadilan dan Peranan Pemerintah*, (Jakarta: Kanisius, 1996), h. 186.



dungan Konsumen, Pemerintah Indonesia mengatur hak-hak konsumen yang harus dilindungi. Undang-Undang Perlindungan Konsumen bukanlah anti terhadap produsen, namun sebaliknya malah merupakan apresiasi terhadap hak-hak konsumen secara universal.²⁴

Karena sesungguhnya perlindungan konsumen adalah bagian dari perlindungan hak asasi manusia (HAM).²⁵ Bahwa ruang lingkup konsep HAM tidak hanya dalam konteks hubungan antara rakyat dan negara, namun lebih luas lagi HAM perspektif hubungan antar-masyarakat, yakni hubungan antara produsen dan konsumen. Dalam hal ini, produsen mengakui eksistensi konsumen sebagai manusia dan makhluk ciptaan Allah SWT yang memiliki hak-hak universal dan patut memperoleh apresiasi secara positif.²⁶

Dalam Islam, pengaturan tentang konsumen mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Setiap pergerakannya dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa adalah manifestasi zikir atas nama Allah. Batasan-batasan yang diberikan Islam kepada konsumen untuk tidak mengonsumsi barang dan/atau jasa yang haram, agar konsumen selamat baik di dunia maupun di akhirat.

Konsumen dalam ekonomi Islam tidak semata-mata hanya untuk mengonsumsi kebendaan yang didasarkan pada rasionalisme semata, tetapi juga konsumen untuk kerohanian,²⁷ sosial, dan ling-

²⁴ Yusuf Sofie, *Op. cit.*, h. 14. Perkembangan aktivitas ekonomi tanpa kendali hukum yang memadai, mendorong tampilnya berbagai bentuk tindak pidana atau kejahatan korporasi. Yusuf Sofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002), h. 12.

²⁵ HAM adalah seperangkat hak yang melekat pada hakikat dan keberadaan manusia sebagai makhluk Tuhan dan merupakan anugerah-Nya yang wajib dihormati, dijunjung tinggi dan dilindungi oleh negara, hukum dan pemerintah, dan setiap orang demi kehormatan serta perlindungan harkat dan martabat manusia. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.

²⁶ HAM merupakan hak yang melekat dalam diri manusia yang keberadaannya tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Meskipun kemunculan HAM adalah sebagai respons dan reaksi atas tindakan yang mengancam kehidupan manusia, namun HAM pada hakikatnya telah ada ketika manusia ada di muka Bumi. Majda El Muhtaj, *Hak Asasi Manusia dalam Konstitusi Indonesia*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), h. 6.

²⁷ Rasionalisme dalam Islam tidak hanya didasarkan pada dorongan akal, tetapi juga pada nilai-nilai keilahian yang akan memudahkan konsumen untuk mencari dan



kungan.²⁸ Allah SWT memerintahkan kepada umatnya, dalam hal ini konsumen, untuk mengonsumsi makanan yang baik, halal dan bermanfaat bagi manusia,²⁹ juga memanfaatkan segala anugerah-Nya³⁰ sebagai wujud ketaatan kepada-Nya.³¹

Produk haram dengan label halal yang beredar di masyarakat³² akan mempunyai dampak negatif, tidak hanya berpengaruh pada perusahaan itu sendiri, tetapi juga bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat dan bangsa pada umumnya. Bagi seorang Muslim, makanan dan minuman erat sekali kaitannya dengan ibadah. Dikatakan berpengaruh kepada perusahaan, karena akan menimbulkan ketidakpercayaan publik terhadap produk perusahaan tersebut. Hilangnya kepercayaan publik akan menurunkan daya beli masyarakat terhadap produk perusahaan, yang secara bersamaan akan menurunkan daya produktivitas perusahaan tersebut.

Misalnya kasus Ajinomoto pada tahun 2001, berawal dari pengumuman Majelis Ulama Indonesia (MUI) bahwa ada unsur enzim babi dalam Ajinomoto. Selanjutnya MUI meminta masyarakat untuk sementara tidak mengonsumsi Ajinomoto. Di samping itu, PT Ajinomoto Indonesia menarik produknya dari pasaran di seluruh Indonesia, yang jumlahnya diperkirakan mencapai 2.000 hingga 3.000 ton. Tersiarnya berita kasus Ajinomoto tersebut, telah membuat harga saham Ajinomoto Co. Inc. merosot di Jepang. Penurunan harga saham tersebut akibat kekhawatiran terhadap masalah yang menimpa

mendapatkan kebenaran tentang produk yang dapat dikonsumsi. Azhari Akmal Tarigan, dkk., *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Bandung: Citapustaka, 2006), h. 279.

²⁸ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), h. 16.

²⁹ QS. *al-Baqarah* (2): 172; QS. *al-Maidah* (5): 4-5; QS. *an-Nahl* (16): 114; QS. *al-Mu-minuun* (23): 51.

³⁰ QS. *al-A'raaf* (7): 32.

³¹ QS. *al-Baqarah* (2): 35; QS. *al-Baqarah* (2): 168.

³² Pada tanggal 1 Juni 2009, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menarik empat merek dendeng daging sapi yang dicampur dengan daging babi dari beberapa *supermarket* di Jakarta dan Bandung. Keempat produk dendeng tersebut ternyata menggunakan label halal secara ilegal. Lihat *KOMPAS* 2 Juni 2009, h. 1.



Ajinomoto di Indonesia menjaral ke negara lainnya.³³

Produsen dalam Islam berkaitan erat dengan pekerjaan, yaitu suatu aktivitas yang dilakukan seseorang dengan mengeluarkan seluruh potensinya untuk mencapai tujuan tertentu. Karena produksi terkait dengan proses memberi nilai tambah bagi manusia, maka produksi yang dilakukan harus berdasarkan amal kebaikan.³⁴ Oleh karena itu, produksi dalam ekonomi Islam tidak sekadar untuk meningkatkan material saja dengan tujuan duniawi, tetapi juga untuk meningkatkan moral sebagai sarana untuk mencapai tujuan ukhrawi.³⁵

Islam tidak mengatur hak-hak konsumen secara berurutan seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun Islam melindungi hak-hak konsumen dari perbuatan curang dan informasi yang menyesatkan,³⁶ serta memberikan hak atas keselamatan dan kesehatan,³⁷ hak untuk memilih,³⁸ hak untuk mendapatkan lingkungan yang sehat,³⁹ hak untuk mendapatkan ad-

³³ *Media Indonesia* 4 Januari 2001, h. 11. *KOMPAS* 6 Januari 2001, h. 1. *Tempo* 21 Januari 2001, h. 14.

³⁴ QS. *at-Taubah* (9): 105.

³⁵ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h. 36.

³⁶ QS. *al-An'aam* (6): 152; QS. *Huud* (11): 85; QS. *asy-Syu'araa'* (26): 181-183; QS. *ar-Rahman* (55): 8-9; dan QS. *al-Muthaffifiin* (83): 1-3.

³⁷ QS. *al-Baqarah* (2): 55, 168, 172; QS. *al-Maidah* (5): 4-5, 88; QS. *al-A'raaf* (7): 157, 160; QS. *an-Nahl* (16): 72, 114; QS. *al-Israa'* (17): 70; QS. *al-Mu'minuun* (23): 51. Secara etimologi, kata *halalan* berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Adapun *thayyib* berarti makanan yang tidak kotor atau rusak dari segi zatnya, atau tercampur benda najis. Ada juga yang mengartikan sebagai makanan yang mengundang selera konsumennya dan tidak membahayakan fisik serta akalanya, dalam Al-Qur'an, kata *halalan* selalu diikuti kata *thayyib*. Aisjah Girindra, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*, (Jakarta: LP POM MUI, 2005), h. 20.

³⁸ "Dua orang penjual dan pembeli saling mempunyai hak *khiyar* (hak melangsungkan transaksi atau tidak) selama keduanya belum berpisah, kecuali dalam *ba'i al-khiyar*". (Hadis *muttafaq'alahi* dengan lafaz Muslim). Lihat dalam Al-Imam Muhammad al-Shan'ani, *Subul al-Salam*, (Mesir: Maktabah Zahran, t.t.), Juz 3, h. 43-44. "Barang siapa yang membeli sesuatu yang belum ia lihat, maka ia mempunyai hak *khiyar* ketika melihat barang tersebut". (HR. Al-Daruquthni dan Abu Hurairah). Lihat Imam Al-Daruquthni, *Sunan*, (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1996), Jilid 2, h. 4.

³⁹ QS. *al-Israa'* (17): 70; QS. *al-Mu'min* (40): 64.



vokasi dan penyelesaian sengketa,⁴⁰ dan hak untuk mendapatkan ganti rugi.⁴¹

Perlindungan konsumen Muslim sangat penting di Indonesia, karena mayoritas konsumen di Indonesia beragama Islam. Maka sudah selayaknya konsumen Muslim tersebut mendapatkan perlindungan atas barang dan/atau jasa sesuai dengan syariat Islam. Pada sisi lain, Pemerintah Indonesia juga dituntut untuk melakukan upaya aktif guna melindungi konsumen Muslim yang merupakan hak warga negara yang beragama Islam di Indonesia.

Namun kerap sekali, konsumen Muslim di Indonesia menjadi korban dari praktik perdagangan yang tidak *fair* (*unfair trade*). Variasi barang dan/atau jasa yang ditawarkan produsen kepada konsumen Muslim ternyata belum sepenuhnya melindungi hak-hak konsumen Muslim. Hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah temuan produk yang menggunakan zat haram, atau bahkan proses dan tujuan produksinya juga haram.

Dalam ekonomi Islam, konsumen dikendalikan oleh lima prinsip dasar, yaitu: prinsip kebenaran, kebersihan, kesederhanaan, kemaslahatan, dan moralitas.⁴²

Prinsip kebenaran, prinsip ini mengatur agar konsumen untuk menggunakan barang dan/atau jasa yang diharamkan oleh Islam, baik dari segi zat, proses produksi, distribusi, hingga tujuan mengonsumsi barang dan/atau jasa tersebut.⁴³ Maka dalam ekonomi Islam barang dan/atau jasa yang halal dari segi zatnya dapat menjadi haram, ketika cara memproduksi dan tujuan mengonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan *syara'*.

Prinsip kebersihan, bahwa konsumen berdasarkan ajaran Islam harus mengonsumsi barang dan/atau jasa yang bersih, baik, tidak

⁴⁰ QS. *al-Baqarah* (2): 188; QS. *an-Nisaa'* (4): 58.

⁴¹ QS. *al-Baqarah* (2): 178; QS. *an-Nisaa'* (4): 30.

⁴² M.A. Mannan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, (Delhi: Idarah-I Adabiyat-I Delli, 1980), h. 80.

⁴³ QS. *al-A'raaf*(7): 157.



kotor atau menjijikkan, serta tidak bercampur dengan najis. Karena barang dan/atau jasa yang haram, kotor, dan bernajis membawa kemudharatan duniawi dan ukhrawi.⁴⁴

Prinsip kesederhanaan, Islam memberikan standarisasi bagi konsumen untuk tidak berlebih-lebihan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, serta mampu mengekang hawa nafsu dari pemborosan dan keinginan yang berlebihan.⁴⁵ Selain itu, Islam juga mengajarkan kepada konsumen untuk menjaga keseimbangan, tidak terlalu kikir dan tidak terlalu berlebihan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.⁴⁶

Prinsip kemaslahatan, bahwa Islam membolehkan konsumen untuk menggunakan barang dan/atau jasa selama barang dan/jasa tersebut memberikan kebaikan serta kesempurnaan dalam mengabdikan diri kepada Allah. Di samping itu, Islam juga membolehkan konsumen untuk mengonsumsi barang dan/atau jasa yang haram jika dalam keadaan tertentu (darurat) atau kondisi terpaksa, selama tidak berlebihan dan tidak melampaui batas.⁴⁷

Prinsip moralitas atau akhlak, seorang Muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum melakukan sesuatu dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah melakukan sesuatu. Islam mengajarkan agar konsumen memenuhi etika, kesopanan, bersyukur, zikir dan pikir, serta mengesampingkan sifat-sifat tercela dalam mengonsumsi barang dan jasa.⁴⁸

⁴⁴ QS. *al-Baqarah* (2): 219; QS. *al-Maidah* (5): 90; QS. *al-An'aam* (6): 145.

⁴⁵ QS. *al-An'aam* (6): 141; QS. *al-A'raaf* (7): 31; QS. *al-Furqaan* (25): 67.

⁴⁶ QS. *al-Furqaan* (25): 67.

⁴⁷ QS. *al-Baqarah* (2): 173; QS. *al-An'aam* (6): 119, 145; QS. *an-Nahl* (16): 115.

⁴⁸ QS. *al-Baqarah* (2): 177; QS. *Ali Imran* (3): 191; QS. *Ibrahim* (14): 7; QS. *Yaasiin* (36): 35; QS. *al-Ihsaan* (76): 8.



KONSUMEN DAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bab 2

A. SASARAN PENGAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, Anda diharapkan mampu untuk:

1. Mendefinisikan pengertian konsumen.
2. Menjelaskan tujuan konsumen dalam Islam.
3. Menguraikan perbedaan batasan-batasan konsumen.
4. Menjelaskan tujuan hukum perlindungan konsumen.

B. KONSUMEN

Praktis sebelum tahun 1999, hukum positif Indonesia belum mengenal istilah konsumen. Kendatipun demikian, hukum positif Indonesia berusaha untuk menggunakan beberapa istilah yang pengertiannya berkaitan dengan konsumen. Variasi penggunaan istilah yang berkaitan dengan konsumen tersebut mengacu kepada perlindungan konsumen, namun belum memiliki ketegasan dan kepastian hukum tentang hak-hak konsumen.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Barang, dalam pertimbangannya menyebutkan “kesehatan dan keselamatan rakyat, mutu dan susunan (komposisi) barang”. Penjelasan undang-undang ini menyebutkan variasi barang dagangan yang bermutu kurang

baik atau tidak baik dapat membahayakan dan merugikan kesehatan rakyat. Maka perlu adanya pengaturan tentang mutu maupun susunan bahan serta pembungkusan barang-barang dagangan.¹

Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, secara tegas menyebutkan dengan istilah “pengguna jasa” (Pasal 1 Angka 10) sebagai konsumen jasa, yang diartikan sebagai setiap orang dan/atau badan hukum yang menggunakan jasa angkutan, baik angkutan orang maupun barang.²

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan, menggunakan istilah “setiap orang” untuk pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat jasa kesehatan dalam konteks konsumen, hal ini disebutkan dalam Pasal 1 Angka 1, Pasal 3,4,5 dan Pasal 46. Istilah “masyarakat” juga digunakan dalam undang-undang ini dengan asumsi sebagai konsumen, hal ini termaktub dalam Pasal 9, 10, dan Pasal 21.³

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan beberapa istilah yang berkaitan dengan konsumen, yaitu; pembeli, penyewa, penerima hibah, peminjam, dan sebagainya. Adapun dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang ditemukan istilah tertanggung dan penumpang.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat⁴ telah mengenal istilah

¹ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1961 tentang Barang Menjadi Undang-undang.

² Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.

³ Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan.

⁴ Substansi undang-undang ini mengatur tentang larangan melakukan praktik monopoli serta beberapa bentuk perbuatan persaingan usaha tidak sehat di antara pelaku usaha yang didefinisikan dengan praktik monopoli, monopsoni, kartel, oligopoli, oligopsoni, persekongkolan maupun mengeksploitasi posisi dominan, serta penguasaan pasar melalui merger, akuisisi, dan penggabungan. Undang-undang juga mengatur substansi tentang berbagai perjanjian di antara pelaku usaha dengan pesaingnya yang dikategorikan kolusif dengan maksud mendistorsi pasar dan mengatur tentang fungsi dan kedudukan dari suatu komisi independen yang disebut dengan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Lihat Ningrum Natasya Sirait, *Asosiasi dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Medan: Pustaka Bangsa Press, 2003), h. 4.



konsumen, dan menyebutkan bahwa konsumen adalah setiap pemakai dan/atau pengguna barang dan/atau jasa baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.⁵

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *consumer*, secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang.⁶ Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia yang memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.⁷ Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya.⁸ *Business English Dictionary* menyebutkan *consumer* adalah *person or company which buys and uses goods and service*.⁹

Black's Law Dictionary mendefinisikan konsumen sebagai berikut: *a person who buys goods or service for personal, family, or household use, with no intention or resale; a natural person who use products for personal rather than business purpose*.¹⁰ Sedangkan dalam *Textbook on Consumer Law*, konsumen adalah *one who purchases goods or service*. Definisi tersebut menghendaki bahwa konsumen adalah setiap orang atau individu yang harus dilindungi selama tidak memiliki kapasitas dan bertindak sebagai produsen, pelaku usaha dan/atau pebisnis.¹¹

⁵ Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 1.

⁶ A.S. Hornby, Gen. Ed., *Oxford Advance Learner's Dictionary of Current English*, (Oxford: Oxford University Press, 1987), h. 183.

⁷ Jhon M. Echols dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 1995), h. 124.

⁸ WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1976), h. 521.

⁹ Peter Colin, *Business English Dictionary*, (London: Linguaphone Institute Limited), h. 60.

¹⁰ Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, (St. Paul, Minnesota: West Publishing, 2004), Eight Edition, h. 335.

¹¹ *The consumer must be an individual or other protected person who does not act in business capacity*. David Oughton dan John Lowry, *Textbook on Consumer Law*, (London: Blackstone Press Limited, 1997), h. 1-2.



Inosentius Samsul menyebutkan konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh melalui cara lain, seperti pemberian, hadiah, dan undangan.¹² Mariam Darus Badrul Zaman mendefinisikan konsumen dengan cara mengambil alih pengertian yang digunakan oleh kepustakaan Belanda, yaitu: “Semua individu yang menggunakan barang dan jasa secara konkret dan riil”.¹³

Kendatipun Anderson dan Krumpt menyatakan kesulitannya untuk merumuskan definisi konsumen,¹⁴ namun para ahli hukum pada umumnya sepakat bahwa arti konsumen adalah pemakai terakhir dari benda dan/atau jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*)¹⁵ yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha (*ondernemer*).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan; konsumen¹⁶ adalah setiap orang yang me-

¹² Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), h. 34.

¹³ Mariam Darus Badrul Zaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung, Alumni, 1981), h. 48.

¹⁴ Anderson dan Krumpt menyebutkan: “Some difficulties are encountered if one approaches the wide spectrum of situation Indonesia term a “consumer”. For example, one does not usually think of a borrower or an investor as a “consumer”. The pedestrian whom you run over when your car goes out control is not ordinarily regarded as being a consumer. There is Indonesia all these situation, however, a common denominator of protecting someone from a hazard from which he cannot by his own action protect himself.” Lihat R.A. Anderson dan W.A. Krump, *Business Law*, (Cincinnati: South-Western Publishing Co., 1972), dalam Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2006), h. 2.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Konsumen yang dimaksud dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa, yang berkontak pada konsumen akhir (*end user/ultimate consumer*). Lihat Penjelasan Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

makai¹⁷ barang dan/atau jasa¹⁸ yang tersedia dalam masyarakat,¹⁹ baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.²⁰

Berdasarkan dari beberapa pengertian konsumen yang telah dikemukakan di atas, maka konsumen dapat dibedakan kepada tiga batasan, yaitu: ²¹

1. Konsumen komersial (*commercial consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
2. Konsumen antara (*intermediate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.

¹⁷ Istilah “pemakai” dalam hal ini menunjukkan bahwa barang dan/jasa yang dipakai tidak serta-merta hasil dari transaksi jual beli, melainkan dapat juga diperoleh dari pemberian, hibah, sewa-menyewa, undangan, pinjaman, penanggungan, hadiah, dan lain sebagainya. Lihat dalam KUH Perdata, KUH Dagang. Lihat juga Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 34.

¹⁸ Istilah “barang dan/atau jasa” mengacu kepada terminologi kata “produk”, dalam dunia perbankan, istilah produk juga dipakai untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan. Lihat Shidarta, *Op. cit.*, h. 6. Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka 4 dan 5 menjelaskan; barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

¹⁹ Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran, bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang dan/atau jasa tersebut tersedia. Pasal 9 ayat (1) huruf (e) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁰ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dengan tegas menyatakan bahwa yang dimaksud dengan konsumen adalah konsumen akhir. Namun definisi konsumen menurut UUPK ini juga menimbulkan beberapa pertanyaan hukum, terkait dengan kepastian hukum bagi mereka yang tidak termasuk sebagai konsumen menurut UUPK, seperti badan hukum, badan usaha, atau bahkan produsen dan pelaku usaha yang mengonsumsi barang dan/atau jasa untuk memproduksi barang dan/atau jasa lainnya.

²¹ Bandingkan dengan Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), h. 13.



3. Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*), adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.

Dalam Islam, para ahli hukum Islam terdahulu (*fukaha*) tidak pernah mendefinisikan konsumen dan menjadikannya sebagai suatu objek kajian hukum secara khusus. Hanya saja, sumber hukum Islam berbicara tentang prinsip-prinsip konsumen dan perlindungan konsumen. Sehingga definisi konsumen menurut Islam membutuhkan kajian tersendiri dan secara khusus tentang perlindungan konsumen.

Muhammad dan Alimin, mendefinisikan konsumen berangkat dari pandangan atau konsep Islam terhadap harta, hak dan kepemilikan dengan transaksi atau tidak, yang sesuai dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam. Definisi konsumen tersebut adalah “setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia dipakai untuk pemakai akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya”.²²

Konsumen dalam hukum ekonomi Islam tidak hanya terbatas pada orang perorangan saja, tetapi juga mencakup badan hukum, seperti yayasan, perusahaan, atau lembaga tertentu.²³ Definisi ini sedikit bertentangan dengan definisi konsumen menurut UUPK yang menyatakan, bahwa konsumen hanyalah “setiap orang” dan tidak termasuk di dalamnya badan hukum atau perusahaan.

Karena bukan tidak mungkin produk cacat yang dipakai oleh konsumen komersial atau konsumen antara untuk diproduksi atau diperdagangkan kembali, akan melahirkan produk baru yang cacat pula. Kondisi ini juga akan menimbulkan kerugian pada konsumen akhir yang mengonsumsi produk tersebut, sekaligus juga merugikan pihak konsumen komersial dan konsumen antara yang harus ber-

²² Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 129.

²³ *Ibid.*, h. 130.



tanggung jawab terhadap produknya.

Maka, perlindungan konsumen sesungguhnya tidak hanya berlaku bagi konsumen akhir saja, melainkan juga perlindungan terhadap konsumen komersial dan konsumen antara yang memproduksi atau memperdagangkan kembali barang dan/atau jasa yang diterima dari produsen lainnya.²⁴ Demikian pula terhadap perlindungan yayasannya, kelompok masyarakat, badan hukum, dan perusahaan selaku konsumen.

“Pemakai” yang dimaksud dalam definisi tersebut sesuai dengan substansi teori konsumen dalam Islam. Bahwa pemakaian memiliki makna yang cukup luas, pemakaian tidak hanya berasal dari transaksi jual beli atau tukar-menukar, namun pemakaian juga mencakup aspek lain seperti zakat,²⁵ hibah, hadiah, sedekah,²⁶ termasuk juga konsumen lingkungan.²⁷ Dengan demikian penerima zakat, hibah, hadiah, sedekah, dan pengguna lingkungan termasuk dalam kategori konsumen yang harus dilindungi hukum.

Penggunaan kalimat “karena adanya hak yang sah” dalam definisi tersebut untuk pengecualian terhadap pemakai barang dan/atau jasa yang tidak sah.²⁸ Seperti merampas, mencuri, atau korupsi terhadap harta orang lain atau badan hukum lain. Maka risiko pemakaian barang tersebut tidak akan ditanggung oleh pemilik barang.²⁹

²⁴ Banyak negara yang secara tegas menyatakan bahwa konsumen hanyalah “setiap orang” dan sebagai “konsumen akhir”. Bandingkan dengan definisi konsumen menurut Spanyol, bahwa konsumen adalah “*Any individual or company who is the ultimate buyer or user of personal or real property, products, services, or activities, regardless of whether the seller, supplier or producer is a public or private entity, acting alone or collectively*”.

²⁵ QS. *at-Taubah* (9): 60. *Zakat is a financial obligation on all Muslims having wealth beyond a certain minimum*. Lihat dalam Muhammad Akram Khan, *Economic Message of the Quran*, (Safat-Kuwait: Islamic Book Publisher, 1995), h. 68.

²⁶ QS. *al-Baqarah* (2) 177. *An-Nisaa'* (4): 4. Hibah: is “*to give the ownership of property to another without compensation*”. Hadiah: is “*property brought or sent as a gift to someone*”. Sedangkan sedekah: is “*property given for a thing which is pleasing to God*”. Lihat dalam Abdurrahman Raden Aji Haqqi, *The Philosophy of Islamic Law of Transaction*, (Kuala Lumpur: Univision Press, 1999), h. 164-165.

²⁷ QS. *al-Israa'* (17): 70; QS. *al-Mu'min* (40): 64.

²⁸ Muhammad dan Alimin, *Op. cit.*, h. 131.

²⁹ Bahwa pengecualian pertanggungjawaban terhadap pemakaian barang dan/atau



Perlindungan terhadap pemakaian atau penggunaan terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sah, secara luas juga diperuntukkan untuk mengantisipasi terjadinya tindak pidana pencucian uang (*money laundering*).³⁰ Karena sesungguhnya pengaburan asal usul harta dapat dilakukan dengan memanfaatkan konsumen yang memakai harta tersebut, sehingga seolah-olah harta tersebut adalah harta yang sah.

Hukum ekonomi Islam tidak membedakan antara konsumen akhir (*ultimate consumer*) dengan konsumen antara (*intermediate consumer*) ataupun konsumen komersial (*commercial consumer*). Karena konsumen dalam Islam termasuk semua pemakai barang dan/atau jasa, baik yang dipakai langsung habis maupun dijadikan sebagai alat perantara untuk memproduksi selanjutnya. Menurut Islam, keadilan ekonomi Islam³¹ adalah milik semua orang baik berkedudukan sebagai individu maupun kelompok atau publik.³²

jasa yang tidak sah juga termasuk pada barang yang diharamkan untuk diperjualbelikan, seperti babi, anjing, khamar, dan sebagainya yang meliputi memakan harta dengan cara batil (QS. *al-Baqarah* (2): 188). Lebih luas lagi, termasuk penyuaian terhadap hakim dan memberikan harta kepada peramal guna melihat nasib atau memilih langkah, dan sebagainya. Lihat dalam Syekh H. Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir Al-Ahkam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 44.

³⁰ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2003 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2002 tentang Tindak Pidana Pencucian Uang menyebutkan; pencucian uang adalah perbuatan menempatkan, mentransfer, membayarkan, membelanjakan, menghibahkan, menyumbangkan, menitipkan, membawa ke luar negeri, menukarkan, atau perbuatan lainnya atas harta kekayaan yang diketahuinya atau patut diduga merupakan hasil tindak pidana dengan maksud untuk menyembunyikan, atau menyamarkan asal usul harta kekayaan sehingga seolah-olah menjadi harta kekayaan yang sah.

³¹ Ekonomi Islam adalah kumpulan dari dasar-dasar umum ekonomi yang diambil dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah serta dari tatanan ekonomi yang dibangun di atas dasar-dasar tersebut, sesuai dengan berbagai macam *bi'ah* (lingkungan) dan setiap zaman. Ahmad Izzan dan Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syari'ah, Ayat-ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 32.

³² Muhammad dan Alimin, *Op. cit.*, h. 131.

C. HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sesungguhnya peranan hukum dalam konteks ekonomi adalah menciptakan ekonomi dan pasar yang kompetitif. Terkait dengan hal ini pula, bahwa tidak ada pelaku usaha atau produsen tunggal yang mampu mendominasi pasar, selama konsumen memiliki hak untuk memilih produk mana menawarkan nilai terbaik, baik dalam harga maupun mutu. Serta tidak ada pelaku usaha dan produsen yang mampu menetapkan harga berlebihan atau menawarkan produk dengan kualitas yang rendah, selama masih ada produsen lain dan konsumen akan pindah kepada produk lain tersebut.³³

Perlindungan konsumen harus mendapat perhatian yang lebih, karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia, di mana ekonomi Indonesia juga berkaitan dengan ekonomi dunia. Persaingan internasional dapat membawa implikasi negatif bagi konsumen.³⁴ Perlindungan konsumen tidak saja terhadap barang-barang berkualitas rendah, akan tetapi juga terhadap barang-barang yang membahayakan kehidupan masyarakat.

Menurut *Business English Dictionary*, perlindungan konsumen adalah *protecting consumers against unfair or illegal traders*.³⁵ Adapun *Black's Law Dictionary* mendefinisikan *a statute that safeguards consumers in the use goods and services*.³⁶ Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya

³³ David Oughton dan John Lowry, *Op. cit.*, h. 13.

³⁴ Erman Rajagukguk, *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Era Perdagangan Bebas*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati (Penyunting), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, (Bandung, 2000), h. 2.

³⁵ Peter Colin, *Op. cit.*, h. 61.

³⁶ Bryan A. Garner, *Op. cit.*, h. 335.



kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁷ Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.

Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:³⁸

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Terbukti bahwa semua norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana.³⁹ Singkatnya, bahwa segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif, akan tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen. Maka pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:⁴⁰

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum.

³⁷ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³⁸ Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993), h. 152.

³⁹ Pada posisi itu, hukum pidana sebagai sarana *social defence* yang bertujuan melindungi kepentingan-kepentingan masyarakat dalam: (1) pemeliharaan tertib masyarakat; (2) perlindungan masyarakat dari kejahatan, kerugian atau bahaya-bahaya yang tidak dibenarkan yang dilakukan orang lain; (3) pemasyarakatan kembali (resosialisasi) para pelanggar hukum; (4) pemeliharaan dan mempertahankan integritas pandangan-pandangan dasar tentang keadilan sosial, martabat kemanusiaan dan keadilan individu. Lihat dalam Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h. 30-31.

⁴⁰ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Op. cit.*, h. 7.



2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum.⁴¹ Dalam hal mewujudkan keadilan, Adam Smith melahirkan ajaran mengenai keadilan (*justice*) yang menyatakan *the end of the justice to secure from the injury*.⁴² Menurut G.W. Paton, hak yang diberikan oleh hukum ternyata tidak hanya mengandung unsur perlindungan dan kepentingan tetapi juga unsur kehendak (*the element of will*).⁴³ Teori hukum bertujuan untuk menjelaskan nilai-nilai hukum dan postulat-postulatnya hingga dasar-dasar filsafatnya yang paling dalam. Hukum pada hakikatnya adalah sesuatu yang abstrak, namun dalam manifestasinya dapat berwujud konkret. Suatu ketentuan hukum dapat dinilai baik jika akibat-akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah kebaikan, kebahagiaan yang sebesar-besarnya, dan berkurangnya penderitaan.⁴⁴

Maka, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan ber-

⁴¹ Ahmad Ali, *Menguak Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan Sosialogis)*, (Jakarta: Gunung Agung, 2002), h. 85.

⁴² Bismar Nasution, *Mengkaji Ulang Hukum sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2004), h. 4-5. Sebagaimana dikutip dari Neil Mac Cormick, *Adam Smith on Law*, (Vavariso University Law Review, Vol. 15, 1981), h. 244.

⁴³ George Whitercross Paton, *A Text-Book of Jurisprudence*, Second Edition, (London: Oxford University Press, 1951), h. 221.

⁴⁴ Lili Rasjidi dan I.B. Wyasa Putra, *Hukum sebagai Suatu Sistem*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), h. 79.



masyarakat.⁴⁵ Tegasnya, hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya serta putusan-putusan hakim yang substansinya mengatur mengenai kepentingan konsumen.⁴⁶

Hal ini terkait dengan Pasal 64 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi: “Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini.”⁴⁷

Sumber hukum perlindungan konsumen dalam Islam, praktis sama persis dengan sumber hukum Islam yang diakui oleh mayoritas ulama (jumhur ulama), yaitu; Al-Qur’an, Sunnah, *Ijma’*, dan *Qiyas*. Al-Qur’an dan Sunnah dapat berdiri sendiri sebagai dalil hukum, sedangkan *Ijma’* dan *Qiyas* tidak dapat berdiri sendiri sebagai dalil hukum, karena proses *Ijma’* dan *Qiyas* harus berdasarkan kepada dalil penyandaran dari Al-Qur’an dan Sunnah.⁴⁸

Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam. Karena Islam melihat, bahwa perlindungan konsumen bukan sebagai hubungan keperdataan saja, melainkan menyangkut kepentingan publik secara luas, bahkan menyangkut hubungan antara manusia dan Allah SWT. Maka perlindungan terhadap konsumen Muslim berdasarkan syariat Islam merupakan kewajiban negara.

Dalam Islam, hukum perlindungan konsumen mengacu kepada

⁴⁵ Asas-asas dan kaidah-kaidah yang dimaksud adalah asas-asas dan kaidah-kaidah yang berlaku dan/atau termuat dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Lihat dalam Az. Nasution, *Op. cit.*, h. 22-23.

⁴⁶ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 34.

⁴⁷ Pasal 64 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁸ Wahbah al-Zuhailiy, *Ushul Fiqh al-Islamiy*, (Beirut: Dar al-Fikri, 1986), Jilid I, h. 558.



konsep halal dan haram,⁴⁹ serta keadilan ekonomi, berdasarkan nilai-nilai atau prinsip-prinsip ekonomi Islam.⁵⁰ Aktivitas ekonomi Islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap zat, proses produksi, distribusi, tujuan produksi, hingga pada akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa tersebut. Maka dalam ekonomi Islam, barang dan/atau jasa yang halal dari segi zatnya dapat menjadi haram, ketika cara memproduksi dan tujuan mengonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan *syara'*.

Karena itu pula, tujuan konsumen Muslim berbeda dengan tujuan konsumen non-Muslim. Konsumen Muslim dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa bertujuan untuk mengabdikan dan merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah SWT. *Fuqaha'* memberikan empat tingkatan bagi konsumen, yaitu:⁵¹

1. Wajib, mengonsumsi sesuatu untuk menghindari dari kebinasaan, dan jika tidak mengonsumsi kadar ini padahal mampu akan berdosa.
2. Sunnah, mengonsumsi lebih dari kadar yang menghindarkan dari kebinasaan, dan menjadikan seorang Muslim mampu shalat berdiri dan mudah berpuasa.
3. Mubah, sesuatu yang lebih dari sunnah sampai batas kenyang.
4. Konsumsi yang melebihi batas kenyang. Dalam hal ini terdapat dua pendapat, salah satunya menyatakan makruh, dan yang lain menyatakan haram.

⁴⁹ Terkait dengan makanan dan minuman, pada prinsipnya semua bahan makanan dan minuman adalah halal, kecuali yang diharamkan oleh syariat Islam. Bahan makanan dan minuman yang diharamkan syariat Islam adalah; bangkai, darah, babi, dan hewan yang disembelih dengan nama selain Allah (QS. *al-Baqarah* (2): 173). Adapun minuman yang diharamkan adalah semua bentuk khamar dan/atau minuman berakohol (QS. *al-Baqarah* (2): 219). Hewan yang dihalalkan akan berubah statusnya menjadi haram apabila mati karena tercekik, terbetur, jatuh tertanduk, diterkam binatang buas dan yang disembelih untuk berhala (QS. *al-Maidah* (5): 3), jika hewan-hewan ini sempat disembelih dengan menyebut nama Allah sebelum mati, maka akan tetap halal kecuali diperuntukkan bagi berhala.

⁵⁰ Muhammad dan Alimin, *Op. cit.*, h. 132.

⁵¹ Jaribah bin Ahmad al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin al-Khathab*, terjemahan Asmuni Solihan Zamakhsyari, (Jakarta: Khalifa, 2008), h. 138.

D. RANGKUMAN

1. Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.
2. Konsumen dalam Islam bertujuan menggunakan barang dan/atau jasa untuk mengabdikan dan merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah SWT.
3. Konsumen dapat dibedakan kepada tiga batasan, yaitu:
 - a. Konsumen komersial (*commercial consumer*).
 - b. Konsumen antara (*intermediate consumer*).
 - c. Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*).
4. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, dengan cakupan yang luas meliputi dari tahap untuk mendapatkan barang dan/atau jasa hingga sampai akibat-akibat pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.
5. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:
 - a. Perlindungan terhadap barang.
 - b. Perlindungan terhadap syarat-syarat.

E. SOAL DISKUSI

1. Jelaskan pengertian konsumen dan tujuan konsumen dalam Islam.
2. Jelaskan batasan-batasan konsumen berikut dengan contoh-contohnya.
3. Jelaskan tujuan hukum perlindungan konsumen.



SEJARAH PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bab 3

A. SASARAN PENGAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, Anda diharapkan mampu untuk:

1. Menjelaskan sejarah perlindungan konsumen di Barat.
2. Menjelaskan sejarah perlindungan konsumen di Indonesia.
3. Menjelaskan sejarah perlindungan konsumen dalam Islam.

B. SEJARAH PERLINDUNGAN KONSUMEN DI BARAT

Perkembangan hukum perlindungan konsumen di Barat dimulai dari lahirnya gerakan perlindungan konsumen (*consumers movement*), yang disebut dengan era pertama pergerakan konsumen. Amerika Serikat tercatat sebagai negara yang banyak memberikan sumbangan dalam masalah perlindungan konsumen. Secara historis perlindungan konsumen diawali dengan adanya gerakan-gerakan konsumen di awal abad ke-19. Di New York pada tahun 1891 terbentuk Liga Konsumen yang pertama kali, dan pada tahun 1898 terbentuk Liga Konsumen Nasional (*The National Consumer's League*) di Amerika Serikat. Organisasi ini kemudian tumbuh dan berkembang dengan pesat, sehingga pada tahun 1903 Liga Konsumen Nasional di Amerika Serikat telah berkembang menjadi 64 cabang yang meliputi

20 negara bagian.¹

Perjuangan untuk mewujudkan perlindungan konsumen ini juga mengalami hambatan dan rintangan. Untuk meloloskan *The Food and Drugs Act* dan *The Meat Inspection Act* telah mengalami kegagalan yang berulang-ulang. Hal ini terbukti dengan kegagalan Parlemen Amerika Serikat untuk meloloskan undang-undang tersebut pada tahun 1892. Usaha tersebut dicoba lagi pada tahun 1902 dengan mendapat dukungan bersama-sama oleh Liga Konsumen Nasional, The General Federation of Women's Club dan State Food and Dairy Chemists, namun tetap juga gagal. Akhirnya *The Food and Drugs Act* dan *The Meat Inspection Act* lahir pada tahun 1906.² Perkembangan selanjutnya terjadi pada tahun 1914, dengan dibukanya kemungkinan untuk terbentuknya komisi yang bergerak dalam perlindungan konsumen, yaitu FTC (Federal Trade Commission), dengan The Federal Trade Commission Act.³

Era kedua pergerakan konsumen di pentas internasional terjadi sekitar tahun 1930-an. Para pendidik melihat tentang urgensi pendidikan konsumen yang baik. Pada era ini telah dimulai pemeriksaan terhadap barang-barang yang akan dipasarkan kepada konsumen. Masyarakat sudah mulai angkat bicara tentang hak-hak konsumen, di antaranya dengan menulis beberapa buku. Pada tahun 1927, Stuart Chase dan F.J. Schlink menulis buku *Your Money's Worth* dengan subtitle *A Study in the Waste of the Consumer Dollar*. Pada tahun 1934 F.J. Schlink kembali menerbitkan beberapa buku, yaitu; *100.000.000 Guinea Pigs, Skin Deep, American Chamber of Horrors, dan Counterfeit, Not Your Money but What it Buys*.⁴

¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2003), h. 13.

² Munir Fuady, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik, Buku Kedua*, (Bandung: Citra Adhya Bakti, 1994), h. 185.

³ Donald P. Rothschild dan David W. Carrol, *Consumer Protecting; Reporting Service*, Vol. I (Maryland: National Law Publishing Corporation, 1986), h. 17. Lihat juga Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op. cit.*, h. 13.

⁴ Munir Fuady, *Op. cit.*, h.185-186.

Tragedi *elixir sulfanilamide*, sejenis obat dari bahan sulfa, pada tahun 1937 menyebabkan 93 orang konsumennya di Amerika Serikat meninggal dunia.⁵ Tragedy ini ternyata mendorong terbentuknya *The Food, Drug and Cosmetics Act* pada tahun 1938, yang merupakan amendemen dari *The Food and Drugs Act* tahun 1906.⁶

Era ketiga dari pergerakan perlindungan konsumen terjadi pada tahun 1960-an, era ini melahirkan satu cabang hukum baru, yaitu hukum konsumen (*consumers law*). Pada tanggal 15 Maret 1962 John F. Kennedy menyampaikan *consumer message* di hadapan Kongres Amerika Serikat,⁷ dan sejak itu dianggap sebagai era baru perlindungan konsumen. Pesan tersebut kemudian didukung oleh mantan Presiden Amerika Serikat Lyndon Johnson dan Richard Nixon.⁸ Dalam preambul *consumer message* ini dicantumkan formulasi pokok-pokok pikiran yang sampai sekarang terkenal sebagai hak-hak konsumen (*consumer bill of right*).

Perhatian dan apresiasi yang besar terhadap masalah perlindungan konsumen juga dilakukan oleh Jimmy Carter. Pandangan Carter mengenai isu perlindungan konsumen sebagai *a breath of fresh air*.⁹ Sehingga Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani menyebutkan, bahwa Jimmy Carter juga dapat dipandang sebagai pendekar perlindungan konsumen karena perhatian dan apresiasinya yang besar.¹⁰

⁵ Laurence P. Feldman, *Consumer Protection, Problems and Prospect*, (St. Paul, Minnesota West Publishing, 1977), h. 14 dalam Munir Fuady, *Op. cit.*, h. 186.

⁶ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op. cit.*, h. 14.

⁷ Vernon A. Musselman dan Jhon H. Jackson, *Introduction to Modern Business*, diterjemahkan Kusma Wiriadisastra, (Jakarta: Erlangga, 1992), h. 294-295. Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), h. 7. Bismar Nasution, *Keterbukaan dalam Pasar Modal*, (Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2001), h. 121. Mariam Darus Badrul Zaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung: Alumni, 1981), h. 5.

⁸ Bismar Nasution, *Op. cit.*, h. 121.

⁹ Munir Fuady, *Op. cit.*, h. 187.

¹⁰ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op. cit.*, h. 14. Bagi penulis, sesungguhnya aspek hukum perlindungan konsumen sudah diterapkan sebelum masa kenabian Rasulullah SAW, yakni pada saat Beliau berdagang ke Negeri Syam dengan membawa barang dagangan Khadijah. Rasulullah pada saat itu sudah menerapkan perlindungan

Di negara-negara lain selain Amerika Serikat, baik di negara maju maupun di negara berkembang, aspek perlindungan terhadap hak-hak konsumen bangkit dan berkembang setelah era ketiga. Kendatipun sebelumnya telah lahir undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di beberapa negara tersebut.

Inggris telah memberlakukan *Hops (Prevention of Frauds) Act* tahun 1866, *The Sale of Goods Act*, tahun 1893, *Fabrics (Misdescription) Act*, tahun 1913, *The Food and Drugs Act*, tahun 1955. Namun pengaturan khusus tentang perlindungan konsumen, yakni *The Consumer Protection Act* baru muncul pada tahun 1961 yang kemudian diamendir pada tahun 1971.¹¹

Di India, prinsip-prinsip perlindungan konsumen juga telah lahir sebelum era ketiga, antara lain *Indian Contract Act* tahun 1872, *The Specific Relief Act* tahun 1877, yang kemudian diganti dengan *The Specific Relief Act* tahun 1963, dan lain-lain.¹² Namun pengaturan perlindungan konsumen di India *Consumer Protection Act* baru muncul pada tahun 1986.

Adapun di Meksiko, pertama kali mengeluarkan hukum perlindungan konsumen pada tahun 1975 melalui Mexico's Federal Consumer Protection Act (FCPA). Sebelumnya pengaturan perlindungan konsumen di Meksiko pada dasarnya tidak ada.¹³

Era ketiga ini menyadarkan dunia internasional untuk membentuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Beberapa di antaranya:¹⁴

1. Singapura: *The Consumer Protection (Trade Description and Safe-*

terhadap hak-hak konsumen dengan memberikan informasi yang jelas tentang barang dagangannya. Memang Rasulullah bukan pendekar perlindungan konsumen, namun Beliau adalah figur dan panutan dalam perlindungan konsumen.

¹¹ Munir Fuady, *Op. cit.*, h. 187. Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op. cit.*, h. 14. Lihat juga F.D. Rose, *Blackstone's Statutes on Commercial and Consumer Law*, (London: Blackstone Press Limited, 1999).

¹² Munir Fuady, *Op. cit.*, h. 187.

¹³ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 5.

¹⁴ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op. cit.*, h. 15.



- ty Requirement Act*), tahun 1975;
2. Thailand: *Consumer Act*, tahun 1979;
 3. Jepang: *The Consumer Protection Fundamental Act*, tahun 1968;
 4. Australia: *Consumer Affairs Act*, tahun 1978;
 5. Irlandia: *Consumer Information Act*, tahun 1978;
 6. Finlandia: *Consumer Protection Act*, tahun 1978;
 7. Inggris: *The Consumer Protection Act*, tahun 1961, diamendir tahun 1971;
 8. Kanada: *The Consumer Protection Act* dan *The Consumer Protection Amendment Act*, tahun 1971; dan
 9. Amerika Serikat: *The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act* (UTPCP) tahun 1967, diamendir tahun 1969 dan 1970, kemudian *Unfair Trade Practices and Consumer Protection (Louisiana) Law*, tahun 1973.

Masyarakat Eropa menempuh melalui dua tahap program terkait dengan gerakan perlindungan konsumen, yaitu; program pertama pada tahun 1973 dan program kedua pada tahun 1981.¹⁵

Fokus program pertama, terkait dengan kecurangan produsen terhadap konsumen, seperti kontrak standar, ketentuan perkreditan, penjualan yang bersifat memaksa, kerugian akibat mengonsumsi produk cacat, praktik iklan yang menyesatkan, serta jaminan setelah pembelian produk.

Fokus program kedua, terkait dengan penekanan kembali hak-hak dasar konsumen yang kemudian dilanjutkan dengan mengeluarkan tiga kerangka acuan perlindungan konsumen. *Pertama*, produk yang dipasarkan harus memenuhi standar kesehatan dan keselamatan konsumen. *Kedua*, konsumen harus dapat menikmati keuntungan dari pasar bersama dengan masyarakat Eropa. *Ketiga*, bahwa kepentingan konsumen harus selalu diperhitungkan dalam setiap kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan masyarakat Eropa.

Akhirnya, pada tahun 1985 Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) de-

¹⁵ Norbert Reich, *Protection of Consumers Economic by the EC, The Sydney Law Review*, Vol. 4 Number 1, (1992), h. 24-25.

ngan suara bulat menerbitkan Resolusi PBB Nomor A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 tentang *The Guidelines For Consumer Protection*. Dalam *Guidelines* terdapat enam kepentingan konsumen yang harus dilindungi.

C. SEJARAH PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA

Pengaturan tentang perlindungan konsumen di Indonesia telah dimulai sejak zaman Hindia Belanda, kendatipun sebagian besar peraturan-peraturan tersebut pada saat ini sudah tidak berlaku lagi. Beberapa peraturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen pada saat itu antara lain:

1. *Reglement Industriële Eigendom*, S. 1912-545, jo. S. 1913 No. 214.
2. *Hinder Ordonnantie* (Ordonansi Gangguan), S. 1926-226 jo. S. 1927-449, jo. S. 1940-14 dan 450.
3. *Loodwit Ordonnantie* (Ordonansi Timbal Karbonat), S. 1931 No. 28.
4. *Tin Ordonnantie* (Ordonansi Timah Putih), S. 1931-509.
5. *Vuurwerk Ordonnantie* (Ordonansi Petasan), S. 1932-143.
6. *Verpakkings Ordonnantie* (Ordonansi Kemasan), S. 1935 No. 161.
7. *Ordonnantie Op de Slacth Belasting* (Ordonansi Pajak Sembelih), S. 1936-671.
8. *Sterkwerkkannde Geneesmiddelen Ordonnantie* (Ordonansi Obat Keras), S. 1937-641.
9. *Bedrijfsrelementerings Ordonnantie* (Ordonansi Penyaluran Perusahaan), S. 1938-86.

Pada sisi lain, dalam beberapa kitab undang-undang juga terdapat beberapa ketentuan yang dapat digunakan untuk melindungi konsumen, yaitu:

1. KUH Perdata: Bagian 2, Bab V, Buku II mengatur tentang kewajiban penjual dalam perjanjian jual beli.
2. KUHD: tentang pihak ketiga yang harus dilindungi, tentang perlindungan penumpang/barang muatan pada hukum maritim, ke-



tentuan mengenai perantara, asuransi, surat berharga, kepailitan, dan sebagainya.

3. KUH Pidana: tentang pemalsuan, penipuan, pemalsuan merek, persaingan curang, dan sebagainya.

Setelah kemerdekaan Republik Indonesia hingga tahun 1999, undang-undang Indonesia belum mengenal istilah perlindungan konsumen. Namun peraturan perundang-undangan di Indonesia berusaha untuk memenuhi unsur-unsur perlindungan konsumen. Kendatipun demikian, beberapa peraturan perundang-undangan tersebut belum memiliki ketegasan dan kepastian hukum tentang hak-hak konsumen. Misalnya:

1. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Barang.
2. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1966 tentang Hygiene.
3. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 Metrologi Legal.
4. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 tentang Lingkungan Hidup.
5. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian.
6. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan.
7. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri.
8. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.
9. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan.
10. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Agreement Establishing The World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia).
11. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas.
12. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.
13. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.
14. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang Hak Cipta sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1987.



15. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1989 tentang Paten.
16. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1989 tentang Merek.
17. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.
18. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran.
19. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1997 tentang Ketenagakerjaan.
20. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.
21. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Hiruk pikuk gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai terdengar dan populer pada tahun 1970-an, yakni dengan berdirinya lembaga swadaya masyarakat (*nongovernmental organization*)¹⁶ Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Organisasi ini untuk pertama kalinya dipimpin oleh Lasmijah Hardi.¹⁷ Organisasi lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang perlindungan konsumen, tentu saja dalam aktivitasnya bertindak selaku perwakilan konsumen (*consumer representation*) yang bertujuan untuk melayani dan meningkatkan martabat dan kepentingan konsumen.¹⁸

Pada awalnya, YLKI berdiri berdasarkan rasa mawas diri terhadap promosi hasil produksi barang-barang dalam negeri. Pada tahun 1972, Lasmidjah Hardi memimpin kegiatan Pekan Swakarya, yang

¹⁶ Bahwa pelaksanaan perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap, baik dari pelaku usaha maupun konsumen. Pembinaan sikap tersebut dilakukan melalui pendidikan sebagai salah satu media sosialisasi. Karena itu pula pendidikan konsumen diperlukan dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Akhirnya, karena kepentingan perlindungan terhadap hak-hak konsumen mendorong lahirnya organisasi nonpemerintah (*nongovernmental organization*) di bidang perlindungan konsumen seperti YLKI. Yusuf Sofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h. 7.

¹⁷ Munir Fuady, *Op. cit.*, h. 188.

¹⁸ Yusuf Sofie, *Op. cit.*, h. 16.



berupa aksi promosi terhadap berbagai barang dalam negeri. Setelah Swakarya I muncul desakan masyarakat, bahwa kegiatan promosi harus diimbangi dengan langkah-langkah pengawasan, agar masyarakat tidak dirugikan dan kualitas barang terjamin. Dari ajang Pekan Swakarya ini lahir YLKI yang ide-idenya dituangkan dalam anggaran dasar YLKI di hadapan Notaris G.H.S. Loemban Tobing, S.H. dengan akta nomor 26, 11 Mei 1973.¹⁹

Yayasan ini sejak semula tidak ingin berkonfrontasi dengan produsen (pelaku usaha), apalagi dengan pemerintah. Hal ini dibuktikan oleh YLKI dengan menyelenggarakan pekan promosi Swakarya II dan III. Kegiatan ini akhirnya benar-benar dimanfaatkan oleh kalangan produsen dalam negeri. Dalam suasana kerjasama ini kemudian YLKI melahirkan lahir moto; “Melindungi Konsumen, Menjaga Martabat Produsen, dan Membantu Pemerintah”.²⁰

Setelah lahirnya YLKI, muncul beberapa organisasi yang berbasis perlindungan konsumen. Pada Februari 1988, berdiri Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang dan bergabung sebagai anggota Consumers International (CI) tahun 1990. Hingga pada saat ini cukup banyak lembaga swadaya masyarakat serupa yang berorientasi pada kepentingan pelayanan konsumen, seperti Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung dan perwakilan YLKI diberbagai provinsi di Tanah Air.²¹

Di samping itu, dukungan media massa nasional baik cetak maupun elektronik yang secara rutin menyediakan kolom khusus untuk membahas keluhan-keluhan konsumen, juga turut menggalakkan pergerakan perlindungan konsumen di Indonesia. Hasil-hasil penelitian YLKI yang dipublikasikan di media massa juga membawa dampak terhadap konsumen. Perhatian produsen terhadap publikasi demikian juga terlihat dari reaksi-reaksi yang diberikan, baik berupa

¹⁹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h. 40.

²⁰ Moto tersebut diterima oleh Dewan Pleno YLKI dan hingga sekarang tetap merupakan landasan dan arah perjuangan YLKI. Munir Fuady, *Op. cit.*, h. 190.

²¹ Shidarta, *Op. cit.*, h. 40.



koreksi maupun bantahan. Hal ini menunjukkan dalam perjalanan memasuki dasawarsa ketiga, YLKI mampu berperan besar, khususnya dalam gerakan menyadarkan konsumen terhadap hak-haknya.

Demikian juga dalam berbagai pertemuan ilmiah dan pembahasan peraturan perundang-undangan, YLKI dianggap sebagai mitra yang representatif. Keberadaan YLKI juga sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran atas hak-hak konsumen. Lembaga ini tidak sekadar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan, dan menerima pengaduan, tetapi sekaligus juga mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan.

Selanjutnya, pergerakan pemberdayaan konsumen semakin gencar, baik melalui ceramah, seminar, tulisan, dan media masa. Gerakan konsumen di Indonesia, termasuk yang diprakarsai YLKI mencatat prestasi besar setelah naskah akademik UUPK berhasil dibawa ke DPR, yang akhirnya disahkan menjadi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada tanggal 20 April 1999.²²

Pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut tidak terlepas dari dinamika politik di Indonesia. Iklim politik yang lebih demokratis ditandai dengan gerakan reformasi yang dikomandoi oleh mahasiswa dan ditandai dengan pergantian Presiden Republik Indonesia dari Soeharto kepada B.J. Habibie. Kehidupan yang lebih demokratis mulai diperjuangkan, bersamaan dengan itu pula tuntutan untuk mewujudkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen semakin menguat.

Hal ini ditandai dengan keberanian DPR menggunakan hak inisiatifnya untuk mengajukan rancangan undang-undang, yang selama kepemimpinan Soeharto tidak pernah digunakan. Rancangan usul inisiatif pertama yang diajukan DPR adalah Rancangan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Selain untuk mendapatkan pengakuan dari pemerintah dan masyarakat, keberanian DPR dalam meng-

²² Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op. cit.*, h. 16.



ajukan rancangan usul inisiatif ini menjadi penting bagi konsumen, karena orientasi pemikiran legislatif sudah berorientasi kepada kepentingan konsumen.

Selain itu, faktor yang memengaruhi pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia adalah munculnya beberapa kasus yang merugikan konsumen dan diakhiri dengan penyelesaian yang tidak memuaskan konsumen. Kasus Republik Indonesia v. Tan Chandra Helmi dan Gimun Tanno²³ yang dikenal dengan kasus biskuit beracun, gugatan konsumen hanya dilihat dari aspek pidana dan administratif saja, sehingga korban atau konsumen tidak mendapatkan kompensasi atau ganti kerugian atas dasar tuntutan perdata. Dalam kasus Janizal dkk v. PT Kentamik Super International²⁴ yang dikenal dengan kasus Perumahan Naragong Indah, pihak pengembang dimenangkan bahkan pihak pengembang menggugat balik konsumen, karena dinilai telah melakukan pencemaran nama baik.

Di lain pihak, faktor yang juga turut mendorong pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia adalah perkembangan sistem perdagangan global yang dikemas dalam kerangka World Trade Organization (WTO), maupun program International Monetary Fund (IMF), dan Program Bank Dunia. Keputusan Indonesia untuk meratifikasi perjanjian perdagangan dunia diikuti dengan dorongan terhadap Pemerintah Indonesia untuk melakukan harmonisasi hukum nasional dengan hukum internasional di bidang perdagangan.²⁵

D. SEJARAH PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM ISLAM

Sebelum Islam datang, Mekkah telah menjadi pusat perhatian seluruh kabilah Jazirah Arab karena adanya Ka'bah, dan suku Qurai-

²³ Putusan Pengadilan Negeri Tangerang No. 30/Pid.B/1990/PN/Tng.

²⁴ Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat No. 3138/K/Pdt/1994/PN.Jkt.Pst. Putusan Kasasi Mahkamah Agung No. 3138/K/Pdt/1994.

²⁵ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 131.

sy yang berdomisili di Mekkah dikenal sebagai penjaga Ka'bah yang merupakan tempat suci bagi bangsa Arab. Suku Quraisy mendapat keuntungan besar atas status mereka sebagai pemelihara Ka'bah, terutama dalam hal perdagangan.²⁶

Keuntungan suku Quraisy tersebut dipetik dalam skala yang lebih besar, yakni terjalannya hubungan politik ekonomi dan perdagangan yang lebih luas. Hal ini dibuktikan dengan terbitnya perizinan perjalanan dan jaminan keamanan berdagang (*aylaf*) bagi suku Quraisy dari penguasa negara-negara tetangga, pada waktu itu adalah Irak, Syiria, Yaman, dan Etiopia.²⁷ Karena itu pula, Mekkah dianggap sebagai ibukota seluruh Jazirah Arab, dan juga dipandang sebagai pusat perdagangan Jazirah Arab.²⁸

Pada saat itu, Mekkah telah mencapai kesuksesan yang sangat mencengangkan, kota itu berubah menjadi pusat perdagangan internasional. Para pedagang dan pemodalnya telah menjadi kaya raya melampaui impian-impian tertinggi mereka. Hanya beberapa generasi pendahulu mereka hidaup dalam kemelaratan dan serba kekurangan, kini Mekkah menjadi kiblat perdagangan.²⁹

Keberhasilan bangsa Quraisy dalam perdagangan bukan tanpa alasan, dalam *The Wealth of Nations*, Adam Smith yang dianggap sebagai Bapak Ilmu Ekonomi, mengutip buku *Doctor Pocock*, yang

²⁶ Perdagangan bagi suku Quraisy dan bangsa Arab umumnya merupakan fakta yang terjadi sebagai akibat dari tandus dan gersangnya wilayah Arab, sehingga sektor pertanian bukan menjadi pilihan utama bagi bangsa Arab. Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syari'ah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 47.

²⁷ Dengan diperolehnya izin perjalanan dan jaminan keamanan berdagang tersebut, memungkinkan bagi suku Quraisy untuk melakukan ekspansi perdagangan keseluruhan negara tetangga dengan mengutus kafilah-kafilah dagangnya. Di samping itu *aylaf* tersebut juga menguntungkan suku Quraisy guna mendapatkan kepercayaan publik, sehingga barang yang mereka jual sangat laris di pasar. Kondisi ini menambah pengetahuan dan pengalaman suku Quraisy dalam berdagang, sehingga sangat memungkinkan bagi mereka untuk menerapkan berbagai sistem perdagangan. Afzalur Rahman, *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta: Swarna Bhumi, 2000), h. 8.

²⁸ Muhammad Husein Haekal, *Sejarah Hidup Muhammad*, (Jakarta: Tintamas, 1984), h. 23.

²⁹ Karen Armstrong, *Muhammad Prophet for Our Time*, (Bandung: Mizan, 2007), h. 57.

menceritakan bahwa ketika para pedagang Muslim akan memasuki suatu kota untuk berjualan, mereka akan mengundang orang-orang yang lewat, termasuk orang miskin, untuk makan bersama. Mereka makan bersama dan bersila, memulai makan dengan ucapan bismillah dan mengakhirinya dengan alhamdulillah. Demikianlah kiat para pedagang Muslim memelihara kepentingan bisnisnya, yakni dengan bermurah hati dan sambutan yang hangat.³⁰

Muhammad ibn Habib Bagdadi dalam bukunya *Kitab Al-Muhabbar*, mencatat tiga belas Festival Perdagangan di Jazirah Arab pada zaman jahiliah. Seluruh pasar dagang ini mampu mengundang pedagang dan pembeli dari timur dan selatan secara berkelompok untuk melakukan perdagangan.³¹

NO.	NAMA FESTIVAL	WAKTU
1.	<i>Dumatul Jandal</i> : Pasar yang terkenal ini terletak di ujung utara Hijaz, dekat perbatasan Syiria waktu itu. Festival dagang ini berlangsung setiap tahun, didatangi para pedagang jauh maupun dekat.	1-30 Rabiulawal
2.	<i>Musyaqqar</i> : Sebuah kota yang terkenal di Hajar (Bahrain, sekarang Al-Ahsa).	1-30 Jumadilawal
3.	<i>Suhar</i> : Sebuah kota di Oman, festival ini berlangsung selama lima hari.	20-25 Rajab
4.	<i>Dhaba</i> : Dari <i>Suhar</i> , pasar lalu berpindah ke <i>Dhaba</i> pada akhir Rajab. <i>Dhaba</i> adalah salah satu dari dua kota laut Oman. Para pedagang dari daerah Sind, Hind (India), Cina, dan banyak negara Timur lainnya datang ke tempat ini untuk berdagang.	30 Rajab
5.	<i>Syahr (Maharah)</i> : Sebuah kota Laut Arabia, antara Aden dan Oman, kota ini terkenal dengan Parfumnya yang disebut <i>Amber</i> .	1-15 Syakban
6.	<i>Aden</i> : Pasar ini terletak di Yaman yang banyak didatangi pengunjung dari timur dan selatan.	1-10 Ramadhan

³⁰ Afzalur Rahman, *Op. cit.*, h. 13. Bandingkan sikap dan perilaku pedagang Muslim pada masa itu dengan teori *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) yang berkembang di abad modern saat ini. Bandingkan juga dengan teori CSR dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

³¹ *Ibid.*, h. 14. Lihat juga Sami bin Abdullah al-Maghlust, *Atlas Perjalanan Hidup Nabi Muhammad*, (Jakarta: Al-Mahira, 2009), h. 65-67.



NO.	NAMA FESTIVAL	WAKTU
7.	<i>Sana</i> : Ibu Kota Yaman, sebuah pasar terkenal yang diselenggarakan pada bulan Ramadhan.	10-30 Ramadhan
8.	<i>Rabiyah</i> : Nama sebuah kota di Hadhramaut.	15-30 Dzulqa'dah
9.	<i>Ukaz (Thaif)</i> : berada di bagian utara Najd. Festival dengan ini diselenggarakan bersamaan dengan pasar di Hadhramaut.	15-30 Zulkaidah
10.	<i>Dzul Majaz</i> : Terletak di antara Ukaz dan Mekkah.	1-7 Zulkaidah
11.	<i>Mina</i> : Pasar yang berlangsung selama musim haji.	9-11 Zulkaidah
12.	<i>Nazat</i> : Berada di wilayah Khaibar.	10-30 Muharam
13.	<i>Hijr</i> : Terletak di Yamamah dan diselenggarakan bersamaan dengan festival pasar Nazat.	10-30 Muharam

Secara historis, sejarah perlindungan konsumen dalam Islam telah dimulai pada saat Muhammad (sebelum diangkat menjadi Rasulullah) membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan mendapatkan imbalan dan/atau upah.³² Kendatipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen pada saat perdagangan yang dilakukan oleh Rasulullah, namun kita dapat menemukan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dari praktik perdagangan yang dilakukan oleh Rasulullah.

Kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam memperdagangkan barang dagangan Khadijah. Karena kejujuran dan prestasinya tersebut, Rasulullah berhasil menjual barang dagangan Khadijah dengan mendapat keuntungan yang lebih banyak dibandingkan dengan yang pernah dilakukan orang lain sebelumnya.³³

Setelah Muhammad diangkat menjadi Rasulullah, konsumen juga mendapat perhatian dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an

³² Mahdi Rizqullah Ahmad, *Biografi Rasulullah, Sebuah Studi Analisis Berdasarkan Sumber-sumber Autentik*, (Jakarta: Qisthi Press, 2009), h. 152.

³³ Jusmaliani, *Op. cit.*, h. 49. Lihat juga Muhammad Husein Haekal, *Op. cit.*, h. 72.



maupun Hadis. Perdagangan yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah perdagangan yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah berfirman dalam QS. *al-Baqarah* (2): 279 yang berbunyi:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ زُءُوسُ
 أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

*Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.*³⁴

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat tersebut disebutkan tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya (tidak dizalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks perdagangan, tentu saja potongan akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi dan/atau menganiaya. Hal ini terkait dengan penganiayaan hak-hak konsumen maupun hak-hak produsen.

Konsep ekonomi dan perdagangan dalam Islam harus dilandasi dengan nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan bisnis. Fakta menunjukkan bahwa Rasulullah telah banyak memberikan contoh dalam melakukan perdagangan secara adil dan jujur. Selain itu pula, Rasulullah telah meletakkan prinsip-prinsip

³⁴ Dalam suatu riwayat disebutkan turunnya ayat tersebut berkenaan dengan pengaduan Bani Mughirah kepada Gubernur Mekkah ('Atab bin Asyad) setelah *Fathul Mekkah*, tentang utang-utangnya yang berriba sebelum ada penghapusan riba, kepada Bani 'Amr bin 'Auf dari suku Tsaqif. Bani Mughirah berkata kepada 'Atab bin Asyad: "Kami adalah orang yang paling menderita akibat dihapusnya riba. Kami ditagih membayar riba oleh orang lain, sedangkan kami tidak mau menerima riba karena mematuhi hukum penghapusan riba". Maka berkata Bani 'Amr: "Kami minta penyelesaian atas tagihan riba kami". Maka Gubernur 'Atab bin Asyad menulis surat kepada Rasulullah, kemudian dijawab Rasulullah dengan QS. *al-Baqarah* (2): 278-279. Dahlan dkk., *Asbabun Nuzul, Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat Al-Qur'an*, (Bandung, Diponegoro, 2003), h. 89.

yang mendasar tentang pelaksanaan perdagangan yang adil dan jujur. Salah satu prinsip yang diletakkan Rasulullah adalah berkaitan dengan mekanisme pasar, dalam transaksi perdagangan kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara ikhlas tanpa ada campur tangan, intervensi, dan paksaan dalam harga.³⁵

Namun jika pasar dalam keadaan tidak sehat, di mana terjadi kasus penipuan, penimbunan, atau perusakan pasokan dengan tujuan menaikkan harga yang berujung pada kerugian konsumen. Maka menurut Ibnu Taimiyah pemerintah wajib melakukan regulasi harga pada tingkat yang adil antara produsen dan konsumen tanpa ada pihak yang dirugikan atau dieksploitasi oleh pihak lain.³⁶

Setelah Rasulullah hijrah dan berkuasa di Madinah, berbagai prinsip ekonomi yang tidak adil dan menjurus kepada penzaliman telah dihapus dan dilarang melakukannya. Seperti penahanan stok, spekulasi, kolusi oligarki, pembatalan informasi penting tentang produk, penjualan dengan sumpah palsu, atau informasi menyesatkan.³⁷ Praktik-praktik perdagangan yang dilarang Rasulullah pada masa pemerintahan Rasulullah di Madinah di antaranya:

1. *Talaqqi Rukban*, ialah mencegah pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar. Rasulullah melarang tindakan ini dengan tujuan untuk menghindari ketidaktahuan konsumen atau produsen tentang harga barang.

³⁵ Jusmaliani, *Op. cit.*, h. 55.

³⁶ Peran pemerintah dalam melakukan regulasi ini pernah dicontohkan oleh Rasulullah pada kasus perselisihan antara dua orang yang bertetangga, mengenai kepemilikan sebuah pohon yang sebagian dahannya melewati dan mengotori halaman rumah tetangganya. Tetangga ini memprotes dan mengadukan masalah tersebut kepada Rasulullah. Beliau kemudian memerintahkan pemilik pohon menjual sebagian dahan yang menjorok tersebut dengan menerima ganti harga yang wajar dan adil. Ternyata pemilik pohon tersebut tidak melakukan apa pun, sehingga Rasulullah memperbolehkan pemilik tanah menebang pohon tersebut dengan memberikan kompensasi harga kepada pemilik pohon. Ikhwan Hamdani, *Sistem Pasar, Pengawasan Ekonomi (Hisbah) dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Nur Insani, 2003), h. 28.

³⁷ Bandingkan dengan informasi dan iklan yang berkembang di media cetak atau elektronik pada saat ini. Muhammad Akram Khan, *Ajaran Nabi Muhammad SAW tentang Ekonomi*, (Jakarta: Bank Muamalat, 1996), h. 151.

2. *Gisyah*, ialah menyembunyikan cacat barang yang dijual, bisa juga dengan mencampurkan produk cacat ke dalam barang yang berkualitas tinggi, sehingga konsumen akan mengalami kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas barang yang diperdagangkan, dengan demikian penjual akan mendapatkan harga yang tinggi untuk barang yang cacat atau kualitas buruk. Adapun, pada hakikatnya konsumen membutuhkan informasi yang jelas tentang kualitas barang yang akan dia beli.
3. *Perdagangan najasy*, ialah praktik perdagangan di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar tinggi harga barang disertai pujian kualitas secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.³⁸
4. *Produk haram*, ialah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-Qur'an dan Sunnah.³⁹ Hal ini tentu saja sangat berkaitan dengan keselamatan konsumen dalam membeli barang dagangan tersebut, baik keselamatan jasmaniah maupun keselamatan rohaniyah.
5. *Riba*, ialah pengambilan tambahan dalam transaksi jual beli maupun simpan pinjam yang berlangsung secara zalim dan bertentangan dengan prinsip muamalat secara islami.⁴⁰
6. *Tathfif*, ialah tindakan yang mengurangi timbangan atau takaran barang yang akan dijual,⁴¹ tentu saja praktik dagang seperti ini sangat merugikan konsumen.

Dari sejumlah praktik perdagangan yang dilarang tersebut dapat ditarik benang merah, bahwa prinsip perdagangan yang diajarkan Rasulullah mengandung nilai-nilai perlindungan terhadap hak-hak

³⁸ Rasulullah bersabda: "Janganlah kamu sekalian melakukan penawaran barang tanpa bermaksud untuk membeli". (HR. At-Tirmidzi). Lihat juga dalam Abul Futuh Shabiri, *Sukses Bisnis Berkat Wasiat Nabi*, (Jakarta: Pustaka Al-Kausar, 2007), 56.

³⁹ QS. *al-Baqarah* (2): 173, 219; QS. *al-Maidah* (5): 3; QS. *al-An'am* (6): 145; QS. *an-Nahl* (16): 115.

⁴⁰ QS. *al-Baqarah* (2): 275, 276, 278, 279; QS. *Ali Imran* (3): 130; QS. *ar-Rum* (30): 39.

⁴¹ QS. *al-Muthaffifin* (83): 1-6.



konsumen. Ketentuan-ketentuan larangan tersebut membuktikan secara terang benderang, bahwa praktik perdagangan yang diajarkan Islam berpijak dari perlindungan hak-hak konsumen, kendatipun pada saat itu terminologi “konsumen” belum dikenal. Karena itu pula, kejujuran, keadilan dan transparansi merupakan pokok ajaran Islam dalam perdagangan.

Uraian di atas juga membuktikan, bahwa sebelum Barat dan dunia modern mengenal pengaturan perlindungan konsumen, Islam telah menjalankan prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Namun pengaturan perlindungan konsumen yang ada pada masa Rasulullah tersebut belum terperinci secara empiris, karena keterbatasan teknologi pada saat itu. Kendatipun demikian, Rasulullah telah berhasil meletakkan dasar-dasar perlindungan konsumen akhirnya diadopsi oleh dunia modern sekarang. Hal ini sekaligus bantahan terhadap beberapa penulis yang menyatakan bahwa tokoh-tokoh Barat adalah sumber dan pendekar perlindungan konsumen, karena perhatian dan apresiasi tokoh-tokoh tersebut terhadap perlindungan konsumen.⁴² Bandingkan dengan perhatian dan visi Rasulullah terhadap perlindungan konsumen yang melebihi dari perhatian dan visi tokoh-tokoh Barat tersebut, karena Rasulullah melakukan perdagangan atas dasar kejujuran, keadilan, transparansi, dan keimanan.

E. RANGKUMAN

1. Amerika: Era Pertama 1891-1914, lahirnya gerakan perlindungan konsumen (*consumers movement*), Liga Konsumen Nasional (*The National Consumer's League*), dan FTC (*Federal Trade Commission*). Era Kedua 1930-an, tragedi *Elixir Sulfanilamide* tahun 1937, menyebabkan 93 orang konsumen meninggal dunia, yang mendorong terbentuknya *The Food, Drug and Cosmet-*

⁴² Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani menyebutkan, bahwa Jimmy Carter juga dapat dipandang sebagai pendekar perlindungan konsumen karena perhatiannya yang besar. Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Op. cit.*, h. 14.



ics Act pada tahun 1938, yang merupakan amendemen dari *The Food and Drugs Act* tahun 1906. Era Ketiga 1960-an, pada 15 Maret 1962 John F. Kennedy menyampaikan *consumer message* di hadapan Kongres Amerika Serikat yang memformulasikan pokok-pokok pikiran hak-hak konsumen (*consumer bill of right*).

2. Inggris telah memberlakukan *Hops (Prevention of Frauds) Act* (1866), *The Sale of Goods Act* (1893), *Fabrics (Misdescription) Act* (1913), *The Food and Drugs Act* (1955), dan *The Consumer Protection Act* (1961). Meksiko, *Mexico's Federal Consumer Protection Act (FCPA)* tahun 1975.
3. Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) dengan suara bulat menerbitkan Resolusi PBB Nomor A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 tentang *The Guidelines For Consumer Protection*.
4. Undang-Undang Indonesia belum mengenal istilah perlindungan konsumen hingga tahun 1999, namun peraturan perundang-undangan di Indonesia berusaha untuk memenuhi unsur-unsur perlindungan konsumen, walaupun belum memiliki ketegasan dan kepastian hukum tentang hak-hak konsumen.
5. Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai terdengar dan populer setelah berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada Mei 1973 dan Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang pada Februari 1988. Gerakan konsumen di Indonesia, mencatat prestasi besar setelah naskah akademik UUPK berhasil dibawa ke DPR, yang disahkan menjadi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada tanggal 20 April 1999.
6. Sejarah perlindungan konsumen dalam Islam telah dimulai pada saat Rasulullah membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan. Kejujuran, keadilan, dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berdagang. Konsumen mendapat perhatian dalam ajaran Islam. Setelah Rasulullah hijrah dan berkuasa di Madinah, berbagai prinsip ekonomi yang tidak adil



dan menjerus kepada penzaliman telah dihapus dan dilarang. Seperti penahanan stock, spekulasi, kolusi oligarki, pembatalan informasi penting tentang produk, penjualan dengan sumpah palsu, atau informasi menyesatkan. Praktik-praktik perdagangan yang dilarang Rasulullah pada masa Pemerintahan Rasulullah di Madinah diantaranya: *Talaqqi Rukban*, *Gisyah*, Perdagangan Najasy, Produk haram, Riba, dan *Tathffif*.

F. SOAL DISKUSI

1. Jelaskan sejarah perlindungan konsumen di Amerika Serikat.
2. Sebutkan peraturan perundang-undangan di Indonesia yang mengandung prinsip-prinsip perlindungan konsumen sebelum lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Jelaskan sejarah perlindungan konsumen di Indonesia.
4. Jelaskan keuntungan suku Quraisy sebagai penjaga Ka'bah dalam aspek bisnis.
5. Jelaskan sejarah perlindungan konsumen dalam Islam.



HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN

Bab 4

A. SASARAN PENGAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, Anda diharapkan mampu untuk:

1. Menjelaskan hak-hak konsumen perspektif internasional.
2. Menjelaskan hak-hak konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
3. Menjelaskan hak-hak konsumen dalam Islam.

B. HAK-HAK KONSUMEN PERSPEKTIF INTERNASIONAL

Presiden Jhon F. Kennedy mengemukakan empat hak konsumen yang harus dilindungi,¹ yaitu:

1. Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*)
Aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pema-

¹ Vernon A. Musselman dan Jhon H. Jackson, *Introduction to Modern Business*, diterjemahkan Kusma Wiriadisastira, (Jakarta: Erlangga, 1992), h. 294-295. Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), h. 7. Bismar Nasution, *Keterbukaan dalam Pasar Modal*, (Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2001), h. 121. Mariam Darus Badrul Zaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, (Bandung: Alumni, 1981), h. 5. Donald P. Rothschild dan David W. Carrol, *Consumer Protecting; Reporting Service*, Vol. I (Maryland: National Law Publishing Corporation, 1986), h. 20.

saran barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Pada posisi ini, intervensi, tanggung jawab dan peranan pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan dan keamanan konsumen sangat penting. Karena itu pula, pengaturan dan regulasi perlindungan konsumen sangat dibutuhkan untuk menjaga konsumen dari perilaku produsen yang nantinya dapat merugikan dan membahayakan keselamatan konsumen.

2. Hak memilih (*the right to choose*)
Bagi konsumen, hak memilih merupakan hak prerogatif konsumen apakah ia akan membeli atau tidak membeli suatu barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, tanpa ditunjang oleh hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, tingkat pendidikan yang patut, dan penghasilan yang memadai, maka hak ini tidak akan banyak artinya. Apalagi dengan meningkatnya teknik penggunaan pasar, terutama lewat iklan, maka hak untuk memilih ini lebih banyak ditentukan oleh faktor-faktor di luar diri konsumen.
3. Hak mendapat informasi (*the right to be informed*)
Hak ini mempunyai arti yang sangat fundamental bagi konsumen bila dilihat dari sudut kepentingan dan kehidupan ekonominya. Setiap keterangan mengenai sesuatu barang yang akan dibelinya atau akan mengikat dirinya, haruslah diberikan selengkap mungkin dan dengan penuh kejujuran. Informasi baik secara langsung maupun secara umum melalui berbagai media komunikasi seharusnya disepakati bersama agar tidak menyesatkan konsumen.
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)
Hak ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa kepentingannya harus diperhatikan dan tecermin dalam kebijaksanaan pemerintah, termasuk turut didengar dalam pembentukan kebijaksanaan tersebut. Selain itu, konsumen juga harus didengar setiap keluhannya dan harapannya dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dipasarkan produsen.

PBB melalui Resolusi Nomor A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985

tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*) merumuskan enam kepentingan konsumen yang harus dilindungi, meliputi:²

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen.
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi.
4. Pendidikan konsumen.
5. Tersedianya ganti rugi yang efektif.
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Organisasi Konsumen Sedunia (International Organization of Consumers Union-IOCU) menambahkan empat hak dasar konsumen yang harus dilindungi, yaitu:³

1. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup.
2. Hak untuk memperoleh ganti rugi.
3. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen.
4. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Masyarakat ekonomi Eropa juga telah menetapkan hak-hak dasar konsumen yang perlu mendapat perlindungan, yaitu:⁴

1. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan.
2. Hak kepentingan ekonomi.
3. Hak mendapat ganti rugi.

² Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 7. Lihat juga Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2003), h. 27-28.

³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), h. 39.

⁴ Mariam Darus, *Op. cit.*, h. 53. Lihat juga Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 7.

4. Hak atas penerangan.
5. Hak untuk didengar.

YLKI menambahkan satu hak dasar lagi sebagai pelengkap empat hak dasar konsumen yang dikemukakan oleh John F. Kennedy, yaitu hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Sehingga keseluruhannya dikenal sebagai “Panca Hak Konsumen”.⁵

Menurut Prof. Hans W. Micklitz, dalam perlindungan konsumen secara garis besar dapat ditempuh dua model kebijakan. *Pertama*, kebijakan yang bersifat komplementer, yaitu kebijakan yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang memadai kepada konsumen (hak atas informasi). *Kedua*, kebijakan kompensatoris, yaitu kebijakan yang berisikan perlindungan terhadap kepentingan ekonomi konsumen (hak atas keamanan dan kesehatan).⁶

Konsumen tidak cukup dilindungi hanya berdasarkan kebijakan komplementer (memberikan informasi) saja, tetapi juga harus ditindaklanjuti dengan kebijakan kompensatoris guna meminimalisasi risiko yang ditanggung konsumen. Misalnya dengan mencegah produk berbahaya untuk tidak mencapai pasar sebelum lulus pengujian.

C. HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN PERSPEKTIF UUPK

Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut:⁷

1. Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi 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 dijanjikan.

⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h. 16.

⁶ *Ibid.*, h. 49.

⁷ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.⁸

Selain hak-hak konsumen tersebut, UUPK juga mengatur hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, yakni tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak sesungguhnya merupakan antinomi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat dan sebagai (merupakan bagian dari) hak konsumen. Kewajiban pelaku usaha antara lain:⁹

1. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/

⁸ Seperti hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat, Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

⁹ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.

6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Selain hak-hak yang telah disebutkan tersebut, ada juga hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang. Hal ini berangkat dari pertimbangan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan secara tidak jujur, yang dalam hukum dikenal dengan terminologi “persaingan curang” (*unfair competition*) atau “persaingan usaha tidak sehat”.¹⁰

Selain memperoleh hak-hak tersebut, konsumen juga memiliki kewajiban untuk:¹¹

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Secara bersamaan, pelaku usaha juga memiliki hak-hak yang harus dilindungi. Hak-hak pelaku usaha ini juga merupakan bagian

¹⁰ Ningrum Natasya Sirait, *Asosiasi dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, (Medan: Pustaka Bangsa Press, 2003), h. 20. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar-pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha. Pasal 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

¹¹ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



dari kewajiban konsumen, yaitu:¹²

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Lebih lanjut, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan larangan-larangan bagi pelaku usaha yang berujung pada kerugian konsumen. Pelanggaran terhadap larangan-larangan tersebut merupakan tindak pidana.

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:¹³

1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.

¹² Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹³ Pasal 8 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
6. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
8. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.
9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat.
10. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.¹⁴ Pelaku usaha juga dilarang untuk memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.¹⁵ Maka, bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran tersebut, dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.¹⁶

Pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan, menawarkan,

¹⁴ Pasal 8 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁵ Pasal 8 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁶ Pasal 8 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:¹⁷

1. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu.
2. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru.
3. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu.
4. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi.
5. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia.
6. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi.
7. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu.
8. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu.
9. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain.
10. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap.
11. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:¹⁸

1. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa.
2. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa.
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.

¹⁷ Pasal 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁸ Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan.
5. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:¹⁹

1. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu.
2. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi.
3. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain.
4. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain.
5. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain.
6. Menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.²⁰

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.²¹ Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara

¹⁹ Pasal 11 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁰ Pasal 12 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²¹ **Pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999** tentang Perlindungan Konsumen.



menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.²²

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:²³

1. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan.
2. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media masa.
3. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
4. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.²⁴ Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:²⁵

1. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:²⁶

1. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.
2. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa.
3. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.
4. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.

²² Pasal 13 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²³ Pasal 14 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁴ Pasal 15 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁵ Pasal 16 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁶ Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

5. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.
6. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

D. HAK-HAK KONSUMEN PERSPEKTIF ISLAM

Sebagaimana diungkapkan sebelumnya, bahwa Islam pada masa Rasulullah belum mengungkapkan pengaturan perlindungan konsumen secara empiris seperti saat ini. Walaupun penuh dengan keterbatasan teknologi pada saat itu, namun pengaturan perlindungan konsumen yang diajarkan Rasulullah sangat mendasar, sehingga pengaturan tersebut menjadi cikal bakal produk hukum perlindungan konsumen modern.

Seluruh ajaran Islam yang terkait dengan perdagangan dan perekonomian berorientasi pada perlindungan hak-hak pelaku usaha/produsen dan konsumen. Karena Islam menghendaki adanya unsur keadilan, kejujuran, dan transparansi yang dilandasi nilai keimanan dalam praktik perdagangan dan peralihan hak. Terkait dengan hak-hak konsumen, Islam memberikan ruang bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-haknya dalam perdagangan yang dikenal dengan istilah *khiyar* dengan beragam jenisnya sebagai berikut:

1. *Khiyar Majelis*

As-Sunnah menetapkan bahwa kedua belah pihak yang berjual beli memiliki *khiyar* (pilihan) dalam melangsungkan atau membatalkan akad jual beli selama keduanya masih dalam satu majelis (belum berpisah). *Khiyar* merupakan hak yang ditetapkan untuk pelaku usaha dan konsumen, jika terjadi ijab dan kabul antara produsen dan konsumen, dan akadnya telah sempurna, maka masing-masing pihak memiliki hak untuk mempertahankan atau membatalkan akad selama masih dalam satu



majelis.²⁷ Bukhari dan Muslim meriwayatkan Hadis dari Hakim bin Hazam, bahwa Rasulullah pernah bersabda:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُرْكَ لِهَٰمَا فِي
بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

“Dua pihak yang berjual beli memiliki khiyar selama belum berpisah. Jika keduanya jujur dan transparan maka berkah diberikan dalam jual beli keduanya. Sebaliknya, jika keduanya tertutup dan berdusta maka berkah jual belinya hangus.”²⁸

2. *Khiyar Syarat*

Khiyar syarat adalah salah satu pihak yang berakad membeli sesuatu dengan ketentuan memiliki *khiyar* selama jangka waktu yang jelas. Selama waktu tersebut, jika pembeli menginginkan, ia bisa melaksanakan jual beli tersebut atau membatalkannya. Syarat ini juga boleh bagi kedua pihak yang berakad secara bersama-sama, juga boleh bagi salah satu pihak saja jika ia memper-syaratkannya. Hal ini sesuai dengan Hadis riwayat Ibnu Umar bahwa Rasulullah pernah bersabda:

كُلُّ بَيْعَيْنِ لَا يَبِيعُ بَيْنَهُمَا حَتَّىٰ يَتَفَرَّقَا إِلَّا بَيْعَ الْخِيَارِ

“Masing-masing dari dua orang yang berjual beli tidak ada jual beli bagi keduanya hingga keduanya berpisah, kecuali jual beli dengan khiyar.”²⁹

Ibnu Umar juga menuturkan bahwa Rasulullah pernah bersabda:

²⁷ Perpisahan yang dimaksud adalah perpisahan secara fisik. Sebab, perpisahan secara fisik lebih umum dan bisa mencakup perpisahan dengan kata-kata. Batasannya *hādala* sesuai dengan tempat beradanya kedua belah pihak. Yusuf As-Sabatin, *Bisnis Islam dan Kritik atas Praktik Bisnis Ala Kapitalis*, (Bogor: Al-Azhar Press, 2009), h. 308.

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*, h. 309.



إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلٌّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا
وَكَانَ جَمِيعًا أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَيَتْبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ فَقَدْ
وَجِبَ الْبَيْعُ

“Jika dua orang laki-laki sama-sama berjual beli maka masing-masing memiliki *khiyar* selama belum berpisah dan keduanya bersepakat atau salah satu memberi pilihan (*khiyar*) kepada yang lain, lalu keduanya berjual beli berdasarkan hal itu maka sesungguhnya telah wajib jual beli itu”.³⁰

3. *Khiyar Aibi*

Haram bagi seseorang menjual barang yang memiliki cacat (cacat produk) tanpa menjelaskan kepada pembeli (konsumen). Uqabah bin Amir menyatakan bahwa Rasulullah pernah bersabda:

المُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا وَفِيهِ
عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ

“Seorang Muslim adalah saudara bagi Muslim lainnya. Tidak halal bagi seorang Muslim menjual sesuatu kepada saudaranya, sementara di dalamnya terdapat cacat, kecuali ia menjelaskannya”. (HR. Ahmad, Ibnu Majah, dan Tabrani)³¹

4. *Khiyar Tadlis*

Yaitu, jika penjual mengelabui pembeli sehingga menaikkan harga barang, maka hal itu haram baginya. Dalam hal ini pembeli memiliki *khiyar* selama tiga hari, adanya *khiyar* untuk mengembalikan barang tersebut didasarkan pada Hadis Rasulullah yang dituturkan oleh Abu Hurairah:

³⁰ *Ibid.*, h. 310.

³¹ *Ibid.*



لَا تُصَرُّوا الْإِبِلَ وَالْغَنَمَ فَمَنْ إِبْتَاعَهَا بَعْدَ فَاتِهِ بِخَيْرِ النَّظَرَيْنِ
بَعْدَ أَنْ يَحْتَلِبَهَا إِنْ شَاءَ أَمْسَكَهَا وَإِنْ شَاءَ رَدَّهَا
وَصَاعًا مِنَ التَّمْرِ

“Janganlah kalian membiarkan unta dan domba tidak diperah (sebelum dijual). Siapa saja yang membelinya, kemudian setelah ia memerahnya, ia boleh memilih di antara dua hal; jika ingin ia boleh mempertahankannya; jika ingin ia boleh mengembalikannya disertai dengan satu *sha'* kurma”. (HR. Bukhari dan Muslim)³²

5. *Khiyar al-Ghabn al-Fahisy (Khiyar al-Mustarsil)*

Khiyar jenis ini suatu saat menjadi hak penjual dan suatu saat bisa menjadi hak pembeli. Kadang kala pembeli membeli barang dengan harga 5 dinar, padahal barang tersebut hanya setara dengan 3 dinar. Atau penjual menjual barang dengan harga 10 dinar, padahal barang tersebut hanya setara dengan 8 dinar. Jika seorang penjual dan pembeli ditipu dalam hal ini, maka ia memiliki *khiyar* untuk menarik diri dari jual beli dan membatalkan akad.

Khiyar jenis ini pada dasarnya terdapat syarat di dalamnya, hal ini didasarkan pada Hadis Rasulullah. Hayan bin Munqidz pernah mendatangi Rasulullah, lalu ia berkata: “Ya Rasulullah, sesungguhnya aku telah ditipu dalam jual beli”. Rasulullah kemudian bersabda kepadanya:

إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ لَا خِلَابَةَ وَلِي الْخِيَارُ ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ

“Jika engkau membeli maka katakanlah, Tidak ada penipuan dan bagiku *khiyar* tiga hari”.³³

³² *Ibid.*, 312.

³³ *Ibid.*, 313.

6. *Khiyar Ru'yah*

Khiyar jenis ini terjadi bila pelaku usaha menjual barang dagangannya, sementara barang tersebut tidak ada dalam majelis jual beli. Jika pembeli kemudian melihat barang tersebut dan tidak berhasrat terhadapnya, atau pembeli melihat bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan keinginannya, maka pembeli berhak menarik membatalkan diri dari akad jual beli tersebut. Hal ini didasarkan pada Hadis Rasulullah:

مَنْ اشْتَرَى شَيْئاً لَمْ يَرَهُ فَهُوَ بِالْخِيَارِ إِذَا رَأَهُ إِنْ شَاءَ أَحَدُهُ
وَإِنْ سَاءَ تَرْكُهُ

“Barang siapa yang membeli sesuatu dan ia belum melihatnya maka ia memiliki *khiyar* jika melihatnya; jika ingin ia boleh mengambilnya, jika ingin ia pun boleh meninggalkannya”.³⁴

7. *Khiyar Ta'yin*

Khiyar jenis ini memberikan hak kepada pembelinya untuk memilih barang yang dia inginkan dari sejumlah atau kumpulan barang yang dijual kendatipun barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dia kehendaki. Misalnya, seseorang membeli empat ekor kambing dari sekumpulan kambing, maka pembeli diberi hak *khiyar ta'yin* sehingga ia dapat menentukan empat ekor kambing yang ia inginkan di antara sekumpulan kambing itu.³⁵

Sekilas, memang istilah-istilah perlindungan hak-hak konsumen dalam Islam berbeda dengan istilah-istilah perlindungan hak-hak konsumen pada saat ini. Namun jika dikaji secara mendalam dari sisi pengaturan, nilai, dan tujuan memiliki peran dan fungsi yang sama dalam perlindungan hak-hak konsumen. Bandingkan antara *khiyar aibi* dengan *the right to safety*, *khiyar ta'yin* dengan *the right to choose*, *khiyar tadlis* dan *aibi* dengan *the right to be informed*, *khiyar ru'yah*

³⁴ *Ibid.*, 316.

³⁵ *Ibid.*, 316.



dengan *the right to be heard*. Bagi penulis, uraian tersebut adalah bukti yang kuat, bahwa jauh sebelum Barat dan Eropa mengenal hukum perlindungan konsumen, Islam telah melaksanakan dan menjalankan hukum perlindungan konsumen.

E. RANGKUMAN

1. Jhon F. Kennedy mengemukakan empat hak konsumen yang harus dilindungi, yaitu:
 - a. Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*).
 - b. Hak memilih (*the right to choose*).
 - c. Hak mendapat informasi (*the right to be informed*).
 - d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).
2. PBB melalui Resolusi Nomor A/RES/39/248 tentang *Guidelines for Consumer Protection* merumuskan enam hak konsumen yang harus dilindungi, meliputi:
 - a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
 - b. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen.
 - c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen.
 - d. Pendidikan konsumen.
 - e. Tersedianya ganti rugi yang efektif.
 - f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen.
3. International Organization of Consumers Union (IOCU) menambahkan empat hak dasar konsumen, yaitu:
 - a. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup.
 - b. Hak untuk memperoleh ganti rugi.
 - c. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen.
 - d. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.
4. Masyarakat ekonomi Eropa menetapkan hak-hak dasar konsumen, yaitu:



- a. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan.
 - b. Hak kepentingan ekonomi.
 - c. Hak mendapat ganti rugi;
 - d. Hak atas penerangan.
 - e. Hak untuk didengar.
5. Hak-hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UUPK.
 6. Kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5 UUPK.
 7. Hak-hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 UUPK.
 8. Kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 UUPK.
 9. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8-17 UUPK.
 10. Beberapa pengaturan hak-hak konsumen dalam Islam di antaranya:
 - a. *Khiyar Majelis.*
 - b. *Khiyar Syarat.*
 - c. *Khiyar Aibi.*
 - d. *Khiyar Tadlis.*
 - e. *Khiyar al-Ghabn al-Fahisy (Khiyar al-Mustarsil).*
 - f. *Khiyar Ru'yah.*
 - g. *Khiyar Ta'yin.*

F. SOAL DISKUSI

1. Jelaskan hak-hak konsumen yang dikemukakan oleh Jhon F. Kennedy.
2. Sebutkan hak-hak konsumen menurut UUPK.
3. Jelaskan hak-hak konsumen dalam Islam.
4. Bandingkan antara hak-hak konsumen menurut Jhon F. Kennedy, UUPK, dan Islam.
5. Sebutkan larangan-larangan bagi pelaku usaha terhadap konsumen.



A. SASARAN PENGAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, Anda diharapkan mampu untuk:

1. Mendefinisikan pengertian klausula baku.
2. Menjelaskan aspek kontrak bisnis dalam klausula baku.
3. Menjelaskan pengaturan pencantuman klausula baku.

B. PENGERTIAN KLAUSULA BAKU

Teori *due care* tentang kewajiban perusahaan terhadap konsumen didasarkan pada gagasan, bahwa pembeli dan konsumen tidak saling sejajar, dan bahwa kepentingan konsumen sangat rentan terhadap tujuan perusahaan yang memiliki pengetahuan dan keahlian yang tidak dimiliki konsumen. Karena produsen berada pada posisi yang lebih menguntungkan, maka mereka berkewajiban untuk menjamin kepentingan konsumen agar tidak dirugikan.¹

Karena konsumen harus bergantung pada keahlian produsen dan pelaku usaha, maka produsen tidak hanya berkewajiban mem-

¹ John Pieris dan Wiwik Sri Widiarty, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kedaluwarsa*, (Jakarta: Pelangi Cendikia, 2007), h. 54.

berikan produk yang sesuai dengan klaim yang dibuatnya. Namun juga harus berhati-hati untuk mencegah kerugian konsumen, meskipun produsen secara eksplisit menolak pertanggungjawaban seperti ini dan konsumen menerima penolakan tersebut dalam bentuk perjanjian klausula baku.

Klausula baku biasanya dibuat oleh pihak yang kedudukannya lebih kuat, yang dalam kenyataan biasa dipegang oleh pelaku usaha. Isi klausula baku sering kali merugikan pihak yang menerima klausula baku tersebut, yaitu pihak konsumen karena dibuat secara sepihak. Bila konsumen menolak klausula baku tersebut ia tidak akan mendapatkan barang ataupun jasa yang dibutuhkan, karena klausula baku serupa akan ditemuinya di tempat lain. Hal tersebut menyebabkan konsumen lebih sering setuju terhadap isi klausula baku walaupun memojokkan. Bagi para pengusaha mungkin ini merupakan cara mencapai tujuan ekonomi yang efisien, praktis, dan cepat tidak bertele-tele. Tetapi bagi konsumen justru merupakan pilihan yang tidak menguntungkan karena hanya dihadapkan pada suatu pilihan, yaitu menerima walaupun dengan berat hati.²

Istilah perjanjian baku merupakan terjemahan dari *standard contract*, baku berarti patokan dan acuan. Mariam Darus mendefinisikan perjanjian baku adalah perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir.³ Hondius merumuskan perjanjian baku sebagai konsep janji-janji tertulis, yang disusun tanpa membicarakan isi dan lazimnya dituangkan dalam perjanjian yang sifatnya tertentu.⁴

Sudaryatmo mengungkapkan karakteristik klausula baku sebagai berikut:⁵

² Abdulkadir Muhammad, *Perjanjian Baku dalam Praktik Perusahaan Perdagangan*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1992), h. 6.

³ Mariam Darus Badruzaman, *Perjanjian Kredit Bank*, (Bandung: Alumni, 1978), h. 48.

⁴ *Ibid.*

⁵ Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), h. 93.



1. Perjanjian dibuat secara sepihak oleh mereka yang posisinya relatif lebih kuat dari konsumen.
2. Konsumen sama sekali tidak dilibatkan dalam menentukan isi perjanjian.
3. Dibuat dalam bentuk tertulis dan massal.
4. Konsumen terpaksa menerima isi perjanjian karena didorong oleh faktor kebutuhan.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan, klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.⁶

Adapun klausula eksonerasi adalah klausula yang dicantumkan dalam suatu perjanjian, di mana satu pihak menghindarkan diri untuk memenuhi kewajibannya membayar ganti rugi seluruhnya atau terbatas, yang terjadi karena ingkar janji atau perbuatan melawan hukum.⁷

Perjanjian baku dengan klausula eksonerasinya pada prinsipnya hanya menguntungkan pelaku usaha dan merugikan konsumen, karena klausulanya tidak seimbang dan tidak mencerminkan keadilan. Dominasi pengusaha lebih besar dibandingkan dengan dominasi konsumen, dan konsumen hanya menerima perjanjian dengan klausula baku tersebut begitu saja karena dorongan kepentingan dan kebutuhan. Beban yang seharusnya dipikul oleh pelaku usaha, menjadi beban konsumen karena adanya klausula eksonerasi tersebut.

Perjanjian eksonerasi yang membebaskan tanggung jawab seseorang pada akibat-akibat hukum yang terjadi karena kurangnya pelaksanaan kewajiban-kewajiban yang diharuskan oleh perundang-undangan, antara lain tentang masalah ganti rugi dalam hal perbuatan

⁶ Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷ Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, (Bandung: Alumni, 1994), h. 47.



ingkar janji. Ganti rugi tidak dijalankan apabila dalam persyaratan eksonerasi tercantum hal itu.

Akibat kedudukan para pihak yang tidak seimbang, maka pihak lemah biasanya tidak berada dalam keadaan yang betul-betul bebas untuk menentukan apa yang diinginkannya dalam perjanjian. Dalam hal demikian, pihak yang memiliki posisi yang lebih kuat biasanya menggunakan kesempatan tersebut untuk menentukan klausula-klausula tertentu dalam perjanjian baku. Sehingga perjanjian yang seharusnya dibuat oleh para pihak yang terlibat dalam perjanjian, tidak ditemukan lagi dalam bentuk perjanjian baku, karena format dan isi perjanjian telah dirancang oleh pihak yang kedudukannya lebih kuat.

Oleh karena yang merancang format dan isi perjanjian adalah pihak yang memiliki kedudukan yang lebih kuat, tentu saja dapat dipastikan bahwa perjanjian tersebut memuat klausula-klausula yang menguntungkannya. Serta bukan tidak mungkin juga meringankan atau menghapuskan beban dan kewajiban tertentu yang seharusnya menjadi tanggung jawabnya.

C. ASPEK KONTRAK BISNIS DALAM KLAUSULA BAKU

Ruang lingkup kontrak bisnis tidak terlepas dari pengaruh globalisasi ekonomi dan perdagangan internasional yang semakin melampaui batas-batas negara. Karena itu pula globalisasi ekonomi semakin mengedepan dengan pengaruh sarana informasi dan komunikasi tanpa batas.⁸ Tidak salah pula jika dikatakan bahwa hukum kontrak merupakan *variant* dari hukum perjanjian. Sebab dalam hukum kontrak, yang dipersoalkan juga masalah dalam hukum perjanjian yang berkaitan dengan bisnis, tetapi dengan analisis yang lebih berorientasi pada teori dan praktik hukum bisnis.⁹

⁸ Soedjono Dirdjosisworo, *Kontrak Bisnis, Menurut Sistem Civil Law, Common Law dan Praktik Dagang Internasional*, (Bandung: Mandar Maju, 2003), h. 1.

⁹ Munir Fuady, *Hukum Kontrak, dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, (Bandung: Citra

Dalam pengertian yang luas, kontrak¹⁰ adalah kesepakatan yang mendefinisikan hubungan antara dua pihak atau lebih. Adapun kontrak bisnis dalam pengertiannya yang paling sederhana adalah kesepakatan yang dibuat oleh dua pihak atau lebih untuk melakukan transaksi bisnis.¹¹ Kontrak bisa bersifat lisan dan bisa juga bersifat tulisan. Pernyataan kontrak tertulis bisa berupa memo, sertifikat, atau kuitansi. Karena hubungan kontraktual yang dibuat oleh dua pihak atau lebih memiliki potensi kepentingan yang saling bertentangan, persyaratan kontrak biasanya dilengkapi dan dibatasi oleh hukum. Dukungan dan pembatasan oleh hukum tersebut berfungsi untuk melindungi pihak yang menjalin kontrak untuk mendefinisikan hubungan khusus di antara mereka seandainya ketentuannya tidak jelas, mendua arti, dan bahkan tidak lengkap.¹²

Kontrak tidak lain adalah perjanjian yang mengikat, dalam Pasal 1233 KUH Perdata disebutkan bahwa tiap-tiap perikatan dilahirkan dari perjanjian dan undang-undang. Kontrak dalam *burgerlijk wetboek* (BW) disebut *overeenkomst* yang bila diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti perjanjian. Bahwa perjanjian memiliki arti

Aditya Bakti, 2001), h. iii.

¹⁰ *The Arabic word for contract is "aqd" which literally means is "tying, knitting, joining, locking". This tying or joining implies to a conjunction whether sensory or spiritual; from one side or from both sides. "Aqd" or contract has two meanings; general and specific. As for the general meaning is whatever a person has decided to do it whether such decision is one-side as in endowment, or needs to bilateral as in sale, hire and agency. In other word "aqd" is an exchange of promises between two or more parties or an exchange of a promise for an act between two or more parties. This exchange result in an obligation to do or to refrain from doing some; awful act. But, as for the specific meaning of "aqd", it is the connecting, in a legal manner, of the offer and the acceptance, in a way which will be a clear evidence of their being mutually connected. Thus, a contract, essentially, is a promise or set promise which a court will enforce. This means that the promises are legal contract, not illegal ones like contracts to commit arson or killing. It also means that legal contracts do not include social obligations like promising someone to come to his house.* Lihat dalam Abdurrahman Raden Aji Haqqi, *The Philosophy of Islamic Law of Transactions*, (International Islamic University Malaysia: Univision Press, 1999), h. 57-58.

¹¹ Hasanuddin Rahman, *Seri Keterampilan Merancang Kontrak Bisnis, Contract Drafting*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), h. 1.

¹² Karla, C. Shippey J.D., *Menyusun Kontrak Bisnis Internasional*, (Jakarta: PPM, 2001), h. 1.



yang lebih luas daripada kontrak. Kontrak mengacu kepada suatu pemikiran akan adanya keuntungan komersial yang akan diperoleh kedua belah pihak. Sedangkan perjanjian dapat saja berarti *social agreement* yang belum tentu menguntungkan kedua pihak secara komersial.

Salah satu sebab mengapa perjanjian oleh banyak orang tidak selalu dapat dipersamakan dengan kontrak adalah karena dalam pengertian perjanjian yang diberikan oleh Pasal 1313 KUH Perdata tidak memuat kata “perjanjian dibuat secara tertulis”. Pengertian perjanjian dalam pasal tersebut hanya menyebutkan sebagai suatu perbuatan di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat dikemukakan bahwa: *Pertama*, kontrak tersebut merupakan media atau piranti yang dapat menunjukkan apakah suatu perjanjian dibuat sesuai dengan syarat sahnyanya suatu perjanjian. *Kedua*, kontrak tersebut dibuat secara tertulis untuk dapat saling memantau di antara para pihak, apakah prestasi telah dijalankan atau bahkan telah terjadi suatu wanprestasi. *Ketiga*, kontrak tersebut sengaja dibuat sebagai suatu alat bukti bagi mereka yang berkepentingan, sehingga apabila ada pihak yang dirugikan telah memiliki alat bukti untuk mengajukan suatu tuntutan ganti rugi kepada pihak lainnya.¹³

Karena itu pula, kontrak bisnis berfungsi untuk mengamankan transaksi, kendatipun demikian kontrak dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan. Bahkan dalam *Convention on International Sale of Goods* tahun 1980 kontrak secara lisan juga diakui. Akan tetapi, mengingat bahwa fungsi kontrak adalah untuk mengamankan transaksi bisnis, jika kontrak secara lisan oleh para pihak dapat dipandang aman karena integritas masing-masing pihak memang dapat dijamin, mereka tidak perlu membuat kontrak tertulis. Hanya saja apabila ada pihak ketiga yang mungkin keberatan dengan kontrak tersebut dan menantang kedua belah pihak harus membuktikan adanya kontrak

¹³ Hasanuddin Rahman, *Op. cit.*, h. 3.



itu dengan bukti lainnya.¹⁴

Pasal 1320 KUH Perdata telah mengatur syarat sahnya suatu kontrak, yang menyebutkan bahwa untuk sahnya suatu perjanjian harus memenuhi empat unsur, yaitu:¹⁵

1. sepakat mereka yang mengikat dirinya;
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. suatu hal tertentu; dan
4. kausa yang legal.

Akibat hukum suatu kontrak pada dasarnya lahir dari adanya hubungan hukum dari suatu perikatan, yaitu dalam bentuk hak dan kewajiban. Pemenuhan hak dan kewajiban inilah yang merupakan salah satu bentuk dari akibat hukum suatu kontrak. Kemudian, hak dan kewajiban ini tidak lain adalah hubungan timbal balik dari para pihak, maksudnya, kewajiban di pihak pertama merupakan hak bagi pihak kedua, begitu pun sebaliknya, kewajiban di pihak kedua merupakan hak bagi pihak pertama. Jadi akibat hukum di sini tidak lain adalah pelaksanaan dari suatu kontrak itu sendiri.¹⁶

Menurut Pasal 1339 KUH Perdata, suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan dalam perjanjian, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian diharuskan (diwajibkan) oleh kepatutan, kebiasaan dan undang-undang. Dengan demikian setiap perjanjian diperlengkapi dengan atauran-aturan yang terdapat dalam undang-undang, dalam adat kebiasaan

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Kontrak Bisnis Internasional*, (Surabaya: Magister Hukum Universitas Airlangga, 2002), h. 1.

¹⁵ Syarat pertama dan kedua adalah mengenai subjeknya atau pihak-pihak dalam perjanjian sehingga disebut sebagai syarat subjektif, sedangkan syarat ketiga dan keempat disebut syarat objektif karena mengenai objek perjanjian. Jika syarat objektif tidak terpenuhi, maka perjanjian batal demi hukum, dengan pengertian bahwa perjanjian tidak pernah terjadi serta tidak memiliki dasar untuk saling menuntut di depan hakim. Sedangkan jika syarat subjektif tidak terpenuhi, maka perjanjiannya bukan batal demi hukum, melainkan salah satu pihak mempunyai hak untuk meminta supaya perjanjian itu dibatalkan.

¹⁶ Untuk melaksanakan suatu perjanjian, harus ditetapkan secara tegas dan cermat tentang isi perjanjian dan hak dan kewajiban masing-masing pihak hingga selesainya kontrak tersebut. Lihat Hasanuddin Rahman, *Op. cit.*, h. 12.



(di suatu tempat dan di suatu kalangan tertentu), sedangkan kewajiban-kewajiban yang diharuskan oleh kepatutan (norma-norma kepatutan) harus juga diindahkan.

Ada tiga sumber norma yang ikut mengisi suatu perjanjian, yaitu undang-undang, kebiasaan, dan kepatutan. Menurut Pasal 18 ayat (3) KUH Perdata, semua perjanjian itu harus dilaksanakan dengan iktikad baik (Belanda; *tegoeder trouw*, Inggris; *in good faith*, Perancis; *de bonne fot*). Norma yang dituliskan di atas ini merupakan salah satu sendi yang terpenting dari hukum perjanjian.¹⁷

Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Hal ini berarti bahwa perjanjian yang dibuat secara sah mengikat para pihak sebagaimana undang-undang dan perikatan ini hanya berlaku bagi para pihak perjanjian saja (Pasal 1340 KUH Perdata). Perjanjian tidak dapat membawa kerugian kepada pihak ketiga dan juga membawa keuntungan bagi pihak ketiga kecuali memberikan haknya untuk pihak ketiga. Perjanjian tidak dapat ditarik kecuali atas kesepakatan para pihak atau karena ada alasan-alasan yang kuat (Pasal 1338 ayat (2) KUH Perdata).

Selanjutnya, Pasal 1339 KUH Perdata menyatakan bahwa perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal yang dengan tegas dinyatakan di dalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian itu diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan, atau undang-undang.

Undang-undang memberikan hak kepada setiap orang secara bebas membuat dan melaksanakan perjanjian, selama unsur-unsur perjanjian terpenuhi. Para pihak dalam perjanjian juga bebas menentukan aturan main yang mereka kehendaki dalam perjanjian tersebut, dan selanjutnya untuk melaksanakannya sesuai dengan kesepakatan

¹⁷ Dalam hukum benda, iktikad baik adalah suatu anasir subjektif. Bahkan, anasir subjektif inilah yang dimaksudkan oleh pasal 1338 ayat (3) tersebut bahwa semua perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik. Yang dimaksudkan pelaksanaan itu harus berjalan dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan. Jadi, ukuran-ukuran objektif untuk menilai pelaksanaan tadi adalah pelaksanaan perjanjian harus berjalan di atas rel yang benar; *ibid.*, h. 13.



yang telah tercapai, selama para pihak tidak melanggar ketentuan mengenai klausula halal. Artinya ketentuan yang diatur dalam perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, ketertiban umum, kesusilaan, kepatutan, dan kebiasaan yang berlaku umum di masyarakat.

Walaupun pada dasarnya perjanjian dibuat berdasarkan kesepakatan bebas antara dua pihak yang cakap untuk bertindak demi hukum, untuk melaksanakan suatu prestasi yang tidak bertentangan dengan aturan hukum yang berlaku, ketertiban umum, kesusilaan, kepatutan, dan kebiasaan yang berlaku umum di masyarakat. Namun adakalanya kedudukan salah satu antara kedua belah pihak tidak seimbang dalam negosiasi, akhirnya melahirkan perjanjian yang tidak terlalu menguntungkan bagi salah satu pihak.¹⁸

Dalam praktik dunia usaha juga menunjukkan geliat yang sama, bahwa keuntungan kedudukan tersebut sering diterjemahkan dengan pembuatan perjanjian baku dan/atau klausula baku dalam setiap dokumen atau perjanjian yang dibuat oleh salah satu pihak yang lebih dominan dari pihak lainnya.

Dikatakan bersifat baku, karena baik perjanjian maupun klausula tersebut tidak dapat dan tidak mungkin dinegosiasikan atau ditawarkan oleh pihak lainnya (*take it or leave it*). Tidak adanya pilihan bagi salah satu pihak dalam perjanjian ini, cenderung merugikan pihak yang kurang dominan tersebut. Jelas tidaklah mudah bagi pihak yang cenderung dirugikan tersebut untuk membuktikan tidak adanya kesepakatan pada saat perjanjian tersebut dibuat, atau atas klausula baku yang termuat dalam perjanjian.¹⁹

Dengan melihat kenyataan bahwa *bargaining position* konsumen pada praktiknya jauh di bawah produsen dan pelaku usaha, maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai ketentuan perjanjian baku dan/atau pencantuman klausula baku dalam

¹⁸ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2003), h. 53.

¹⁹ *Ibid.*



setiap dokumen atau perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha. Ini berarti bahwa pada prinsipnya Undang-Undang Perlindungan konsumen tidak melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian baku, yang memuat klausula baku atas setiap dokumen atau perjanjian transaksi perdagangan barang dan/atau jasa, sepanjang klausula baku tersebut tidak mencantumkan ketentuan sebagaimana dilarang dalam Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

D. PENGATURAN PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 18 ayat (1) melarang pelaku usaha mencantumkan klausula baku pada setiap perjanjian dan dokumen apabila:

1. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.
2. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen.
3. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen.
4. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
5. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen.
6. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa.
7. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang belinya.
8. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku



usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Lebih lanjut lagi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 18 ayat (2) juga melarang pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti. Dan setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum, dengan amar bahwa pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Tentu saja Undang-Undang Perlindungan Konsumen menginginkan terciptanya keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Pengaturan pencantuman klausula baku bukanlah merupakan keberpihakan terhadap kepentingan konsumen dan merugikan kepentingan pelaku usaha. Namun sesuai asas keseimbangan dalam hukum perlindungan konsumen, menginginkan kepentingan semua pihak harus dilindungi, termasuk kepentingan pemerintah dalam pembangunan nasional, harus mendapat porsi yang seimbang.

Penerapan klausula baku yang dilakukan oleh pihak dengan posisi lebih kuat akan merugikan pihak lain dengan posisi yang lebih lemah, biasanya model perjanjian seperti ini dikenal dengan penyalahgunaan keadaan.²⁰ Memosisikan pelaku usaha dalam posisi yang lebih kuat daripada posisi konsumen, tidaklah selamanya benar. Karena dalam kasus tertentu posisi konsumen justru lebih kuat daripada posisi pelaku usaha, dan justru konsumenlah yang merancang klausula baku tersebut. Dengan demikian pendapat di atas tidak selamanya benar.²¹

²⁰ Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, (Bandung: Alumni, 1994), h. 50.

²¹ Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, (Surabaya, Universitas Airlangga, 2000), h. 160.



Perjanjian dengan klausula baku terjadi dengan beberapa cara, hingga saat ini pemberlakuan perjanjian baku tersebut antara lain dengan cara-cara:²²

1. Pencantuman butir-butir perjanjian yang konsepnya telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh salah satu pihak, biasanya oleh kalangan pengusaha, produsen, distributor, atau pedagang produk tersebut. Perhatikan kontrak jual beli atau sewa beli kendaraan bermotor, perumahan, alat-alat elektronik, dan lain sebagainya
2. Pencantuman klausula baku dalam lembaran kertas yang berupa tabel, bon, kuitansi, tanda terima, atau lembaran dalam bentuk serah terima barang. Seperti lembaran bon, kuitansi, atau tanda terima barang dari toko, kedai, dan *supermarket*.
3. Pencantuman klausula baku dalam bentuk pengumuman tentang berlakunya syarat-syarat baku di tempat tertentu, seperti di area parkir, hotel, dan penginapan dengan meletakkan atau menempelkan pengumuman klausula baku.

Memang klausula baku yang merupakan suatu bentuk perjanjian yang secara teoretis masih mengundang perdebatan, khususnya dalam kaitannya dengan asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*) dan syarat-syarat perjanjian. Dalam perjanjian baku, kebebasan dan pemberian kesepakatan untuk melakukan kontrak tidak dilakukan sebebaskan dengan perjanjian secara langsung, dengan melibatkan para pihak untuk menegosiasikan klausula perjanjian. Maka terdapat berbagai pendapat mengenai kedudukan klausula baku dalam hukum perjanjian.

Sluijter mengatakan bahwa klausula baku bukan merupakan perjanjian, sebab kedudukan pengusaha dalam perjanjian itu adalah seperti pembentuk undang-undang swasta (*legio particuliere wetgever*). Syarat-syarat yang ditentukan pengusaha dalam klausula itu adalah undang-undang, bukan perjanjian.²³

²² Az Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), h. 97.

²³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Ra-



Pitlo menggolongkan klausula baku sebagai perjanjian paksa (*dwang contract*). Walaupun secara teoretis yuridis, klausula baku tidak memenuhi ketentuan undang-undang dan ditolak keberadaannya sebagai perjanjian oleh beberapa ahli hukum, namun kenyataannya kebutuhan masyarakat terhadap klausula baku berjalan ke arah yang berlawanan dengan keinginan hukum.²⁴

Stein mencoba memecahkan masalah ini dengan mengemukakan pendapat bahwa klausula baku dapat diterima sebagai perjanjian, berdasarkan fiksi adanya kemauan dan kepercayaan (*fictie van wil en vertrouwen*) yang membangkitkan kepercayaan bahwa para pihak mengikatkan diri pada perjanjian itu. Jika konsumen menerima dokumen klausula baku tersebut, berarti ia secara sukarela setuju pada isi perjanjian tersebut.²⁵

Asser Rutten mengatakan bahwa setiap orang yang menandatangani perjanjian, bertanggung jawab pada isi dan apa yang ditandatangani. Jika ada orang yang membubuhkan tanda tangan pada formulir perjanjian baku, tanda tangan itu akan membangkitkan kepercayaan bahwa yang bertanda tangan mengetahui dan menhendaki isi formulir yang ditandatangani. Tidak mungkin seseorang menandatangani apa yang tidak diketahui isinya. Hondius dalam disertasinya mempertahankan bahwa perjanjian baku mempunyai kekuatan mengikat berdasarkan kebiasaan yang berlaku di masyarakat dan perdagangan.²⁶

Ahmadi Miru berpendapat bahwa perjanjian baku merupakan perjanjian yang mengikat para pihak yang menandatangani, walaupun harus diakui bahwa klausula yang terdapat dalam perjanjian baku banyak mengalihkan beban tanggung jawab dari pihak perancang klausula baku kepada pihak lawannya. Namun setiap kerugian yang timbul dikemudian hari akan tetap ditanggung oleh para pihak

jaGrafindo Persada, 2004), h. 117.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Ibid.*

²⁶ *Ibid.*



yang harus bertanggung jawab berdasarkan klausula perjanjian tersebut, kecuali jika klausula tersebut merupakan klausula yang dilarang berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.²⁷

Kendatipun demikian, harus pula diakui bahwa perjanjian baku sangat dibutuhkan dalam dunia perdagangan yang semakin pesat dewasa ini. Dengan penggunaan klausula baku tersebut, berarti para pihak dapat mempersingkat waktu bernegosiasi. Di samping itu, perjanjian baku juga tetap mengikat para pihak dan pada umumnya beban tanggung jawab para pihak adalah berat sebelah. Maka langkah yang harus dilakukan bukan melarang atau membatasi penggunaan klausula baku, melainkan melarang atau membatasi penggunaan klausula-klausula tertentu dalam perjanjian baku tersebut.²⁸

Di Inggris, penanggulangan masalah kontraktual dilakukan melalui putusan-putusan hakim dan ketentuan perundang-undangan. Bahkan *law commission* dalam saran mereka untuk peninjauan masalah *standard form contract* mengemukakan beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam menguji syarat-syarat baku tersebut, antara lain:²⁹

1. Kemampuan daya saing (*bargaining position*) para pihak.
2. Apakah konsumen ditawarkan syarat-syarat lain dengan tingkat harga yang lebih tinggi, tetapi tanpa syarat eksonerasi dalam kontrak pembeliannya.
3. Apakah pelanggaran kontrak dengan syarat pengecualian tanggung jawab, disebabkan oleh hal atau peristiwa di luar kuasa pihak (konsumen) yang melakukannya.

Di Amerika Serikat, transaksi-transaksi tertentu yang dilakukan dengan perjanjian baku, tidak diperbolehkan memuat syarat

²⁷ *Ibid.*, h. 118.

²⁸ Jerry J. Philips, *Product Liability*, (St. Paul, Minnesota: West Publishing Company, 1993), h. 130.

²⁹ Faktor-faktor tersebut perlu dipertimbangkan untuk apakah syarat-syarat kepatutan (*reasonableness requirement*) memang telah dipenuhi atau tidak, sehingga syarat-syarat baku tertentu dapat berlaku atau harus dibatalkan. M.J. Leder, *Consumer Law*, (Plymouth: Macdonald and Evans, 1980), h. 20.



berikut:³⁰

1. Persetujuan pembeli untuk tidak menggugat pengusaha.
2. Pembebasan pembeli untuk menuntut penjual mengenai setiap perbuatan penagihan atau pemilikan kembali (barang yang dijual) yang dilakukan secara tidak sah.
3. Pemberian kuasa kepada penjual atau orang lain untuk menagih pembayaran atau pemilikan kembali barang tertentu.
4. Pembebasan penjual dari setiap tuntutan ganti kerugian pembeli terhadap penjual.

Upaya perlindungan konsumen di atas tentu sangatlah terbatas, dan tidak mungkin memberikan perlindungan kepada konsumen secara keseluruhan. Akan tetapi upaya tersebut dapat dijadikan untuk membatasi kerugian akibat penggunaan klausula baku. Pembatasan atau larangan pencantuman klausula baku tertentu dalam perjanjian tersebut, dimaksudkan untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan keadaan oleh pihak yang memiliki kedudukan lebih kuat, yang pada akhirnya akan merugikan konsumen.

E. RANGKUMAN

1. Karakteristik klausula baku adalah:
 - a. Perjanjian dibuat secara sepihak oleh mereka yang posisinya relatif lebih kuat.
 - b. Konsumen sama sekali tidak dilibatkan dalam menentukan isi perjanjian.
 - c. Dibuat dalam bentuk tertulis dan massal.
 - d. Konsumen terpaksa menerima isi perjanjian karena faktor kebutuhan.
2. Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu

³⁰ Stuart J. Faber, *Handbook of Consumer Law*, (California: Lega Books, 1978), h. 55.



- dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
3. Klausula eksonerasi adalah klausula yang dicantumkan dalam suatu perjanjian, di mana satu pihak menghindarkan diri untuk memenuhi kewajibannya membayar ganti rugi seluruhnya atau terbatas, yang terjadi karena ingkar janji atau perbuatan melawan hukum.
 4. Syarat sahnya kontrak diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata:
 - a. sepakat mereka yang mengikat dirinya;
 - b. kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
 - c. suatu hal tertentu; dan
 - d. kausa yang legal.
 5. Undang-undang memberikan kebebasan membuat dan melaksanakan kontrak selama unsur-unsur perjanjian terpenuhi. Namun adakalanya kedudukan salah satu pihak tidak seimbang dalam negosiasi, yang akhirnya yang tidak terlalu menguntungkan bagi pihak lainnya. Keuntungan posisi tersebut diterjemahkan dengan pembuatan perjanjian baku dan/atau klausula baku yang tidak dapat dan tidak mungkin dinegosiasikan kembali (*take it or leave it*). Dengan melihat kenyataan bahwa *bargaining position* konsumen jauh di bawah pelaku usaha, maka UUPK mengatur ketentuan perjanjian baku.
 6. Ketentuan pencantuman klausula baku diatur dalam Pasal 18 UUPK.
 7. UUPK menginginkan terciptanya keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Pengaturan pencantuman klausula baku bukanlah merupakan keberpihakan terhadap kepentingan konsumen dan merugikan kepentingan pelaku usaha. Namun sesuai asas keseimbangan dalam hukum perlindungan konsumen, menginginkan kepentingan semua pihak harus dilindungi, termasuk kepentingan pemerintah dalam pembangunan nasional, harus mendapat porsi yang seimbang.
 8. Perjanjian baku sangat dibutuhkan guna mempersingkat waktu



bernegosiasi, maka langkah yang harus dilakukan bukan melarang atau membatasi penggunaan klausula baku, melainkan melarang atau membatasi penggunaan klausula-klausula tertentu dalam perjanjian baku tersebut. Pembatasan atau larangan pencantuman klausula baku tertentu dalam perjanjian tersebut, dimaksudkan untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan keadaan oleh pihak yang memiliki kedudukan lebih kuat, yang pada akhirnya akan merugikan konsumen.

F. SOAL DISKUSI

1. Jelaskan pengertian klausula baku dan klausula eksonerasi.
2. Jelaskan aspek hukum kontrak bisnis dalam klausula baku.
3. Sebutkan larangan-larangan dalam pencantuman klausula baku.
4. Jelaskan manfaat pengaturan pencantuman klausula baku.
5. Jelaskan manfaat klausula baku dalam aspek bisnis.

PRINSIP-PRINSIP PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bab 6

A. SASARAN PENGAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, Anda diharapkan mampu untuk:

1. Menjelaskan prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kelalahan.
2. Menjelaskan prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi.
3. Menjelaskan prinsip tanggung jawab mutlak.

B. PRINSIP TANGGUNG JAWAB BERDASARKAN KELALAIAN/ KESALAHAN (NEGLIGENCE)

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian (*negligence*) adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen.¹ Hal ini dapat ditemukan dalam rumusan teori *negligence*, yaitu *the failure to exercise the standard of care that reasonably prudent person would have exercised in a similar situation.*²

¹ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), h. 46.

² Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, (St. Paul, Minnesota: West Publishing, 2004), Eight Edition, h. 1061.

Berdasarkan teori ini, kelalaian produsen yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada produsen. *Negligence* dapat dijadikan dasar gugatan, manakala memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:³

1. Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal.
2. Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat.
3. Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.

Di samping faktor kesalahan dan kelalaian produsen, tuntutan ganti rugi tersebut juga diajukan dengan bukti-bukti lain, yaitu: *Pertama*, pihak tergugat merupakan produsen yang benar-benar mempunyai kewajiban untuk melakukan tindakan yang dapat menghindari terjadinya kerugian konsumen. *Kedua*, produsen tidak melaksanakan kewajibannya untuk menjamin kualitas produk sesuai dengan standar yang aman untuk dikonsumsi atau digunakan. *Ketiga*, konsumen menderita kerugian. *Keempat*, kelalaian produsen merupakan faktor yang mengakibatkan adanya kerugian bagi konsumen.⁴

Dalam sejarah pembentukan dan perkembangan hukum tanggung jawab produk, terdapat empat karakteristik gugatan konsumen dengan tingkat responsibilitas yang berbeda terhadap kepentingan konsumen, yaitu: *Pertama*, gugatan atas dasar kelalaian produsen dengan persyaratan hubungan kontrak. *Kedua*, gugatan atas dasar kelalaian produsen dengan beberapa pengecualian terhadap persyaratan hubungan kontrak. *Ketiga*, gugatan konsumen tanpa persyaratan hubungan kontrak. *Keempat*, gugatan dengan pengecualian atau modifikasi terhadap persyaratan kelalaian.

³ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), h. 148.

⁴ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 47.



1. Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/Kesalahan dengan Persyaratan Hubungan Kontrak

Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian (*negligence*) yang didasarkan pada -adanya unsur kesalahan dan hubungan kontrak (*privity of contract*), merupakan teori tanggung jawab yang paling merugikan konsumen. Karena gugatan konsumen hanya dapat diajukan jika telah memenuhi dua syarat tersebut, yakni adanya unsur kelalaian dan kesalahan dan hubungan kontrak antara produsen dan konsumen.

Pembentukan teori tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dan hubungan kontrak sangat dipengaruhi oleh paham individualisme dalam prinsip *laissez faire*.⁵ Secara historis, lemahnya perlindungan konsumen dapat ditelusuri hingga pada kerajaan Romawi Kuno. Peraturan tentang jual beli tidak banyak memberikan perlindungan terhadap pembeli (konsumen) yang dirugikan oleh penjual (produsen). Prinsip asli dari *civil law* yang diterapkan di Kerajaan Romawi adalah *caveat emptor*. Prinsip ini berarti, pembeli sendiri yang harus bertanggung jawab atas perlindungan kepentingannya, sedang-

⁵ Istilah *laissez faire*, pada mulanya dikemukakan oleh Vincent de Gournay, salah seorang pelopor mazhab fisiokrat. Istilah lengkapnya adalah: *laissez faire, laissez fair-passer, le monde va alors de lui meme*. Secara harfiah berarti "biarkanlah berbuat, biarkanlah berlalu, dunia akan berputar terus". Semboyan tersebut kemudian dimaknai "biarkanlah orang berbuat seperti yang mereka sukai tanpa campur tangan pemerintah". Pemerintah hendaknya tidak memperluas campur tangannya dalam perekonomian melebihi minimum yang benar-benar esensial untuk melindungi kehidupan milik untuk mempertahankan kebebasan berkontrak. Lihat dalam Komaruddin, *Pengantar Kebijakan Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h. 23. Prinsip ekonomi *laissez faire* yang menjadi inti pemikiran ekonomi abad ke-19 menuntut bahwa para pihak yang membuat kontrak memiliki kebebasan penuh dalam hubungan kontraktual, dengan seminim mungkin intervensi dari negara. Teori politik revolusioner yang berkembang saat itu memandang negara sebagai suatu lembaga yang berada di luar suatu persatuan kehendak individu. Pengaruh filsafat hukum yang memengaruhi kontrak saat itu adalah teori otonomi kehendak, yakni suatu teori yang menafsirkan bahwa hukum merupakan perintah atau produk suatu kehendak. Jika seseorang terikat kepada kontrak, karena ia memang menghendaki keterikatan tersebut. Lihat dalam A. Sonny Keraf, *Pasar Bebas, Keadilan dan Peran Pemerintah: Telaah Atas Etika Politik Ekonomi Adam Smith*, (Yogyakarta: Kanisius, 1996), h. 192.

kan penjual tidak bertanggung jawab atas kerugian konsumen.⁶

Teori tanggung jawab berdasarkan kelalaian tidak memberikan perlindungan yang maksimal bagi konsumen, karena konsumen dihadapkan pada dua kesulitan dalam mengajukan gugatan kepada produsen, yaitu: *Pertama*, tuntutan adanya hubungan kontrak antara konsumen sebagai penggugat dengan produsen sebagai tergugat. *Kedua*, argumentasi produsen bahwa kerugian konsumen diakibatkan oleh kerusakan barang yang tidak diketahui.⁷

Hubungan kontrak merupakan instrumen hukum yang membatasi tanggung jawab produsen ketika dihadapkan dengan teori kedaulatan konsumen (*consumer sovereignty theory*). Persyaratan hubungan kontrak merupakan reaksi balik (*anti these*) dari teori kedaulatan konsumen yang menempatkan konsumen pada posisi yang kuat dalam mekanisme pasar. Berdasarkan teori hubungan kontrak, maka pembuat barang atau penyalur barang sebagai produsen dapat terhindar dari gugatan konsumen yang tidak mempunyai hubungan hukum.⁸

Pada sisi lain, tanggung jawab produsen berdasarkan persyaratan kontrak adalah sejauh yang dapat diperkirakan atau diprediksikan yang biasanya dituangkan dalam kontrak. Dengan demikian, risiko atau substansi yang tidak tercantum dalam kontrak adalah masalah yang tidak dapat diantisipasi atau diperhitungkan sebelumnya. Tentu saja kondisi seperti ini sangat merugikan konsumen, dan menempatkan konsumen pada posisi tawar yang tidak seimbang dengan produsen.

Dengan demikian, tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dengan persyaratan hubungan kontrak sama sekali tidak melindungi konsumen.⁹ Karena konsumen tidak secara langsung ber-

⁶ Barry Nicholas, *An Introduction to Roman Law*, (1962), h. 182 dalam Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 49.

⁷ David A. Fischer dan William Powers Jr., *Product Liability: Case and Materials*, (St. Paul, Minnesota: West Publishing, 1988), h. 3.

⁸ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 56.

⁹ Sebagai contoh, kasus Morinaga Milks Industry berawal dari peredaran dan pe-



hubungan dengan produsen dan menjadi salah satu hambatan bagi konsumen yang mengalami kerugian untuk menuntut haknya. Sebaliknya, persyaratan hubungan kontrak mempersempit tanggung jawab produsen, karena konsumen mempunyai hak untuk menggugat terbatas pada konsumen yang mempunyai hubungan langsung dengan produsen. Padahal dalam keseharian justru keadaan seperti ini sering terjadi, dan bahkan konsumen yang menjadi korban lebih banyak orang yang bukan pembeli atau mempunyai hubungan hukum secara langsung dengan produsen.

2. Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/Kesalahan dengan Beberapa Pengecualian Terhadap Persyaratan Hubungan Kontrak

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dengan persyaratan hubungan kontrak dipandang sangat tidak akomodatif dan responsif terhadap kepentingan konsumen, serta kondisi nyata dalam kehidupan sehari-hari. Karena konsumen (pengguna atau pemakai) produk yang tidak mempunyai hubungan hukum atau kontrak dengan produsen yang sering menjadi korban dari produk yang ditawarkan produsen.

Sejak akhir abad ke-19, ide pengecualian-pengecualian terhadap persyaratan hubungan kontrak antara konsumen dan produsen mulai lahir dari beberapa putusan hakim di pengadilan. Pengecualian tersebut, diuraikan secara singkat oleh Hakim Sarbon ketika memutuskan kasus *Huset v. J.L. Case Threshing Machine Co.*¹⁰

Ada tiga pemikiran yang digambarkan oleh Hakim Sarbon sebagai alasan dari pengecualian terhadap hubungan kontrak tersebut,

masaran produk susu yang mengandung racun di Jepang pada tahun 1950-an. Produk susu tersebut mengakibatkan meninggalnya 113 penduduk Jepang dan lebih dari 12.000 yang mengalami keracunan. Tidak ada gugatan perdata untuk memperoleh ganti kerugian yang diderita korban. Bahkan dalam gugatan pidana, putusan hakim memenangkan produsen, karena tidak terbukti adanya kesalahan pihak perusahaan. Michael J. Matsukawa, *Product Liability Trends in Japan*, (University of Washington: School of Law, 1982), h. 34, dalam Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 57.

¹⁰ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 62.



yaitu: *Pertama*, pengecualian berdasarkan alasan karakter produk membahayakan kesehatan dan keselamatan konsumen (*imminently and inherently dangerous product*).¹¹ *Kedua*, pengecualian berdasarkan konsep *implied invitation*, yaitu tawaran produk kepada pihak ketiga yang tidak mempunyai hubungan hukum.¹² *Ketiga*, dalam hal suatu produk dapat membahayakan konsumen, kelalaian produsen atau penjual untuk memberitahukan kondisi produk tersebut pada saat penyerahan barang dapat melahirkan tanggung jawab kepada pihak ketiga, walaupun tidak ada hubungan hukum antara produsen dan konsumen yang menderita kerugian.

Pengecualian pertama ini diterapkan dalam kasus *Thomas v. Winchester*. Dalam kasus ini penggugat mengalami cedera yang parah akibat mengonsumsi *belladonna*, yaitu sejenis racun yang mematikan. Hal ini disebabkan kelalaian produsen dalam memberi label, yaitu menggunakan label *extract dandelion*, sejenis obat ringan yang tidak membahayakan kesehatan dan keselamatan manusia.¹³

Belladonna yang diberi label *extract dandelion* tersebut dibeli oleh suami dari wanita yang mengalami keracunan. Wanita yang mengalami keracunan tersebut mengajukan gugatan. Pengadilan berpendapat, bahwa tergugat yaitu *dealer* obat-obatan yang mengandung racun tersebut bertanggung jawab atas kerugian penggugat.

Melalui kasus ini hakim mengangkat dan mengakui *remote purchaser*¹⁴ yang juga memberikan petunjuk adanya pemikiran yang

¹¹ Berdasarkan pengecualian ini, produsen atau penjual produk yang mengandung unsur-unsur berbahaya atau membahayakan konsumen dapat digugat oleh konsumen walaupun tidak mempunyai hubungan kontrak (*remote consumers*), apabila kerugian yang diderita tersebut merupakan akibat dari produk yang memang membahayakan konsumen, termasuk harta bendanya.

¹² Berdasarkan pengecualian ini, maka risiko yang diderita pihak ketiga dibebankan kepada pihak yang menawarkan produk, walaupun tidak mempunyai hubungan kontrak.

¹³ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 63.

¹⁴ *Remote purchaser* yaitu pihak pembeli atau konsumen yang tidak memiliki hubungan langsung dengan produsen, melainkan pembelian melalui *dealer*/penyalur atau penjual. *Ibid.*



mengakui adanya *remote consumer*.¹⁵ Lebih lanjut dalam kasus ini, hakim berpendapat bahwa risiko produk yang dialami konsumen tidak akan dialami oleh *dealer* atau penjual, karena *dealer* membeli produk tersebut tidak untuk mengonsumsi sendiri, tetapi untuk dijual kembali.¹⁶

Pengecualian kedua terjadi dalam kasus *Coughtry v. Globe Wollen Co*. Dalam kasus ini, seorang pemilik rumah mengikat kontrak dengan kontraktor *Osborn & Martin* untuk membuat perhiasan ukiran pada dinding/tembok rumah. Pemilik rumah menyanggupi untuk menyediakan tangga yang dapat digunakan oleh para pekerja. Pada saat pelaksanaan pekerjaan, salah seorang pekerja mengalami kecelakaan karena tangganya rusak. Pengadilan menyatakan bahwa kelalaian pemilik gedung dikategorikan sebagai *implied of invitation* terhadap pekerja dari perusahaan *Osborn & Martin*. Oleh karena itu, pengadilan memutuskan bahwa yang bertanggung jawab bukan majikan buruh/pekerja, tetapi pihak pemilik bangunan rumah.

Sedangkan contoh penerapan pengecualian yang ketiga terdapat pada kasus *Wellington v. Oil Co*. Dalam kasus ini, tergugat menjual minyak *naphtha* kepada *Chase* seorang *retailer*, yang akan menjual kepada para pelanggan. *Naphtha* adalah suatu zat cair yang berbahaya dan mudah meledak. *Chase* menjual *naphtha* kepada konsumen, yang digunakan untuk lampu penerangan. Minyak tersebut menyala dan meledak. Pengadilan dalam kasus ini menekankan pentingnya pemberitahuan mengenai kondisi produk oleh pembuat produk kepada konsumen. Dalam memutuskan perkara tersebut, hakim berpendapat: “A man who delivers an article, which he know to be dangerous or noxious to another person, without notice of its nature and qualities, is liable for an injury which may reasonably be contemplated as likely to result, and which does in fact result, there from, to that per-

¹⁵ *Remote consumer* adalah konsumen yang menggunakan suatu produk, bukan pembeli atau pihak yang mempunyai hubungan kontrak dengan produsen.

¹⁶ Bandingkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan konsumen adalah “konsumen akhir”, sedangkan *dealer* adalah “konsumen antara”.



son or any other, who is not himself in fault.¹⁷

3. Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/Kesalahan Tanpa Persyaratan Hubungan Kontrak

Tahap berikutnya adalah prinsip tanggung jawab tetap berdasarkan kelalaian/kesalahan namun sudah tidak mensyaratkan adanya hubungan kontrak. Persyaratan adanya hubungan kontrak secara tegas diabaikan sejak tahun 1916 ketika Hakim Cardozo memberikan pendapatnya dalam putusan banding kasus *Mac Pherson v. Buick Motor Co.* Putusan ini kemudian diikuti oleh negara-negara bagian lainnya di Amerika Serikat.¹⁸

Dasar filosofis dari putusan ini adalah pembuat produk yang mengedarkan atau menjual barang-barang yang berbahaya di pasar bertanggung jawab bukan karena atau berdasarkan kontrak, tetapi karena ancaman yang dapat diperhitungkan jika tidak melakukan berbagai upaya untuk mencegah kerugian konsumen.¹⁹

Doktrin ini kemudian diperluas bukan saja hanya untuk kerugian pada diri manusia atau korban, tetapi juga meluas pada harta benda yang lain. Seperti yang terjadi dalam kasus *Rose v. Buffalo Air Service*. Kasus ini mengenai perusahaan pembuat insektisida dan jasa penyemprotan yang bertanggung jawab atas kerugian pada hasil panen gula. Bibitnya dicemari oleh zat kimia yang mengandung racun yang salah label oleh perusahaan pembuatnya.²⁰

4. Prinsip Praduga Lalai dan Prinsip Praduga Bertanggung Jawab dengan Pembuktian Terbalik

Prinsip praduga lalai dan prinsip praduga bertanggung jawab merupakan modifikasi dari prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian dan kesalahan. Modifikasi ini merupakan masa transisi menu-

¹⁷ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 64.

¹⁸ *Ibid.*, h. 65.

¹⁹ David A. Fischer dan William Powers Jr., *Op. cit.*, h. 590.

²⁰ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 66.



ju pembentukan prinsip tanggung jawab mutlak.

Jika sebelumnya terdapat pengecualian dan penolakan terhadap prinsip hubungan kontrak dalam gugatan berdasarkan kelalaian dan kesalahan produsen, maka selanjutnya muncul pemikiran yang mempersoalkan apakah faktor kelalaian dan kesalahan merupakan faktor penting dalam gugatan konsumen kepada produsen.

Untuk mengatasi hal tersebut, maka muncul ajaran tanggung jawab produsen tidak saja menolak adanya hubungan kontrak, namun juga melakukan modifikasi terhadap sistem tanggung jawab berdasarkan kesalahan melalui prinsip kehati-hatian (*standard of care*), prinsip praduga lalai (*presumption of negligence*), dan beban pembuktian terbalik.²¹ Orientasi kepentingan konsumen dalam penerapan prinsip praduga lalai/bersalah (*presumption of negligence*) dapat dilihat dari penerapan prinsip *res ipsa laquitor* dan *negligence per se*.

Black's law dictionary merumuskan doktrin *res ipsa laquitor* dengan *the thing speaks for itself*,²² yang berarti kelalaian tidak perlu dibuktikan lagi. Karena fakta berupa kecelakaan atau kerugian yang dialami konsumen merupakan hasil dari kelalaian produsen, sebaliknya konsumen tidak akan mengalami kerugian atau kecelakaan apabila produsen tidak lalai. Berdasarkan doktrin ini, pembuktian dibebankan kepada pihak tergugat, apakah tergugat lalai atau tidak.²³

Adapun doktrin *negligence per se* dalam *black's law dictionary* dirumuskan dengan: *Negligence established as a matter of law, so that*

²¹ Dalam kasus *Hertzler v. Manshum* pengadilan menyatakan, karena terbatasnya pengetahuan konsumen maka konsumen tidak mengetahui apakah suatu produk tidak tercemar. Keterbatasan pengetahuan konsumen untuk mengetahui kondisi produk dapat menimbulkan akibat fatal bagi kesehatan dan keselamatan jiwa konsumen, *ibid.*, h. 67-68.

²² Bryan A. Garner; *Op. cit.*, h. 1336.

²³ Dalam kasus *Richenbacher v. California Packing Corporation*, penggugat mengalami luka akibat sepotong kaca yang terdapat dalam makanan kaleng. Makanan tersebut dipasarkan oleh tergugat dengan menggunakan label perusahaannya, yaitu *Del Monte*. Dalam kasus ini, tidak perlu dibuktikan lagi apakah tergugat lalai dalam mempersiapkan dan memasukkan makanan tersebut ke dalam kaleng, karena pecahan kaca tidak akan ada dalam kaleng, apabila produsen tidak lalai. Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 68.



*breach of the duty is not a jury question. Negligence per se usually arises from a statutory violation.*²⁴ Berdasarkan doktrin ini, pembuat barang yang tidak memenuhi standar keselamatan yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan dianggap telah memenuhi unsur kelalaian.²⁵

Prinsip praduga bersalah atau lalai diikuti dengan prinsip praduga bertanggung jawab. Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai ia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah. Jadi, pada prinsip ini beban pembuktian berada pada tergugat.

C. PRINSIP TANGGUNG JAWAB BERDASARKAN WANPRESTASI (BREACH OF WARRANTY)

Tanggung jawab produsen berdasarkan wanprestasi juga merupakan bagian dari tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Dengan demikian, suatu produk yang rusak dan mengakibatkan kerugian, maka konsumen melihat isi kontrak, baik tertulis maupun tidak tertulis.

Keuntungan konsumen berdasarkan teori ini adalah penerapan kewajiban yang sifatnya mutlak (*strict obligation*), yaitu kewajiban yang tidak didasarkan pada upaya yang telah dilakukan produsen untuk memenuhi janjinya. Artinya, walaupun produsen telah berupaya memenuhi kewajiban dan janjinya, tetapi konsumen tetap mengalami kerugian, maka produsen tetap dibebani tanggung jawab untuk mengganti kerugian. Namun kelemahan teori ini dalam perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen, yaitu pembatasan waktu gugatan, persyaratan pemberitahuan, kemungkinan adanya

²⁴ Bryan A. Garner, *Op. cit.*, h. 1063.

²⁵ Di Amerika Serikat, apabila terjadi kecelakaan mobil akibat mengendarai mobil, dan dapat dibuktikan bahwa mobil tersebut tidak memenuhi standar yang ditetapkan oleh *Federal Motor Vehicle Safety Standard (FMVSS)*, sudah memenuhi unsur kelalaian tergugat. Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 69.



bantahan (*disclaimer*), dan persyaratan hubungan kontrak.²⁶

Gugatan berdasarkan *breach of warranty* sesungguhnya dapat diterima walaupun tanpa hubungan kontrak, dengan pertimbangan bahwa dalam praktik bisnis modern, proses distribusi dan iklan langsung ditujukan kepada masyarakat (konsumen) melalui media massa. Dengan demikian, tidak perlu ada hubungan kontrak yang mengikat antara produsen dan konsumen.²⁷

Kewajiban membayar ganti rugi dalam tanggung jawab berdasarkan wanprestasi merupakan akibat dari penerapan klausula dalam perjanjian, yang merupakan ketentuan hukum bagi para pihak (produsen dan konsumen), yang secara sukarela mengikatkan diri dalam perjanjian tersebut.

1. Tanggung Jawab Berdasarkan Jaminan Produk yang Tertulis (Express Warranty)

Express warranty adalah *a warranty created by the overt words or actions of the seller*,²⁸ maka pernyataan yang dikemukakan produsen atau merupakan janji yang mengikat produsen untuk memenuhinya. Hal ini penting, karena terkait dengan pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan informasi produsen tersebut.

Dalam perkembangannya, pernyataan produsen terhadap produknya hanya diberlakukan bagi pembeli langsung (*immediate buyer*) yang bersifat eksplisit dan tegas. Namun prinsip tersebut dipandang tidak menguntungkan konsumen, maka pernyataan produsen terkait dengan produknya tidak saja dalam bentuk kata-kata formal

²⁶ Prinsip penting dalam hukum kontrak adalah para pihak berada pada posisi tawar yang seimbang. Dengan demikian, apabila salah satu pihak tidak puas dengan isi perjanjian, maka pihak tersebut memiliki kekuatan untuk merundingkan kembali isi perjanjian. Namun dalam praktiknya, posisi tawar antara konsumen dan produsen selalu tidak seimbang. Bahkan, produsen dengan kekuatannya cenderung menerapkan prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability*) sebagai klausula eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2006), h. 64-65.

²⁷ Ahmadi Miru, *Op. cit.*, h. 148.

²⁸ Bryan A. Garner, *Op. cit.*, h. 1619.

dan tertulis. Lebih jauh lagi, terkait dengan pernyataan penjual ketika menawarkan produknya kepada konsumen juga termasuk janji yang mengikat produsen.²⁹

Express warranty tidak perlu dengan kata-kata yang secara tegas berbunyi menjamin, tetapi cukup dengan adanya keterangan, janji, atau gambaran yang diberikan oleh produsen dan merupakan bagian dari perjanjian.³⁰ Akhirnya, tanggung jawab produsen semakin diperluas, karena setiap pernyataan penjual atau produsen ditafsirkan sebagai janji yang harus dipenuhi oleh penjual atau produsen.³¹

2. Tanggung Jawab Berdasarkan Jaminan Produk yang tidak Tertulis (Implied Warranty)

Perkembangan hukum yang berorientasi pada perlindungan konsumen lahir bersamaan dengan prinsip *breach of warranty*, yaitu berdasarkan *implied warranty* yang memperluas tanggung jawab produsen. Prinsip ini juga dipandang sebagai benih atau cikal bakal dari prinsip *strict product liability*, karena pada posisi ini hukum memiliki tingkat *responsibility* yang tinggi terhadap kepentingan konsumen.

Implied warranty adalah *an obligation imposed by the law when there has been no representation or promise*.³² Dengan pengertian bahwa tanggung jawab dibebankan kepada produsen dan produk yang didistribusikannya kepada konsumen telah memenuhi standard kelayakan.

Jenis *implied warranty* yang pertama adalah *implied warranty of*

²⁹ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 76.

³⁰ Ahmadi Miru, *Op. cit.*, h. 149.

³¹ Dalam kasus *Baxter v. Ford Motor Co.* produsen digugat berdasarkan pernyataan iklan bahwa kaca depan mobil yang dijualnya antipecah. Namun, ketika pembeli menyetir mobilnya dan kaca depannya terkena batu, ternyata kacanya langsung pecah dan melukai mata pengemudi. Pengadilan mendasarkan putusannya bahwa pembeli percaya terhadap gambaran yang dikemukakan produsen bahwa label dibuat secara tepat sesuai dengan yang tertera dalam iklan. Padahal konsumen memberi produknya berdasarkan gambaran yang dituangkan dalam iklan. Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 77.

³² Bryan A. Garner, *Op. cit.*, h. 1619.



merchantability,³³ yaitu tanggung jawab dibebankan kepada produsen. Pedagang yang menjual produk yang tidak layak untuk dijual (*not merchantable*), sudah digolongkan telah melanggar *implied warranty of merchantability*. Pelanggaran terhadap *warranty of merchantability* tanpa memperhitungkan apakah produsen mengetahui atau tidak kondisi barang sebelum dijual.

Adapun *implied warranty* yang kedua adalah *implied warranty for a particular purpose*.³⁴ Jaminan ini didasarkan pada asumsi bahwa produsen mengetahui tujuan khusus dari suatu produk berdasarkan *skill* atau *judgment* yang diberikannya. Oleh karena itu, konsumen percaya kepada produsen tentang barang yang dikehendaki konsumen.³⁵

D. PRINSIP TANGGUNG JAWAB MUTLAK (STRICT PRODUCT LIABILITY)

Secara umum hubungan hukum antara produsen dan konsumen merupakan hubungan yang terus-menerus dan berkesinambungan. Hubungan hukum antara produsen dengan konsumen karena keduanya menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi.³⁶ Hubungan tersebut terjadi sejak proses produksi, distribusi, pemasaran dan penawaran hingga pada akibat mengonsumsi produk tersebut.³⁷

³³ *A warranty that the property is fit for the ordinary purposes for which it is used. Ibid.*

³⁴ *A warranty-implied by law if the seller has reason to know of the buyer's special purposes for the property-that the property is suitable for those purposes. Ibid.*

³⁵ Dalam kasus *Conklin v. Hotel Waldorf Astoria Corp*, penggugat memperoleh ganti kerugian berdasarkan tuntutan wanprestasi. Penggugat yang diundang temannya ke hotel mengalami cedera, karena sepotong pecahan kaca yang terdapat dalam makanan yang disajikan oleh pihak tergugat. Kendatipun penggugat berada di restoran tersebut sebagai tamu dari temannya yang mentraktirnya untuk makan siang. Pengadilan berpendapat bahwa penggugat tidak membayar sendiri makanannya, tetap saja dianggap sebagai pembeli. Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 85.

³⁶ Sudaryatmo, *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: 1996), h. 23.

³⁷ Basu Swastia, *Manajemen Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1997), h. 25.



Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) dalam hukum perlindungan konsumen dirasakan sangat penting, paling tidak didasarkan pada empat alasan, yaitu: *pertama*, tanggung jawab mutlak merupakan instrumen hukum yang relatif masih baru untuk memperjuangkan hak konsumen memperoleh ganti kerugian. *Kedua*, tanggung jawab mutlak merupakan bagian dan hasil dari perubahan hukum di bidang ekonomi, khususnya industri dan perdagangan yang dalam praktiknya sering menampilkan kesenjangan antara standar yang diterapkan di negara yang satu dengan negara lainnya, dan kesenjangan dalam negara yang bersangkutan, yaitu antar-kebutuhan keadilan masyarakat dengan standar perlindungan konsumen dalam hukum positifnya. *Ketiga*, penerapan prinsip tanggung jawab mutlak melahirkan masalah baru bagi produsen, yaitu bagaimana produsen menangani risiko gugatan konsumen. *Keempat*, Indonesia merupakan contoh yang menggambarkan dua kesenjangan yang dimaksud, yaitu antara standar norma dalam hukum positif dan kebutuhan perlindungan kepentingan dan hak-hak konsumen.³⁸

Pembentukan prinsip tanggung jawab mutlak merupakan hasil akhir dari perkembangan hukum yang terjadi secara bertahap. Prinsip tanggung jawab mutlak merupakan sistem tanggung jawab yang tidak berdasarkan kesalahan produsen, yakni menerapkan tanggung jawab kepada penjual produk yang cacat tanpa ada beban bagi konsumen atau pihak yang diragukan untuk membuktikan kesalahan tersebut.³⁹ Prinsip tanggung jawab mutlak dinilai lebih responsif terhadap kepentingan konsumen dibanding dengan prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (*negligence*) dan wanprestasi (*breach of warranty*).

Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk menjerat pelaku usaha, khususnya produsen, yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Selanjutnya asas tersebut dikenal dengan nama *product*

³⁸ Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 1.

³⁹ *Ibid.*, h. 92-96.



liability, menurut asas ini produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya.⁴⁰

Prinsip tanggung jawab mutlak yang semula dikembangkan melalui pengadilan,⁴¹ mendapatkan pengakuan yang kuat setelah diintegrasikan dalam hukum tertulis. Di Amerika Serikat, pengintegrasian prinsip tanggung jawab mutlak dituangkan dalam Pasal 402 A *Restatement (second) of Torts*.

Pasal 402 A *Restatement (second) of Torts* tersebut merumuskan prinsip tanggung jawab mutlak sebagai berikut:

(1) One who sells any product in defective condition unreasonably dangerous to the user or consumer or to his property is subject to liability for physical harm thereby caused to the ultimate user or consumer, or to his property, if the seller is engaged in the business of selling such a product, and it is expected to and does reach the user or consumer without substantial change in the condition in which it is sold. (2) The rule stated in Subsection (1) applies although (a) the seller has exercised all possible care in the preparation and sale of his product, and (b) the user or consumer has not bought the product from entered into a contractual relation with the seller.

Dalam perkembangan selanjutnya, pertanggungjawaban difokuskan pada kondisi produk, bukan pada perilaku produsen. Masyarakat Uni Eropa membentuk standar tanggung jawab produk berdasarkan ketentuan yang disebut *Council Directive 85/374/EE* pada tanggal 25 Juli 1985. Pedoman ini diterapkan pada semua negara anggota, dengan ketentuan bahwa penjabaran lebih lanjut diatur dalam hukum masing-masing negara.⁴²

⁴⁰ Shidarta, *Op. cit.*, h. 78.

⁴¹ Beberapa putusan pengadilan yang dianggap sebagai motor penggerak lahirnya prinsip tanggung jawab mutlak adalah putusan pada kasus *Escola v. Coca Cola Bottling Co.* dan *Greenman v. Yoba Power Co* dengan hakim Roger Traynor. Putusan Mahkamah Agung New Jersey pada kasus *Henningsen v. Bloomfield Motors, Inc.* dan putusan pada kasus *Mac Pherson v. Buick Motor Co.* dengan oleh Hakim Cardozo.

⁴² Prinsip ini diterapkan oleh masyarakat Eropa, karena mereka mengakui bahwa prinsip *strict liability* merupakan satu-satunya alat atau instrumen hukum yang dapat memberikan perlindungan terhadap kepentingan konsumen. Pada sisi lain, meningkatnya korban kerugian akibat mengonsumsi produk-produk cacat, dan faktor pendidikan yang mendorong meningkatnya harapan dan kesadaran konsumen. Inosentius Samsul,



Beberapa alasan mengapa prinsip tanggung jawab mutlak diterapkan dalam hukum perlindungan konsumen, antara lain:⁴³

1. Di antara korban/konsumen disatu pihak dan produsen di pihak lain, seharusnya beban kerugian (risiko) ditanggung oleh pihak yang memproduksi atau mengeluarkan barang-barang di pasaran.
2. Dengan menerapkan/mengedarkan barang-barang di pasaran, berarti produsen menjamin bahwa barang-barang tersebut aman dan pantas untuk digunakan, dan bilamana terbukti tidak demikian maka produsen harus bertanggung jawab.
3. Sebenarnya tanpa menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak, produsen yang melakukan kesalahan dapat dituntut melalui proses tuntutan beruntun, yaitu konsumen kepada pedagang eceran, pedagang eceran kepada grosir, grosir kepada distributor, distributor kepada agen, dan agen kepada produsen. Adapun penerapan *strict liability* dimaksudkan untuk menghilangkan proses yang cukup panjang ini.

Di Amerika, terjadi pergeseran asas strategis bisnis yang mendasar, dari *product oriented policy* yang tidak memerhatikan kepentingan dan keselamatan konsumen sehingga berlaku asas *caveat emptor*. Berubah menjadi *costumer oriented policy*, yaitu kebijakan dalam pemasaran yang didasarkan pada keyakinan bahwa apa yang dihasilkan oleh produsen harus sesuai dengan tuntutan, kriteria, dan kepentingan konsumen, sehingga produsen harus berhati-hati dalam memproduksi barang. Dengan demikian berlakulah asas *caveat venditor*. Hal ini dipertegas dengan ditolaknya prinsip *no privity-no liability* dalam kasus *Mac Pherson vs. Buick Motor Co.* pada tahun 1916 oleh Cardozo (Hakim Pengadilan Banding New York), dengan demikian Cardozo dianggap sebagai peletak dasar prinsip-prinsip tanggung jawab produk.

Dengan ditinggalkannya asas *no privity-no liability*, membawa

Op. cit., h. 111.

⁴³ M. Yahya Harahap, *Beberapa Tinjauan tentang Permasalahan Hukum*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1997), h. 16-17.



akibat hukum bahwa siapa pun yang menjadi korban produk cacat berhak penuh mengajukan gugatan. Demikian pula kerugian yang pada mulanya hanya mengganti kerugian fisik, kemudian diperluas hingga meliputi kerugian harta benda, bahkan keuntungan yang diharapkan atau keuntungan yang tidak diperoleh.

Karena itu pula, Amerika tidak lagi menerapkan prinsip pertanggungjawaban yang didasarkan pada kesalahan produsen dengan beban pembuktian pada konsumen, tetapi beban pembuktian berada pada produsen atas dasar *strict liability*. Sehingga ada atau tidaknya kesalahan dan kelalaian produsen dianggap tidak relevan dalam model pertanggungjawaban ini.

Penerapan *strict liability* tersebut didasarkan pada alasan bahwa konsumen tidak dapat berbuat banyak untuk memproteksi diri dari risiko kerugian yang disebabkan oleh produk cacat. Maka penerapan *strict liability* terhadap produsen tentu saja memberikan perlindungan kepada konsumen, karena tidak dibebani untuk membuktikan kesalahan produsen akibat penggunaan suatu produk.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengakomodasi dua prinsip penting, yakni tanggung jawab produk (*product liability*) dan tanggung jawab profesional (*professional liability*). Tanggung jawab produk merupakan tanggung jawab produsen untuk produk yang dipasarkan kepada pemakai, yang menimbulkan dan menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.⁴⁴ Sedangkan tanggung jawab profesional berhubungan dengan jasa, yakni tanggung jawab produsen terkait dengan jasa profesional yang diberikan kepada klien.⁴⁵

Barang didefinisikan dengan benda berwujud atau tidak berwujud, bergerak atau tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak

⁴⁴ Shidarta, *Op. cit.*, h. 80.

⁴⁵ Sama seperti tanggung jawab produk, sumber persoalan dalam tanggung jawab profesional timbul karena penyedia jasa tidak memenuhi perjanjian yang mereka sepakati dengan klien, atau akibat kelalaian penyedia jasa tersebut mengakibatkan terjadinya perbuatan melawan hukum serta merugikan atau membahayakan klien, *ibid.*, h. 82.



dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan produk dalam hukum tanggung jawab produk di beberapa negara lain hanya terbatas pada pengertian barang, tidak termasuk jasa.

Jenis jasa yang diberikan dalam hubungan antara tenaga profesional dan kliennya juga berbeda. Ada jasa yang diperjanjikan menghasilkan sesuatu (*resultaat verbintenis*), tetapi ada yang diperjanjikan untuk mengupayakan sesuatu (*inspanningsverbintenis*). Kedua jenis perjanjian ini memberi konsekuensi yang berbeda dalam tanggung jawab profesional yang bersangkutan.⁴⁶

Terkait dengan pelanggaran terhadap tanggung jawab profesional yang dapat membahayakan jiwa konsumen, malpraktik dalam bidang kedokteran misalnya, perlu ada ukuran yang jelas. Memang indikator tersebut tidak ditetapkan dalam undang-undang, namun ditetapkan oleh asosiasi profesi. Standarisasi profesi ini sangat bersifat sangat teknis, tetapi dapat pula berbentuk aturan-aturan moral yang dimuat dalam kode etik profesi. Meskipun hanya berupa kode etik, bukan berarti para profesional tidak terbebani untuk taat terhadap kode etik tersebut. Karena jika organisasi profesi tersebut menerapkan sanksi-sanksi organisatoris terhadap anggota yang melanggar, akan berkaitan langsung dengan kelangsungan pekerjaan mereka. Sebab organisasi ini dapat mencabut atau memecat anggota yang bersangkutan, sehingga kehilangan izin praktiknya.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, ketentuan yang mengisyaratkan adanya tanggung jawab produk dan tanggung jawab profesional dimuat dalam Pasal 7 hingga 17, 19, 23, dan 28.⁴⁷ Adapun pelanggaran terhadap Pasal 8 hingga Pasal 17 dikategorikan sebagai tindak pidana menurut ketentuan Pasal 62.⁴⁸ Ketentuan yang lebih

⁴⁶ *Ibid.*, 83.

⁴⁷ Pasal 7 mengatur tentang kewajiban pelaku usaha, sedangkan Pasal 8 hingga 17 mengatur tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

⁴⁸ Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan: (1) 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,

tegas terkait dengan *product liability* dan *professional liability* terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menyebutkan:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa 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.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Ketentuan Pasal 19 tersebut meliputi tanggung jawab pelaku usaha terhadap ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen. Maka produk yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban bagi pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.

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,- (dua miliar rupiah); (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah); (3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap, atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.



Namun pertanggungjawaban dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut tidak sepenuhnya menganut prinsip tanggung jawab mutlak, sebagaimana yang dirumuskan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1983 tentang Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia,⁴⁹ Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup,⁵⁰ serta Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.⁵¹ Ketiga undang-undang tersebut merumuskan “bertanggung jawab secara mutlak atas kerugian yang ditimbulkan” dan “membayar ganti rugi dengan segera atau seketika”.

Adapun persepsi Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen berangkat dari asumsi bahwa apabila produsen tidak melakukan kesalahan, maka konsumen tidak melakukan kerugian, atau dengan rumusan yang berbeda, apabila konsumen mengalami kerugian, berarti produsen telah melakukan kesalahan.⁵²

Terkait dengan batas waktu pembayaran ganti kerugian, Undang-Undang Perlindungan Konsumen merumuskan; dilaksanakan

⁴⁹ Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1983 tentang Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia, merumuskan: Dengan tidak mengurangi ketentuan Pasal 8, dan dengan memerhatikan batas ganti rugi maksimum tertentu, barangsiapa di Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia menyebabkan terjadinya pencemaran lingkungan laut dan/atau perusakan sumber daya alam memikul tanggung jawab mutlak dan membayar biaya rehabilitasi lingkungan laut dan/atau sumber daya alam tersebut dengan segera dan dalam jumlah yang memadai.

⁵⁰ Pasal 35 ayat (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, merumuskan: Penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang usaha dan kegiatannya menimbulkan dampak besar dan penting terhadap lingkungan hidup, yang menggunakan bahan berbahaya dan beracun, dan/atau menghasilkan limbah bahan berbahaya dan beracun, bertanggung jawab secara mutlak atas kerugian yang ditimbulkan, dengan kewajiban membayar ganti rugi secara langsung dan seketika pada saat terjadinya pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup.

⁵¹ Pasal 88 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menyebutkan: Setiap orang yang tindakannya, usahanya, dan/atau kegiatannya menggunakan B3, menghasilkan dan/atau mengelola limbah B3, dan/atau yang menimbulkan ancaman serius terhadap lingkungan hidup bertanggung jawab mutlak atas kerugian yang terjadi tanpa perlu pembuktian unsur kesalahan.

⁵² Inosentius Samsul, *Op. cit.*, h. 144.

dalam tenggang waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi.⁵³ Batas waktu tujuh hari tersebut tidak dimaksudkan untuk menjalani proses pembuktian, tetapi hanya memberikan kesempatan kepada produsen untuk membayar atau mencari solusi lain, termasuk penyelesaian sengketa melalui pengadilan. Padahal tidak sedikit pula konsumen yang mengonsumsi barang dan/atau jasa pada hari kedelapan setelah transaksi, bila tidak mendapatkan ganti kerugian walaupun secara nyata konsumen tersebut menderita kerugian, maka sesungguhnya rumusan pasal ini sangat merugikan konsumen.

Prinsip tanggung jawab mutlak dalam perlindungan konsumen tidak identik dengan tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Oleh karena itu, produsen dapat dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan pengecualian atas tanggung jawab produsen, yakni: *Pertama*, barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan. *Kedua*, cacat barang timbul pada kemudian hari. *Ketiga*, cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang. *Keempat*, kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen. *Kelima*, lewatnya jangka waktu penuntutan empat tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.⁵⁴

Terkait dengan pembuktian terhadap pembuktian ada tidaknya unsur kesalahan dalam ganti kerugian tersebut, merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.⁵⁵ Rumusan ini dikenal kemudian dengan sistem pembuktian terbalik, hal ini merupakan salah satu pemberdayaan konsumen, karena pihak penggugat (konsumen) tidak lagi dibebani untuk membuktikan kesalahan produsen, melainkan produsen yang harus membuktikan ketidakbersalahannya. Sehingga, apabila produsen tidak mampu membuktikan ketidakbersalahannya, maka dengan sendirinya dianggap bersalah, sehingga bertanggung

⁵³ Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁵⁴ Pasal 27 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁵⁵ Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



jawab untuk membayar ganti kerugian yang ditimbulkan oleh produknya.⁵⁶

E. RANGKUMAN

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian (*negligence*) adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen. Kelalaian produsen yang berakibat pada kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada produsen. *Negligence* dapat dijadikan dasar gugatan, manakala memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Suatu tingkah laku yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal:
 - a. Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap penggugat.
 - b. Kelakuan tersebut merupakan penyebab nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.
2. Di samping faktor kesalahan dan kelalaian produsen, tuntutan ganti rugi tersebut juga diajukan dengan bukti-bukti lain, yaitu:
 - a. Tergugat merupakan produsen yang benar-benar mempunyai kewajiban untuk melakukan tindakan yang dapat menghindari terjadinya kerugian konsumen.
 - b. Produsen tidak melaksanakan kewajibannya untuk menjamin kualitas produk.
 - c. Konsumen menderita kerugian.
 - d. Kelalaian produsen merupakan faktor penyebab kerugian konsumen.
3. Karakteristik gugatan konsumen dengan tingkat responsibilitas yang berbeda terhadap kepentingan konsumen, yaitu:
 - a. Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dengan

⁵⁶ Ahmadi Miru, *Op. cit.*, h. 170.



persyaratan hubungan kontrak. Merupakan teori tanggung jawab yang paling merugikan konsumen, karena gugatan konsumen hanya dapat diajukan jika telah memenuhi dua syarat, yakni adanya unsur kelalaian/kesalahan dan hubungan kontrak.

- b. Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dengan beberapa pengecualian terhadap persyaratan hubungan kontrak. Tiga alasan pengecualian terhadap hubungan kontrak tersebut, yaitu: *Pertama*, pengecualian berdasarkan alasan karakter produk membahayakan kesehatan dan keselamatan konsumen. *Kedua*, pengecualian berdasarkan konsep *implied invitation*, yaitu tawaran produk kepada pihak ketiga yang tidak mempunyai hubungan hukum. *Ketiga*, dalam hal suatu produk dapat membahayakan konsumen, kelalaian produsen atau penjual untuk memberitahukan kondisi produk tersebut pada saat penyerahan barang dapat melahirkan tanggung jawab kepada pihak ketiga, walaupun tidak ada hubungan hukum antara produsen dan konsumen yang menderita kerugian.
- c. Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan tanpa persyaratan hubungan kontrak. Persyaratan adanya hubungan kontrak secara tegas diabaikan sejak tahun 1916 ketika Hakim Cardozo memberikan pendapatnya dalam putusan banding kasus *Mac Pherson v. Buick Motor Co.* Dasar filosofis putusan ini adalah pelaku usaha yang mengedarkan atau menjual produk yang berbahaya, bertanggung jawab bukan karena atau berdasarkan kontrak, tetapi karena ancaman yang dapat diperhitungkan jika tidak melakukan berbagai upaya untuk mencegah kerugian konsumen.
- d. Prinsip praduga lalai dan prinsip praduga bertanggung jawab dengan pembuktian terbalik. Memodifikasi terhadap sistem tanggung jawab berdasarkan kesalahan melalui prinsip kehati-hatian (*standard of care*), prinsip praduga lalai (*presumption of negligence*), dan beban pembuktian terbalik,

dengan pengertian bahwa kelalaian tidak perlu dibuktikan lagi. Berdasarkan doktrin ini, pembuktian dibebankan kepada pihak tergugat, apakah tergugat lalai atau tidak. Prinsip ini juga menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai ia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah.

4. Tanggung jawab berdasarkan wanprestasi juga merupakan bagian dari tanggung jawab berdasarkan kontrak (*contractual liability*). Gugatan berdasarkan *breach of warranty* sesungguhnya dapat diterima walaupun tanpa hubungan kontrak, dengan pertimbangan bahwa dalam praktik bisnis modern, proses distribusi dan iklan langsung ditujukan kepada masyarakat (konsumen) melalui media massa. Dengan demikian, tidak perlu ada hubungan kontrak yang mengikat antara produsen dan konsumen.
 - a. Tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tertulis (*express warranty*), *Express warranty* adalah a warranty created by the overt words or actions of the seller, maka pernyataan yang dikemukakan produsen atau merupakan janji yang mengikat produsen untuk memenuhinya. Tanggung jawab produsen semakin diperluas, karena setiap pernyataan penjual atau produsen ditafsirkan sebagai janji yang harus dipenuhi oleh penjual atau produsen.
 - b. Tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tidak tertulis (*implied warranty*), Prinsip ini juga dipandang sebagai benih atau cikal bakal dari prinsip *strict product liability*, karena pada posisi ini hukum memiliki tingkat *responsibility* yang tinggi terhadap kepentingan konsumen. *Implied warranty* adalah an obligation imposed by the law when there has been no representation or promise. Dengan pengertian bahwa tanggung jawab dibebankan kepada produsen dan produk yang didistribusikannya kepada konsumen telah memenuhi standar kelayakan.
5. Penerapan *strict liability* tersebut didasarkan pada alasan bahwa konsumen tidak dapat berbuat banyak untuk memproteksi diri



dari risiko kerugian yang disebabkan oleh produk cacat. Maka penerapan *strict liability* terhadap produsen tentu saja memberikan perlindungan kepada konsumen, karena tidak dibebani untuk membuktikan kesalahan produsen akibat penggunaan suatu produk.

6. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengakomodasi dua prinsip penting, yakni tanggung jawab produk (*product liability*) dan tanggung jawab profesional (*professional liability*). Tanggung jawab produk merupakan tanggung jawab produsen untuk produk yang dipasarkan kepada pemakai, yang menimbulkan dan menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut. Adapun tanggung jawab profesional berhubungan dengan jasa, yakni tanggung jawab produsen terkait dengan jasa profesional yang diberikan kepada klien.

F. SOAL DISKUSI

1. Uraikan dan jelaskan prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan.
2. Jelaskan prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi.
3. Jelaskan perbedaan antara *express warranty* dan *implied warranty*.
4. Jelaskan prinsip tanggung jawab mutlak dalam UUPK.
5. Jelaskan pengertian tanggung jawab produk.
6. Jelaskan pengertian tanggung jawab profesional.



A. SASARAN PENGAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, Anda diharapkan mampu untuk:

1. Menjelaskan produk halal.
2. Menjelaskan sertifikasi halal.
3. Menjelaskan pengawasan penggunaan sertifikat halal.

B. PRODUK HALAL

Makanan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan dan minuman.¹

Makanan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan

¹ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.

yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam.² Sedangkan produksi pangan adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, mengawetkan, mengemas, mengemas kembali dan/atau mengubah bentuk pangan.³

Al-Qur'an mengisyaratkan, bahwa dalam mengonsumsi tidak hanya *halal* saja, namun juga harus *thayyib*. Hal ini terbukti dengan kata-kata *halalan* dalam beberapa ayat Al-Qur'an selalu diikuti dengan kata-kata *thayyiban*. Karena tidak semua makanan yang halal akan menjadi *thayyib* bagi konsumennya. Misalnya penderita penyakit diabetes, dalam kondisi sakit dengan kadar gula yang tinggi dalam tubuhnya namun tetap saja dia mengonsumsi gula. Hal ini tentu saja membahayakan kesehatan konsumen gula tersebut, walaupun gula tersebut halal untuk dikonsumsi namun tidak baik/*thayyib* bagi konsumen tersebut.

Kata *halal* berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”, secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya.⁴ Atau diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi. Sedangkan *thayyib* berarti makanan yang tidak kotor atau rusak dari segi zatnya, atau tercampur benda najis dengan pengertian baik. Ada juga yang mengartikan sebagai makanan yang mengundang selera konsumennya dan tidak membahayakan fisik serta akalinya, yang secara luas dapat diartikan dengan makanan yang menyehatkan.⁵

Secara umum ada tiga kategori makanan yang dikonsumsi manusia, adalah nabati, hewani, dan produk olahan. Makanan yang ber-

² Pasal 1 angka 5 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

³ Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.

⁴ Lois Ma'luf, *Al-Munjid*, (Beirut-Lebanon: Dar El-Machreq Sarl Publisher, 1986), h. 146.

⁵ Aisjah Girindra, *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*, (Jakarta: LP POM MUI, 2005), h. 20.



bahan nabati secara keseluruhan adalah halal, dan karena itu boleh dikonsumsi kecuali yang mengandung racun, bernajis, dan/atau memabukkan. Adapun makanan yang berasal dari hewani terbagi dua, yaitu hewan laut yang secara keseluruhan boleh dikonsumsi dan hewan darat yang hanya sebagian kecil saja yang tidak boleh dikonsumsi. Sementara itu kehalalan atau keharaman makanan olahan sangat tergantung dari bahan (baku, tambahan, dan/atau penolong) dan proses produksinya.⁶

Produk makanan halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, antara lain:⁷

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti bahan-bahan yang berasal dari organ manusia, darah, dan kotoran.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam.
4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat pengolahan, tempat pengelolaan dan transportasi tidak boleh digunakan untuk babi dan/atau barang tidak halal lainnya. Jika pernah digunakan untuk babi dan/atau barang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara syariat Islam.
5. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung khamar.

Maka, secara umum makanan dan minuman yang haram terdiri dari binatang, tumbuh-tumbuhan sebagai berikut:

1. Binatang: bangkai, darah, babi dan hewan yang disembelih dengan nama selain Allah.⁸ Hewan yang dihalalkan akan berubah statusnya menjadi haram apabila mati karena tercekik, terbentur, jatuh tertanduk, diterkam binatang buas dan yang disembelih

⁶ *Ibid.*, h. 24.

⁷ Departemen Agama RI, *Panduan Sertifikasi Halal*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, 2008), h. 2. Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 123. Lihat juga Departemen Agama RI, *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, 2003), h. 7.

⁸ QS. *al-Baqarah* (2): 173.



untuk berhala,⁹ kecuali ikan dan belalang boleh dikonsumsi tanpa disembelih. Binatang yang dipandang jijik atau kotor menurut naluri manusia.¹⁰ Binatang dan burung buas yang bertaring dan memiliki cakar, binatang-binatang yang oleh ajaran Islam diperintahkan membunuhnya seperti ular, gagak, tikus, anjing galak dan burung elang dan sejenisnya, binatang-binatang yang dilarang membunuhnya seperti semut, lebah, burung hudhud, belatuk, hewan yang hidup di dua jenis alam seperti kodok, penyu, buaya.¹¹

2. Tumbuh-tumbuhan, sayur-sayuran, dan buah-buahan boleh dimakan kecuali yang mendatangkan bahaya atau memabukkan baik secara langsung maupun melalui proses. Maka semua jenis tumbuh-tumbuhan yang mengandung racun atau yang memabukkan haram dimakan.¹²
3. Semua jenis minuman adalah halal kecuali minuman yang memabukkan seperti arak dan yang dicampur dengan benda-benda najis, baik sedikit maupun banyak.¹³

C. SERTIFIKASI HALAL

Pengaturan penggunaan produk halal di Indonesia, memiliki dua hal yang saling terkait, yaitu sertifikasi dan labelisasi. Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh LP POM MUI. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi

⁹ QS. *al-Maidah* (5): 3.

¹⁰ QS. *al-A'raaf* (7): 157. Lebih lanjut lihat dalam Imam Al-Ghazali, Penyunting Ahmad Shiddiq, *Benang Tipis Antara Halal dan Haram*, (Surabaya, Putra Pelajar, 2002), h. 119.

¹¹ Departemen Agama RI, *Petunjuk Teknis ... Op. cit.*, h. 9-11.

¹² *Ibid.*, h. 12.

¹³ *Ibid.*, h. 12.

pemerintah yang berwenang (Badan POM).¹⁴

Adapun labelisasi halal adalah perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk sertifikat halal MUI. Sertifikat halal MUI dikeluarkan oleh MUI berdasarkan hasil pemeriksaan LP POM MUI.¹⁵

Label dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.¹⁶

Maka, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan/atau di kemasan pangan. Label dimaksud tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.¹⁷

Label pangan tersebut sekurang-kurangnya memuat keterangan:¹⁸

1. Nama produk.
2. Daftar bahan yang digunakan.
3. Berat bersih atau isi bersih.
4. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.
5. Tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa.

Maka, setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagang-

¹⁴ Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 69.

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ Pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan

¹⁷ Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

¹⁸ Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.



kan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label, yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari label.¹⁹

Untuk mendukung kebenaran pernyataan halal pada produk makanan tersebut, PP Nomor 69 Tahun 1999 mensyaratkan setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan, wajib memeriksakan terlebih dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa yang telah diakreditasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemeriksaan pangan tersebut dilaksanakan berdasarkan pedoman dan tata cara yang ditetapkan oleh Menteri Agama dengan memerhatikan pertimbangan dan saran lembaga keagamaan yang memiliki kompetensi di bidang tersebut.²⁰

Berdasarkan Piagam Kerja Sama Departemen Kesehatan, Departemen Agama, dan Majelis Ulama Indonesia tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan, disepakati bahwa produk makanan dan minuman yang beredar dapat dinyatakan halal atas dasar Fatwa dari MUI, setelah melalui serangkaian pemeriksaan (audit) di lokasi produsen dan pengujian laboratorium dengan secara saksama.²¹

Maka, berdasarkan PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan dan Piagam Kerja Sama Departemen Kesehatan, Departemen Agama, dan Majelis Ulama Indonesia tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan, MUI memiliki kewenangan secara yuridis untuk menerbitkan Fatwa MUI tentang kehalalan suatu produk makanan atau disebut dengan Sertifikat Halal MUI.

Namun PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan dan peraturan perundang-undangan lainnya belum mewajib-

¹⁹ Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

²⁰ Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan.

²¹ Piagam Kerja Sama Departemen Kesehatan, Departemen Agama, dan Majelis Ulama Indonesia Tahun 1996 tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan.



kan dan mensyaratkan label halal bagi produk pangan kemasan yang beredar di Indonesia. Pengaturan tersebut hanya berlaku bagi produsen yang menyatakan bahwa produk makanannya halal bagi umat Islam.

Padahal jika ditinjau dari pengaturan hak-hak konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur dan mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Terkait dengan hal tersebut, maka produsen berkewajiban untuk memberikan informasi kepada konsumennya bahwa produk makanan tersebut halal atau haram untuk dikonsumsi umat Islam.

Terkait dengan keselamatan konsumen Muslim, baik secara akidah, rohaniah maupun jasmaniah, dalam mengonsumsi produk makanan sangat bergantung pada informasi produk makanan tersebut. Maka informasi yang menyesatkan konsumen Muslim tentang kehalalan produk makanan akan merusak keselamatan akidah, rohaniah, dan jasmaniah konsumen Muslim tersebut.

Hal ini pulalah yang mengharuskan produk makanan memiliki label, untuk menentukan apakah produk tersebut halal atau haram untuk dikonsumsi umat Islam. Karena sesungguhnya antara halal dan haram harus jelas, maka produk makanan juga harus memiliki kepastian hukum apakah produk makanan tersebut halal atau haram untuk dikonsumsi umat Islam.

Pelaku usaha yang mengajukan permohonan pemeriksaan halal kepada lembaga pemeriksa halal wajib memberikan tembusan kepada Departemen Agama, dan disyaratkan membuat beberapa pernyataan dan mempersiapkan sistem jaminan halal, yaitu:²²

1. Membuat pernyataan bahwa pemeriksaan sistem jaminan halal dapat dilaksanakan sesuai dengan ruang lingkup produk yang diajukan.
2. Membuat pernyataan tidak akan menyalahgunakan sertifikat halal.

²² Departemen Agama RI, *Panduan Sertifikasi Halal ... Op. cit.*, h. 8. Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 124. Departemen Agama RI, *Petunjuk ... Op. cit.*, h. 144.



3. Membuat pernyataan tidak akan memberikan informasi yang menyesatkan atau tidak sah berkaitan dengan sertifikat halal.
4. Sistem jaminan halal (*halal assurance system*)²³ harus didokumentasikan secara jelas dan perinci serta merupakan bagian dari kebijakan manajemen perusahaan.
5. Dalam pelaksanaannya, sistem jaminan halal ini diuraikan dalam bentuk panduan halal (*halal manual*), yang berfungsi sebagai rujukan tetap dalam melaksanakan dan memelihara Sistem jaminan halal tentang kehalalan produk tersebut.
6. Produsen menjabarkan panduan halal secara teknis dalam bentuk prosedur baku pelaksanaan (*standard operation procedure*) untuk mengawasi setiap proses yang kritis agar kehalalan produknya terjamin.
7. Baik panduan halal maupun prosedur baku pelaksanaan yang disiapkan harus disosialisasikan dan diuji coba di perusahaan, sehingga seluruh jajaran manajemen dari tingkat direksi hingga karyawan memahami betul bagaimana memproduksi produk halal yang baik.
8. Sistem jaminan halal dan pelaksanaannya dimonitor dan dievaluasi melalui suatu sistem audit halal internal²⁴ yang ditetapkan oleh perusahaan.
9. Koordinasi pelaksanaan sistem jaminan halal dilakukan oleh tim auditor halal internal yang mewakili seluruh bagian yang terkait dengan produksi halal yang ditetapkan oleh perusahaan. Koordinator tim auditor halal internal harus beragama Islam.

²³ Sistem jaminan halal mencakup: a. Pernyataan tertulis dari kebijakan halal dan sasaran halal. b. Panduan halal. c. Prosedur tertulis yang disyaratkan oleh sistem jaminan halal. d. Dokumen pendukung lainnya. Pimpinan produsen yang akan diaudit harus mempunyai komitmen untuk menyusun, menetapkan, dan menerapkan sistem Jaminan halal secara berkesinambungan dan dimuat dalam kebijakan halal. Lihat dalam Departemen Agama RI, *Panduan Sertifikasi Halal ... Op. cit.*, h. 7.

²⁴ Audit internal dilakukan oleh internal halal auditor yang ditunjuk oleh pimpinan perusahaan. Mereka bertanggung jawab terhadap berlakunya sistem jaminan halal dan perubahan-perubahan yang terjadi. Tugasnya internal auditor berperan sebagai penjamin kehalalan produk sesuai dengan jaminan halal yang dijanjikan. Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 82.



Setiap produsen mendaftarkan seluruh produknya yang diproduksi dalam satu lokasi dan mendaftarkan seluruh pabrik pada lokasi yang berbeda yang menghasilkan produk dengan merek yang sama.²⁵ Setiap produsen yang mengajukan sertifikasi halal terhadap produknya, harus melampirkan formulir:²⁶

1. Formulir berisi nama, alamat, jumlah karyawan, fasilitas tempat ibadah yang dimiliki, kegiatan bimbingan keagamaan, nama koordinator produksi halal, nama auditor halal internal, status badan hukum, merek dagang, jenis produk, nomor pendaftaran (produk pangan, obat, kosmetika, dan produk lain), sistem jaminan halal, standar yang digunakan, jenis spesifikasi kemasan, ruang lingkup produk yang dimintakan sertifikat halal, serta mengenai informasi skala perusahaan.
2. Surat keterangan telah memenuhi persyaratan cara produksi yang baik dari instansi yang berwenang bagi produk dalam negeri, dan dari negara asal untuk produk impor.
3. Spesifikasi yang menjelaskan asal usul komposisi, dan alur proses pembuatannya dan/atau sertifikat halal bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong, daftar bahan baku dan matrik produk versus bahan serta alir proses pembuatan produk. Sertifikat halal bagi bahan impor harus berasal dari institusi penerbit sertifikat halal yang diakui oleh LP POM MUI.
4. Sertifikat halal atau surat keterangan halal dari MUI Daerah (produk daerah) atau sertifikat halal dari lembaga Islam yang telah diakui MUI (produk impor) untuk bahan yang berasal dari hewan dan turunannya serta produk kompleks lainnya. Dalam hal berasal dari hewan yang dihasilkan oleh industri rumah tangga, melampirkan surat keterangan dari yang berwenang menjelaskan bahwa bahan asal hewan yang digunakan memenuhi ketentuan hukum Islam.

²⁵ Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 125.

²⁶ Departemen Agama RI, *Panduan Sertifikasi Halal ... Op. cit.*, h. 8. Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 125. Departemen Agama RI, *Petunjuk ... Op. cit.*, h. 143.



5. Spesifikasi dan sumber bahan baku, bahan tambahan, bahan bantu, serta bahan penolong.
6. Dokumen Sistem Jaminan Halal yang diuraikan dalam Panduan Halal beserta Prosedur Baku Pelaksanaannya.

Tim Auditor LP POM MUI akan melakukan pemeriksaan/audit ke lokasi produsen setelah formulir beserta lampirannya diperiksa oleh LP POM MUI. Hasil pemeriksaan/audit dan hasil laboratorium dievaluasi dalam Rapat Auditor LP POM MUI. Jika telah memenuhi persyaratan, maka dibuat laporan hasil audit untuk diajukan kepada Sidang Komisi Fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya.²⁷

Sidang Komisi Fatwa MUI dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi persyaratan yang ditentukan. Sertifikat halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI. Sertifikat halal berlaku selama dua tahun sejak tanggal diterbitkan dan harus mengikuti prosedur perpanjangan sertifikat halal untuk mendapatkan sertifikat halal yang baru.²⁸

Proses dan tata cara pemeriksaan dan pengauditan produk makanan halal guna mendapatkan sertifikat halal dimulai dari penyampaian surat LP POM MUI kepada perusahaan yang akan diperiksa, tentang jadwal audit/pemeriksaan dan persyaratan administrasi lainnya. Pada waktu yang telah ditentukan oleh tim auditor yang dilengkapi dengan surat tugas identitas diri, akan mengadakan pemeriksaan (*auditing*) ke lokasi perusahaan. Selama pemeriksaan berlangsung, produsen diminta bantuannya untuk memberikan informasi yang jujur dan terbuka.²⁹

Pemeriksaan (audit) produk halal mencakup; manajemen produsen dalam menjamin kehalalan produk (sistem jaminan halal). Pemeriksaan dokumen-dokumen spesifikasi yang menjelaskan asal usul bahan, komposisi pembuatannya dan sertifikat halal pendu-

²⁷ Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 126.

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*, h. 127 lihat juga Departemen Agama RI, *Petunjuk... Op. cit.*, h. 146.



kungnya, dokumen pengadaan dan penyimpanan bahan, formulasi produk, serta dokumen pelaksanaan halal secara keseluruhan. Observasi lapangan yang mencakup proses produksi secara keseluruhan mulai dari penerimaan bahan, produksi, pengemasan, dan penggudangannya. Pengambilan contoh hanya untuk bahan yang dicurigai mengandung pangan haram dan turunannya.

Pemeriksaan dilakukan di lokasi produksi, termasuk di setiap cabang untuk perusahaan yang memiliki beberapa lokasi perusahaan atau cabang. Untuk produk kemas ulang (*repacking product*) atau produk yang didaftarkan oleh distributor, akan diaudit ke lokasi produksi (negara asal untuk produk impor). Adapun produk dengan bahan baku yang diproduksi di lokasi lain atau dibeli dari pihak lain, di mana pihak yang mengajukan sertifikasi halal hanya melakukan proses lanjutan sederhana seperti proses pengenceran atau standarisasi mutu, maka audit harus dilakukan sampai ke lokasi produksi tersebut.³⁰

Audit dilakukan pada saat proses produksi sedang berlangsung, dengan ketentuan: jika produk yang diaudit banyak dan beragam, maka tidak setiap produk harus diproduksi pada saat diaudit, cukup diwakili tiap kelompok produknya. Akan tetapi auditor harus memeriksa seluruh formula pada *database* dan dokumen pelaksanaan produksi secara keseluruhan. Jika pada saat audit dilakukan perusahaan belum dapat melaksanakan proses pada skala produksi, maka audit dapat dilakukan pada skala laboratorium. Pada waktu produksi berjalan, akan diadakan audit ulang untuk melihat kesesuaian proses skala produksi dengan skala laboratorium yang sudah pernah diaudit sebelumnya.

Terkait dengan pemeriksaan sarana produksi, tim auditor melakukan pemeriksaan terhadap: fasilitas fisik berupa bangunan, tata ruang, tempat produksi, dan lingkungan produksi. Fasilitas peralatan produksi, penyimpanan, penyiapan, pengangkutan, dan pengemasan. Cara berproduksi, meliputi penyiapan dan penyembelihan hewan

³⁰ Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 128.



potong, pemilihan bahan baku, bahan tambahan, bahan bantu, dan bahan penolong, serta pengolahan, pengemasan, dan penyimpanan. Serta petugas yang melakukan penyembelihan hewan.³¹

Dalam hal bangunan dan fasilitas produksi, harus dalam kondisi: bebas dari kotoran dan najis; tidak ada peluang kontaminasi oleh bahan haram, mudah untuk dibersihkan dari kotoran dan najis; memiliki fasilitas sanitasi, penyediaan air bersih dan suci yang cukup, dan fasilitas pembuangan limbah; pintu toilet tidak berbatasan langsung dengan ruangan produksi; dan memiliki sarana cuci tangan. Serta fasilitas peralatan produksi hanya digunakan untuk memproses bahan halal dan tidak boleh bercampur dengan peralatan yang digunakan untuk memproduksi bahan yang tidak halal serta memenuhi persyaratan higienis.³²

Tim auditor menetapkan prosedur pelaporan yang menjamin:³³

1. Pertemuan antara tim auditor halal dengan manajemen pelaku usaha diadakan pada akhir pemeriksaan.
2. Pada saat pertemuan tersebut, tim auditor memberikan laporan tertulis berkaitan dengan hasil audit sistem jaminan halal produsen.
3. Tim auditor memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk menanggapi laporan temuan ketidaksesuaian serta kesepakatan waktu penyelesaiannya.
4. Tim Auditor memberi laporan tertulis hasil pemeriksaan kepada LP POM MUI.
5. LP POM MUI memberikan informasi tertulis kepada pemohon mengenai hasil pemeriksaan tim auditor tentang ketidaksesuaian yang harus diperbaiki.
6. Pemohon telah melakukan perbaikan yang memenuhi seluruh persyaratan dan perbaikannya telah diverifikasi tim auditor dalam batas waktu yang ditentukan.

³¹ Departemen Agama RI, *Petunjuk ... Op. cit.*, h. 148.

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.*, h. 146-147.



7. Pemohon yang tidak mampu melakukan perbaikan dalam batas waktu yang ditentukan, maka permohonannya ditolak.

Setelah LP POM MUI mengevaluasi hasil pemeriksaan/audit dan hasil laboratorium dalam Rapat Auditor LP POM MUI, maka laporan hasil audit diajukan kepada Sidang Komisi Fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya. Sidang Komisi Fatwa MUI dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi persyaratan yang ditentukan. Sertifikat halal³⁴ dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI, yang masa berlakunya hanya dua tahun sejak tanggal penetapannya.³⁵

Sertifikasi halal yang diterbitkan MUI berdasarkan Sidang Komisi Fatwa telah mendapatkan legitimasi yang kuat,³⁶ menjadi landasan dan pijakan kewenangan Departemen Kesehatan *cq.* Direktorat Jenderal POM untuk menerbitkan izin pencantuman label halal pada kemasan suatu produk makanan.³⁷

Pemegang Sertifikat halal MUI bertanggung jawab dalam memelihara kehalalan produk yang diproduksinya. Sertifikat Halal MUI tidak bisa dipindahtangankan, dan jika berakhir masa berlakunya, termasuk salinannya tidak boleh digunakan lagi untuk maksud apa pun.³⁸

Terkait dengan prosedur perpanjangan sertifikat halal, produsen harus memulainya dari awal dengan mengisi formulir pendaftaran yang disediakan LP POM MUI. Pengisian formulir disesuaikan de-

³⁴ Biaya pemeriksaan, sertifikasi halal dan *surveillance* ditanggung oleh produsen yang mengajukan permohonan. Besar biaya pemeriksaan dan biaya *surveillance* ditetapkan oleh lembaga pemeriksaan halal, sedangkan biaya sertifikasi ditetapkan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

³⁵ Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 126.

³⁶ Lihat Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, lihat juga Piagam Kerja Sama Departemen Kesehatan, Departemen Agama, dan Majelis Ulama Indonesia Tahun 1996 tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan.

³⁷ Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 70.

³⁸ *Ibid.*, h. 124.

ngan perkembangan terakhir produk, Perubahan bahan baku, bahan tambahan dan penolong, serta jenis pengelompokan produk harus diinformasikan kepada LP POM MUI. Prosedur pemeriksaan sertifikat halal akan dilakukan seperti pada pendaftaran produk baru.³⁹

Maka, setiap produsen yang berkeinginan mencantumkan label halal pada produknya, harus mengisi formulir melalui Departemen Kesehatan. Hal ini terkait dengan Piagam Kerja Sama Departemen Kesehatan, Departemen Agama, dan Majelis Ulama Indonesia Tahun 1996 tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan yang menyebutkan bahwa pelaksanaan pencantuman label halal lebih lanjut diatur oleh Departemen Kesehatan yang didasarkan atas hasil pembahasan bersama antara Departemen Kesehatan, Departemen Agama, dan Majelis Ulama Indonesia.⁴⁰

D. PENGAWASAN PENGGUNAAN SERTIFIKAT HALAL

Karena produsen memikul tanggung jawab yang besar dalam mewujudkan produk yang halal, maka tanggung jawab produsen harus terjelma dalam proses produksi itu sendiri dengan menggunakan bahan-bahan yang halal disertai pemasangan label pada kemasan produknya.⁴¹

Pengertian halal itu sendiri menuntut produsen untuk mengetahui kriteria halal dan menerapkannya dalam setiap produksinya. Dengan ketentuan, bahwa produsen harus menggunakan bahan-bahan yang halal dan menghindari bahan-bahan yang tidak halal. Sementara konsumen sebagai pemakai akhir dari suatu produk juga

³⁹ Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 129-130.

⁴⁰ Piagam Kerja Sama Departemen Kesehatan, Departemen Agama, dan Majelis Ulama Indonesia Tahun 1996 tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan.

⁴¹ Pada posisi ini doktrin *caveat venditor* yang diartikan sebagai si penjual harus berhati-hati (*let the seller beware*) berlaku. Doktrin ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasyarakatkan produknya.

harus mengetahui kriteria halal dan bersikap kritis.⁴²

Kesadaran produsen untuk mencantumkan label halal pada produknya adalah keharusan, hal ini dikarenakan mayoritas jumlah penduduk Indonesia adalah umat Islam. Berdasarkan insting bisnis inilah memunculkan praktik-praktik penggunaan label halal palsu tanpa prosedur yang disyaratkan. Dalam artian, bahwa produk yang beredar memiliki label halal, namun tidak memiliki sertifikat halal untuk menyesatkan konsumen agar memakai produk produsen tersebut.

Produk haram dengan label halal yang beredar di masyarakat⁴³ akan mempunyai dampak negatif, tidak hanya berpengaruh pada perusahaan itu sendiri, tetapi juga bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat dan bangsa pada umumnya. Bagi seorang Muslim, makanan dan minuman erat sekali kaitannya dengan ibadah. Terkait dengan penggunaan label halal secara illegal tersebut, mengharuskan adanya pengaturan yang secara ketat mengatur tentang label halal secara khusus.

Dalam hal pengawasan sertifikat halal LP POM MUI hanya mensyaratkan perusahaan wajib menandatangani perjanjian untuk menerima Tim Inspeksi Mendadak LP POM MUI sewaktu-waktu dan perusahaan berkewajiban menyerahkan laporan audit internal setiap enam bulan setelah terbitnya sertifikat halal.⁴⁴

Padahal banyak produk yang beredar di tengah-tengah masyarakat dengan menggunakan label halal namun tidak memiliki sertifikat

⁴² Departemen Agama RI, *Buku Pedoman Strategi ... Op. cit.*, h. 25. Pada posisi ini, doktrin *caveat emptor* berjalan, yaitu mengharuskan si pembeli berhati-hati. Hal ini memberikan penekanan terhadap ketentuan yang menyatakan seorang pembeli harus memeriksa, menimbang, dan mencobanya sendiri. Doktrin ini juga mengharuskan pembeli agar peduli dan ingat bahwa ia sedang membeli haknya orang lain. Si pembeli harus berhati-hati tentang keadaannya ketika ia membeli hak orang lain.

⁴³ Pada tanggal 1 Juni 2009, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menarik empat merek dendeng daging sapi yang dicampur dengan daging babi dari beberapa *supermarket* di Jakarta dan Bandung. Keempat produk dendeng tersebut ternyata menggunakan label halal secara ilegal. Lihat *KOMPAS* 2 Juni 2009, h. 1.

⁴⁴ Aisjah Girindra, *Op. cit.*, h. 129.



halal. Bukankah hal tersebut juga harus ditekan dan diawasi perkembangannya, karena penggunaan label halal secara ilegal merupakan tindak pidana.⁴⁵ Untuk itu pula, target pengawasan terhadap produk makanan tidak hanya ditujukan pada produk makanan yang telah terdaftar, namun lebih jauh lagi pengawasan dilakukan kepada produk makanan yang belum terdaftar kehalalannya.

Untuk mengawasi produk makanan tersebut, pemerintah berwenang melakukan pemeriksaan dalam hal terdapat dugaan terjadinya pelanggaran hukum di bidang pangan dengan cara:⁴⁶

1. Memasuki setiap tempat yang diduga digunakan dalam kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan dan perdagangan pangan untuk memeriksa, meneliti dan mengambil contoh pangan dan segala sesuatu yang diduga digunakan dalam kegiatan produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau perdagangan pangan.
2. Menghentikan, memeriksa, dan mencegah setiap sarana angkutan yang diduga atau patut diduga digunakan dalam pengangkutan pangan serta mengambil dan memeriksa contoh pangan.
3. Membuka dan meneliti setiap kemasan pangan.
4. Memeriksa setiap buku, dokumen atau catatan lain yang diduga memuat keterangan mengenai kegiatan produksi, penyimpanan, pengangkutan dan/atau perdagangan pangan termasuk mengganggakan atau mengutip keterangan tersebut.
5. Memerintahkan untuk memperlihatkan izin usaha atau dokumen lain sejenis.

Dalam hal berdasarkan hasil pemeriksaan tersebut patut diduga merupakan tindak pidana di bidang pangan, segera dilakukan tindakan penyidikan oleh penyidik berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁴⁷

Dalam melaksanakan fungsi pengawasan tersebut, pemerintah

⁴⁵ Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁶ Pasal 53 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.

⁴⁷ Pasal 53 ayat (4) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.



berwenang mengambil tindakan administratif berupa:⁴⁸

1. Peringatan secara tertulis.
2. Larangan mengedarkan untuk sementara waktu dan/atau perintah untuk menarik produk pangan dari peredaran apabila terdapat risiko tercemarnya pangan atau pangan tidak aman bagi kesehatan manusia.
3. Pemusnahan pangan jika terbukti membahayakan kesehatan dan jiwa manusia.
4. Penghentian produksi untuk sementara waktu.
5. Pengenaan denda paling tinggi Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah).
6. Pencabutan izin produksi atau izin usaha.

Selain pengaturan pengawasan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan tersebut, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen, terkait dengan peredaran barang dan/atau jasa di pasar. Undang-Undang Perlindungan Konsumen merumuskan:⁴⁹

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
2. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh menteri dan/atau menteri teknis terkait.⁵⁰
3. Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
4. Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3)

⁴⁸ Pasal 54 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.

⁴⁹ Pasal 30 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁵⁰ Penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa menteri teknis yang dimaksud adalah menteri yang bertanggung jawab secara teknis menurut bidang tugasnya. Penjelasan Pasal 30 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

5. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada menteri dan menteri teknis.
6. Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan peraturan pemerintah.

Di samping pemerintah, melalui menteri atau menteri teknis, ketentuan Pasal 30 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut melibatkan pemberdayaan peran serta masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam melakukan pengawasan. Lebih jauh lagi, bahwa substansi Pasal 30 tersebut menitikberatkan fungsi pengawasan terhadap masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dibanding dengan peran pemerintah.

Pemerintah diberikan tugas melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya. Adapun pengawasan oleh masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, selain tugas yang sama dengan apa yang menjadi tugas Pemerintah, juga diberikan tugas pengawasan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar. Dengan ketentuan, apabila pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat menemukan hal-hal yang menyimpang dari ketentuan peraturan perundang-undangan dan membahayakan konsumen, maka menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rumusan Pasal 30 tersebut menunjukkan bahwa, untuk mengetahui peredaran barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan, Pemerintah sepenuhnya



menyerahkan dan menanti laporan masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, untuk kemudian diambil tindakan.⁵¹

Terkait dengan pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar, dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.⁵²

Ketentuan yang termaktub dalam Penjelasan Pasal 30 ayat (3) tersebut, merupakan rangsangan dan dorongan bagi masyarakat untuk meningkatkan pemahaman dan kesadarannya akan hak-haknya sebagai konsumen. Namun upaya dimaksud tidak mudah dilakukan, hal ini dapat dilihat dari kondisi masyarakat Indonesia saat ini. Dengan tingkat pendidikan yang masih rendah, sekaligus memengaruhi tingkat kesadaran hukumnya, serta sikap apatis masyarakat terhadap persoalan yang berkembang, yang hanya melaporkan kepada pihak yang berwenang jika persoalan yang tidak dikehendaki menimpa dirinya atau keluarganya.

Lahirnya Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, menjadi kabar gembira bagi konsumen di Indonesia. Karena peraturan pemerintah tersebut telah melibatkan peran pemerintah dalam melakukan pengawasan sebagaimana masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, kendatipun dengan objek pengawasan yang sedikit berbeda.

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 merumuskan:⁵³

⁵¹ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), h. 185.

⁵² Penjelasan Pasal 30 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁵³ Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan

1. Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencantuman label dan klausula baku, serta pelayanan purna jual barang dan/atau jasa.
2. Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau jasa.
3. Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat.
4. Ketentuan mengenai tata cara pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan oleh menteri dan/atau menteri teknis terkait bersama-sama atau sendiri-sendiri sesuai dengan bidang tugas masing-masing.

Adapun bentuk pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat, ditentukan bahwa:⁵⁴

1. Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
2. Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei.
3. Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.
4. Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada menteri dan menteri teknis.

Ketentuan pengawasan yang diperrankan oleh masyarakat tersebut praktis sama dengan ketentuan pengawasan yang diperrankan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

⁵⁴ Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.



(LPKSM), hanya saja pengawasan yang diperankan oleh LPKSM mensyaratkan bahwa penelitian, pengujian, dan survei yang dilakukan harus didasarkan pada adanya dugaan bahwa produk tersebut tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 merumuskan:⁵⁵

1. Pengawasan oleh LPKSM dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
2. Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian, dan/atau survei.
3. Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.
4. Penelitian, pengujian dan/atau survei sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.
5. Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada menteri dan menteri teknis.

Adapun pengujian terhadap produk barang dan/atau jasa tersebut, guna mendapatkan hasil uji yang objektif dan transparan serta dapat dipertanggungjawabkan, dilakukan dengan pengujian laboratorium yang telah terakreditasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.⁵⁶ Akreditasi dimaksud dapat dilakukan baik melalui lembaga akreditasi nasional maupun internasional.⁵⁷

⁵⁵ Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

⁵⁶ Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

⁵⁷ Penjelasan Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.



E. RANGKUMAN

1. Makanan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan dan minuman.
2. Makanan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam.
3. Sedangkan produksi pangan adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, mengawetkan, mengemas, mengemas kembali dan/atau mengubah bentuk pangan.
4. Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam melalui pemeriksaan yang perinci oleh LP POM MUI.
5. Labelisasi halal adalah perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM.
6. Izin pencantuman label halal pada kemasan produk makanan yang dikeluarkan oleh Badan POM didasarkan rekomendasi MUI dalam bentuk Sertifikat Halal MUI.
7. Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada label, yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari label.
8. Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang



dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan, wajib memeriksakan terlebih dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa yang telah diakreditasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemeriksaan pangan tersebut dilaksanakan berdasarkan pedoman dan tata cara yang ditetapkan oleh Menteri Agama dengan memerhatikan pertimbangan dan saran lembaga keagamaan yang memiliki kompetensi di bidang tersebut.

9. Berdasarkan Piagam Kerja Sama Departemen Kesehatan, Departemen Agama, dan Majelis Ulama Indonesia tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan, disepakati bahwa produk makanan dan minuman yang beredar dapat dinyatakan halal atas dasar fatwa dari MUI, setelah melalui serangkaian pemeriksaan (audit) di lokasi produsen dan pengujian laboratorium dengan secara saksama.
10. Dalam hal pengawasan Sertifikat Halal, LP POM MUI hanya mensyaratkan perusahaan wajib menandatangani perjanjian untuk menerima Tim Inspeksi Mendadak LP POM MUI sewaktu-waktu dan perusahaan berkewajiban menyerahkan laporan audit internal setiap enam bulan setelah terbitnya sertifikat halal.
11. Pengaturan tentang pengawasan produk diatur dalam Pasal 53, 54 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Pasal 30 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Pasal 7-11 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

F. SOAL DISKUSI

1. Jelaskan pengertian produk halal.
2. Jelaskan sertifikasi halal.
3. Jelaskan pengertian labelisasi halal.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

4. Jelaskan peranan sertifikasi halal bagi konsumen pelaku usaha dalam aspek bisnis.
5. Jelaskan pengaturan pengawasan terhadap produk barang dan/ atau jasa.

BADAN DAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bab 8

Salah satu ciri negara hukum (*rechtsstaats*) adalah pengakuan dan perlindungan terhadap hak asasi manusia yang mengandung persamaan dalam bidang politik, hukum, sosial, ekonomi, dan kebudayaan. A.V. Dicey mengemukakan: *supremacy of law*, *equality before the law*, dan *constitution based on individual rights*.¹

Perlindungan terhadap hak asasi manusia tersebut dimasyarakan secara luas dalam rangka mempromosikan penghormatan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia sebagai ciri yang penting bagi suatu negara hukum yang demokratis.² Dengan kata lain, jika suatu negara mengabaikan dan melanggar hak asasi manusia dengan sengaja dan penderitaan yang ditimbulkan tidak dapat diatasi secara adil, maka negara tersebut tidak dapat disebut sebagai negara hukum dalam arti yang sesungguhnya.

Konstitusi Indonesia telah menjamin hak-hak asasi manusia dalam Bab XA. Terkait dengan kelembagaan dan perkumpulan, UUD 1945 menjamin kebebasan bagi warga negaranya untuk berserikat,

¹ Nukthoh Arfawie Kurdie, *Telaah Kritis Teori Negara Hukum*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 19.

² Jimly Asshiddiqie, *Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia*, (Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia, 2006), h. 161.

berkumpul, dan mengeluarkan pendapat.³ Lebih dari itu, pascareformasi peraturan perundang-undangan Indonesia juga memberikan ruang dan gerak serta fasilitas bagi pertumbuhan lembaga maupun LSM. Hal ini dilakukan agar masyarakat juga memiliki peran aktif bagi terselenggaranya *good governance* di Indonesia.

Resolusi PBB Nomor A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*), merumuskan salah satu kepentingan dasar konsumen yaitu: “Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka”.

A. SASARAN PENGAJARAN

Setelah mempelajari bab ini, Anda diharapkan mampu untuk:

1. Menjelaskan susunan organisasi, fungsi, dan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
2. Menjelaskan peran, fungsi dan tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
3. Menjelaskan susunan organisasi, tugas, dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

B. BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), dibentuk dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen,⁴ yang berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada presiden.⁵ BPKN mempunyai fungsi memberikan

³ Pasal 28E ayat (3) UUD 1945 menyebutkan, “Setiap orang berhak atas kebebasan berserikat, berkumpul, dan mengeluarkan pendapat”.

⁴ Pasal 31 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁵ Pasal 32 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.⁶

Pengembangan upaya perlindungan konsumen dimaksud paling tidak menunjukkan bahwa, BPKN dibentuk sebagai pengembangan upaya perlindungan konsumen dalam hal: (1) pengaturan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha; (2) pengaturan larangan-larangan bagi pelaku usaha; (3) pengaturan tanggung jawab pelaku usaha; dan (4) pengaturan penyelesaian sengketa konsumen.

BPKN yang bertanggung jawab sepenuhnya kepada presiden, memiliki kedudukan yang kuat dalam mengembangkan upaya perlindungan konsumen. Sebagai bagian kelengkapan dalam sistem perlindungan konsumen yang dikembangkan dalam UUPK, BPKN tidak dapat diintervensi dalam pelaksanaan tugasnya. Kedudukannya yang independen dan bertanggung jawab langsung kepada presiden diharapkan dapat memberikan perlindungan konsumen secara maksimal.

Adapun fungsi BPKN memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam mengembangkan upaya perlindungan konsumen, dapat terjadi dalam berbagai bentuk dan tidak hanya terbatas pada penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen saja.⁷

Guna menjalankan fungsinya dalam memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah, BPKN mempunyai tugas:⁸

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen.
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen.
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang me-

⁶ Pasal 33 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁷ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), h. 197.

⁸ Pasal 34 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



nyangkut keselamatan konsumen.

4. Mendorong berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen.
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, atau pelaku usaha.
7. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Peran strategis BPKN yang bertanggung jawab langsung kepada presiden, mencerminkan bahwa pengaturan tugas BPKN diharapkan mampu memfasilitasi konsumen guna memperoleh keadilan. Sebagai bahan perbandingan, di Amerika Serikat memiliki sebuah lembaga seperti BPKN, yakni the Food and Drug Administration (FDA).⁹ Sedangkan di Australia terdapat the Australian Competition and Consumer Commission (ACCC).¹⁰ Karena itu pula, UUPK memberikan ruang kepada BPKN untuk dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.¹¹

Fungsi utama FDA adalah sebagai badan kesehatan publik yang bertugas melindungi konsumen Amerika Serikat, sebagaimana yang diamanahkan dalam Food and Drug Administration Amendments Act (FDAAA) of 2007 berkaitan dengan makanan, obat-obatan, kosmetika, dan kesehatan pada umumnya. Berbeda dengan BPKN, FDA secara aktif menjalankan fungsi pengawasannya, seperti menegur langsung perusahaan-perusahaan yang terbukti melanggar peraturan. Jika perusahaan tersebut tidak memperbaiki kesalahannya, FDA dapat membawa perkara tersebut ke pengadilan dan memaksa per-

⁹ FDA diatur dalam Food and Drug Administration Amendments Act (FDAAA) of 2007.

¹⁰ Pengaturan tentang ACCC diatur dalam *the Trade Practice Act 1974* dan *the Prices Surveillance Act 1983*.

¹¹ Pasal 34 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



usaha bersangkutan untuk menghentikan penjualan dan memusnahkan produk yang ada. Bahkan sanksi pidana pun dapat dikenakan jika ditemukan adanya tindak pidana di dalamnya.¹²

ACCC dibentuk pada tanggal 6 Nopember 1995 dengan menggabungkan dua lembaga sebelumnya, yaitu *the Trade Practices Commission* dan *the Prices Surveillance Authority*. Tugas utama ACCC adalah menjalankan fungsi yang diberikan oleh dua undang-undang, yaitu *the Trade Practice Act 1974* dan *the Prices Surveillance Act 1983*. ACCC adalah satu-satunya komisi di Australia yang diberikan wewenang yang sangat besar, khususnya untuk beracara di pengadilan Federal. Berbeda dengan BPKN, ACCC dapat mengajukan gugatan ganti rugi, bahkan menjadi penuntut dalam kasus-kasus pidana tertentu. Komisi ini juga menjadi perwakilan individu-individu (dalam kasus *class action* atau *representative action*) yang menderita kerugian akibat praktik curang dalam bisnis.¹³

Tampak jelas perbedaan antara FDA dan ACCC dengan BPKN, bahwa peran BPKN hanya terbatas pada memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka pengaturan perlindungan konsumen, sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan, mendorong berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, menyebarluaskan informasi, menerima pengaduan, dan melakukan survei tentang kebutuhan konsumen.

Kondisi ini menyatakan, bahwa BPKN tidak diberi kewenangan yang sama seperti FDA atau ACCC, seperti memanggil dan melakukan investigasi atas dugaan pelanggaran UUPK, khususnya berkaitan dengan hak-hak konsumen. UUPK menyerahkan tugas tersebut kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Idealnya, BPKN berperan sebagai *self-regulatory body* yang bisa menelurkan *self-regulation*.¹⁴

¹² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2006), h. 133 lihat juga dalam <http://www.fda.gov>.

¹³ Ahmadi Miru, *Op. cit.*, h. 201.

¹⁴ Shidarta, *Op. cit.*, h. 132.



C. LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT

Pengakuan pemerintah terhadap LPKSM bukanlah tanpa syarat, LPKSM harus terdaftar pada pemerintah kabupaten/kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya. Pendaftaran tersebut hanya dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Demikian pula, bagi LPKSM yang membuka kantor perwakilan atau cabang di daerah lain, cukup melaporkan kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada pemerintah kabupaten/kota setempat dan tidak perlu melakukan pendaftaran di tempat kedudukan kantor perwakilan atau cabang tersebut.¹⁵

Ketentuan ini ternyata mengundang kontroversi tentang semangat independensi LPKSM. Satu sisi berpandangan, bahwa untuk mendapatkan pengakuan pemerintah, pendaftaran dan pengaturan tugas LPKSM berdasarkan peraturan pemerintah dipandang sebagai tindakan yang bertentangan dengan semangat reformasi dan mengancam independensi LPKSM.¹⁶ Sisi lain berpandangan, bahwa pengaturan LPKSM bertujuan agar perlindungan konsumen yang diemban oleh lembaga ini lebih terarah dan hasilnya dapat dirasakan oleh konsumen.

Namun jika dicermati secara saksama, ketentuan peraturan pemerintah tersebut dimaksudkan hanya sebagai alat kontrol bagi pemerintah, dan tidak memberikan pengaruh apa pun bagi independensi LPKSM. Karena, tentu saja pendaftaran LPKSM bertujuan untuk menjamin ketertiban, kepastian, dan keterbukaan LPKSM dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen.

Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

¹⁵ Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

¹⁶ Ahmadi Miru, *Op. cit.*, h. 214.



(LPKSM) meliputi:¹⁷

1. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.¹⁸
2. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya.¹⁹
3. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.²⁰
4. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.²¹
5. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.²²

Selanjutnya, dalam ketentuan Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, menyatakan bahwa LPKSM dapat bekerja sama

¹⁷ Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁸ Penyebaran informasi yang dilakukan oleh LPKSM, meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen. Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

¹⁹ Pemberian nasihat kepada konsumen yang memerlukan dilaksanakan LPKSM secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya. Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

²⁰ Pelaksanaan kerja sama LPKSM dengan instansi terkait meliputi pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan atas barang dan/atau jasa yang beredar, dan penyuluhan serta pendidikan konsumen. Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

²¹ Dalam membantu konsumen untuk memperjuangkan haknya, LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara perorangan maupun kelompok. Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

²² Pengawasan perlindungan konsumen oleh LPKSM bersama pemerintah dan masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.



dengan organisasi atau lembaga lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional. Di samping itu, LPKSM juga dibebani kewajiban untuk melaporkan pelaksanaan tugasnya kepada pemerintah kabupaten/kota setiap tahun.

Pemerintah dapat membatalkan pendaftaran LPKSM, apabila LPKSM tersebut tidak lagi menjalankan kegiatan perlindungan konsumen, atau terbukti melakukan kegiatan pelanggaran ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pelaksananya.²³

Di Indonesia, gerakan perlindungan konsumen melalui LPKSM ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tanggal 11 Mei 1973. YLKI didirikan dengan tujuan untuk membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.²⁴

D. BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Perkembangan masyarakat secara dinamis di bidang bisnis dan ekonomi ternyata telah membawa implikasi yang cukup mendasar terhadap pranata dan lembaga hukum di Indonesia. Implikasi terhadap pranata hukum disebabkan kurang memadainya perangkat norma untuk mendukung kegiatan bisnis dan ekonomi yang sedemikian pesatnya, kondisi tersebut kemudian diupayakan dengan melakukan reformasi hukum.²⁵ Adapun implikasi dari kegiatan bisnis terhadap lembaga hukum, juga berakibat terhadap lembaga pengadilan yang

²³ Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

²⁴ C. Tantri D. dan Sulastri, *Gerakan Organisasi Konsumen*, (Jakarta: YLKI - The Asia Foundation, 1995), h. 10.

²⁵ Berbagai upaya telah dilakukan guna memperbaiki *legal substance* yang sudah tertinggal, maupun dengan membuat peraturan perundang-undangan baru yang menunjang aspek-aspek dan bidang-bidang kegiatan bisnis dan ekonomi. Hal ini dibuktikan dengan munculnya beragam produk peraturan perundang-undangan di bidang bisnis dan ekonomi pascareformasi di Indonesia, yang sebagian besarnya lahir dari hak inisiatif DPR RI.



dianggap tidak profesional dalam menangani sengketa bisnis, bahkan tidak independen. Akibatnya, lembaga pengadilan dianggap tidak efektif dan efisien dalam memeriksa, mengadili, serta menyelesaikan sengketa bisnis yang diajukan.²⁶

Alasan terakhir tersebut cukup menguatkan pelaku usaha untuk memilih penyelesaian sengketa bisnisnya di luar pengadilan. Di samping itu, penyelesaian sengketa di luar pengadilan menawarkan karakteristik, yaitu: (1) menjamin kerahasiaan; (2) melibatkan para ahli dalam bidangnya; (3) prosedur cepat dan sederhana; (4) putusan final dan mengikat (*final and binding*); dan (5) putusan tidak dipublikasikan tanpa izin para pihak.

Karakteristik penyelesaian sengketa seperti di atas hanya didapati dalam forum arbitrase dan *Alternative Dispute Resolution* (ADR). Arbitrase adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar pengadilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.²⁷ *Running press dictionary of Law* menyebutkan: *Arbitration is a method for settling controversies or disputes whereby an unofficial third party hears and considers arguments and determines an equitable settlement.*²⁸ Adapun ADR adalah lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli.²⁹

Mediasi adalah *a method of non binding dispute resolution involving a neutral third party who tries to help the disputing parties reach mutually agreeable solution.*³⁰ Konsiliasi adalah *settlement of a dispute*

²⁶ Eman Suparman, *Pilihan Forum Arbitrase dalam Sengketa Komersial untuk Pene-gakan Keadilan*, (Jakarta: Tatanusa, 2004), h. 3.

²⁷ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

²⁸ Peter J. Dorman (ed.), *Running Press Dictionary of Law*, (Philadelphia: Running Press, 1976), h. 19.

²⁹ Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

³⁰ Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary*, (St. Paul, Minnesota: West Publishing,

in agreeable manner, lebih lanjut lagi *black's law dictionary* menyebutkan *a process in which a neutral person meets with the parties to dispute and explores how the dispute might be resolved. Relatively unstructured method of dispute resolution in which a third party facilitates communication between parties in attempt to help them settle their differences.*³¹ Konsultasi adalah *the act of asking the advice or opinion of someone (such as lawyer), or a meeting in which parties consult or confer.*³² Sedangkan negosiasi adalah *to communicate with another party for the purpose of reaching an understanding, or to bring about by discussion or bargaining.*³³

Demikian pula halnya dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.³⁴ BPSK dibentuk oleh pemerintah di daerah tingkat II (kabupaten/kota) untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.³⁵ Sebagai badan penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, maka putusan BPSK bersifat final dan mengikat, tanpa upaya banding dan kasasi.³⁶

Kendatipun demikian, antara BPSK dengan arbitrase dan ADR tidak serta-merta sama secara keseluruhan, karena BPSK diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sedangkan arbitrase dan ADR diatur dalam Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Pembentukan BPSK dilakukan pada Pemerintahan Kota Medan,

2004), Eight Edition, h. 1003.

³¹ *Ibid.*, h. 307.

³² *Ibid.*, h. 335.

³³ *Ibid.*, h. 1064.

³⁴ Pasal 1 angka 11 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³⁵ Pasal 49 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³⁶ Pasal 54 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



Palembang, Jakarta Pusat, Jakarta Barat, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Malang, dan Makassar.³⁷ Dari ketentuan tersebut, jelas bahwa BPSK belum terbentuk di seluruh kabupaten/kota, namun hanya terbatas pada 10 kota di Indonesia. Ketentuan tersebut bukan tanpa alasan, karena pembiayaan BPSK di samping menjadi beban APBN, juga menjadi beban APBD.

Anggota BPSK terdiri atas unsur pemerintah, konsumen, dan pelaku usaha, masing-masing unsur berjumlah paling sedikit tiga orang dan paling banyak lima orang. Pengangkatan dan pemberhentian anggota BPSK ditetapkan oleh menteri. Untuk dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat umum sebagai berikut:³⁸

1. Warga negara Republik Indonesia.
2. Berbadan sehat.
3. Berkelakuan baik.
4. Tidak pernah dihukum karena kejahatan.
5. Memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen.
6. Berusia sekurang-kurangnya 30 tahun.

Adapun syarat khusus untuk menjadi anggota BPSK sebagai berikut:³⁹

1. Diutamakan calon yang bertempat tinggal di daerah kabupaten/kota setempat.
2. Diutamakan calon yang berpendidikan serendah-rendahnya Strata 1 atau sederajat dari lembaga pendidikan yang telah diakreditasi oleh Departemen Pendidikan Nasional.
3. Berpengalaman dan/atau berpengetahuan di bidang industri, perdagangan, kesehatan, pertambangan, pertanian, kehutanan, per-

³⁷ Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001.

³⁸ Pasal 49 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³⁹ Pasal 6 ayat (2) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 301/MPP/Kep/10/2001 tentang Pengangkatan, Pemberhentian Anggota dan Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.



hubungan, dan keuangan.

4. anggota BPSK yang berasal dari unsur pemerintah serendah-rendahnya berpangkat Pembina atau golongan IV/a.
5. calon anggota BPSK dari unsur konsumen tidak berasal dari kantor cabang atau perwakilan LPKSM.

Berdasarkan ketentuan ini dapat diketahui bahwa jumlah anggota BPSK dari semua unsur paling sedikit sembilan orang dan paling banyak 15 orang, jumlah ini sudah termasuk ketua, wakil ketua, dan anggota. Karena BPSK terdiri atas: (1) ketua merangkap anggota; (2) wakil ketua merangkap anggota; dan (3) anggota.⁴⁰ BPSK dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat, yang terdiri atas kepala sekretariat dan anggota sekretariat. Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat BPSK ditetapkan oleh menteri.⁴¹

Adapun tugas dan wewenang BPSK meliputi:⁴²

1. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi.
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen.
3. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku.
4. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini.
5. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
6. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen.
7. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
8. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap

⁴⁰ Pasal 50 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴¹ Pasal 51 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴² Pasal 52 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini.

9. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen.
10. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna menyelidiki dan/atau pemeriksaan.
11. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen.
12. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
13. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis yang berjumlah harus ganjil, paling sedikit tiga orang yang mewakili semua unsur (pemerintah, konsumen, pelaku usaha) serta dibantu oleh seorang panitera.⁴³

Untuk menghindari proses penyelesaian sengketa konsumen yang berlarut-larut, Undang-undang Perlindungan Konsumen memberikan batasan kepada BPSK. Setelah gugatan diterima, BPSK wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 hari kerja.⁴⁴

Ketentuan ini dipandang sangat penting bagi konsumen, mengingat posisi ekonomi dan daya tawar konsumen berada di bawah pelaku usaha. Maka, melalui proses penyelesaian sengketa dengan jangka waktu yang singkat sangat menguntungkan konsumen guna menghindari pembengkakan biaya. Demikian juga bagi pelaku usaha, umumnya sangat berminat terhadap penyelesaian sengketa dengan jangka waktu yang singkat, hal ini sangat terkait dengan persoalan bisnis yang butuh waktu dan percepatan usaha.

Pasal krusial dalam pelaksanaan putusan BPSK ini terdapat

⁴³ Pasal 54 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴⁴ Pasal 55 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



dalam Pasal 56 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

1. Dalam waktu paling lambat tujuh hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.
2. Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada pengadilan negeri paling lambat 14 hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
3. Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dianggap menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.
4. Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
5. Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (6) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Ketentuan yang rancu terdapat dalam Pasal 56 ayat (1) menetapkan jangka waktu pelaksanaan putusan paling lambat tujuh hari, lebih singkat dibandingkan dengan jangka waktu pengajuan keberatan sebagaimana dalam Pasal 56 ayat (2) yakni paling lambat 14 hari. Maka, pelaku usaha tidak mungkin dapat melaksanakan putusan BPSK, jika merasa keberatan terhadap putusan BPSK, di mana masa untuk mengajukan keberatan belum habis, yakni 14 hari kerja.

Ketentuan Pasal 56 ayat (2) ini juga merupakan “pasal karet” yang membuka peluang bagi para pihak untuk mengajukan keberatan terhadap putusan BPSK. Padahal dalam ketentuan Pasal 54 ayat (3) disebutkan “putusan majelis bersifat final dan mengikat”, dalam penjelasannya disebutkan yang dimaksud dengan putusan majelis bersifat final adalah dalam BPSK tidak ada upaya banding dan kasasi. Bahwa, dengan adanya peluang mengajukan keberatan atas putusan



BPSK kepada pengadilan, sesungguhnya memiliki hakikat yang sama dengan upaya banding putusan BPSK.⁴⁵ Keduanya adalah sama-sama *menganulir sifat final dan mengikat* dari putusan arbitrase (yang dilakukan oleh BPSK).⁴⁶

Lebih lanjut, UUPK memberikan kemudahan kepada konsumen, hal ini terbukti dari permintaan penetapan eksekusi putusan majelis BPSK kepada pengadilan negeri di tempat tinggal konsumen.⁴⁷ Ketentuan ini sama halnya dengan tuntutan ganti rugi kepada pelaku usaha, konsumen dapat mengajukan gugatan kepada pengadilan negeri atau BPSK di tempat konsumen tinggal, dengan demikian konsumen dapat menghemat biaya yang harus dikeluarkan.⁴⁸

Dalam Pasal 58 UUPK ditentukan bahwa; pengadilan negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan dalam waktu paling lambat 21 hari sejak diterimanya keberatan. Terhadap putusan pengadilan negeri tersebut, para pihak dalam waktu paling lambat 14 hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia. Adapun Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 hari sejak menerima permohonan kasasi.

⁴⁵ Dalam pelaksanaan penyelesaian sengketa melalui arbitrase mengenal kemungkinan keterlibatan pengadilan negeri. Tetapi aturan ini terbatas hanya pada pelaksanaan eksekusi putusan arbiter yang tidak dilaksanakan secara sukarela oleh salah satu pihak, sehingga pihak lainnya dapat memintakan pelaksanaan eksekusi melalui pengadilan negeri. Subekti, *Arbitrase Dagang*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 1992), h. 33.

⁴⁶ Kasasi kepada Mahkamah Agung diatur lebih lanjut dalam Pasal 58 ayat (2) Undang-undang Perlindungan Konsumen. Sedangkan, peluang mengajukan keberatan atas putusan BPSK kepada pengadilan negeri dan bahkan kasasi kepada Mahkamah Agung adalah bentuk intervensi dari lembaga peradilan terhadap penyelesaian sengketa melalui BPSK. Padahal intervensi yang demikian bukanlah ciri dari arbitrase modern. Lihat Ahmadi Miru, *Op. cit.*, h. 264.

⁴⁷ Pasal 57 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

⁴⁸ Melibatkan pengadilan negeri dalam pelaksanaan putusan arbitrase, merupakan sisi kelemahan lembaga arbitrase tersebut. Hal ini terjadi karena lembaga arbitrase dalam pelaksanaan putusannya tidak memiliki daya paksa sebagaimana putusan Pengadilan negeri. Sedangkan putusan pengadilan negeri apabila tidak dilaksanakan secara sukarela oleh salah satu pihak, maka pengadilan negeri melalui alat kekuasaan negara dapat memaksakan pelaksanaan putusan tersebut. Ahmadi Miru, *Op. cit.*, h. 266.



Walaupun ketentuan ini memiliki upaya mempercepat penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK, yang putusannya dinyatakan final dan mengikat, namun UUPK masih membuka ruang bagi pihak untuk mengajukan keberatan atas putusan tersebut kepada pengadilan negeri. Hanya saja, pihak yang tidak puas atas putusan pengadilan negeri tersebut tidak lagi mengajukan upaya hukum banding, melainkan langsung upaya hukum kasasi ke Mahkamah Agung.⁴⁹

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, jangka waktu penyelesaian untuk masing-masing tahap telah dibatasi. Maka dalam waktu maksimum 100 hari semua tahapan telah selesai untuk mencapai putusan yang memperoleh kekuatan hukum tetap, sehingga penyelesaiannya akan lebih cepat dibandingkan dengan perkara-perkara lainnya.⁵⁰

E. RANGKUMAN

1. BPKN dibentuk dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen, yang berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada presiden. BPKN mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.
2. BPKN mempunyai tugas:
 - a. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlin-

⁴⁹ Berdasarkan ketentuan ini pula, maka dapat dikatakan bahwa penyelesaian sengketa melalui BPSK memiliki tahapan yang sama dengan penyelesaian sengketa melalui pengadilan, karena masing-masing melalui tiga tahapan. Perbedaannya hanya terletak tidak adanya upaya hukum banding atas putusan pengadilan negeri yang memutus keberatan putusan BPSK, tetapi langsung kasasi ke Mahkamah Agung, *ibid.*, h. 267.

⁵⁰ Jangka waktu penyelesaian sengketa konsumen tersebut dihitung mulai dari penyelesaian sengketa melalui BPSK sampai pada pemeriksaan keberatan di pengadilan Negeri dan pemeriksaan kasasi di Mahkamah Agung. Hal ini diatur dalam Pasal 55, 56, dan 58 UUPK.



- dungan konsumen.
- b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen.
 - c. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen.
 - d. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
 - e. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen.
 - f. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha.
 - g. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
2. Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) meliputi:
 - a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
 4. BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, dibentuk oleh pemerintah di Daerah Tingkat II (kabupaten/kota) untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Sebagai badan penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, maka

HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

putusan BPSK bersifat final dan mengikat, tanpa upaya banding dan kasasi.

5. Anggota BPSK terdiri atas unsur pemerintah, konsumen, dan pelaku usaha, masing-masing unsur berjumlah paling sedikit tiga orang dan paling banyak lima orang. Pengangkatan dan pemberhentian anggota BPSK ditetapkan oleh menteri.
6. Tugas dan wewenang BPSK diatur dalam Pasal 52 UUPK.
7. Penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK diatur dalam Pasal 54-58 UUPK.

F. SOAL DISKUSI

1. Jelaskan tugas BPKN.
2. Jelaskan tugas LPKSM.
3. Jelaskan tugas BPSK.
4. Jelaskan pengaturan penyelesaian sengketa dalam BPSK.



Kenapa kita membutuhkan hukum perlindungan konsumen? Tidak ada manusia sempurna yang mampu memenuhi kebutuhan hidupnya secara mandiri, tentu setiap manusia sangat bergantung kepada orang lain. Walaupun satu sisi seseorang memproduksi produk tertentu, namun pada sisi lain dia juga sebagai konsumen produk lainnya. Karena itu pula, setiap manusia adalah konsumen dan 100% dari jumlah umat manusia adalah konsumen. Memang, jika dibandingkan dengan beberapa negara lainnya, Indonesia termasuk negara yang terlambat dalam merumuskan Undang-Undang Perlindungan konsumen. Namun kita harus mengejar ketertinggalan tersebut dengan lebih menekankan fungsi hukum sebagai sarana ketertiban dan sarana keadilan.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya diharapkan menjadi payung hukum bagi perlindungan konsumen di Indonesia, namun lebih jauh lagi Undang-Undang Perlindungan Konsumen harus dapat menjadi acuan bagi peraturan perundang-undangan lainnya dalam bidang perlindungan konsumen. Misalnya, pengintegrasian Undang-Undang Perlindungan Konsumen ke dalam Undang-Undang Perbankan, Lingkungan Hidup, Perusahaan, Pasar Modal, Lalu Lintas, Kesehatan, Pendidikan, dan lain sebagainya. Dengan demikian, perlindungan terhadap hak-hak konsumen tidak

HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

lagi dilaksanakan secara parsial, namun secara dilaksanakan dengan pendekatan terpadu, utuh, dan universal dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Sesuai dengan ketentuan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Ketentuan tersebut diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pe-



- merintah dalam arti materiel ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
 5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.

Bagi produsen dan pelaku usaha, pengaturan perlindungan konsumen sesungguhnya tidak dimaksudkan untuk mematikan ataupun melemahkan aktivitas produsen, tetapi justru sebaliknya. Sebab pengaturan perlindungan konsumen diharapkan mampu mendorong iklim dan persaingan usaha yang sehat, serta diharapkan dapat melahirkan perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan

HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

an sehat melalui penyediaan barang dan jasa yang berkualitas, yang berujung pada pemetikan hasil dan keuntungan melalui kepercayaan konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen bukanlah hantu yang menakutkan ataupun virus yang mematikan pelaku usaha. Jadi, tidak perlu takut.

GLOSARIUM

A

ACCC: The Australian Competition and Consumer Commission.

ADR: Alternative Dispute Resolution.

B

Barang: Setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

BPKN: Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

BPSK: Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

C

Caveat Emptor: *Let the buyer beware*, doktrin *caveat emptor* mengharuskan si pembeli berhati-hati. Bahwa pembeli agar peduli dan sadar bahwa ia sedang membeli haknya orang lain, maka pembeli harus berhati-hati tentang keadaannya ketika ia membeli hak orang lain.

Caveat Venditor: *Let the seller beware*, adalah kebalikan dari *let the buyer beware*, yang berarti pihak penjual harus berhati-hati dalam memasarkan produknya, karena jika terjadi sesuatu hal terhadap

konsumen yang tidak dikehendaki atas produk tersebut, maka yang bertanggung jawab adalah penjual.

CI: Consumers International.

Corporate Social Responsibility: Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

E

Express Warranty: *A warranty created by the overt words or actions of the seller.*

F

FDA: The Food and Drug Administration.

FTC: Federal Trade Commission.

G

Gisyah: Menyembunyikan cacat barang yang dijual, bisa juga dengan mencampurkan produk cacat ke dalam barang yang berkualitas tinggi, sehingga konsumen akan mengalami kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas barang yang diperdagangkan, dengan demikian penjual akan mendapatkan harga yang tinggi untuk barang yang cacat atau kualitas buruk.

H

Hak Asasi Manusia: Adalah seperangkat hak yang melekat pada hakikat dan keberadaan manusia sebagai makhluk Tuhan dan merupakan anugerah-Nya yang wajib dihormati, dijunjung tinggi dan dilindungi oleh negara, hukum dan pemerintah, dan setiap orang demi kehormatan serta perlindungan harkat dan martabat manusia.

L

Iktikad Baik (*Good Faith*): Merupakan doktrin yang merujuk kepada kerasionalan dan kepatutan (*redelijkheid en billijkheid*) yang hidup dalam masyarakat.

IMF: International Monetary Fund.

Implied Warranty: *An obligation imposed by the law when there has been no representation or promise.*

J

Jasa: Setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

K

Khiyar Aibi: Haram bagi seseorang menjual barang yang memiliki cacat (cacat produk) tanpa menjelaskan kepada pembeli (konsumen).

Khiyar al-Ghabn al-Fahisy (Khiyar al-Mustarsil): *Khiyar* jenis ini suatu saat menjadi hak penjual dan suatu saat bisa menjadi hak pembeli. Kadangkala pembeli membeli barang dengan harga 5 dinar, padahal barang tersebut hanya setara dengan 3 dinar. Jika seorang penjual dan pembeli ditipu dalam hal ini, maka ia memiliki *khiyar* untuk menarik diri dari jual beli dan membatalkan akad.

Khiyar Majelis: Bahwa kedua belah pihak yang berjual beli memiliki *khiyar* (pilihan) dalam melangsungkan atau membatalkan akad jual beli selama keduanya masih dalam satu majelis (belum berpisah).

Khiyar Ru'yah: *Khiyar* jenis ini terjadi bila pelaku usaha menjual barang dagangannya, sementara barang tersebut tidak ada dalam majelis jual beli. Jika pembeli kemudian melihat barang tersebut dan tidak berhasrat terhadapnya, atau pembeli melihat bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan keinginannya, maka pembeli berhak menarik membatalkan diri dari akad jual beli tersebut.

Khiyar Syarat: Salah satu pihak yang berakad membeli sesuatu dengan

ketentuan memiliki *khiyar* selama jangka waktu yang jelas.

Khiyar Tadlis: Yaitu, jika penjual mengelabui pembeli sehingga menaikkan harga barang, maka hal itu haram baginya, dalam hal ini pembeli memiliki *khiyar* selama tiga hari.

Khiyar Ta'yin: *Khiyar* jenis ini memberikan hak kepada pembelinya untuk memilih barang yang dia inginkan dari sejumlah atau kumpulan barang yang dijual kendatipun barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dia kehendaki.

Klausula Baku: Setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

Klausula Eksonerasi: klausula yang dicantumkan dalam suatu perjanjian, di mana satu pihak menghindarkan diri untuk memenuhi kewajibannya membayar ganti rugi seluruhnya atau terbatas, yang terjadi karena ingkar janji atau perbuatan melawan hukum.

Konsiliasi: *Settlement of a dispute in agreeable manner; a process in which a neutral person meets with the parties to dispute and explores how the dispute might be resolved. Relatively unstructured method of dispute resolution in which a third party facilitates communication between parties in attempt to help them settle their differences.*

Konsultasi: *The act of asking the advice or opinion of someone (such as lawyer), or a meeting in which parties consult or confer.*

Konsumen: Setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak diperdagangkan.

Konsumen Akhir (*Ultimate Consumer/End User*): Setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.



Konsumen Antara (*Intermediate Consumer*): Setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.

Konsumen Komersial (*Commercial Consumer*): Setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Kontrak: Kesepakatan yang mendefinisikan hubungan antara dua pihak atau lebih.

Kontrak Bisnis: Kesepakatan yang dibuat oleh dua pihak atau lebih untuk melakukan transaksi bisnis.

L

Labelisasi Halal: Perizinan pemasangan kata “HALAL” pada kemasan produk dari suatu perusahaan oleh Badan POM.

LPKSM: Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

LP2K: Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen.

M

Makanan: Segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan dan minuman.

Makanan Halal: Pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu dan bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolaannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam.



Mediasi: *A method of non binding dispute resolution involving a neutral third party who tries to help the disputing parties reach mutually agreeable solution.*

N

Negosiasi: *to communicate with another party for the purpose of reaching an understanding, or to bring about by discussion or bargaining.*

P

Pemakai: Dalam hal ini menunjukkan bahwa barang dan/jasa yang dipakai tidak serta-merta hasil dari transaksi jual beli, melainkan dapat juga diperoleh dari pemberian, hibah, sewa-menyewa, undangan, pinjaman, penanggungan, hadiah, dan lain sebagainya.

Pengelolaan Lingkungan Hidup: Upaya terpadu untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup yang meliputi kebijaksanaan penataan, pemanfaatan, pengembangan, pemeliharaan, pemulihan, pengawasan, dan pengendalian lingkungan hidup.

Perdagangan Najasy: Praktik perdagangan di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar tinggi harga barang disertai pujian kualitas secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.

Perlindungan Konsumen: Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian (Negligence): Tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen, bahwa kelalaian produsen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada produsen.

Produk Haram: Memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-Qur'an dan Sunnah.

Produksi Pangan: Kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, mengawetkan, mengemas, mengemas, kembali, dan/atau mengubah bentuk pangan.



R

Riba: Pengambilan tambahan dalam transaksi jual beli maupun simpan-pinjam yang berlangsung secara zalim dan bertentangan dengan prinsip muamalat secara islami.

S

Sertifikasi Halal: Fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam melalui pemeriksaan yang rinci oleh LP POM MUI.

T

Tathfif: Tindakan yang mengurangi timbangan atau takaran barang yang akan dijual, tentu saja praktik dagang seperti ini sangat merugikan konsumen.

Talaqqi Rukban: Mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar. Rasulullah melarang tindakan ini dengan tujuan untuk menghindari ketidaktahuan konsumen atau produsen tentang harga barang.

Tanggung Jawab Produk (*Product Liability*): Tanggung jawab terhadap produk yang dipasarkan kepada pemakai.

Tanggung Jawab Profesional (*Professional Liability*): Tanggung jawab produsen terkait dengan jasa profesional yang diberikan kepada klien.

Tenaga Kerja: Setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat.

W

WTO: World Trade Organization.



Y

YLBKI: Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia.

YLKI: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Kitab Suci

Al-Qur'anul Karim.

Buku

Afzalurrahman. *Muhammad sebagai Seorang Pedagang*. (Jakarta: Swarna Bhumi. 2000).

Ahmad, Mahdi Rizqullah. *Biografi Rasulullah, Sebuah Studi Analisis Berdasarkan Sumber-sumber Otentik*. (Jakarta: Qisthi Press. 2009).

Al-Daruquthni, Imam. *Sunan*. (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah. 1996).

Al-Ghazali, Imam, Penyunting Ahmad Shiddiq. *Benang Tipis antara Halal dan Haram*. (Surabaya: Putra Pelajar. 2002).

Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad. *Fikih Ekonomi Umar bin al-Khathab*. (Jakarta: Khalifa. 2008).

Ali, Ahmad. *Menguak Tabir Hukum (Suatu Kajian Filosofis dan Sosiologis)*. (Jakarta: Gunung Agung, 2002).

Al-Maghlust, Sami bin Abdullah. *Atlas Perjalanan Hidup Nabi Muhammad*. (Jakarta: Al-Mahira. 2009).

Al-Shan'ani, Al-Imam Muhammad. *Subul al-Salam*. (Mesir: Makta-

- bah Zahran. T.t.).
- Al-Zuhailiy, Wahbah. *Ushul Fiqh al-Islamiy*. (Beirut: Dar al-Fikri, 1986).
- Anderson, R.A. dan W.A. Krump. *Business Law*. (Cincinnati: South-Western Publishing Co. 1972).
- Armstrong, Karen. *Muhammad Prophet for Our Time*. (Bandung: Mizan. 2007).
- As-Sabatin, Yusuf. *Bisnis Islam dan Kritik Atas Praktik Bisnis Ala Kapitalis*. (Bogor: Al-Azhar Press. 2009).
- Asshiddiqie, Jimly. *Konstitusi dan Konstitusionalisme Indonesia*. (Jakarta: Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia. 2006).
- Badruzaman, Mariam Darus. *Aneka Hukum Bisnis*. (Bandung: Alumni. 1994).
- _____. *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*. (Bandung: Alumni. 1981).
- _____. *Perjanjian Kredit Bank*. (Bandung: Alumni. 1978).
- Basrowi. *Pengantar Sosiologi*. (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2005).
- Basu Swastia. *Manajemen Modern*. (Yogyakarta: Liberty. 1997).
- Binjai, Syekh H. Abdul Halim Hasan. *Tafsir Al-Ahkam*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2006).
- Budiman, Arif. *Corporate Social Responsibility, Jawaban bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*. (Jakarta: ICSD. 2002).
- Colin, Peter. *Business English Dictionary*. (London. Linguaphone Institute Limited).
- Cormick, Neil Mac. *Adam Smith on Law*. (Vavariso University Law Review. Vol. 15, 1981).
- C. Tantri D. dan Sulastri. *Gerakan Organisasi Konsumen*. (Jakarta: YLKI-The Asia Foundation. 1995).
- Dahlan dkk. *Asbabun Nuzul, Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat Al-Qur'an*. (Bandung: Diponegoro. 2003).
- Dirdjosisworo, Soedjono. *Kontrak Bisnis, Menurut Sistem Civil Law, Common Law dan Praktik Dagang Internasional*. (Bandung: Mandar Maju. 2003).



- Dorman, Peter J. (ed.). *Running Press Dictionary of Law*. (Philadelphia: Running Press. 1976).
- Echols, John M. dan Hasan Sadily. *Kamus Inggris-Indonesia*. (Jakarta: Gramedia. 1995).
- El Muhtaj, Majda. *Hak Asasi Manusia dalam Konstitusi Indonesia*. (Jakarta: Prenada Media. 2005).
- Faber, Stuart J. *Handbook of Consumer Law*. (California. Lega Books. 1978).
- Feldman, Laurence P. *Consumer Protection, Problems and Prospect*. (St. Paul, Minnesota: West Publishing. 1977).
- Fischer, David A. dan William Powers Jr., *Product Liability: Case and Materials*. (St. Paul, Minnesota: West Publishing. 1988).
- Fuady, Munir, *Hukum Bisnis dalam Teori dan Praktik, Buku Kedua*. (Bandung: Citra Aditya Bakti. 1994).
- _____, *Hukum Kontrak, dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. (Bandung: Citra Aditya Bakti. 2001).
- Garner, Bryan A. *Black's Law Dictionary*. (St. Paul, Minnesota: West Publishing. Eight Edition. 2004).
- Gautama, Sudargo. *Indonesian Business Law*. (Bandung: Citra Aditya Bakti. 1995).
- Girindra, Aisjah. *Pengukir Sejarah Sertifikasi Halal*. (Jakarta: LP POM MUI. 2005).
- Haekal, Muhammad Husein. *Sejarah Hidup Muhammad*. (Jakarta: Tintamas. 1984).
- Harahap, M. Yahya. *Beberapa Tinjauan Tentang Permasalahan Hukum*. (Bandung: Citra Aditya Bakti. 1997).
- Haqqi, Abdurrahman Raden Aji. *The Philosophy of Islamic Law of Transaction*. (Kuala Lumpur: Univision Press. 1999).
- Hornby, A.S. Gen. Ed. *Oxford Advance Learner's Dictionary of Current English*. (Oxford: Oxford University Press. 1987).
- Ikhwan Hamdani. *Sistem Pasar, Pengawasan Ekonomi (Hisbah). dalam Perspektif Ekonomi Islam*. (Jakarta: Nur Insani. 2003).
- Izzan, Ahmad dan Syahri Tanjung. *Referensi Ekonomi Syari'ah, Ayat-ayat Al-Qur'an yang berdimensi Ekonomi*. (Bandung: Remaja

- Rosdakara. 2006).
- Jusmaliani. *Bisnis Berbasis Syariah*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2008).
- Kahf, Monzer. *Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Relajar. 1995).
- Keraf, A. Sonny. *Pasar Bebas, Keadilan dan Peran Pemerintah: Telaah atas Etika Politik Ekonomi Adam Smith*. (Yogyakarta: Kanisius. 1996).
- Karla, C. Shippey J.D. *Menyusun Kontrak Bisnis Internasional*. (Jakarta: PPM. 2001).
- Khan, Muhammad Akram. *Economic Message of the Quran*. (Safat-Kuwait: Islamic Book Publisher. 1995).
- _____. *Ajaran Nabi Muhammad SAW tentang Ekonomi*. (Jakarta: Bank Muamalat. 1996).
- Kurdie, Nukthoh Arfawie. *Telaah Kritis Teori Negara Hukum*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2005).
- Leder, M.J. *Consemer Law*. (Plymouth: Macdonald and Evans. 1980).
- Ma'luf, Lois. *Al-Munjid*. (Beirut-Lebanon: Dar El-Machreq Sarl Publisher. 1986).
- Mannan, M.A. *Islamic Economics, Theory and Practice*. (Delhi: Idarah-I Adabiyat-I Delli. 1980).
- Marzuki, Peter Mahmud. *Kontrak Bisnis Internasional*. (Surabaya: Magister Hukum Universitas Airlangga. 2002).
- Matsukawa, Michael J. *Product Liability Trends in Japan*. (University of Washington: School of Law. 1982).
- Meliala, Adrianus. *Praktik Bisnis Curang*. (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. 1993).
- Miru, Ahmadi. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*. (Surabaya: Universitas Airlangga. 2000).
- Miru, Ahmadi, dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2004).
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2006).
- Muhammad dan Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: BPFE. 2004).
- Muhammad, Abdulkadir. *Perjanjian Baku dalam Praktik Perusahaan*



- Perdagangan*. (Bandung: Citra Aditya Bakti. 1992).
- Musselman, Vernon A. dan Jhon H. Jackson, *Introduction to Modern Business*. (Jakarta: Erlangga, 1992).
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar*. (Jakarta: Diadit Media. 2002).
- Nasution, Bismar. *Hukum Pasar Modal, Good Corporate Governance, Perlindungan Lingkungan Hidup, dan Insider Trading*. (Medan: Sekolah Pascasarjana USU. 2002).
- _____. *Keterbukaan dalam Pasar Modal*. (Jakarta: Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia. 2001).
- _____. *Mengkaji Ulang Hukum Sebagai Landasan Pembangunan Ekonomi*. (Medan: Universitas Sumatera Utara. 2004).
- Nicholas, Barry. *An Introduction to Roman Law*. (1962).
- Oppenheim, S. Chesterfield dan Glen E. Weston. *Unfair Trade Practice and Consumer Protection, Cases and Comments*. (ST. Paul Minnesota: West Publishing co. 1974).
- Oughton, David dan John Lowry. *Textbook on Consumer Law*. (London: Blackstone Press Limited. 1997).
- Paton, George Whitercross. *A Text-Book of Jurisprudence*, Second Edition. (London: Oxford University Press. 1951).
- Philips, Jerry J. *Product Liability*. (St. Paul Minnesota: West Publishing Company. 1993).
- Piagam Kerja sama Departemen Kesehatan, Departemen Agama, dan Majelis Ulama Indonesia Tahun 1996 tentang Pelaksanaan Pencantuman Label Halal pada Makanan.
- Pieris, John dan Wiwik Sri Widiarty. *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kedaluwarsa*. (Jakarta: Pelangi Cendikia. 2007).
- Poerwadarminta, WJS. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka. 1976).
- Rachbini, Didik J. *Ekonomi Politik, Paradigma dan Teori Pilihan Publik*. (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002).
- Rahman, Hasanuddin. *Seri Keterampilan Merancang Kontrak Bisnis, Contract Drafting*. (Bandung: Citra Aditya Bakti. 2003).

- Rasjidi, Lili dan I.B. Wyasa Putra. *Hukum Sebagai Suatu Sistem*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 1993).
- Reich, Norbert. *Protection of Consumers Economic by the EC, The Sydney Law Review*. Vol. 4 Number 1. (1992).
- Republik Indonesia, Departemen Agama. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*. (Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji. 2003).
- _____. Departemen Agama. *Panduan Sertifikasi Halal*. (Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji. 2008).
- Resolusi PBB Nomor A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 tentang *the guidelines for consumer protection*.
- Rose, F.D. *Blackstone's Statutes on Commercial and Consumer Law*. (London: Blackstone Press Limited. 1999).
- Rothschild, Donald P. dan David W. Carrol. *Consumer Protecting: Reporting Service*, Vol. I (Maryland: National Law Publishing Corporation. 1986).
- Samsul, Inosentius: *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. (Jakarta: Universitas Indonesia. 2004).
- Shabiri, Abul Futuh. *Sukses Bisnis Berkat Wasiat Nabi*. (Jakarta: Pustaka Al-Kausar. 2007).
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. (Jakarta: Gra-sindo. 2006).
- Shofie, Yusuf. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*. (Bandung: Citra Aditya Bakti. 2003).
- _____. *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*. (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002).
- Simarmata, Dj. A. *Reformasi Ekonomi Menurut Undang-Undang Dasar 1945, Kajian Ringkas dan Interpretasi Teoritis*. (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi. 1998).
- Sirait, Ningrum Natasya. *Asosiasi dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. (Medan: Pustaka Bangsa Press. 2003).
- Subekti. *Arbitase Dagang*. (Jakarta: Pradnya Paramita, 1992).
- Sudaryatmo. *Hukum dan Advokasi Konsumen*. (Bandung: Citra Adi-

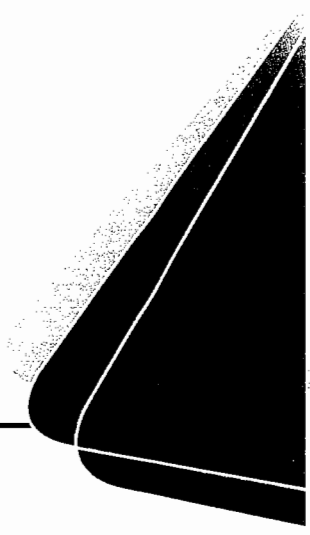
- tya Bakti. 1999).
- _____. *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*. (Jakarta: 1996).
- Sumarni, Murti dan Jhon Suprihanto. *Pengantar Bisnis, Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*. (Yogyakarta: Liberty. 1987).
- Suparman, Eman. *Pilihan Forum Arbitrase dalam Sengketa Komersial untuk Penegakan Keadilan*. (Jakarta: Tatanusa. 2004).
- Swastia, Basu. *Manajemen Modern*. (Yogyakarta: Liberty. 1997).
- Sywali, Husni dan Neni Sri Imaniyati (ed.). *Hukum Perlindungan Konsumen, Mandar Maju*. (Bandung: 2000).
- Tarigan, Azhari Akmal, dkk. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. (Bandung: Citapustaka. 2006).
- Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Gramedia. 2003).
- Zuhaili, Wahbah. *al-Mu'amalah al-Maliyah al-Mu'ashirah*. (Damsyik: Daar al-Fikri, 2007).

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Perpu Nomor 1 Tahun 1961 tentang Barang Menjadi Undang-undang.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1983 tentang Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa,
Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.
Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2003 tentang Tindak Pidana Pencucian Uang.
Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.
Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001.
Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 301/MPP/Kep/10/2001 tentang Pengangkatan, Pemberhentian Anggota, dan Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

LAMPIRAN



UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

- Menimbang:**
- a. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiel dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
 - b. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka 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. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
 - d. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab;
 - e. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepen-



- tingan konsumen di Indonesia belum memadai;
- f. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
 - g. bahwa untuk itu perlu dibentuk Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen;

Mengingat : Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945.

Dengan Persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan: UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik



- sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
 5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
 6. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.
 7. Impor barang adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
 8. Impor jasa adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
 9. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
 10. Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
 11. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.
 12. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.
 13. Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.



BAB II ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Pasal 3

Perlindungan konsumen bertujuan:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

BAB III HAK DAN KEWAJIBAN

Bagian Pertama Hak dan Kewajiban Konsumen

Pasal 4

Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam me-



- ngonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
 - c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
 - d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
 - e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
 - f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
 - 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/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
 - i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5

Kewajiban konsumen adalah:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beriktikad 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.



Bagian Kedua Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 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 peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau 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 yang dibuat dan/atau yang 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 penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

BAB IV PERBUATAN YANG DILARANG BAGI PELAKU USAHA

Pasal 8

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagai-



- mana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 - (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 - (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pasal 9

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
 - a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang



- mempunyai sponsor, persetujuan, atau afiliasi;
- e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral



atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
- (2) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang dituju-



kan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media masa;
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pasal 15

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pasal 17

(1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

- a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;



- f. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

BAB V KETENTUAN PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU

Pasal 18

- (1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
- a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
 - b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
 - c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
 - e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa;
 - g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang belinya;
 - h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai,



atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

- (2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
- (3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.
- (4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang ini.

BAB VI TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

Pasal 19

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa 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.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.



Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Pasal 21

- (1) Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.
- (2) Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

Pasal 22

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Pasal 23

Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Pasal 24

- (1) Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:
 - a. pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
 - b. pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh,

mutu, dan komposisi.

- (2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 25

- (1) Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.
- (2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut:
 - a. tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;
 - b. tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Pasal 27

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

- a. barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
- b. cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;



- e. lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

BAB VII PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Bagian Pertama Pembinaan

Pasal 29

- (1) Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
- (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
- (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:
 - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.



**Bagian Kedua
Pengawasan**

Pasal 30

- (1) Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- (2) Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- (4) Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
- (6) Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VIII

BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

Bagian Pertama

Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas

Pasal 31

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional.



Pasal 32

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Pasal 33

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Pasal 34

- (1) Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:
 - a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
 - c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
 - d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
 - f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
 - g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.

Bagian Kedua
Susunan Organisasi dan Keanggotaan

Pasal 35

- (1) Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur.
- (2) Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- (3) Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya.
- (4) Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

Pasal 36

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur:

- a. pemerintah;
- b. pelaku usaha;
- c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- d. akademisi; dan
- e. tenaga ahli.

Pasal 37

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah:

- a. warga negara Republik Indonesia;
- b. berbadan sehat;
- c. berkelakuan baik;
- d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;



- e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen; dan
- f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

Pasal 38

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena:

- a. meninggal dunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia;
- d. sakit secara terus-menerus;
- e. berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
- f. diberhentikan.

Pasal 39

- (1) Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat.
- (2) Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- (3) Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 40

- (1) Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan di Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya.
- (2) Pembentukan perwakilan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.



Pasal 41

Dalam pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional bekerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 42

Biaya untuk pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja negara dan sumber lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 43

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB IX

**LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA
MASYARAKAT**

Pasal 44

- (1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
- (2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
- (3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
 - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;



- d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB X PENYELESAIAN SENGKETA

Bagian Pertama Umum

Pasal 45

- (1) 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.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang.
- (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Pasal 46

- (1) Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;



- b. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
 - c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
 - d. 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.
- (2) Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan

Pasal 47

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Bagian Ketiga

Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Pasal 48

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada

ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memerhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

BAB XI BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Pasal 49

- (1) Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.
- (2) Untuk dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut:
 - a. warga negara Republik Indonesia;
 - b. berbadan sehat;
 - c. berkelakuan baik;
 - d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
 - e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
 - f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.
- (3) Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha.
- (4) Anggota setiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang.
- (5) Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 50

Badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (1) terdiri atas:

- (1) ketua merangkap anggota;
- (2) wakil ketua merangkap anggota;
- (3) anggota.



Pasal 51

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat.
- (2) Sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen terdiri atas kepala sekretariat dan anggota sekretariat.
- (3) Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 52

Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi:

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini;
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen
- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau



- alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
 - l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
 - m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Pasal 53

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 54

- (1) Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis.
- (2) Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (3), serta dibantu oleh seorang panitera.
- (3) Putusan majelis bersifat final dan mengikat.
- (4) Ketentuan teknis lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 55

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Pasal 56

- (1) Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.

- (2) Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
- (3) Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dianggap menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.
- (4) Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (6) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Pasal 57

Putusan majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat (3) dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

Pasal 58

- (1) Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat (2) dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.
- (2) Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.
- (3) Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.



BAB XII PENYIDIKAN

Pasal 59

- (1) Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.
- (2) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang:
 - a. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan pemeriksaan terhadap orang atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - d. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - e. melakukan pemeriksaan di tempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti serta melakukan penyitaan terhadap barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - f. meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.
- (3) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

- (4) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

BAB XIII

SANKSI

Bagian Pertama

Sanksi Administratif

Pasal 60

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.
- (2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah).
- (3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua

Sanksi Pidana

Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62

- (1) 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,- (dua miliar rupiah).

- (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12 Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).
- (3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, 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.

BAB XIV

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 64

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini.

BAB XV

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 65

Undang-undang ini mulai berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak di-



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

undangan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta
pada tanggal 20 April 1999
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 20 April 1999
MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA
REPUBLIK INDONESIA

ttd.

AKBAR TANDJUNG

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999
NOMOR 42



**PENJELASAN
ATAS
UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

I. UMUM

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pember-



dayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

Di samping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dalam pelaksanaannya tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Hal itu dilakukan melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi atas pelanggarannya.

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara Undang-Undang Dasar 1945.

Di samping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen pada dasarnya bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, sebab sampai pada terbentuknya Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini telah ada beberapa undang-undang yang materinya melindungi ke-



pentingan konsumen, seperti:

1. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1961 tentang Barang, menjadi Undang-undang;
2. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1966 tentang Hygiene;
3. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pokok-Pokok Pemerintahan di Daerah;
4. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal;
5. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan;
6. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian;
7. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan;
8. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri;
9. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan;
10. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Agreement Establishing The World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia);
11. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas;
12. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil;
13. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan;
14. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Hak Cipta sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1987;
15. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1989 tentang Paten;
16. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1989 tentang Merek;
17. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup;



18. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran;
19. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1997 tentang Ketenagakerjaan;
20. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

Perlindungan konsumen dalam hal pelaku usaha melanggar hak atas kekayaan intelektual (HAKI) tidak diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini karena sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1997 tentang Hak Cipta, Undang-undang Nomor 13 Tahun 1997 tentang Paten, dan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek, yang melarang menghasilkan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang melanggar ketentuan tentang HAKI.

Demikian juga perlindungan konsumen di bidang lingkungan hidup tidak diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini karena telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup mengenai kewajiban setiap orang untuk memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mencegah dan menanggulangi pencemaran dan perusakan lingkungan hidup.

Di kemudian hari masih terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen. Dengan demikian, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini merupakan payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Angka 1

Cukup jelas.

Angka 2

Di dalam kepastakaan ekonomi dikenal istilah konsumen



akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.

Angka 3

Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Angka 4

Cukup jelas.

Angka 5

Cukup jelas.

Angka 6

Cukup jelas.

Angka 7

Cukup jelas.

Angka 8

Cukup jelas.

Angka 9

Lembaga ini dibentuk untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen serta menunjukkan bahwa perlindungan konsumen menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat.

Angka 10

Cukup jelas.

Angka 11

Badan ini dibentuk untuk menangani penyelesaian sengketa konsumen yang efisien, cepat, murah, dan profesional.

Angka 12

Cukup jelas.



Angka 13

Cukup jelas.

Pasal 2

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- (1) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- (2) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- (3) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiel ataupun spiritual.
- (4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- (5) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Pasal 3

Cukup jelas.

Pasal 4

Huruf a

Cukup jelas.



Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya.

Huruf h

Cukup jelas.

Huruf i

Cukup jelas.

Pasal 5

Cukup jelas.

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Pasal 8

Ayat (1)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Jangka waktu penggunaan/pemanfaatannya yang paling baik adalah terjemahan dari kata *best before* yang biasa digunakan dalam label produk makanan.

Huruf h

Cukup jelas.



Huruf i

Cukup jelas.

Huruf j

Cukup jelas.

Ayat (2)

Barang-barang yang dimaksud adalah barang-barang yang tidak membahayakan konsumen dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Ayat (3)

Sediaan farmasi dan pangan yang dimaksud adalah yang membahayakan konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ayat (4)

Menteri dan menteri teknis berwenang menarik barang dan/atau jasa dari peredaran.

Pasal 9

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 10

Cukup jelas.

Pasal 11

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf d

Yang dimaksud dengan jumlah tertentu dan jumlah yang cukup adalah jumlah yang memadai sesuai dengan antisi-pasi permintaan konsumen.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Pasal 12

Cukup jelas.

Pasal 13

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 14

Cukup jelas.

Pasal 15

Cukup jelas.

Pasal 16

Cukup jelas.

Pasal 17

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 18

Ayat (1)

Larangan ini dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan



konsumen setara dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak.

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Huruf h

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 19

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Pasal 20

Cukup jelas.

Pasal 21

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 22

Ketentuan ini dimaksudkan untuk menerapkan sistem beban pembuktian terbalik.

Pasal 23

Cukup jelas.

Pasal 24

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 25

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 26

Cukup jelas.



Pasal 27

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cacat timbul di kemudian hari adalah sesudah tanggal yang mendapat jaminan dari pelaku usaha sebagaimana diperjanjikan, baik tertulis maupun lisan.

Huruf c

Yang dimaksud dengan kualifikasi barang adalah ketentuan standarisasi yang telah ditetapkan pemerintah berdasarkan kesepakatan semua pihak.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Jangka waktu yang diperjanjikan itu adalah masa garansi.

Pasal 28

Cukup jelas.

Pasal 29

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Pasal 30

Ayat (1)



Cukup jelas.

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan menteri teknis adalah menteri yang bertanggung jawab secara teknis menurut bidang tugasnya.

Ayat (3)

Pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei.

Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Ayat (6)

Cukup jelas.

Pasal 31

Cukup jelas.

Pasal 32

Cukup jelas.

Pasal 33

Cukup jelas.

Pasal 34

Ayat (1)

Huruf a

Cukup jelas.



Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Keberpihakan kepada konsumen dimaksudkan untuk meningkatkan sikap peduli yang tinggi terhadap konsumen (*wise consumerism*).

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 35

Ayat (1)

Jumlah wakil setiap unsur tidak harus sama.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 36

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Akademisi adalah mereka yang berpendidikan tinggi dan anggota perguruan tinggi.

Huruf e

Tenaga ahli adalah mereka yang berpengalaman di bidang perlindungan konsumen.

Pasal 37

Cukup jelas.

Pasal 38

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Sakit secara terus-menerus sehingga tidak mampu melaksanakan tugasnya.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Pasal 39

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.



Pasal 40

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah keputusan yang ditetapkan berdasarkan musyawarah anggota.

Pasal 41

Yang dimaksud dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah keputusan yang ditetapkan berdasarkan musyawarah anggota.

Pasal 42

Cukup jelas.

Pasal 43

Cukup jelas.

Pasal 44

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan memenuhi syarat, antara lain, terdaftar dan diakui serta bergerak di bidang perlindungan konsumen.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 45

Ayat (1)

Cukup jelas.



Ayat (2)

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat ini tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa. Pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa.

Yang dimaksud dengan penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen dan tidak bertentangan dengan undang-undang ini.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 46

Ayat (1)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Undang-undang ini mengakui gugatan kelompok atau *class action*.

Gugatan kelompok atau *class action* harus diajukan oleh konsumen yang benar-benar dirugikan dan dapat dibuktikan secara hukum, salah satu di antaranya adanya bukti transaksi.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Tolok ukur kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit yang dipakai adalah besar dampaknya terhadap konsumen.



Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 47

Bentuk jaminan yang dimaksud dalam hal ini berupa pernyataan tertulis yang menerangkan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen tersebut.

Pasal 48

Cukup jelas.

Pasal 49

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Unsur konsumen adalah lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau sekelompok konsumen.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Pasal 50

Cukup jelas.

Pasal 51

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 52

Cukup jelas.

Pasal 53

Cukup jelas.

Pasal 54

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Yang dimaksud dengan putusan majelis bersifat final adalah bahwa dalam badan penyelesaian sengketa konsumen tidak ada upaya banding dan kasasi.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 55

Cukup jelas.

Pasal 56

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Ayat (5)

Cukup jelas.



Pasal 57

Cukup jelas.

Pasal 58

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 59

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 60

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 61

Cukup jelas.

Pasal 62

Ayat (1)

Cukup jelas.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 63

Cukup jelas.

Pasal 64

Cukup jelas.

Pasal 65

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 3821



UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 7 TAHUN 1996
TENTANG
PANGAN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

- Menimbang:**
- a. bahwa pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang pemenuhannya menjadi hak asasi setiap rakyat Indonesia dalam mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk melaksanakan pembangunan nasional;
 - b. bahwa pangan yang aman, bermutu, bergizi, beragam, dan tersedia secara cukup merupakan persyaratan utama yang harus dipenuhi dalam upaya terselenggaranya suatu sistem pangan yang memberikan perlindungan bagi kepentingan kesehatan serta makin berperan dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat;
 - c. bahwa pangan sebagai komoditas dagang memerlukan dukungan sistem perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab sehingga tersedia pangan yang terjangkau oleh daya beli masyarakat serta turut berperan dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional;
 - d. bahwa sehubungan dengan pertimbangan pada butir a, butir b, dan butir c, serta untuk mewujudkan sistem pengaturan, pembinaan, dan pengawasan yang efektif di bidang pangan, maka perlu dibentuk Undang-undang tentang Pangan.

Mengingat: Pasal 5 ayat (1), Pasal 20 ayat (1), Pasal 27 ayat (2), dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945.



DENGAN PERSETUJUAN:
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan: UNDANG-UNDANG TENTANG PANGAN

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lainnya yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.
2. Pangan olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan.
3. Sistem pangan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan pengaturan, pembinaan, dan/atau pengawasan terhadap kegiatan atau proses produksi pangan dan peredaran pangan sampai dengan siap dikonsumsi manusia.
4. Keamanan pangan adalah kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu, merugikan, dan membahayakan kesehatan manusia.
5. Produksi pangan adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, mengawetkan, mengemas kembali, dan/atau mengubah bentuk pangan.
6. Pengangkutan pangan adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka memindahkan pangan dari satu tempat

- ke tempat lain dengan cara atau sarana angkutan apa pun dalam rangka produksi, peredaran, dan/atau perdagangan pangan.
7. Peredaran pangan adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka penyaluran pangan kepada masyarakat, baik untuk diperdagangkan maupun tidak.
 8. Perdagangan pangan adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka penjualan dan/atau pembelian pangan, termasuk penawaran untuk menjual pangan, dan kegiatan lain yang berkenaan dengan pemindahtanganan pangan dengan memperoleh imbalan.
 9. Sanitasi pangan adalah upaya pencegahan terhadap kemungkinan bertumbuh dan berkembang biaknya jasad renik pembusuk dan patogen dalam makanan, minuman, peralatan, dan bangunan yang dapat merusak pangan dan membahayakan manusia.
 10. Kemasan pangan adalah bahan yang digunakan untuk mewadahi dana atau membungkus pangan, baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak.
 11. Iradiasi pangan adalah metode penyinaran terhadap pangan baik dengan menggunakan zat radioaktif maupun akselerator untuk mencegah terjadinya pembusukan dan kerusakan serta membebaskan pangan dari jasad renik patogen.
 12. Rekayasa genetika pangan adalah suatu proses yang melibatkan pemindahan gen (pembawa sifat) dari suatu jenis hayati ke jenis hayati lain yang berbeda atau sama untuk mendapatkan jenis baru yang mampu menghasilkan produk pangan yang lebih unggul.
 13. Mutu pangan adalah nilai yang ditentukan atas dasar kriteria keamanan pangan, kandungan gizi, dan standar perdagangan terhadap bahan makanan, dan minuman.
 14. Gizi pangan adalah zat atau senyawa yang terdapat dalam pangan yang terdiri atas karbohidrat, protein, lemak, vitamin, dan mineral serta turunannya yang bermanfaat bagi pertumbuhan dan kesehatan manusia.



15. Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lainnya yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan.
16. Iklan pangan adalah setiap keterangan atau pernyataan mengenai pangan dalam bentuk gambar, tulisan, atau bentuk lain yang dilakukan dengan berbagai cara untuk pemasaran dan/atau perdagangan pangan.
17. Ketahanan pangan adalah kondisi terpenuhinya pangan bagi rumah tangga yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, merata, dan terjangkau.
18. Setiap orang adalah orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun tidak.

Pasal 2

Pembangunan pangan diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia yang memberikan manfaat secara adil dan merata berdasarkan kemandirian dan tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat.

Pasal 3

Tujuan pengaturan, pembinaan, dan pengawasan pangan adalah:

- a. tersedianya pangan yang memenuhi persyaratan keamanan, mutu, dan gizi bagi kepentingan kesehatan manusia;
- b. terciptanya perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab; dan
- c. terwujudnya tingkat kecukupan pangan dengan harga yang wajar dan terjangkau sesuai dengan kebutuhan masyarakat.



BAB II KEAMANAN PANGAN

Bagian Pertama Sanitasi Pangan

Pasal 4

- (1) Pemerintah menetapkan persyaratan sanitasi dalam kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan.
- (2) Persyaratan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan persyaratan minimal yang wajib dipenuhi dan ditetapkan serta diterapkan secara bertahap dengan memerhatikan kesiapan dan kebutuhan sistem pangan.

Pasal 5

- (1) Sarana dana atau prasarana yang digunakan secara langsung atau tidak langsung dalam kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan wajib memenuhi persyaratan sanitasi.
- (2) Penyelenggaraan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan serta penggunaan sarana dan prasarana, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilakukan sesuai dengan persyaratan sanitasi.

Pasal 6

Setiap orang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan kegiatan atau proses produksi penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan wajib:

- (a) memenuhi persyaratan sanitasi, keamanan, dan/atau keselamatan manusia;
- (b) menyelenggarakan program pemantauan sanitasi secara berkala; dan
- (c) menyelenggarakan pengawasan atas pemenuhan persyaratan sanitasi.



Pasal 7

Orang perseorangan yang menangani secara langsung dan/atau berada langsung dalam lingkungan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan wajib memenuhi persyaratan sanitasi.

Pasal 8

Setiap orang dilarang menyelenggarakan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan dan/atau peredaran pangan dalam keadaan yang tidak memenuhi persyaratan sanitasi.

Pasal 9

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 5, Pasal 6, dan Pasal 7 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Bahan Tambahan Pangan

Pasal 10

- (1) Setiap orang yang memproduksi pangan untuk diedarkan dilarang menggunakan bahan apa pun sebagai bahan tambahan pangan yang dinyatakan terlarang melampaui ambang batas maksimal yang ditetapkan.
- (2) Pemerintah menetapkan lebih lanjut bahan yang dilarang dan/atau dapat digunakan sebagai bahan tambahan pangan dalam kegiatan atau proses produksi pangan serta ambang batas maksimal sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 11

Bahan yang akan digunakan sebagai bahan tambahan pangan, tetapi belum diketahui dampaknya bagi kesehatan manusia, wajib terlebih dahulu diperiksa keamanannya, dan penggunaannya dalam kegiatan atau proses produksi pangan untuk diedarkan dilakukan setelah memperoleh persetujuan Pemerintah.



Pasal 12

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 dan Pasal 11 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Ketiga **Rekayasa Genetika dan Iradiasi Pangan**

Pasal 13

- (1) Setiap orang yang memproduksi pangan atau menggunakan bahan baku, bahan tambahan pangan dan/atau bahan bantu lain dalam kegiatan atau proses produksi pangan yang dihasilkan dari proses rekayasa genetika wajib terlebih dahulu memeriksa keamanan pangan bagi kesehatan manusia sebelum diedarkan.
- (2) Pemerintah menetapkan persyaratan dan prinsip penelitian, pengembangan, dan pemanfaatan metode rekayasa genetika dalam kegiatan atau proses produksi pangan, serta menetapkan persyaratan bagi pengujian pangan yang dihasilkan dari proses rekayasa genetika.

Pasal 14

- (1) Iradiasi dalam kegiatan atau proses produksi pangan dilakukan berdasarkan izin Pemerintah.
- (2) Proses perizinan, penyelenggaraan kegiatan dan/atau proses produksi pangan yang dilakukan dengan menggunakan teknik dan/atau metode iradiasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1), wajib memenuhi persyaratan kesehatan, penanganan limbah dan penanggulangan bahaya bahan radioaktif untuk menjamin keamanan pangan, keselamatan kerja, dan kelestarian lingkungan.

Pasal 15

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 dan Pasal 14 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.



Bagian Keempat Kemasan Pangan

Pasal 16

- (1) Setiap orang memproduksi pangan untuk diedarkan dilarang menggunakan bahan apa pun sebagai kemasan pangan yang dinyatakan terlarang dan/atau yang dapat melepaskan cemaran yang merugikan atau membahayakan kesehatan manusia.
- (2) Pengemasan pangan yang diedarkan dilakukan melalui tata cara yang dapat menghindarkan terjadinya kerusakan dan/atau pencemaran.
- (3) Pemerintah menetapkan bahan yang dilarang digunakan sebagai kemasan pangan dan tata cara pengemasan pangan tertentu yang diperdagangkan.

Pasal 17

Bahan yang akan digunakan sebagai kemasan pangan, tetapi belum diketahui dampaknya bagi kesehatan manusia, wajib terlebih dahulu diperiksa keamanannya, dan penggunaannya bagi pangan yang diedarkan dilakukan setelah memperoleh persetujuan Pemerintah.

Pasal 18

- (1) Setiap orang dilarang membuka kemasan akhir pangan untuk dikemas kembali dan diperdagangkan.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku terhadap pangan yang pengadaannya dalam jumlah besar dan lazim dikemas kembali dalam jumlah kecil untuk diperdagangkan lebih lanjut.

Pasal 19

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16, Pasal 17, dan Pasal 18 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kelima Jaminan Mutu Pangan dan Pemeriksaan Laboratorium

Pasal 20

- (1) Setiap orang yang memproduksi pangan untuk diperdagangkan wajib menyelenggarakan sistem jaminan mutu, sesuai dengan jenis pangan yang diproduksi.
- (2) Terhadap pangan tertentu yang diperdagangkan, Pemerintah dapat menetapkan persyaratan agar pangan tersebut terlebih dahulu diuji secara laboratoris sebelum peredarannya.
- (3) Pengujian secara laboratoris, sebagaimana dimaksud ayat (2), dilakukan di Laboratorium yang ditunjuk oleh dan/atau telah memperoleh akreditasi dari Pemerintah.
- (4) Sistem jaminan mutu serta persyaratan pengujian secara laboratoris, sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), ditetapkan dan diterapkan secara bertahap dengan memerhatikan kesiapan dan kebutuhan sistem pangan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Keenam Pangan Tercemar

Pasal 21

Setiap orang dilarang mengedarkan:

- a. Pangan yang mengandung bahan beracun, berbahaya, atau yang dapat merugikan atau membahayakan kesehatan atau jiwa manusia.
- b. Pangan yang mengandung cemaran yang melampaui ambang batas maksimal yang ditetapkan.
- c. Pangan yang mengandung bahan yang dilarang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan.
- d. Pangan yang mengandung bahan yang kotor, busuk, tengik, terurai, atau mengandung bahan nabati atau hewani yang berpe-



nyakit atau berasal dari bangkai sehingga menjadikan pangan tidak layak dikonsumsi manusia;

- e. Pangan yang sudah kedaluwarsa.

Pasal 22

Untuk mengawasi dan mencegah tercemarnya pangan, Pemerintah:

- a. Menetapkan bahan yang dilarang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan serta ambang batas maksimal cemaran yang dibolehkan.
- b. Mengatur dan/atau menetapkan persyaratan bagi penggunaan cara, metode, dan/atau bahan tertentu dalam kegiatan atau proses produksi, pengolahan, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan yang dapat memiliki risiko yang merugikan dan/atau membahayakan kesehatan manusia.
- c. Menetapkan bahan yang dilarang digunakan dalam memproduksi peralatan pengolahan, penyiapan, pemasaran, dan/atau penyajian pangan.

Pasal 23

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 dan Pasal 22 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

BAB III MUTU DAN GIZI PANGAN

Bagian Pertama Mutu Pangan

Pasal 24

- (1) Pemerintah menetapkan standar mutu pangan.
- (2) Terhadap pangan tertentu yang diperdagangkan, Pemerintah dapat memberlakukan dan mewajibkan pemenuhan standar mutu pangan yang ditetapkan berdasarkan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).



Pasal 25

- (1) Pemerintah menetapkan persyaratan sertifikasi mutu pangan yang diperdagangkan.
- (2) Persyaratan sertifikasi mutu pangan, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diterapkan secara bertahap berdasarkan jenis pangan dengan memerhatikan kesiapan dan kebutuhan sistem pangan.

Pasal 26

Setiap orang dilarang memperdagangkan:

- a. pangan tertentu, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24 ayat (2), apabila tidak memenuhi standar mutu yang ditetapkan sesuai dengan peruntukannya;
- b. pangan yang mutunya berbeda atau tidak sama dengan mutu pangan yang dijanjikan;
- c. pangan yang tidak memenuhi persyaratan sertifikasi mutu pangan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25.

Bagian Kedua Gizi Pangan

Pasal 27

- (1) Pemerintah menetapkan dan menyelenggarakan kebijakan di bidang gizi bagi perbaikan status gizi masyarakat.
- (2) Untuk meningkatkan kandungan gizi pangan olahan tertentu yang diperdagangkan, Pemerintah dapat menetapkan persyaratan khusus, mengenai komposisi pangan.
- (3) Dalam hal terjadinya kekurangan dan/atau penurunan status gizi masyarakat, Pemerintah dapat menetapkan persyaratan bagi perbaikan atau pengayaan gizi pangan tertentu yang diedarkan.
- (4) Setiap orang memproduksi pangan, sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3), wajib memenuhi persyaratan tentang gizi yang ditetapkan.



Pasal 28

- (1) Setiap orang memproduksi pangan olahan tertentu untuk diperdagangkan wajib menyelenggarakan tata cara pengolahan pangan yang dapat menghambat proses penurunan atau kehilangan kandungan gizi bahan baku pangan yang digunakan.
- (2) Pangan olahan tertentu serta tata cara pengolahan pangan, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diatur lebih lanjut oleh Pemerintah.

Pasal 29

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 24, Pasal 25, Pasal 27, dan Pasal 28 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

BAB IV

LABEL DAN IKLAN PANGAN

Pasal 30

- (1) Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan/atau di kemasan pangan.
- (2) Label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai:
 - a. nama produk;
 - b. daftar bahan yang digunakan;
 - c. berat bersih atau isi bersih;
 - d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.
 - e. keterangan tentang halal; dan
 - f. tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa.
- (3) Selain keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Pemerintah dapat menetapkan keterangan lain yang wajib atau dilarang untuk dicantumkan pada label pangan.



Pasal 31

- (1) Keterangan pada label, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30, ditulis atau dicetak atau ditampilkan secara tegas dan jelas sehingga dapat mudah dimengerti oleh masyarakat.
- (2) Keterangan pada label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia, angka Arab, dan huruf Latin.
- (3) Penggunaan istilah asing, selain dimaksud pada ayat (2), dapat dilakukan sepanjang tidak ada padanannya, tidak dapat diciptakan padanannya, atau digunakan untuk kepentingan perdagangan pangan ke luar negeri.

Pasal 32

Setiap orang dilarang mengganti, melabel kembali, atau menukar tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa pangan yang diedarkan.

Pasal 33

- (1) Setiap label dan/atau iklan tentang pangan yang diperdagangkan harus memuat keterangan mengenai pangan dengan benar dan tidak menyesatkan.
- (2) Setiap orang dilarang memberikan keterangan atau pernyataan tentang pangan yang diperdagangkan melalui, dalam, dan/atau dengan label atau iklan apabila keterangan atau pernyataan tersebut tidak benar dan/atau menyesatkan.
- (3) Pemerintah mengatur, mengawasi, dan melakukan tindakan yang diperlukan agar iklan tentang pangan yang diperdagangkan tidak memuat keterangan yang dapat menyesatkan.

Pasal 34

- (1) Setiap orang yang menyatakan dalam label atau iklan bahwa pangan yang diperdagangkan adalah sesuai dengan persyaratan agama atau kepercayaan tertentu bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan berdasarkan persyaratan agama atau kepercayaan tersebut.



- (2) Label tentang pangan olahan tertentu yang diperdagangkan untuk bayi, anak berumur di bawah lima tahun, dan ibu yang sedang hamil atau menyusui wajib memuat keterangan tentang peruntukan, cara penggunaan, dan/atau keterangan lain yang perlu diketahui mengenai dampak pangan terhadap kesehatan manusia.

Pasal 35

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30, Pasal 31, Pasal 33, dan Pasal 34 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

BAB V

PEMASUKAN DAN PENGELUARAN PANGAN KE DALAM DAN DARI WILAYAH INDONESIA

Pasal 36

- (1) Setiap pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia untuk diedarkan wajib memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya.
- (2) Setiap orang dilarang memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia dan/atau mengedarkan di dalam wilayah Indonesia pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia apabila pangan tersebut tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya.

Pasal 37

Terhadap pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36, Pemerintah dapat menetapkan persyaratan bahwa:

1. pangan telah diuji dan/atau diperiksa serta dinyatakan lulus dari segi keamanan, mutu, dan/atau gizi oleh instansi yang berwenang di negara asal;
2. pangan dilengkapi dengan dokumen hasil pengujian dan/atau pemeriksaan, sebagaimana dimaksud pada huruf a; dan/atau



3. pangan terlebih dahulu diuji dan/atau diperiksa di Indonesia dari segi keamanan, mutu, dan/atau gizi sebelum peredarannya.

Pasal 38

Setiap orang yang memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diedarkan bertanggung jawab atas keamanan, mutu, dan gizi pangan.

Pasal 39

Pemerintah dapat menetapkan persyaratan agar pangan yang dikeluarkan dari wilayah Indonesia untuk diedarkan terlebih dahulu diuji dan/atau diperiksakan dari segi keamanan, mutu, persyaratan label, dan/atau gizi pangan.

Pasal 40

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37, Pasal 38, dan Pasal 39 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VI

TANGGUNG JAWAB INDUSTRI PANGAN

Pasal 41

- (1) Badan usaha yang memproduksi pangan olahan untuk diedarkan dan/atau orang perseorangan dalam badan usaha yang diberi tanggung jawab terhadap jalannya usaha tersebut bertanggung jawab atas keamanan pangan yang diproduksinya terhadap kesehatan orang lain yang mengonsumsi pangan tersebut.
- (2) Orang perseorangan yang kesehatannya terganggu atau ahli waris dari orang yang meninggal sebagai akibat langsung karena mengonsumsi pangan olahan yang diedarkan berhak mengajukan gugatan ganti rugi terhadap badan usaha dan/atau orang perseorangan dalam badan usaha, sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Dalam hal terbukti bahwa pangan olahan yang diedarkan dan dikonsumsi tersebut mengandung bahan yang dapat merugikan



dan/atau membahayakan kesehatan manusia atau bahan lain yang dilarang, maka badan usaha dan/atau orang perseorangan dalam badan usaha, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), wajib mengganti segala kerugian yang secara nyata ditimbulkan.

- (4) Selain ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dalam hal badan usaha dan/atau orang perseorangan dalam badan usaha dapat membuktikan bahwa hal tersebut bukan diakibatkan kesalahan atau kelalaiannya, maka badan usaha dan/atau orang perseorangan dalam badan usaha tidak wajib mengganti kerugian.
- (5) Besarnya ganti rugi, sebagaimana dimaksud pada ayat (3), tertinggi-tingginya sebesar Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) untuk setiap orang yang dirugikan kesehatannya atau kematiannya yang ditimbulkan.

Pasal 42

Dalam hal pihak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 ayat (1) tidak diketahui atau tidak berdomisili di Indonesia, ketentuan dalam Pasal 41 ayat (3) dan ayat (5) diberlakukan terhadap orang yang mengedarkan dan/atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.

Pasal 43

- (1) Dalam hal kerugian yang ditimbulkan melibatkan jumlah kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit, Pemerintah berwenang mengajukan gugatan ganti rugi, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 ayat (2).
- (2) Gugatan ganti rugi, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), diajukan untuk kepentingan orang yang mengalami kerugian dan/atau musibah.

Pasal 44

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 42 dan Pasal 43 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.



BAB VIII KETAHANAN PANGAN

Pasal 45

- (1) Pemerintah bersama masyarakat bertanggung jawab untuk mewujudkan ketahanan pangan.
- (2) Dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah menyelenggarakan pengaturan, pembinaan, pengendalian, dan pengawasan terhadap ketersediaan pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, bergizi, beragam, merata, dan terjangkau oleh daya beli masyarakat.

Pasal 46

Dalam pelaksanaan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45, Pemerintah:

- a. menyelenggarakan, membina, dan/atau mengkoordinasikan segala upaya atau kegiatan untuk mewujudkan cadangan pangan nasional;
- b. menyelenggarakan, mengatur dan/atau mengkoordinasikan segala upaya atau kegiatan dalam rangka penyediaan, pengadaan, dan/atau penyaluran pangan tertentu yang bersifat pokok;
- c. menetapkan dan menyelenggarakan kebijakan mutu pangan nasional dan penganekaragaman pangan;
- d. mengambil tindakan untuk mencegah dan/atau menanggulangi gejala kekurangan pangan, keadaan darurat, dan/atau spekulasi atau manipulasi dalam pengadaan dan peredaran pangan.

Pasal 47

- (1) Cadangan pangan nasional, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 huruf a, terdiri atas:
 - a. cadangan pangan Pemerintah;
 - b. cadangan pangan masyarakat.
- (2) Cadangan pangan Pemerintah ditetapkan secara berkala dengan



memperhitungkan tingkat kebutuhan nyata pangan masyarakat dan ketersediaan pangan, serta dengan mengantisipasi terjadinya kekurangan pangan dan/atau keadaan darurat.

- (3) Dalam upaya mewujudkan cadangan pangan nasional, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah:
- a. mengembangkan, membina, dan/atau membantu penyelenggaraan cadangan pangan masyarakat dan Pemerintah di tingkat pedesaan, perkotaan, provinsi, dan nasional;
 - b. mengembangkan, menunjang, dan memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi peran koperasi dan swasta dalam mewujudkan cadangan pangan setempat dan/atau nasional.

Pasal 48

Untuk mencegah dan/atau menanggulangi gejolak harga pangan tertentu yang dapat merugikan ketahanan pangan, Pemerintah mengambil tindakan yang diperlukan dalam rangka mengendalikan harga pangan tersebut.

Pasal 49

- (1) Pemerintah melakukan pembinaan yang meliputi upaya:
- a. pengembangan sumber daya manusia di bidang pangan melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan, terutama usaha kecil;
 - b. untuk mendorong dan meningkatkan peran serta masyarakat dalam kegiatan pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kemampuan usaha kecil, penyuluhan di bidang pangan, serta penganekaragaman pangan;
 - c. untuk mendorong dan mengarahkan peran serta asosiasi dan organisasi profesi di bidang pangan;
 - d. untuk mendorong dan menunjang kegiatan penelitian dan pengembangan teknologi di bidang pangan;
 - e. penyebarluasan pengetahuan dan penyuluhan di bidang pangan;



- f. pembinaan kerja sama internasional di bidang pangan, sesuai dengan kepentingan nasional;
 - g. untuk mendorong dan meningkatkan kegiatan penganeka-ragaman pangan yang dikonsumsi masyarakat serta peman-tapan mutu pangan tradisional.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut oleh Pemerintah.

Pasal 50

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45, Pasal 46, Pasal 47, Pasal 48, dan Pasal 49 ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VIII PERAN SERTA MASYARAKAT

Pasal 51

Masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan seluas-luasnya dalam mewujudkan perlindungan bagi orang perseorangan yang mengonsumsi pangan, sesuai dengan ketentuan undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya serta peraturan perundang-undangan lain yang berlaku.

Pasal 52

Dalam rangka penyempurnaan dan peningkatan sistem pangan, masyarakat dapat menyampaikan permasalahan, masukan, dan/atau cara pemecahan mengenai hal-hal di bidang pangan.

BAB IX PENGAWASAN

Pasal 53

- (1) Untuk mengawasi pemenuhan ketentuan undang-undang ini, Pemerintah berwenang melakukan pemeriksaan dalam hal terdapat dugaan terjadinya pelanggaran hukum di bidang pangan.



- (2) Dalam melaksanakan fungsi pemeriksaan, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah berwenang:
 - a. memasuki setiap tempat yang diduga digunakan dalam kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan perdagangan pangan untuk memeriksa, meneliti, dan mengambil contoh pangan dan segala sesuatu yang diduga digunakan dalam kegiatan produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau perdagangan pangan;
 - b. menghentikan, memeriksa, dan mencegah setiap sarana angkutan yang diduga atau patut diduga yang digunakan dalam pengangkutan pangan serta mengambil dan memeriksa contoh pangan;
 - c. membuka dan meneliti setiap kemasan pangan;
 - d. memeriksa setiap buku, dokumen, atau catatan lain yang diduga memuat keterangan mengenai kegiatan produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau perdagangan pangan, termasuk mengadakan atau mengutip keterangan tersebut;
 - e. memerintahkan untuk memerhatikan izin usaha atau dokumen lain sejenis.
- (3) Pejabat pemeriksaan untuk melakukan pemeriksaan, sebagaimana dimaksud ayat (2), dilengkapi dengan surat perintah.
- (4) Dalam hal berdasarkan hasil pemeriksaan, sebagaimana dimaksud pada ayat (2), patut diduga merupakan tindak pidana di bidang pangan, segera dilakukan tindakan penyidikan oleh penyidik berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 54

- (1) Dalam melaksanakan fungsi pengawasan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 53, Pemerintah berwenang mengambil tindakan administratif terhadap pelanggaran ketentuan undang-undang ini.



- (2) Tindakan administratif, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dapat berupa:
- a. peringatan secara tertulis;
 - b. larangan mengedarkan untuk sementara waktu dan/atau perintah untuk menarik produk pangan dari peredaran apabila terdapat risiko tercemarnya pangan atau pangan tidak aman bagi kesehatan manusia;
 - c. pemusnahan pangan jika terbukti membahayakan kesehatan dan jiwa manusia;
 - d. penghentian produksi untuk sementara waktu;
 - e. pengenaan denda paling tinggi Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah); dan/atau
 - f. pencabutan izin produksi atau izin usaha.
- (3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dan ayat (2) ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

BAB X KETENTUAN PIDANA

Pasal 55

Barangsiapa dengan sengaja:

- a. menyelenggarakan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan dalam keadaan yang tidak memenuhi persyaratan sanitasi, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8;
- b. menggunakan bahan yang dilarang digunakan sebagai bahan tambahan pangan atau menggunakan bahan tambahan pangan secara melampaui ambang batas maksimal yang ditetapkan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (1);
- c. menggunakan bahan yang dilarang digunakan sebagai kemasan pangan dan/atau bahan apa pun yang dapat melepaskan cemaran yang merugikan atau membahayakan kesehatan manusia, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1);



- d. mengedarkan pangan yang dilarang untuk diedarkan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e;
- e. memperdagangkan pangan yang tidak memenuhi standar mutu yang diwajibkan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf a;
- f. memperdagangkan pangan yang mutunya berbeda atau tidak sama dengan mutu pangan yang dijanjikan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf b;
- g. memperdagangkan pangan yang tidak memenuhi persyaratan sertifikasi mutu pangan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26 huruf c;
- h. mengganti, melabelkan kembali, atau menukar tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa pangan yang diedarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32;
- i. dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan atau denda paling banyak Rp 600.000.000,- (enam ratus juta rupiah).

Pasal 56

Barangsiapa:

- a. menyelenggarakan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan dalam keadaan yang tidak memenuhi persyaratan sanitasi, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8;
- b. menggunakan bahan yang dilarang digunakan sebagaimana bahan tambahan pangan atau menggunakan bahan tambahan pangan secara melampaui ambang batas maksimal yang ditetapkan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (1);
- c. menggunakan bahan yang dilarang digunakan sebagai kemasan pangan dan/atau bahan apa pun yang dapat melepaskan cemaran yang merugikan atau membahayakan kesehatan manusia, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1);
- d. mengedarkan pangan yang dilarang untuk diedarkan sebagaimana



na dimaksud dalam Pasal 21 huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, atau huruf e;

- e. dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/ atau denda paling banyak Rp 120.000.000,00 (seratus dua puluh juta rupiah).

Pasal 57

Ancaman pidana atas pelanggaran, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf d serta Pasal 56, ditambah seperempat apabila menimbulkan kerugian terhadap kesehatan manusia atau ditambah sepertiga apabila menimbulkan kematian.

Pasal 58

Barangsiapa:

- a. menggunakan suatu bahan sebagai bahan tambahan pangan dan mengedarkan pangan tersebut secara bertentangan dengan ketentuan dalam Pasal 11;
- b. mengedarkan pangan yang diproduksi atau menggunakan bahan baku, bahan tambahan pangan, dan/atau bahan bantu lain dalam kegiatan atau proses produksi pangan yang dihasilkan dari proses rekayasa genetika, tanpa lebih dahulu memeriksakan keamanan pangan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 ayat (1);
- c. menggunakan iradiasi dalam kegiatan atau proses produksi pangan tanpa izin, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1);
- d. menggunakan suatu bahan sebagai kemasan pangan untuk diedarkan secara bertentangan dalam ketentuan Pasal 17;
- e. membuka kemasan akhir pangan untuk dikemas kembali dan memperdagangkannya, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 18 ayat (1);
- f. mengedarkan pangan tertentu yang diperdagangkan terlebih dahulu tanpa diuji secara laboratoris, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 20 ayat (2);



- g. memproduksi pangan tanpa memenuhi persyaratan tentang gizi pangan yang ditetapkan, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 27 ayat (4);
- h. memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan tanpa mencantumkan label, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 30 atau Pasal 31;
- i. memberikan keterangan atau pernyataan secara tidak benar dalam iklan atau label bahwa pangan yang diperdagangkan adalah sesuai menurut persyaratan agama atau kepercayaan tertentu, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 34 ayat (1);
- j. memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia dan/atau mengedarkan di dalam wilayah Indonesia pangan yang tidak memenuhi ketentuan undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 ayat (2);
- k. menghambat kelancaran proses pemeriksaan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 53;
- l. dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 360.000.000,- (tiga ratus enam puluh juta rupiah).

Pasal 59

Barangsiapa:

- a. tidak menyelenggarakan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan dan/atau peredaran pangan yang memenuhi persyaratan sanitasi, keamanan, dan/atau keselamatan manusia, atau tidak menyelenggarakan program pemantauan sanitasi secara berkala, atau tidak melaksanakan pengawasan atas pemenuhan persyaratan sanitasi, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 6;
- b. tidak memenuhi persyaratan sanitasi, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7;
- c. tidak melaksanakan tata cara pengemasan pangan yang ditetapkan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (3);



- d. tidak menyelenggarakan sistem jaminan mutu yang ditetapkan dalam kegiatan atau proses produksi pangan untuk diperdagangkan, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 ayat (1);
- e. tidak memuat keterangan yang wajib dicantumkan pada label, sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 34 ayat (2) meskipun telah diperingatkan secara tertulis oleh pemerintah;
- f. dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan denda paling banyak Rp 480.000.000,- (empat ratus delapan puluh juta rupiah).

BAB XI PENYERAHAN URUSAN DAN TUGAS PEMBANTUAN

Pasal 60

- (1) Pemerintah dapat menyerahkan sebagian urusan di bidang pangan kepada Pemerintah Daerah, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pemerintah dapat menugaskan Pemerintah Daerah untuk melaksanakan tugas pembantu di bidang pangan.
- (3) Ketentuan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.

BAB XII KETENTUAN LAIN-LAIN

Pasal 61

- (1) Dalam hal terjadi kekurangan pangan yang sangat mendesak, Pemerintah dapat mengesampingkan untuk sementara waktu ketentuan undang-undang ini tentang persyaratan keamanan pangan, label, mutu, dan/atau persyaratan gizi pangan.
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan dengan tetap memerhatikan keselamatan dan terjaminnya kesehatan masyarakat.

Pasal 62

Bilamana dipandang perlu, Pemerintah dapat menunjuk instansi untuk mengoordinasi terlaksananya undang-undang ini.

Pasal 63

Undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya tidak berlaku bagi pangan yang diproduksi dan dikonsumsi oleh kalangan rumah tangga.

**BAB XIII
KETENTUAN PERALIHAN**

Pasal 64

Pada saat mulai berlakukannya undang-undang ini semua peraturan perundang-undangan tentang pangan yang telah ada dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang ini.

**BAB XIV
KETENTUAN PENUTUP**

Pasal 65

Undang-undang ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

~ Lampiran

Disahkan di Jakarta
pada tanggal 4 November 1996
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

SOEHARTO

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 4 November 1996
MENTERI NEGERA SEKRETARIS NEGARA
REPUBLIK INDONESIA

ttd.

MOERDIONO

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1996
NOMOR 99



**PENJELASAN
ATAS
UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 7 TAHUN 1996
TENTANG
PANGAN**

I. UMUM

Pembangunan nasional merupakan pencerminan kehendak untuk terus-menerus meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat Indonesia secara adil dan merata dalam segala aspek kehidupan serta diselenggarakan secara terpadu, terarah, dan berkesinambungan dalam rangka mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur, baik materi maupun spiritual, berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Pangan sebagai kebutuhan dasar manusia yang pemenuhannya merupakan hak asasi setiap rakyat Indonesia harus senantiasa tersedia cukup setiap waktu, aman, bermutu, bergizi, dan beragam dengan harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat. Untuk mencapai semua itu, perlu diselenggarakan suatu sistem pangan yang memberikan perlindungan, baik bagi pihak yang memproduksi maupun yang mengonsumsi pangan, serta tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat. Sumber daya manusia yang berkualitas selain unsur terpenting yang perlu memperoleh prioritas dalam pembangunan, juga sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan pembangunan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia sangat ditentukan, antara lain, oleh kualitas pangan yang dikonsumsi.

Kegiatan atau proses produksi pangan untuk diedarkan atau diperdagangkan harus memenuhi ketentuan tentang sanitasi pangan, bahan tambahan pangan, residu cemaran, dan kemasan pangan. Hal lain yang patut diperhatikan oleh setiap orang yang memproduksi pangan adalah penggunaan metode tertentu dalam kegiatan atau proses produksi pangan yang memiliki kemungkinan timbulnya risiko yang dapat merugikan atau membahayakan kesehatan manusia, se-

perti rekayasa genetika atau iradiasi, harus dilakukan berdasarkan persyaratan tertentu.

Setiap orang yang memproduksi pangan untuk diperdagangkan perlu memerhatikan ketentuan mengenai mutu dan gizi pangan yang ditetapkan. Pangan tertentu yang diperdagangkan dapat diwajibkan untuk terlebih dahulu diperiksa di laboratorium sebelum diedarkan. Dalam upaya meningkatkan kandungan gizi pangan olahan tertentu, Pemerintah berwenang untuk menetapkan persyaratan tentang komposisi pangan tersebut. Setiap orang yang memproduksi pangan untuk diedarkan perlu dibebani tanggung jawab, terutama apabila pangan yang diproduksinya menyebabkan baik kerugian pada kesehatan manusia maupun kematian orang yang mengonsumsi pangan tersebut. Dalam hal itu, undang-undang ini secara spesifik mengatur tanggung jawab industri pangan untuk memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan. Di samping tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi sebagaimana dimaksud di atas, undang-undang ini juga menetapkan ketentuan sanksi lainnya, baik yang bersifat administratif maupun pidana terhadap para pelanggarnya.

Dalam kegiatan perdagangan pangan, masyarakat yang mengonsumsi perlu diberikan sarana yang memadai agar memperoleh informasi yang benar dan tidak menyesatkan. Sehubungan dengan hal tersebut, perlu ditetapkan ketentuan mengenai label dan iklan tentang pangan. Dengan demikian, masyarakat yang mengonsumsi pangan dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang akurat sehingga tercipta perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab, yang pada gilirannya menumbuhkan persaingan yang sehat di kalangan para pengusaha pangan. Khusus menyangkut label atau iklan tentang pangan yang mencantumkan pernyataan bahwa pangan telah sesuai dengan persyaratan atau kepercayaan tertentu, maka orang yang membuat pernyataan tersebut bertanggung jawab terhadap kebenaran pernyataan dimaksud.

Pengusaha kecil di bidang pangan pada tahap-tahap awal mungkin mengalami kesulitan untuk memenuhi keseluruhan persyaratan yang ditetapkan oleh undang-undang ini. Untuk mengatasi hal ini,



diperlukan pembinaan secara berkesinambungan agar pengusaha kecil tersebut dapat memenuhi persyaratan keamanan, mutu, dan gizi pangan. Berkenaan dengan itu, pelaksanaan ketentuan-ketentuan tersebut dilakukan secara bertahap. Ketentuan mengenai keamanan, mutu dan gizi pangan, serta label dan iklan pangan tidak hanya berlaku bagi pangan yang diproduksi dan/atau diedarkan di wilayah Indonesia, tetapi juga bagi pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia. Dalam hal-hal tertentu bagi produksi pangan nasional yang akan diedarkan di luar negeri, diberlakukan ketentuan yang sama.

Sebagai komoditas dagang, pangan memiliki peranan yang sangat besar dalam peningkatan citra pangan nasional di dunia internasional dan sekaligus penghasil devisa. Oleh karena itu, produksi pangan nasional harus mampu memenuhi standar yang berlaku secara internasional dan memerlukan dukungan perdagangan yang dapat memberi peluang bagi pengusaha di bidang pangan, baik yang besar, menengah maupun kecil, untuk mendukung pertumbuhan ekonomi. Pengaturan mengenai pangan juga diarahkan untuk mewujudkan ketahanan pangan yang mencakup ketersediaan dan cadangan pangan, serta terjangkau sesuai dengan kebutuhan konsumsi masyarakat. Pemerintah bersama masyarakat perlu memelihara cadangan pangan nasional. Di samping itu, Pemerintah dapat mengendalikan harga pangan tertentu, baik untuk tujuan stabilisasi harga maupun untuk mengatasi keadaan apabila terjadi kekurangan pangan atau keadaan darurat lainnya. Undang-undang tentang Pangan dimaksudkan sebagai landasan hukum bagi pengaturan, pembinaan, dan pengawasan terhadap kegiatan atau proses produksi, peredaran, dan/atau perdagangan pangan. Sebagai landasan hukum di bidang pangan.

Undang-undang ini dimaksudkan menjadi acuan dari berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pangan, baik yang sudah ada maupun yang akan dibentuk. Pada saat undang-undang ini diberlakukan, telah terdapat berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pangan, antara lain:

1. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1967 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Peternakan dan Kesehatan Hewan (Lembaran



- Negara Tahun 1967 Nomor 10, Tambahan Lembaran Negara Nomor 2824);
2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pokok-pokok Pemerintahan di Daerah (Lembaran Negara Tahun 1974 Nomor 38, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3037);
 3. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup (Lembaran Negara Tahun 1982 Nomor 12, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3215);
 4. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian (Lembaran Negara Tahun 1984 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3274);
 5. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1985 tentang Periklanan (Lembaran Negara Tahun 1985 Nomor 46, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3299);
 6. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1992 tentang Sistem Budi Daya Tanaman (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 46, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3478);
 7. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1992 tentang Karantina Hewan, Ikan dan Tumbuhan (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 56, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3482);
 8. Undang-Undang Nomor 23 tahun 1992 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 100, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3495);
 9. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 116, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3502);
 10. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3611);
 11. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1995 tentang Kepabeanan (Lembaran Negara Tahun 1995 Nomor 75, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3612).



Berdasarkan pemikiran-pemikiran sebagaimana yang diuraikan, Undang-undang tentang Pangan memuat pokok-pokok:

- a. persyaratan teknis tentang pangan, yang meliputi ketentuan keamanan pangan, ketentuan mutu dan gizi pangan, serta ketentuan label dan iklan pangan, sebagai suatu sistem standarisasi pangan yang bersifat menyeluruh;
- b. tanggung jawab setiap orang yang memproduksi, menyimpan, mengangkut, dan/atau mengedarkan pangan, serta sanksi hukum yang sesuai agar mendorong pemenuhan atas ketentuan-ketentuan yang ditetapkan;
- c. peranan Pemerintah dan masyarakat dalam mewujudkan tingkat kecukupan pangan di dalam negeri dan penganekaragaman pangan yang dikonsumsi secara tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat;
- d. tugas Pemerintah untuk membina serta mengembangkan industri pangan nasional, terutama dalam upaya peningkatan citra pangan nasional dan ekspor. Pengaturan, pembinaan, dan/atau pengawasan terhadap kegiatan atau proses produksi, peredaran, dan/atau perdagangan pangan dalam undang-undang ini bersifat pokok-pokok, sedangkan penjabarannya lebih lanjut ditetapkan oleh Pemerintah secara menyeluruh dan terkoordinasi.

Semuanya itu diselenggarakan dengan tetap memerhatikan kesiapan dan kebutuhan sistem pangan nasional, serta perkembangan yang terjadi baik secara regional maupun internasional.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Angka 1

Pengertian “pangan”, termasuk permen karet atau sejenisnya, tetapi tidak mencakup kosmetik, tembakau, hasil tembakau, atau bahan yang diperuntukkan sebagai obat. Yang dimaksud dengan “bahan lain” adalah bahan yang digunakan dalam proses penyiapan, pengelolaan, dan/atau pem-



buatan makanan atau minuman di luar bahan tambahan pangan dan bahan bantu pangan, misalnya, bahan-bahan katalisator seperti enzim pencernaan.

Angka 2

Pengertian “pangan olahan” (*processed foods*) dalam ketentuan ini mencakup baik pangan olahan yang siap untuk dikonsumsi manusia maupun pangan olahan setengah jadi, yang digunakan selanjutnya sebagai bahan baku pangan.

Dengan ketentuan ini, pengertian “pangan yang tidak diolah” adalah makanan atau minuman yang secara langsung dapat dikonsumsi oleh manusia tanpa diolah lebih dahulu.

Angka 3

Cukup jelas.

Angka 4

Cukup jelas.

Angka 5

Cukup jelas.

Angka 6

Cukup jelas.

Angka 7

Cukup jelas.

Angka 8

Yang dimaksud dengan “penawaran untuk menjual pangan” adalah kegiatan yang lazim dilakukan sebelum terjadinya tindakan pembelian dan/atau penjualan pangan, misalnya, pemberian secara cuma-cuma sampel produk pangan dalam rangka promosi.

Angka 9

Cukup jelas.

Angka 10

Cukup jelas.



Angka 11

Cukup jelas.

Angka 12

Cukup jelas.

Angka 13

Cukup jelas.

Angka 14

Cukup jelas.

Angka 15

Cukup jelas.

Angka 16

Cukup jelas.

Angka 17

Cukup jelas.

Angka 18

Cukup jelas.

Pasal 2

Pembangunan di bidang pangan harus memberikan manfaat bagi kemanusiaan dan kesejahteraan masyarakat, baik lahir maupun batin, karena manfaat tersebut dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat secara adil dan merata dengan tetap bersandarkan pada daya dan potensi yang berkembang di dalam negeri.

Pasal 3

Perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab merupakan prasyarat terjadinya persaingan yang sehat bagi terbentuknya harga yang wajar bagi pihak yang menghasilkan dan mengonsumsi pangan, sedangkan "terjangkau" dimaksudkan sebagai jaminan ketersediaan pangan, baik fisik maupun kemampuan ekonomi pihak yang mengonsumsi pangan.



Pasal 4

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan “persyaratan sanitasi” adalah standar kebersihan dan kesehatan yang harus dipenuhi sebagai upaya mematikan atau mencegah hidupnya jasad renik patogen dan mengurangi jumlah jasad renik lainnya agar pangan yang dihasilkan dan dikonsumsi tidak membahayakan kesehatan dan jiwa manusia.

Dalam pengertian “persyaratan sanitasi” sudah tercakup pula pengertian persyaratan higienis.

Ayat (2)

Dengan ketentuan ini setiap orang yang memproduksi, menyimpan, mengangkut, dan/atau mengedarkan pangan diperkenankan untuk menerapkan standar sanitasi yang lebih tinggi.

Persyaratan sanitasi dimaksud ditetapkan secara berjenjang, sesuai dengan jenis kegiatan yang dilakukan, karena kebutuhan sanitasi dari setiap kegiatan tersebut berbeda. Penetapan dan penerapan persyaratan sanitasi dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan jenis kegiatan yang dilakukan, misalnya, untuk proses produksi, penyimpanan, dan pengangkutan. Penerapan persyaratan juga dilakukan secara bertahap, sesuai dengan perkembangan sistem pangan serta kesiapan peraturan pelaksanaan yang dikaitkan dengan pelaksanaan pembinaan yang dilakukan oleh Pemerintah untuk meningkatkan kemampuan, khususnya pengusaha menengah dan kecil, termasuk pengusaha pangan olahan informal dan tradisional.

Yang dimaksud dengan “persyaratan minimal” adalah persyaratan yang sekurang-kurangnya wajib dipenuhi dalam menjaga keamanan pangan dalam rangka melindungi kesehatan dan jiwa manusia.



Pasal 5

Ayat (1)

Yang dimaksud “sarana dan/atau prasarana” dalam ketentuan ini, antara lain, meliputi kelaikan desain dan konstruksi, peralatan dan infalasi, fasilitas pembuangan limbah, dan fasilitas lainnya yang secara langsung atau tidak langsung digunakan dalam kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan.

Ayat (2)

Kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan senantiasa dilakukan dengan memerhatikan estándar kebersihan dan kesehatan yang ditetapkan berdasarkan ketentuan dalam Pasal 4 agar pangan yang dihasilkan aman untuk dikonsumsi langsung atau dijadikan bahan baku pangan. Meskipun sarana dan prasarana sudah memenuhi persyaratan sanitasi, apabila pada saat digunakan tidak dilakukan secara benar sesuai dengan persyaratan kebersihan dan kesehatan, maka pangan yang diproduksi untuk diedarkan tersebut masih memiliki risiko tercemar bahan asing atau beracun yang dapat merugikan atau membahayakan kesehatan manusia.

Pasal 6

Yang dimaksud dengan “setiap orang yang bertanggung jawab” dalam ketentuan ini adalah setiap orang yang melakukan, berkepentingan, atau memperoleh manfaat dari kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan, misalnya, produsen, penyedia tempat penyimpanan, pengangkut, dan/atau pengedar pangan, baik milik sendiri maupun menyewa sarana dan prasarana yang diperlukan.

Ketentuan ini juga berlaku bagi mereka yang diberi tanggung jawab atau bertanggung jawab di bidang sanitasi dalam kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan, baik melalui ikatan kerja, kontrak, maupun ke-



sepakatan yang lain.

Huruf a

Ketentuan ini menegaskan bahwa kewajiban untuk selalu menjaga tingkat kebersihan dan kesehatan dalam kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan tidak hanya terbatas pada pemenuhan persyaratan yang ditetapkan Pemerintah berdasarkan ketentuan dalam Pasal 4, tetapi juga dalam arti yang lebih luas sehingga mencakup pula persyaratan keamanan dan/atau keselamatan manusia dengan batasan yang objektif, faktual, dan berdasarkan akal sehat.

Huruf b

Ketentuan ini dimaksudkan agar setiap orang yang melakukan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan menyusun dan melaksanakan program pemantauan sanitasi secara teratur, sesuai dengan keperluan, untuk menjamin keamanan dan/atau keselamatan manusia.

Huruf c

Cukup jelas.

Pasal 7

Yang dimaksud dengan “orang perseorangan” dalam ketentuan ini adalah mereka yang secara langsung menangani atau terlibat dalam kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan. Ketentuan ini diperlukan karena risiko pencemaran pangan tidak jarang diakibatkan oleh kelalaian orang perseorangan tersebut.

Ketentuan ini juga berlaku bagi mereka yang, meskipun tidak menangani langsung, tetapi berada langsung dalam lingkungan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan, seperti mandor, satuan pengamanan, atau pengujung produsen/pabrik pangan.

Persyaratan sanitasi dalam kaitannya dengan “orang perseorangan” ini tidak hanya terbatas pada pola atau standar perilaku yang memenuhi persyaratan sanitasi, tetapi juga termasuk kesehatan orang perseorangan tersebut karena tidak jarang penyakit manusia ditularkan melalui pangan yang diedarkan.

Pasal 8

Cukup jelas.

Pasal 9

Cukup jelas.

Pasal 10

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan “bahan tambahan pangan” adalah bahan yang ditambahkan ke dalam pangan untuk memengaruhi sifat atau bentuk pangan, antara lain, bahan pewarna, pengawet, penyedap rasa, antigumpal, pemucat, dan pengental.

Ayat (2)

Penggunaan bahan tambahan pangan dalam produk pangan yang tidak mempunyai risiko terhadap kesehatan manusia dapat dibenarkan karena hal tersebut memang lazim dilakukan. Namun penggunaan bahan yang dilarang sebagai bahan tambahan pangan atau penggunaan bahan tambahan pangan secara berlebihan sehingga melampaui ambang batas maksimal tidak dibenarkan karena dapat merugikan atau membahayakan kesehatan manusia yang mengonsumsi pangan tersebut.

Bahan tambahan pangan yang dilarang antara lain asam borat (*boric acid*) dan senyawanya, sedangkan bahan tambahan pangan yang dibolehkan dengan ambang batas maksimal, antara lain siklamat.

Pasal 11

Pemeriksaan tersebut dimaksudkan untuk mengetahui apakah bahan tersebut aman bagi atau tidak merugikan atau membahayakan kesehatan manusia. Selain itu, juga diperiksa dosis penggunaan untuk menentukan ambang batas maksimal penggunaan bahan tersebut sehingga dapat dinyatakan aman dan tidak merugikan atau membahayakan kesehatan manusia.

Pasal 12

Cukup jelas.

Pasal 13

Ayat (1)

“Bahan baku” adalah bahan utama yang dipakai dalam kegiatan atau proses produksi pangan. Bahan baku dapat berupa bahan mentah, bahan setengah jadi, atau bahan jadi.

“Bahan bantu lain” adalah bahan yang tidak termasuk dalam pengertian baik bahan baku maupun bahan tambahan pangan dan berfungsi untuk membantu mempercepat atau memperlambat proses rekayasa genetika.

Ayat (2)

Prinsip penelitian dalam ruang lingkup rekayasa genetika merupakan hal yang sangat spesifik dan mempunyai dampak terhadap keselamatan manusia, etika, moral, dan keyakinan masyarakat sehingga perlu pengaturan oleh Pemerintah untuk mencegah terjadinya pelanggaran yang mungkin merugikan masyarakat.

Pasal 14

Ayat (1)

Iradiasi dalam kegiatan atau proses produksi dan penyimpanan pangan hanya dapat diselenggarakan berdasarkan izin Pemerintah karena dampak iradiasi pangan dapat membahayakan kesehatan dan jiwa manusia.



Ayat (2)

Mekanisme perizinan yang akan dijabarkan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah, antara lain, mencakup persyaratan:

- a. pemberian izin yang menyangkut sarana dan prasarana serta manajemen dan mekanisme pengawasan;
- b. kesehatan dan keamanan karyawan;
- c. pelestarian lingkungan;
- d. pengangkutan bahan-bahan yang mengandung zat radioaktif;
- e. pembuangan dan pengelolaan limbah yang mengandung zat radioaktif; dan
- f. mekanisme penanggulangan bencana.

Pasal 15

Cukup jelas.

Pasal 16

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Ketentuan ini mewajibkan setiap orang yang memproduksi pangan yang akan diedarkan untuk melakukan pengemasan atau melaksanakan tata cara pengemasan secara benar sehingga dapat dihindari terjadinya pencemaran terhadap pangan.

Benar tidaknya pengemasan yang dilakukan atau tata cara pengemasan yang dilaksanakan, antara lain, dapat diukur dari tingkat kehati-hatian yang diterapkan pada saat melakukan pengemasan, jenis komoditas pangan yang dikemas, perlakuan khusus yang diperlukan bagi pangan tersebut, serta kebutuhan untuk melindungi kemungkinan tercemarnya pangan sejak proses produksi sampai dengan siap dikonsumsi.



Ayat (3)

Terhadap pangan tertentu yang diperdagangkan, Pemerintah dapat menetapkan dan berwenang memberlakukan serta mewajibkan pemenuhan persyaratan atau tata cara tertentu dalam rangka pengemasan pangan tersebut. Misalnya, pangan yang memiliki kadar lemak tinggi dan bersuhu tinggi tidak boleh dikemas dengan menggunakan kemasan plastik karena dapat memberikan peluang lepasnya monomer plastik yang bersifat karsinogenik ke dalam pangan dan mencemarinya.

Pasal 17

Cukup jelas.

Pasal 18

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan “kemasan akhir pangan” adalah kemasan final terhadap produk pangan yang lazim dilakukan pada tahap akhir proses atau kegiatan produksi yang siap diperdagangkan bagi konsumsi manusia.

Ketentuan ini bersifat preventif karena tidak jarang suatu produk pangan tercemar oleh bahan yang dapat merugikan atau membahayakan kesehatan manusia karena tindakan pengemasan kembali tersebut.

Ayat (2)

Pengadaan pangan dalam jumlah besar yang lazimnya tidak dikemas secara final dan dimaksudkan untuk diperdagangkan (diecer) lebih lanjut dalam kemasan yang lebih kecil tidak tunduk pada ketentuan ayat (1). Kelaziman tersebut disesuaikan dengan kebiasaan yang berlaku bagi komoditas pangan yang bersangkutan atau kebiasaan masyarakat setempat.

Pasal 19

Cukup jelas.



Pasal 20

Ayat (1)

Sistem jaminan mutu merupakan upaya pencegahan yang perlu diperhatikan dan/atau dilaksanakan dalam rangka menghasilkan pangan yang aman bagi kesehatan manusia dan bermutu, yang lazimnya diselenggarakan sejak awal kegiatan produksi pangan sampai dengan siap untuk diperdagangkan, dan merupakan sistem pengawasan dan pengendalian mutu yang selalu berkembang menyesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Ayat (2)

Di samping sistem jaminan mutu yang diselenggarakan oleh setiap orang yang memproduksi pangan, maka upaya mewujudkan ketersediaan pangan yang aman dapat ditempuh melalui pengujian secara laboratoris atas pangan yang diproduksi. Persyaratan pemeriksaan laboratorium ini terutama diperuntukkan bagi pangan tertentu yang diperdagangkan, yang akan diatur lebih lanjut oleh Pemerintah.

Ayat (3)

Laboratorium yang melaksanakan pengujian dimaksud harus memenuhi persyaratan teknis yang ditetapkan dan melaksanakan pengujian berdasarkan tata cara yang telah dibakukan. Ketentuan ini memberi kemungkinan bagi laboratorium-laboratorium yang bukan milik Pemerintah untuk melakukan pengujian itu. Misalnya, laboratorium milik setiap orang yang memproduksi pangan, atau yang merupakan bagian dari sistem jaminan mutu yang diterapkan, atau laboratorium milik pihak ketiga selama laboratorium tersebut telah diperiksa kelainannya dan memperoleh akreditasi dari instansi Pemerintah yang bertanggung jawab, baik secara teknis perlengkapan laboratorium tersebut maupun berkenaan dengan pemenuhan persyaratan lain berdasarkan undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya.



Ayat (4)

Yang dimaksud dengan “ditetapkan dan diterapkan secara bertahap” adalah pelaksanaan persyaratan jaminan mutu dan pengujian secara laboratoris disesuaikan dengan jenis kegiatan yang dilakukan, antara lain, untuk proses produksi, penyimpanan, dan pengangkutan. Penerapan persyaratan ini dilakukan secara bertahap, sesuai dengan perkembangan sistem pangan serta kesiapan peraturan pelaksanaan yang dikaitkan pula dengan pelaksanaan pembinaan yang dilakukan oleh Pemerintah untuk meningkatkan kemampuan, khususnya pengusaha menengah dan kecil, termasuk pengusaha pangan olahan informal dan tradisional.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Pasal 21

Huruf a

Yang dimaksud dengan “merugikan kesehatan” adalah dampak yang timbul akibat adanya bahan beracun atau bahan lain dalam tubuh yang dapat mengganggu penyerapan senyawa atau zat gizi ke dalam darah, tetapi tidak membahayakan kesehatan. Yang dimaksud dengan “membahayakan kesehatan” adalah dampak yang timbul akibat adanya bahan beracun atau berbahaya seperti residu pestisida, mikotoksin, logam berat, hormon, dan obat-obatan hewan.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Yang dimaksud dengan:

- a. “bahan yang kotor” adalah bahan yang bercampur dengan kotoran seperti tanah, pasir, atau bahan lain;



- b. “bahan yang busuk” adalah bahan yang bentuk, rupa, atau baunya sudah tidak sesuai dengan keadaan normal bahan tersebut;
- c. “bahan yang tengik” adalah bahan yang bau atau aromanya sudah berbeda dari bau atau aroma normal yang antara lain disebabkan oleh terjadinya proses oksidasi;
- d. “bahan yang terurai” adalah bahan yang rupa atau bentuknya telah berubah dari keadaan normal;
- e. “bahan yang mengandung bahan nabati atau hewani yang berpenyakit” adalah bahan nabati atau hewani yang mengandung penyakit yang dapat menular kepada manusia, misalnya, ikan atau udang yang mengandung bibit penyakit kolera atau daging yang mengandung cacing;
- f. “bangkai” adalah bahan hewani yang mati secara alamiah atau matinya tidak dimaksudkan untuk dikonsumsi sebagai pangan, misalnya, ayam yang mati bukan karena sengaja dipotong untuk dikonsumsi sebagai pangan.

Pelaksanaan lebih lanjut dari ketentuan ini harus senantiasa memerhatikan fakta yang ditemukan, tolok ukur objektif dalam menentukan tingkat kelayakan pangan sebagai makanan atau minuman yang dikonsumsi manusia, dan keamanan terhadap kesehatan dan jiwa manusia yang mengonsumsi pangan tersebut.

Huruf e

Pelaksanaan dalam ketentuan ini diselenggarakan berdasarkan ketentuan yang mengatur jangka waktu atau masa kelayakan untuk dikonsumsi.

Pasal 22

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Ketentuan ini dimaksudkan untuk mengantisipasi perkem-



bangun ilmu pengetahuan dan teknologi dalam kegiatan produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan/atau peredaran pangan.

Huruf c

Yang dimaksud dengan “peralatan” dalam ketentuan ini, antara lain, piring, gelas, sendok, garpu, alat masak, dan tempat peragaan pangan.

Pasal 23

Cukup jelas.

Pasal 24

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan “standar mutu pangan” dalam ketentuan ini adalah spesifikasi atau persyaratan teknis yang dibakukan tentang mutu pangan, misalnya, dari segi bentuk, warna, atau komposisi yang disusun berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta aspek lain yang terkait. Standar mutu pangan tersebut mencakup baik pangan olahan maupun pangan yang tidak diolah.

Dalam pengertian yang lebih luas, standar yang berlaku bagi pangan mencakup berbagai persyaratan keamanan pangan, gizi, mutu, dan persyaratan lain dalam rangka menciptakan perdagangan pangan yang jujur, misalnya persyaratan tentang label dan iklan. Berbagai standar tersebut tidak bertentangan satu sama lain atau berdiri sendiri, tetapi justru merupakan satu kesatuan yang bulat, yang penjabarannya lebih lanjut diatur oleh Pemerintah.

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan “pangan tertentu yang diperdagangkan” pada ayat ini adalah produk pangan yang atas pertimbangan manfaat, nilai gizi, dan aspek perdagangan harus memenuhi standar mutu tertentu. Penetapan standar mutu



pangan oleh Pemerintah, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), merupakan upaya standarisasi mutu pangan yang diedarkan, dan terutama berguna sebagai suatu tolok ukur yang objektif bagi pangan yang diedarkan. Hal ini tidak berarti bahwa standar mutu yang ditetapkan oleh kalangan yang berkepentingan di bidang pangan tidak diakui keberadaannya, misalnya, yang ditetapkan oleh asosiasi di bidang pangan, terutama apabila standar mutu tersebut lebih tinggi daripada standar mutu yang ditetapkan Pemerintah. Di sisi lain, Pemerintah perlu diberikan kewenangan untuk mewajibkan pemenuhan standar mutu yang ditetapkan bagi produksi pangan tertentu yang diperdagangkan, terutama dalam rangka mewujudkan perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab. Dalam melaksanakan ketentuan ini Pemerintah memerhatikan masukan, saran, atau pertimbangan dari masyarakat. Hal ini penting, mengingat masyarakat adalah pihak yang merasakan langsung akibat dari diberlakukannya aturan hukum di bidang pangan, baik masyarakat yang memproduksi pangan maupun yang mengonsumsi pangan.

Pasal 25

Ayat (1)

Sertifikasi adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam proses pengawasan mutu pangan, yang penyelenggaranya dapat dilakukan secara laboratoris atau cara lain sesuai dengan perkembangan teknologi. Sertifikasi mutu diberlakukan untuk lebih memberikan jaminan kepada masyarakat bahwa pangan yang dibeli telah memenuhi standar mutu tertentu, tanpa mengurangi tanggung jawab pihak yang memproduksi pangan untuk memenuhi ketentuan undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya.

Ayat (2)

Cukup jelas.



Pasal 26

Huruf a

Apabila terhadap suatu pangan tertentu yang diperdagangkan telah diberlakukan standar mutu tertentu berdasarkan ketentuan dalam Pasal 24 ayat (2) dan apabila tidak memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan, maka pangan tersebut tidak dapat diperdagangkan. Misalnya, terhadap suatu pangan tertentu telah ditetapkan standar mutu berdasarkan peruntukannya bagi konsumsi langsung manusia dan ternyata tidak memenuhi standar, maka pangan tersebut tidak dapat diperdagangkan untuk dikonsumsi langsung.

Namun hal ini tidak berarti bahwa pangan tersebut tidak dapat diperdagangkan untuk tujuan lain, misalnya, untuk digunakan lebih lanjut sebagai bahan baku pangan dengan tetap memerhatikan standar mutu yang mungkin berlaku dan ditetapkan berdasarkan peruntukannya sebagai bahan baku pangan.

Huruf b

Ketentuan ini berlaku terutama apabila terdapat janji dari pihak yang memproduksi pangan untuk diperdagangkan atau pihak yang memperdagangkan bahwa pangan yang bersangkutan memenuhi suatu standar mutu tertentu, tetapi ternyata tidak memenuhi standar mutu yang dijanjikan tersebut. Apabila menyangkut perdagangan pangan yang wajib memenuhi standar mutu tertentu, yang ditetapkan berdasarkan ketentuan dalam Pasal 24 ayat (2) tetapi tidak ada perjanjian tersendiri mengenai mutu pangan tadi, maka janji dimaksud dianggap telah terjadi sekurang-kurangnya sama dengan standar mutu tersebut. Suatu pangan dapat menjadi tidak memenuhi standar mutu yang dijanjikan, misalnya, karena telah tercampur atau sengaja dicampur dengan bahan lain sehingga satu atau lebih komposisi pangan



menjadi hilang, berkurang, atau bertambah secara berlebihan sehingga tidak murni lagi dan mutunya tidak sama dengan standar mutu yang berlaku atau yang dijanjikan.

Huruf c

Cukup jelas.

Pasal 27

Ayat (1)

Perbaikan status gizi masyarakat pada ayat ini sudah termasuk di dalamnya pengertian peningkatan status dan mutu gizi masyarakat.

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan “pangan olahan tertentu” pada ayat ini adalah pangan olahan untuk konsumsi bagi kelompok tertentu, misalnya susu formula untuk bayi, pangan yang diperuntukkan bagi ibu hamil atau menyusui, pangan khusus bagi penderita penyakit tertentu, atau pangan lain sejenis yang mempunyai pengaruh besar terhadap perkembangan kualitas kesehatan manusia. Yang dimaksud dengan “komposisi” adalah kandungan zat-zat serta jumlahnya, yang harus terdapat di dalam pangan tersebut, baik berupa zat gizi maupun nongizi.

Ayat (3)

Ketentuan ini dimaksudkan untuk menanggulangi keadaan kekurangan dan/atau penurunan status gizi masyarakat, yang lazimnya dilakukan untuk sementara waktu dan/atau di wilayah tertentu sampai keadaan tersebut dapat ditanggulangi. Pangan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat kemungkinan besar dapat digunakan sebagai sarana untuk memperbaiki status gizi masyarakat dengan cara menambahkan zat gizi yang diperlukan dalam jenis pangan tersebut.

Ayat (4)

Kandungan gizi dalam pangan, sebagaimana yang dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3), merupakan salah satu faktor



penentu dalam proses pembentukan sumber daya manusia yang berkualitas. Oleh karena itu, peranan setiap orang yang memproduksi pangan tersebut dalam rangka perbaikan status gizi masyarakat menjadi sangat penting.

Apabila dalam rangka pelaksanaan ketentuan pada ayat (2) dan ayat (3) Pemerintah menetapkan persyaratan tertentu bagi peningkatan kandungan gizi suatu produk pangan, maka pihak yang memproduksi pangan tersebut wajib memenuhi persyaratan yang ditetapkan.

Pasal 28

Ayat (1)

Kandungan gizi bahan baku pangan yang digunakan dalam kegiatan atau proses pangan sangat menentukan mutu gizi pangan yang dihasilkan. Namun pada dasarnya kandungan gizi bahan baku pangan dapat mengalami penurunan dalam proses pengelolaan pangan yang pada akhirnya memengaruhi kandungan gizi pangan yang dihasilkan. Penurunan kandungan gizi tidak dapat dihindarkan, tetapi hal tersebut dapat ditekan seminimal mungkin melalui pola pengelolaan pangan yang tepat. Tata cara tersebut dimulai sejak pemilihan bahan baku, penyiapan, penyimpanan, pembuatan dan kegiatan atau proses lain sehingga menjadi produk jadi yang siap diperdagangkan. Bagi pangan tertentu yang diproduksi secara massal yang mempunyai jangkauan yang luas Pemerintah mewajibkan penyelenggaraan tata cara pengelolaan yang dimaksud di atas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 29

Cukup jelas.



Pasal 30

Ayat (1)

Tujuan pemberian label pada pangan yang dikemas adalah agar masyarakat yang membeli dan/atau mengonsumsi pangan memperoleh informasi yang benar dan jelas tentang setiap produk pangan yang dikemas, baik menyangkut asal, keamanan, mutu, kandungan gizi, maupun keterangan lain yang diperlukan sebelum memutuskan akan membeli dan/atau mengonsumsi pangan tersebut. Ketentuan ini berlaku bagi pangan yang telah melalui proses pengemasan akhir dan siap untuk diperdagangkan (*prepackaged*), tetapi tidak berlaku bagi perdagangan pangan yang dibungkus di hadapan pembeli. Penggunaan label dalam kemasan selalu berkaitan dengan aspek perdagangan.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam. Namun pencantumannya pada label pangan baru merupakan kewajiban apabila setiap orang yang memproduksi pangan dan/atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakan bahwa pangan yang bersangkutan adalah halal bagi umat Islam. Adapun keterangan tentang halal dimaksudkan agar masyarakat terhindar dari



mengonsumsi pangan yang tidak halal (haram).

Dengan pencantuman halal pada label pangan, dianggap telah terjadi pernyataan dimaksud dan setiap orang yang membuat pernyataan tersebut bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan itu.

Huruf f

Cukup jelas.

Ayat (3)

Yang dimaksud dengan “keterangan lain” adalah keterangan-keterangan selain yang dimaksud pada ayat (2), misalnya, keterangan mengenai tata cara penggunaan, kandungan gizi pangan, ataupun efek samping pangan bagi kelompok masyarakat tertentu, seperti lanjut usia, pengidap penyakit tertentu, atau mereka yang sedang menjalani program diet. Di samping itu, Pemerintah dapat melarang pencantuman gambar atau tulisan pada label yang dapat memberikan gambaran yang menyesatkan atau tidak benar, misalnya, mencantumkan gambar buah jeruk segar pada minuman yang tidak menggunakan jeruk sebagai bahan baku atau mencantumkan tulisan bahwa susu formula dapat menggantikan fungsi air susu ibu (ASI).

Pasal 31

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Yang dimaksud dengan “istilah asing” adalah bahasa, angka atau huruf selain bahasa Indonesia, angka Arab atau huruf Latin, serta istilah teknis atau ilmiah, misalnya, rumus kimia untuk menyebutkan suatu jenis bahan yang digunakan dalam komposisi pangan.



Pasal 32

Yang dimaksud dengan “mengganti” dalam ketentuan ini adalah kegiatan menghapus, mencabut, menutup, atau mengganti label, baik sebagian maupun seluruhnya.

Pasal 33

Ayat (1)

Suatu “keterangan dianggap tidak benar” apabila keterangan tersebut bertentangan dengan kenyataan sebenarnya atau tidak memuat keterangan yang diperlukan agar keterangan tersebut dapat memberikan gambaran atau kesan yang sebenarnya tentang pangan.

Yang dimaksud dengan “keterangan yang menyesatkan” adalah pernyataan yang berkaitan dengan hal-hal seperti sifat, harga, bahan, mutu, komposisi, manfaat, atau keamanan pangan yang meskipun benar, dapat menimbulkan gambaran yang menyesatkan pemahaman mengenai pangan yang bersangkutan.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 34

Ayat (1)

Dalam ketentuan ini, benar tidaknya suatu pernyataan halal dalam label atau iklan tentang pangan tidak hanya dapat dibuktikan dari segi bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, atau bahan bantu lain yang digunakan dalam memproduksi pangan, tetapi mencakup pula proses pembuatannya.

Ayat (2)

Cukup jelas.



Pasal 35

Cukup jelas.

Pasal 36

Ayat (1)

Selain undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya, pemasukan pangan ke dalam wilayah Indonesia harus tetap memerhatikan peraturan perundang-undangan lain yang berlaku, misalnya, peraturan perundang-undangan di bidang kepabeanaan dan di bidang karantina hewan, iklan, dan tumbuhan.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 37

Ketentuan ini dimaksudkan untuk mengantisipasi situasi atau keadaan tertentu yang terjadi di negara asal pangan, yang diperkirakan dapat mengurangi pemenuhan ketentuan tentang keamanan, mutu, dan/atau gizi pangan yang ditetapkan berdasarkan undang-undang ini.

Huruf a

Dasar pengujian dan/atau pemeriksaan dimaksud sekurang-kurangnya adalah standar pengujian dan/atau pemeriksaan atas pemenuhan persyaratan keamanan, mutu, dan gizi, serta label pangan yang berlaku di Indonesia.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Dalam hal pengujian atau pemeriksaan tersebut dilakukan di Indonesia, penyelenggaraannya dapat dilakukan melalui sistem terpilih atau sistem lain yang dianggap efisien, tanpa mengurangi pemenuhan persyaratan keamanan, mutu, dan gizi, serta label tentang pangan yang berlaku.



Pasal 38

Cukup jelas.

Pasal 39

Ketentuan ini dimaksudkan agar Pemerintah dapat mengawasi pangan yang akan dikeluarkan dari wilayah negara Republik Indonesia, terutama untuk pemenuhan persyaratan secara internasional. Hal ini penting agar citra pangan nasional dapat diterima oleh pasar di luar negeri.

Pasal 40

Cukup jelas.

Pasal 41

Ayat (1)

Tanggung jawab dimaksud tidak hanya berlaku bagi badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun tidak, tetapi juga bagi orang perseorangan yang diberi tanggung jawab terhadap jalannya usaha tersebut, khususnya mereka yang bertanggung jawab di bidang pengawasan keamanan pangan pada badan usaha yang bersangkutan, baik berdasarkan kontrak kerja maupun kesepakatan lain.

Ayat (2)

Persyaratan utama yang harus dibuktikan oleh penggugat atau ahli waris adalah bahwa yang bersangkutan mengalami kerugian kesehatan atau mengalami musibah kematian, dan hal tersebut merupakan akibat langsung dari mengonsumsi pangan olahan yang diproduksi oleh tergugat. Ahli waris dalam mengajukan gugatan perlu melengkapi diri dengan bukti-bukti yang sah secara hukum mengenai statusnya sebagai ahli waris dari orang yang meninggal karena mengonsumsi pangan olahan yang diproduksi oleh tergugat.

Ayat (3)

Pembuktian di sini terutama dilakukan secara laboratoris, tetapi tidak menutup penggunaan cara pembuktian lain de-



ngan tetap melindungi kepentingan pihak yang beriktikad baik.

Ayat (4)

Tergugat mempunyai hak untuk membuktikan bahwa yang bersangkutan tidak bersalah, atau bahwa alasan yang mendasari gugatan bukan disebabkan oleh kesalahan atau kelalaiannya, atau bahwa kerugian yang diderita penggugat diakibatkan oleh kesalahan atau kelalaian pihak lain.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Pasal 42

Cukup jelas.

Pasal 43

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan “kerugian materi” adalah kerugian yang bersifat kebendaan yang dapat dinilai dengan uang. Sementara itu, yang dimaksud dengan “korban manusia” adalah kerugian yang tidak dapat langsung dinilai dengan uang seperti gangguan kesehatan, cacat badan dan/atau psikis, baik yang segera dapat diidentifikasi maupun yang tidak, serta kematian. Peranan Pemerintah dalam hal ini semata-mata bersifat pelayanan dan dalam rangka perlindungan kepentingan masyarakat yang mengonsumsi pangan. Oleh karena itu, hal ini harus dilaksanakan dengan iktikad baik, terutama dalam hal kerugian materi dan/atau korban manusia yang terjadi secara nyata tidak memungkinkan diajukannya gugatan secara individual atau terpisah. Dalam hal Pemerintah melaksanakan kewenangannya berdasarkan ketentuan ini, hak untuk mengajukan gugatan dari setiap korban tidak menjadi hilang. Dalam kasus seperti ini hakim berwenang untuk menggabungkan atau memeriksa secara terpisah gugatan yang diajukan berdasarkan fakta awal yang ditemukan.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (2)

Dengan ketentuan ini segala bentuk penyelesaian atau keputusan yang menguntungkan sehubungan dengan gugatan yang diajukan oleh Pemerintah harus diserahkan kepada dan menjadi hak dari para korban atau ahli waris korban.

Pasal 44

Cukup jelas.

Pasal 45

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 46

Huruf a

Cadangan pangan nasional adalah persediaan pangan di seluruh pelosok wilayah Indonesia untuk konsumsi manusia, bahan baku industri, dan untuk menghadapi keadaan darurat.

Cadangan pangan nasional diupayakan berada di dalam negeri dan harus senantiasa cukup untuk mengatasi masalah kekurangan pangan, atau terjadinya berbagai kebutuhan yang mendadak akibat bencana, atau pengaruh fluktuasi harga. Berbagai kekuatan ekonomi seperti pengusaha, pedagang, atau koperasi didorong untuk mengelola cadangan pangan agar pemenuhan kebutuhan pangan rakyat Indonesia senantiasa dapat dipenuhi.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Untuk mencegah timbulnya atau menanggulangi gejala ke-



kurangan pangan, Pemerintah dapat mengupayakan berbagai bentuk bantuan, antara lain, bantuan pangan darurat, bantuan pangan dengan harga khusus, dan/atau bentuk bantuan lainnya. Selain itu, Pemerintah juga dapat mengambil tindakan yang diperlukan untuk menanggulangi tindakan spekulasi atau manipulasi dalam pengadaan dan peredaran pangan, yang secara langsung atau tidak langsung mengganggu sistem pangan, termasuk mengganggu ketersediaan pangan dengan harga yang terjangkau secara memadai.

Pasal 47

Ayat (1)

Huruf a

Yang dimaksud dengan “cadangan pangan Pemerintah” dalam ketentuan ini adalah cadangan pangan yang dikelola atau dikuasai oleh Pemerintah.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “cadangan pangan masyarakat” dalam ketentuan ini adalah cadangan pangan yang dikelola atau dikuasai oleh masyarakat, termasuk petani, koperasi, pedagang, dan industri rumah tangga.

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan “keadaan darurat” dalam ketentuan ini adalah terjadinya peristiwa bencana alam, paceklik yang hebat, dan sebagainya yang terjadi di luar kemampuan manusia untuk mencegah atau menghindarinya meskipun dapat diperkirakan.

Ayat (3)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.



Pasal 48

Yang dimaksud dengan “tindakan yang diperlukan dalam rangka mengendalikan harga pangan tersebut” menurut ketentuan ini, antara lain, berupa tindakan dalam rangka stabilisasi harga pangan yang dilakukan untuk mencegah fluktuasi harga, baik yang dilakukan melalui mekanisme pasar maupun melalui intervensi pasar, secara langsung ataupun tidak langsung.

Tindakan stabilisasi harga pangan juga merupakan upaya untuk menjamin terciptanya harga yang wajar, baik dari sisi pihak yang memproduksi maupun dari sisi masyarakat yang mengonsumsi pangan. Untuk menunjang upaya terciptanya harga pangan yang terkendali, Pemerintah perlu memelihara cadangan pangan yang cukup di dalam negeri yang senantiasa dapat dimanfaatkan untuk mengatasi fluktuasi harga atau kekurangan pangan yang terjadi secara mendadak, baik akibat spekulasi, manipulasi, maupun sebab lain yang terjadi di dalam ataupun di luar negeri.

Pasal 49

Ayat (1)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Peran serta masyarakat dalam upaya peningkatan kemampuan usaha kecil akan didorong dan ditingkatkan dalam rangka pemberdayaan usaha kecil di bidang pangan sehingga secara bertahap dapat memenuhi berbagai ketentuan undang-undang ini. Baik Pemerintah maupun masyarakat menyelenggarakan upaya pembinaan dan pemasyarakatan berbagai ketentuan Undang-undang ini sehingga usaha kecil di bidang pangan dapat tumbuh dan berkembang serta memenuhi berbagai persyaratan keamanan pangan yang dapat menjamin kesehatan manusia.



Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Kerja sama dimaksud tidak hanya terbatas pada tingkat kebijakan yang bersifat umum, tetapi mencakup pula hal-hal yang konkret seperti pemberian bantuan pangan kepada negara tetangga atau dalam rangka mewujudkan cadangan pangan nasional. Misalnya, apabila produksi atau cadangan pangan di dalam negeri jauh lebih besar daripada yang dibutuhkan dan untuk membina hubungan baik antara Indonesia dan negara lain, maka kelebihan itu dapat dipakai untuk membantu negara lain yang sedang mengalami kelaparan atau kekurangan pangan.

Bantuan kepada negara sahabat ini dapat dilakukan selama tidak bertentangan dengan kepentingan nasional. Dengan demikian, dalam melakukan kerja sama internasional untuk memperoleh bantuan pangan, Pemerintah harus waspada agar semua tawaran tersebut tidak mengakibatkan keterikatan yang merugikan kepentingan nasional.

Huruf g

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 50

Cukup jelas.



Pasal 51

Cukup jelas.

Pasal 52

Masyarakat dapat menyampaikan permasalahan, masukan, dan/ atau pemecahan masalah dalam rangka penyempurnaan dan peningkatan sistem pangan kepada Pemerintah, baik langsung maupun tidak langsung antara lain melalui media cetak, media elektronik, atau seminar, baik secara individu, kelompok, maupun organisasi profesi, dan organisasi kemasyarakatan lainnya. Khusus yang menyangkut perlindungan anggota masyarakat yang dirugikan dan yang ingin mengajukan gugatan dapat dilakukan oleh orang perseorangan, lembaga, atau organisasi bantuan hukum dengan surat kuasa dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Pasal 53

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “menghentikan” adalah perbuatan mencegah keberangkatan dan/atau membuat menjadi berhenti setiap sarana angkutan yang dimaksud dalam ketentuan ini, dan dilakukan oleh pejabat yang berwenang berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.



Huruf e

Cukup jelas.

Ayat (3)

Persyaratan surat perintah dalam ketentuan ini dimaksudkan agar tercipta tertib pelaksanaan kewenangan pemeriksaan tersebut, sehingga memberikan rasa aman terhadap pihak yang beriktikad baik.

Ayat (4)

Ayat ini merujuk pada penyidikan sebagai tindak lanjut dari pemeriksaan, karena tindakan penyidikan sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku, antara lain, Undang-undang tentang Hukum Acara Pidana, Undang-undang tentang Kesehatan, Undang-undang tentang Karantina Hewan, Ikan, dan Tumbuhan, serta Undang-undang tentang Sistem Budaya Tanaman.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Pasal 54

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Apabila dipandang perlu, Pemerintah dapat mengumumkan tindakan administratif yang telah dikenakan.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 55

Cukup jelas.

Pasal 56

Cukup jelas.

Pasal 57

Cukup jelas.



Pasal 58

Cukup jelas.

Pasal 59

Cukup jelas.

Pasal 60

Cukup jelas.

Pasal 61

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan “kekurangan pangan yang sangat mendesak” adalah keadaan sangat darurat yang ditandai oleh timbulnya kelangkaan ketersediaan pangan akibat bencana alam, wabah penyakit, kegagalan panen, terjadinya perang, dan kelangkaan pasokan pangan di pasar dunia.

Yang dimaksud dengan “mengesampingkan” adalah langkah atau tindakan untuk tidak mengikuti sebagian atau seluruh persyaratan yang dimaksud pada ayat ini.

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan “memerhatikan keselamatan dan terjaminnya kesehatan masyarakat” adalah langkah atau tindakan yang perlu dilakukan agar tidak terjadi gangguan kesehatan masyarakat secara umum, misalnya, menyebarnya wabah penyakit menular dan kekurangan pangan (busung lapar) dengan selalu tetap memberikan prioritas bagi terjaminnya kecukupan pangan bagi golongan rawan.

Pasal 62

Cukup jelas.

Pasal 63

Kalangan rumah tangga perlu dikecualikan dari pelaksanaan undang-undang ini. Kata “diproduksi dan dikonsumsi” dalam pasal ini dimaksudkan sebagai pengolahan pangan untuk dikonsumsi sendiri oleh keluarga yang bersangkutan. Adapun terhadap pere-

darang pangan olahan hasil usaha kecil, baik informal maupun tradisional, Pemerintah akan melakukan pembinaan dan pengaturan secara bertahap.

Pasal 64

Cukup jelas.

Pasal 65

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 3656



**PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 69 TAHUN 1999
TENTANG
LABEL DAN IKLAN PANGAN**

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang:**
- a. bahwa salah satu tujuan pengaturan, pembinaan, dan pengawasan pangan adalah terciptanya perdagangan pangan yang jujur dan bertanggungjawab;
 - b. bahwa label dan iklan pangan merupakan sarana dalam kegiatan perdagangan pangan yang memiliki arti penting, sehingga perlu diatur dan dikendalikan agar informasi mengenai pangan yang disampaikan kepada masyarakat adalah benar dan tidak menyesatkan;
 - c. bahwa masyarakat berhak untuk memperoleh informasi yang benar dan tidak menyesatkan mengenai pangan yang akan dikonsumsi, khususnya yang disampaikan melalui label dan iklan pangan;
 - d. bahwa berdasarkan hal-hal tersebut dan sebagai pelaksanaan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, dipandang perlu mengatur tentang label dan iklan pangan dengan Peraturan Pemerintah.
- Mengingat:**
1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945;
 2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Tahun 1992 Nomor 100, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3495);
 3. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan (Lembaran Negara Tahun 1996 Nomor 99, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3656).



MEMUTUSKAN:

Menetapkan: PERATURAN PEMERINTAH TENTANG LABEL DAN IKLAN PANGAN.

**BAB I
KETENTUAN UMUM**

Pasal 1

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan:

1. Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan/atau pembuatan makanan atau minuman.
2. Pangan olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan.
3. Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut Label.
4. Peredaran pangan adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka penyaluran pangan kepada masyarakat, baik untuk diperdagangkan maupun tidak.
5. Perdagangan pangan adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka penjualan dan/atau pembelian pangan, termasuk penawaran untuk menjual pangan, dan kegiatan lain yang berkenaan dengan pemindahtanganan pangan dengan memperoleh imbalan.
6. Setiap orang adalah orang perorangan dan badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun tidak.

7. Standar Nasional Indonesia adalah standar yang ditetapkan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN).

BAB II LABEL PANGAN

Bagian Pertama Umum

Pasal 2

- (1) Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan Label pada, di dalam, dan/atau di kemasan pangan.
- (2) Pencantuman Label sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sedemikian rupa, sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.

Pasal 3

- (1) Label sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) berisikan keterangan mengenai pangan yang bersangkutan.
- (2) Keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekurang-kurangnya:
 1. nama produk;
 2. daftar bahan yang digunakan;
 3. berat bersih atau isi bersih;
 4. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.
 5. tanggal, bulan dan tahun kedaluwarsa.

Pasal 4

Selain keterangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2), untuk pangan olahan tertentu Menteri Kesehatan dapat menetapkan

pencantuman keterangan lain yang berhubungan dengan kesehatan manusia pada label sesuai dengan Peraturan Pemerintah ini.

Pasal 5

- (1) Keterangan dan/atau pernyataan tentang pangan dalam Label harus benar dan tidak menyesatkan, baik mengenai tulisan, gambar, atau bentuk apa pun lainnya.
- (2) Setiap orang dilarang memberikan keterangan atau pernyataan tentang pangan yang diperdagangkan melalui, dalam, dan/atau dengan Label apabila keterangan atau pernyataan tersebut tidak benar dan/atau menyesatkan.

Pasal 6

- (1) Pencantuman pernyataan tentang manfaat pangan bagi kesehatan dalam Label hanya dapat dilakukan apabila didukung oleh fakta ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan.
- (2) Ketentuan lebih lanjut tentang tata cara dan persyaratan pencantuman pernyataan tentang manfaat pangan bagi kesehatan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diatur oleh Menteri Kesehatan.

Pasal 7

Pada Label dilarang dicantumkan pernyataan atau keterangan dalam bentuk apa pun bahwa pangan yang bersangkutan dapat berfungsi sebagai obat.

Pasal 8

Setiap orang dilarang mencantumkan pada Label tentang nama, logo atau identitas lembaga yang melakukan analisis tentang produk pangan tersebut.

Pasal 9

Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan, dilarang mencantumkan Label yang tidak memenuhi ketentuan sebagaimana



dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini.

Pasal 10

- (1) Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan atau tulisan halal pada Label.
- (2) Pernyataan tentang halal sebagaimana dimaksud pada ayat (1), merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Label.

Pasal 11

- (1) Untuk mendukung kebenaran pernyataan halal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (1), setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan, wajib memeriksakan terlebih dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa yang telah diakreditasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pemeriksaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan berdasarkan pedoman dan tata cara yang ditetapkan oleh Menteri Agama dengan memerhatikan pertimbangan dan saran lembaga keagamaan yang memiliki kompetensi di bidang tersebut.

Bagian Kedua Bagian Utama Label

Pasal 12

Dengan memerhatikan ketentuan dalam Pasal 3 ayat (2), bagian utama Label sekurang-kurangnya memuat:

- a. nama produk;
- b. berat bersih atau isi bersih;
- c. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.



Pasal 13

- (1) Bagian utama Label sekurang-kurangnya memuat tulisan tentang keterangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 dengan teratur, tidak berdesak-desakan, jelas dan dapat mudah dibaca.
- (2) Dilarang menggunakan latar belakang, baik berupa gambar, warna maupun hiasan lainnya, yang dapat mengaburkan tulisan pada bagian utama Label sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 14

Bagian utama Label sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 harus ditempatkan pada sisi kemasan pangan yang paling mudah dilihat, diamati, dan/atau dibaca oleh masyarakat pada umumnya.

Bagian Ketiga Tulisan pada Label

Pasal 15

Keterangan pada Label, ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia, angka Arab, dan huruf Latin.

Pasal 16

- (1) Penggunaan bahasa, angka dan huruf selain bahasa Indonesia, angka Arab dan huruf Latin dibolehkan sepanjang tidak ada padanannya atau tidak dapat diciptakan padanannya, atau dalam rangka perdagangan pangan keluar negeri.
- (2) Huruf dan angka yang tercantum pada Label harus jelas dan mudah dibaca.

Bagian Keempat Nama Produk Pangan

Pasal 17

- (1) Nama produk pangan harus menunjukkan sifat dan/atau keadaan yang sebenarnya.
- (2) Penggunaan nama produk pangan tertentu yang sudah terdapat



dalam Standar Nasional Indonesia, dapat diberlakukan wajib dengan keputusan Menteri teknis.

- (3) Penggunaan nama selain yang termasuk dalam Standar Nasional Indonesia harus menggunakan nama yang lazim atau umum, dengan memerhatikan ketentuan Pasal 4 ayat (1).

Pasal 18

- (1) Dalam hal produk pangan telah memenuhi persyaratan tentang nama produk pangan yang ditetapkan dalam Standar Nasional Indonesia, produk pangan yang bersangkutan dapat menggunakan nama jenis produk pangan yang telah ditetapkan.
- (2) Dalam hal nama jenis produk pangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) belum ditetapkan dalam Standar Nasional Indonesia, produk pangan yang bersangkutan dapat menggunakan nama jenis produk pangan yang ditetapkan oleh Menteri teknis sepanjang memenuhi persyaratan bagi penggunaan nama jenis produk pangan yang bersangkutan.
- (3) Produk pangan yang tidak memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Standar Nasional Indonesia atau Menteri teknis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2), dilarang menggunakan nama jenis produk yang diberikan bagi produk pangan yang telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan.

Bagian Kelima

Keterangan tentang Bahan yang Digunakan

Pasal 19

- (1) Keterangan tentang bahan yang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan dicantumkan pada Label sebagai daftar bahan secara berurutan dimulai dari bagian yang terbanyak, kecuali vitamin, mineral, dan zat penambah gizi lainnya.
- (2) Nama yang digunakan bagi bahan yang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) adalah nama yang lazim digunakan.



- (3) Dalam hal nama bahan yang digunakan dalam kegiatan atau proses produksi pangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) telah ditetapkan dalam Standar Nasional Indonesia, pencantumannya pada Label hanya dapat dilakukan apabila nama bahan yang bersangkutan telah memenuhi Standar Nasional Indonesia.

Pasal 20

- (1) Air yang ditambahkan harus dicantumkan sebagai komposisi pangan, kecuali apabila air itu merupakan bagian dari bahan yang digunakan.
- (2) Air atau bahan pada pangan yang mengalami penguapan seluruhnya selama proses pengolahan pangan, tidak perlu dicantumkan.

Pasal 21

Pencantuman pernyataan pada Label bahwa pangan telah ditambah, diperkaya atau difortifikasi dengan vitamin, mineral, atau zat penambah gizi lain tidak dilarang, sepanjang hal tersebut benar dilakukan pada saat pengolahan pangan tersebut, dan tidak menyesatkan.

Pasal 22

- (1) Untuk pangan yang mengandung Bahan Tambahan Pangan, pada Label wajib dicantumkan golongan Bahan Tambahan Pangan.
- (2) Dalam hal Bahan Tambahan Pangan yang digunakan memiliki nama Bahan Tambahan Pangan dan/atau kode internasional, pada Label dapat dicantumkan nama Bahan Tambahan dan kode internasional dimaksud, kecuali Bahan Tambahan Pangan berupa pewarna.
- (3) Dalam hal Bahan Tambahan Pangan berupa pewarna, selain pencantuman golongan dan nama Bahan Tambahan Pangan, pada Label wajib dicantumkan indeks pewarna yang bersangkutan.

Bagian Keenam
Keterangan tentang Berat Bersih atau Isi Bersih Pangan

Pasal 23

Berat bersih atau isi bersih harus dicantumkan dalam satuan metrik:

- a. dengan ukuran isi untuk makanan cair;
- b. dengan ukuran berat untuk makanan padat;
- c. dengan ukuran isi atau berat untuk makanan semi padat atau kental.

Pasal 24

Pangan yang menggunakan medium cair harus disertai pula penjelasan mengenai berat bersih setelah dikurangi medium cair.

Pasal 25

Label yang memuat keterangan jumlah takaran saji harus memuat keterangan tentang berat bersih atau isi bersih tiap takaran saji.

Bagian Ketujuh
Keterangan tentang Nama dan Alamat

Pasal 26

- (1) Nama dan alamat pihak yang memproduksi pangan wajib dicantumkan pada Label.
- (2) Dalam hal menyangkut pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia, selain keterangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), pada Label wajib pula dicantumkan nama dan alamat pihak yang memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.
- (3) Dalam hal pihak yang memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) berbeda dari pihak yang mengedarkannya di dalam wilayah Indonesia, selain keterangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), pada Label wajib pula dicantumkan nama dan alamat pihak yang mengedarkan tersebut.



Bagian Kedelapan Tanggal Kedaluwarsa

Pasal 27

- (1) Tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2) wajib dicantumkan secara jelas pada Label.
- (2) Pencantuman tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan setelah pencantuman tulisan “Baik Digunakan Sebelum”, sesuai dengan jenis dan daya tahan pangan yang bersangkutan.
- (3) Dalam hal produk pangan yang kedaluwarsanya lebih dari 3 (tiga) bulan, dibolehkan untuk hanya mencantumkan bulan dan tahun kedaluwarsa saja.

Pasal 28

Dilarang memperdagangkan pangan yang sudah melampaui tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa sebagaimana dicantumkan pada Label.

Pasal 29

Setiap orang dilarang:

- a. menghapus, mencabut, menutup, mengganti label, melabel kembali pangan yang diedarkan;
- b. menukar tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa pangan yang diedarkan.

Bagian Kesembilan Nomor Pendaftaran Pangan

Pasal 30

Dalam rangka peredaran pangan, bagi pangan olahan yang wajib didaftarkan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik produksi dalam negeri maupun yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia, pada label pangan olahan yang bersangkutan harus dicantumkan Nomor Pendaftaran Pangan.



Bagian Kesepuluh
Keterangan tentang Kode Produksi Pangan

Pasal 31

- (1) Kode produksi pangan olahan wajib dicantumkan pada Label, wadah atau kemasan pangan, dan terletak pada bagian yang mudah untuk dilihat dan dibaca.
- (2) Kode produksi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), sekurang-kurangnya dapat memberikan penjelasan mengenai riwayat produksi pangan yang bersangkutan.

Bagian Kesebelas
Keterangan tentang Kandungan Gizi

Pasal 32

- (1) Pencantuman keterangan tentang kandungan gizi pangan pada Label wajib dilakukan bagi pangan yang:
 - a. disertai pernyataan bahwa pangan mengandung vitamin, mineral, dan/atau zat gizi lainnya yang ditambahkan; atau
 - b. dipersyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang mutu dan gizi pangan, wajib ditambahkan vitamin, mineral, dan/atau zat gizi lainnya.
- (2) Keterangan tentang kandungan gizi pangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dicantumkan dengan urutan:
 - a. jumlah keseluruhan energi, dengan perincian berdasarkan jumlah energi yang berasal dari lemak, protein, dan karbohidrat;
 - b. jumlah keseluruhan lemak, lemak jenuh, kolesterol, jumlah keseluruhan karbohidrat, serat, gula, protein, vitamin, dan mineral.
- (3) Jika pelabelan kandungan gizi digunakan pada suatu pangan, maka pada Label untuk pangan tersebut wajib memuat hal-hal berikut:



- a. ukuran takaran saji;
- b. jumlah sajian per kemasan;
- c. kandungan energi per takaran saji;
- d. kandungan protein per sajian (dalam gram);
- e. kandungan karbohidrat per sajian (dalam gram);
- f. kandungan lemak per sajian (dalam gram);
- g. persentase dari angka kecukupan gizi yang dianjurkan.

Pasal 33

- (1) Pencantuman pernyataan pada Label bahwa pangan merupakan sumber suatu zat gizi tidak dilarang sepanjang jumlah zat gizi dalam pangan tersebut sekurang-kurangnya 10% lebih banyak dari jumlah kecukupan zat gizi sehari yang dianjurkan dalam satu takaran saji bagi pangan tersebut.
- (2) Pencantuman pernyataan pada Label bahwa pangan mengandung suatu zat gizi lebih unggul daripada produk pangan yang lain, dilarang.

Bagian Kedua Belas Keterangan Tentang Iradiasi Pangan dan Rekayasa Genetika

Pasal 34

- (1) Pada Label untuk pangan yang mengalami perlakuan iradiasi wajib dicantumkan tulisan **PANGAN IRADIASI**, tujuan iradiasi, dan apabila tidak boleh diiradiasi ulang, wajib dicantumkan tulisan **TIDAK BOLEH DIIRADIASI ULANG**.
- (2) Dalam hal pangan yang mengalami perlakuan iradiasi sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan bahan yang digunakan dalam suatu produk pangan, pada Label cukup dicantumkan keterangan tentang perlakuan iradiasi pada bahan yang diiradiasi tersebut saja.
- (3) Selain pencantuman tulisan sebagaimana dimaksud ayat (1), pada Label dapat dicantumkan logo khusus pangan iradiasi.



- (4) Selain keterangan sebagaimana dimaksud ayat (1), pada Label harus tercantum:
- a. nama dan alamat penyelenggara iradiasi, apabila iradiasi tidak dilakukan sendiri oleh pihak yang memproduksi pangan;
 - b. tanggal iradiasi dalam bulan dan tahun;
 - c. nama negara tempat iradiasi dilakukan.

Pasal 35

- (1) Pada Label untuk pangan hasil rekayasa genetika wajib dicantumkan tulisan **PANGAN REKAYASA GENETIKA**.
- (2) Dalam hal pangan hasil rekayasa genetika sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan bahan yang digunakan dalam suatu produk pangan, pada Label cukup dicantumkan keterangan tentang pangan rekayasa genetika pada bahan yang merupakan pangan hasil rekayasa genetika tersebut saja.
- (3) Selain pencantuman tulisan sebagaimana dimaksud ayat (1), pada Label dapat dicantumkan logo khusus pangan hasil rekayasa genetika.

Bagian Ketiga Belas

Keterangan tentang Pangan Sintetis yang Dibuat dari Bahan Baku Alamiah

Pasal 36

- (1) Pangan yang dibuat dari bahan baku alamiah dapat diberi label yang memuat keterangan bahwa pangan itu berasal dari bahan alamiah tersebut, apabila pangan itu mengandung bahan alamiah yang bersangkutan tidak kurang dari kadar minimal yang ditetapkan dalam Standardisasi Nasional Indonesia.
- (2) Pangan yang dibuat dari bahan baku alamiah yang telah menjalani proses lanjutan, pada labelnya wajib diberi keterangan yang menunjukkan bahwa bahan yang bersangkutan telah mengalami proses lanjutan.

Pasal 37

Pada Label untuk pangan yang dibuat tanpa menggunakan atau hanya sebagian menggunakan bahan baku alamiah dilarang mencantumkan pernyataan atau keterangan bahwa pangan yang bersangkutan seluruhnya dibuat dari bahan alamiah.

Bagian Keempat Belas

Keterangan Lain Pada Label tentang Pangan Olahan Tertentu

Pasal 38

Keterangan pada Label tentang pangan olahan yang diperuntukkan bagi bayi, anak berumur di bawah lima tahun, ibu yang sedang hamil atau menyusui, orang yang menjalani diet khusus, orang lanjut usia, dan orang yang berpenyakit tertentu, wajib memuat keterangan tentang peruntukan, cara penggunaan, dan/atau keterangan lain yang perlu diketahui, termasuk mengenai dampak pangan tersebut terhadap kesehatan manusia.

Pasal 39

- (1) Pada Label untuk pangan olahan yang memerlukan penyiapan dan/atau penggunaannya dengan cara tertentu, wajib dicantumkan keterangan tentang cara penyiapan dan/atau penggunaannya dimaksud.
- (2) Apabila pencantuman keterangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak mungkin dilakukan pada Label, maka pencantuman keterangan dimaksud sekurang-kurangnya dilakukan pada wadah atau kemasan Pangan.

Pasal 40

Dalam hal mutu suatu pangan tergantung pada cara penyimpanan atau memerlukan cara penyimpanan khusus, maka petunjuk tentang cara penyimpanan harus dicantumkan pada label.

Pasal 41

Pada Label untuk pangan yang terbuat dari bahan setengah jadi atau



bahan jadi, dilarang dimuat keterangan atau pernyataan bahwa pangan tersebut dibuat dari bahan yang segar.

Pasal 42

Ketentuan lebih lanjut yang diperlukan bagi pelaksanaan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39, Pasal 40, dan Pasal 41 ditetapkan oleh Menteri Kesehatan.

Bagian Kelima Belas

Keterangan tentang Bahan Tambahan Pangan

Pasal 43

- (1) Selain keterangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2), pada Label untuk Bahan Tambahan Pangan wajib dicantumkan:
 - a. tulisan Bahan Tambahan Pangan;
 - b. nama golongan Bahan Tambahan Pangan;
 - c. nama Bahan Tambahan Pangan, dan/atau nomor kode internasional yang dimilikinya.
- (2) Ketentuan lebih lanjut tentang tata cara dan persyaratan tentang Label Bahan Tambahan Pangan diatur oleh Menteri Kesehatan.

**BAB III
IKLAN PANGAN**

**Bagian Pertama
Umum**

Pasal 44

- (1) Setiap Iklan tentang pangan yang diperdagangkan wajib memuat keterangan mengenai pangan secara benar dan tidak menyesatkan, baik dalam bentuk gambar atau pernyataan dan/atau bentuk apa pun lainnya.
- (2) Setiap Iklan tentang pangan tidak boleh bertentangan dengan norma-norma kesusilaan dan ketertiban umum.



Pasal 45

- (1) Setiap orang yang memproduksi dan/atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan untuk diperdagangkan, dilarang memuat pernyataan dan/atau keterangan yang tidak benar dan/atau yang dapat menyesatkan dalam Iklan.
- (2) Penerbit, pencetak, pemegang izin siaran radio atau televisi, agen dan/atau medium yang digunakan untuk menyebarkan Iklan, turut bertanggung jawab terhadap isi Iklan yang tidak benar, kecuali yang bersangkutan telah mengambil tindakan yang diperlukan untuk meneliti kebenaran isi Iklan yang bersangkutan.
- (3) Untuk kepentingan pengawasan, penerbit, pencetak, pemegang izin siaran radio atau televisi, agen dan/atau medium yang digunakan untuk menyebarkan Iklan dilarang merahasiakan identitas, nama dan alamat pemasang Iklan.

Pasal 46

Setiap orang yang menyatakan dalam Iklan bahwa pangan yang diperdagangkan adalah sesuai dengan persyaratan agama atau kepercayaan tertentu, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut.

Pasal 47

- (1) Iklan dilarang dibuat dalam bentuk apa pun untuk diedarkan dan/atau disebarluaskan dalam masyarakat dengan cara mendiskreditkan produk pangan lainnya.
- (2) Iklan dilarang semata-mata menampilkan anak-anak berusia di bawah 5 (lima) tahun dalam bentuk apa pun, kecuali apabila pangan tersebut diperuntukkan bagi anak-anak yang berusia di bawah 5 (lima) tahun.
- (3) Iklan tentang pangan olahan tertentu yang mengandung bahan-bahan yang berkadar tinggi yang dapat membahayakan dan/atau mengganggu pertumbuhan dan/atau perkembangan anak-anak dilarang dimuat dalam media apa pun yang secara khusus ditujukan untuk anak-anak.
- (4) Iklan tentang pangan yang diperuntukkan bagi bayi yang beru-



sia sampai dengan 1 (satu) tahun, dilarang dimuat dalam media massa, kecuali dalam media cetak khusus tentang kesehatan, setelah mendapat persetujuan Menteri Kesehatan, dan dalam iklan yang bersangkutan wajib memuat keterangan bahwa pangan yang bersangkutan bukan pengganti ASI.

Bagian Kedua

Iklan Pangan yang Berkaitan dengan Gizi dan Kesehatan

Pasal 48

Pernyataan dalam bentuk apa pun tentang manfaat pangan bagi kesehatan yang dicantumkan pada Iklan dalam media massa, harus disertai dengan keterangan yang mendukung pernyataan itu pada Iklan yang bersangkutan secara jelas sehingga mudah dipahami oleh masyarakat.

Pasal 49

- (1) Iklan dalam media massa yang menyatakan bahwa pangan tersebut adalah pangan yang diperuntukkan bagi orang yang menjalankan diet khusus, wajib mencantumkan unsur-unsur dari pangan yang mendukung pernyataan tersebut.
- (2) Selain keterangan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), Iklan tersebut wajib pula memuat keterangan tentang kandungan gizi pangan serta dampak yang mungkin terjadi apabila pangan tersebut dikonsumsi oleh orang lain yang tidak menjalankan diet khusus dimaksud.

Pasal 50

Iklan dilarang memuat keterangan atau pernyataan bahwa pangan tersebut adalah sumber energi yang unggul dan segera memberikan kekuatan.



Bagian Ketiga

Iklan tentang Pangan untuk Kelompok Orang Tertentu

Pasal 51

- (1) Iklan tentang pangan yang diperuntukkan bagi bayi dan/atau anak berumur di bawah lima tahun wajib memuat keterangan mengenai peruntukannya.
- (2) Selain keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Iklan dimaksud harus pula memuat peringatan mengenai dampak negatif pangan yang bersangkutan bagi kesehatan.

Pasal 52

Iklan tentang pangan olahan yang mengandung bahan yang dapat mengganggu pertumbuhan dan/atau kesehatan anak wajib memuat peringatan tentang dampak negatif pangan tersebut bagi pertumbuhan dan kesehatan anak.

Pasal 53

Iklan dilarang memuat pernyataan atau keterangan bahwa pangan yang bersangkutan dapat berfungsi sebagai obat.

Bagian Keempat

Iklan yang berkaitan dengan Asal dan Sifat Bahan Pangan

Pasal 54

Iklan tentang pangan yang dibuat tanpa menggunakan atau hanya sebagian menggunakan bahan baku alamiah dilarang memuat pernyataan atau keterangan bahwa pangan yang bersangkutan seluruhnya dibuat dari bahan alamiah.

Pasal 55

Iklan tentang pangan yang dibuat dari bahan setengah jadi atau bahan jadi, dilarang memuat pernyataan atau keterangan bahwa pangan tersebut dibuat dari bahan yang segar.



Pasal 56

Iklan yang memuat pernyataan atau keterangan bahwa pangan telah diperkaya dengan vitamin, mineral, atau zat penambah gizi lainnya tidak dilarang, sepanjang hal tersebut benar dilakukan pada saat pengolahan pangan tersebut.

Pasal 57

Pangan yang dibuat atau berasal dari bahan alamiah tertentu hanya dapat diiklankan sebagai berasal dari bahan baku alamiah tersebut, apabila pangan tersebut mengandung bahan alamiah yang bersangkutan tidak kurang dari persyaratan minimal yang ditetapkan dalam Standar Nasional Indonesia.

Bagian Kelima

Iklan tentang Minuman Beralkohol

Pasal 58

- (1) Setiap orang dilarang mengiklankan minuman beralkohol dalam media massa apa pun.
- (2) Minuman beralkohol sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) adalah minuman berkadar etanol (C_2H_5OH) lebih dari atau sama dengan 1% (satu per seratus).

BAB IV

PENGAWASAN

**Bagian Pertama
Kelembagaan**

Pasal 59

Pengawasan terhadap pelaksanaan ketentuan tentang Label dan Iklan dilaksanakan oleh Menteri Kesehatan.



**Bagian Kedua
Pejabat Pemeriksa**

Pasal 60

- (1) Dalam melaksanakan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59, Menteri Kesehatan menunjuk pejabat untuk disertai tugas pemeriksaan.
- (2) Pejabat pemeriksa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dipilih dan ditunjuk oleh Menteri Kesehatan berdasarkan keahlian tertentu yang dimiliki.
- (3) Pejabat pemeriksa sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), diangkat dan diberhentikan oleh Menteri Kesehatan.

**BAB V
TINDAKAN ADMINISTRATIF**

Pasal 61

- (1) Setiap orang yang melanggar ketentuan-ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini dikenakan tindakan administratif.
- (2) Tindakan administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. peringatan secara tertulis;
 - b. larangan untuk mengedarkan untuk sementara waktu dan/atau perintah untuk menarik produk pangan dari peredaran;
 - c. pemusnahan pangan jika terbukti membahayakan kesehatan dan jiwa manusia;
 - d. penghentian produksi untuk sementara waktu;
 - e. pengenaan denda paling tinggi Rp 50.000.000,-(lima puluh juta rupiah), dan/atau;
 - f. pencabutan izin produksi atau izin usaha.
- (3) Pengenaan tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) huruf b, c, d, e, dan f hanya dapat dilakukan setelah per-



ingatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a diberikan sebanyak-banyaknya tiga kali.

- (4) Pengenaan tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dan ayat (3) dapat dilakukan oleh Menteri teknis sesuai dengan kewenangannya berdasarkan masukan dari Menteri Kesehatan.

BAB VI KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 62

Pada saat mulai berlakunya Peraturan Pemerintah ini semua peraturan perundang-undangan tentang Label dan Iklan yang telah ada dan bertentangan dengan Peraturan Pemerintah ini, dinyatakan tidak berlaku.

BAB VII KETENTUAN KHUSUS

Pasal 63

Ketentuan tentang Label sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini tidak berlaku bagi:

- a. pangan yang kemasannya terlalu kecil sehingga tidak mungkin dicantumkan seluruh keterangan dimaksud dalam Peraturan Pemerintah;
- b. pangan yang dijual dan dikemas secara langsung di hadapan pembeli dalam jumlah kecil-kecil;
- c. pangan yang dijual dalam jumlah besar (curah).

BAB VIII KETENTUAN PENUTUP

Pasal 64

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku 1 (satu) tahun terhitung sejak tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memo-



rintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan penem-
patannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 21 Juli 1999
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 21 Juli 1999
MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA
REPUBLIK INDONESIA

ttd.

MULYADI

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999
NOMOR 131

Salinan sesuai dengan aslinya
SEKRETARIAT KABINET RI
Kepala Biro Peraturan
Perundang-undangan I

ttd.

Lambock V. Nahattands



**PENJELASAN
ATAS
PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 69 TAHUN 1999
TENTANG
LABEL DAN IKLAN PANGAN**

I. UMUM

Terciptanya perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab merupakan salah satu tujuan penting pengaturan, pembinaan, dan pengawasan di bidang pangan sebagaimana dikehendaki oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan. Salah satu upaya untuk mencapai tertib pengaturan di bidang pangan adalah melalui pengaturan di bidang label dan iklan pangan, yang dalam praktiknya selama ini belum memperoleh pengaturan sebagaimana mestinya.

Banyaknya pangan yang beredar di masyarakat tanpa mengindahkan ketentuan tentang pencantuman label dinilai sudah meresahkan. Perdagangan pangan yang kedaluwarsa, pemakaian bahan pewarna yang tidak diperuntukkan bagi pangan atau perbuatan-perbuatan lain yang akibatnya sangat merugikan masyarakat, bahkan dapat mengancam kesehatan dan keselamatan jiwa manusia, terutama bagi anak-anak pada umumnya dilakukan melalui penipuan pada label pangan atau melalui iklan. Label dan iklan pangan yang tidak jujur dan/atau menyesatkan berakibat buruk terhadap perkembangan kesehatan manusia.

Dalam hubungannya dengan masalah label dan iklan pangan maka masyarakat perlu memperoleh informasi yang benar, jelas dan lengkap baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukannya mengenai pangan yang beredar di pasaran. Informasi pada label pangan atau melalui iklan sangat diperlukan bagi masyarakat agar supaya masing-masing individu secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan/atau mengonsumsi pa-



ngan. Tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan-kecurangan dapat terjadi.

Perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab bukan semata-mata untuk melindungi kepentingan masyarakat yang mengonsumsi pangan. Melalui pengaturan yang tepat berikut sanksi-sanksi hukum yang berat, diharapkan setiap orang yang memproduksi pangan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dapat memperoleh perlindungan dan jaminan kepastian hukum. Persaingan dalam perdagangan pangan diatur supaya pihak yang memproduksi pangan dan pengusaha iklan diwajibkan untuk membuat iklan secara benar dan tidak menyesatkan masyarakat melalui pencantuman label dan iklan pangan yang memuat keterangan mengenai pangan dengan jujur.

Pemerintah menyadari perkembangan teknologi pangan sangat berpengaruh terhadap pelabelan pangan. Perkembangan tersebut tidak mungkin dicakupi secara keseluruhan melalui Peraturan Pemerintah ini. Namun hal itu tidak mungkin pula untuk dikesampingkan tanpa membuka peluang untuk pengaturan lebih lanjut. Dalam kondisi yang demikian, Peraturan Pemerintah ini sekaligus memerintahkan kepada instansi terkait untuk mengaturnya manakala diperlukan. Sudah barang tentu pengaturannya disesuaikan dengan lingkup tugas dan kewenangan yang melekat pada instansi yang bersangkutan.

Tidak hanya masalah yang berhubungan dengan kesehatan saja yang perlu diinformasikan secara benar dan tidak menyesatkan melalui label dan/atau iklan pangan, namun perlindungan secara batiniah perlu diberikan kepada masyarakat. Masyarakat Islam merupakan jumlah terbesar dari penduduk Indonesia yang secara khusus dan nondiskriminatif perlu dilindungi melalui pengaturan halal. Bagaimanapun juga, kepentingan agama atau kepercayaan lainnya tetap dilindungi melalui tanggung jawab pihak yang memproduksi pangan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan bagi keperluan tersebut.

Selain daripada keterangan-keterangan yang wajib dimuat pada



label sebagaimana diinginkan oleh Pasal 30 ayat (2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, diatur juga hal-hal yang sekiranya dapat diinformasikan kepada masyarakat. Untuk menampung pengaturan tersebut maka pokok-pokok yang mendasari pengaturan yang berkaitan dengan label tentang nutrisi atau gizi bagi kepentingan kelompok masyarakat tertentu diatur di dalam Peraturan Pemerintah ini. Pengaturan selanjutnya diserahkan kepada Menteri Kesehatan yang lebih memahami tentang aspek kesehatan masyarakat, termasuk akibat sampingan pangan tertentu terhadap kesehatan kelompok masyarakat tertentu.

Sebagaimana telah diuraikan di atas, pengaruh pangan yang dikonsumsi terhadap kesehatan manusia perlu diwaspadai. Oleh karena itu, iklan tentang pangan perlu secara khusus diatur dan dikendalikan dengan sebaik-baiknya melalui Peraturan Pemerintah ini. Penggunaan anak-anak berusia di bawah lima tahun secara tegas dilarang untuk mengiklankan pangan yang tidak secara khusus ditujukan untuk konsumsi oleh mereka. Larangan ini sangat diperlukan untuk menghindarkan anak-anak terhadap pengaruh iklan yang bersifat negatif atau menyesatkan yang secara mudah diterima oleh anak-anak yang secara alamiah belum mampu membedakan hal-hal yang baik atau yang buruk.

Peraturan Pemerintah ini mewajibkan agar label ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia, angka Arab, dan/atau huruf Latin. Ketentuan ini berlaku mengikat tidak hanya terhadap pangan yang diproduksi di dalam negeri, namun berlaku juga terhadap pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan. Tujuan pengaturan ini dimaksudkan agar informasi tentang pangan dapat dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat, baik di kota maupun di desa-desa.

Dengan tidak mengesampingkan pengaturan yang sudah ada dalam lingkungan Undang-undang yang mengatur tentang Kesehatan, maka Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan sebagai pelaksanaan dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang pangan merupakan pelengkap terhadap pengaturan yang sudah ada.



Tujuan daripada pengaturan tersebut adalah untuk lebih memperkuat jaminan kepastian hukum bagi masyarakat yang mengonsumsi pangan. Pada akhirnya, keterpaduan tugas di bidang pengawasan dalam pelaksanaan Peraturan Pemerintah ini sangat tergantung pada kemampuan aparaturnegara untuk menghindari timbulnya ekkses yang tidak diharapkan.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Cukup jelas.

Pasal 2

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 3

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 4

Yang dimaksud dengan “pangan olahan tertentu” dalam ketentuan ini adalah pangan olahan untuk konsumsi bagi kelompok tertentu, misalnya susu formula untuk bayi, pangan yang diperuntukkan bagi ibu hamil atau menyusui, pangan khusus bagi penderita penyakit tertentu, atau pangan lain sejenis yang mempunyai pengaruh besar terhadap perkembangan kualitas kesehatan manusia.

Pasal 5

Ayat (1)

Keterangan tidak benar adalah suatu keterangan yang isinya bertentangan dengan kenyataan sebenarnya atau tidak me-



muat keterangan yang diperlukan agar keterangan tersebut dapat memberikan gambaran atau kesan yang sebenarnya tentang pangan. Keterangan yang menyesatkan adalah pernyataan yang berkaitan dengan hal-hal seperti sifat, harga, bahan, mutu, komposisi, manfaat atau keamanan pangan yang meskipun benar dapat menimbulkan gambaran yang menyesatkan pemahaman mengenai pangan yang bersangkutan.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 6

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan pernyataan (klaim) tentang manfaat kesehatan di dalam Peraturan Pemerintah ini adalah pernyataan bahwa produk pangan tertentu mengandung zat gizi dan/atau zat non gizi tertentu yang bermanfaat jika dikonsumsi atau tidak boleh dikonsumsi bagi kelompok tertentu, misalnya untuk anak-anak berusia di bawah umur lima tahun, kelompok lanjut usia, ibu hamil dan menyusui, dan sebagainya.

Yang dimaksud bahwa pernyataan tersebut hanya dapat dicantumkan pada label atau iklan apabila secara ilmiah hal tersebut dapat dipertanggungjawabkan adalah, antara lain melalui uji laboratorium atau uji klinis.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 7

Ketentuan ini berlaku juga terhadap pangan yang berdasarkan fakta ilmiah bermanfaat bagi kesehatan, tidak boleh diiklankan sebagai obat.

Pasal 8

Cukup jelas.



Pasal 9

Cukup jelas.

Pasal 10

Ayat (1)

Pencantuman keterangan halal atau tulisan “halal” pada label pangan merupakan kewajiban apabila pihak yang memproduksi dan/atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia menyatakan (mengklaim) bahwa produknya halal bagi umat Islam.

Penggunaan bahasa atau huruf selain bahasa Indonesia dan huruf Latin, harus digunakan bersamaan dengan padanannya dalam bahasa Indonesia dan huruf Latin.

Keterangan tentang kehalalan pangan tersebut mempunyai arti yang sangat penting dan dimaksudkan untuk melindungi masyarakat yang beragama Islam agar terhindar dari mengonsumsi pangan yang tidak halal (haram).

Kebenaran suatu pernyataan halal pada label pangan tidak hanya dibuktikan dari segi bahan baku, bahan tambahan pangan, atau bahan bantu yang digunakan dalam memproduksi pangan, tetapi harus pula dapat dibuktikan dalam proses produksinya.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 11

Ayat (1)

Pencantuman tulisan halal pada dasarnya bersifat sukarela. Namun setiap orang yang memproduksi dan/atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakannya sebagai produk yang halal, sesuai ketentuan ia wajib mencantumkan tulisan halal pada label produknya. Untuk menghindarkan timbulnya keraguan di kalangan umat Islam terhadap kebenaran pernyataan halal



tadi, dan dengan demikian juga untuk kepentingan kelangsungan atau kemajuan usahanya, sudah pada tempatnya bila pangan yang dinyatakan sebagai halal tersebut diperiksakan terlebih dahulu pada lembaga yang telah diakreditasi oleh Komite Akreditasi Nasional (KAN). Pemeriksaan tersebut dimaksudkan untuk memberikan ketenteraman dan keyakinan umat Islam bahwa pangan yang akan dikonsumsi memang aman dari segi agama.

Ayat (2)

Lembaga keagamaan dimaksud adalah Majelis Ulama Indonesia. Pedoman ini bersifat umum, dan antara lain meliputi persyaratan bahan, proses, atau produknya.

Pasal 12

Yang dimaksud dengan “bagian utama label pangan” adalah bagian dari label yang memuat keterangan paling penting untuk diketahui oleh konsumen.

Pasal 13

Ayat (1)

Selain ketiga keterangan sebagaimana dimaksudkan dalam ketentuan ini, maka keterangan tentang halal dapat dicantumkan pada bagian utama label pangan, agar mudah dilihat dan diketahui oleh masyarakat yang akan membelinya.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 14

Cukup jelas.

Pasal 15

Ketentuan ini dimaksudkan agar pangan olahan yang diperdagangkan di Indonesia, harus menggunakan label dalam bahasa Indonesia. Khusus bagi pangan olahan untuk diekspor, dapat dikecualikan dari ketentuan ini.



Pasal 16

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 17

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Dengan perkembangan teknologi di bidang pangan maka terdapat produk pangan tertentu yang tidak atau belum memiliki nama produk, misalnya makanan ringan yang dikenal dengan istilah *snacks* seperti *chiki*, *tazzos*, dan lain-lain. Oleh karena itu, cukup dicantumkan nama jenis produk pangan yang bersangkutan, seperti makanan ringan. Ketentuan ini hanya mengizinkan penggunaan bahasa asing secara terbatas, yaitu dalam hal tidak ada padanannya dalam bahasa Indonesia.

Pasal 18

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 19

Ayat (1)

Cukup jelas.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 20

Ayat (1)

Dengan mencantumkan jumlah air yang digunakan sebagai campuran suatu produk pangan maka setiap orang yang akan mengonsumsi pangan dapat mengetahui jumlah berat bersih pangan yang bersangkutan.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 21

Penggunaan kata “tidak menyesatkan” dimaksudkan karena meskipun pengayaan atau penambahan vitamin, mineral atau zat gizi benar dilakukan pada saat pengolahan, tetapi pencantuman pernyataan atas pengayaan tersebut masih mungkin tetap dapat menyesatkan misalnya dalam hal untuk jenis pangan yang bersangkutan karena pola pengonsumsiannya, pengayaan tersebut tidak membawa manfaat apa pun bagi konsumen kecuali manfaat komersial yang diperoleh produsen.

Pasal 22

Ayat (1)

Pencantuman nama golongan Bahan Tambah Pangan diperlukan agar setiap orang yang mengonsumsi pangan secara jelas dapat mengetahui jenis-jenis Bahan Tambah Pangan yang digunakan.

Ayat (2)

Kewajiban untuk mencantumkan nomor kode internasional memudahkan bagi setiap orang yang memproduksi ataupun mengonsumsi pangan tertentu sekaligus memudahkan pengawasannya.



Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 23

Cukup jelas.

Pasal 24

Yang dimaksudkan dengan berat bersih setelah dikurangi medium cair adalah berat bersih pangan dalam keadaan tidak dicampuri air (berat setelah ditiris).

Pasal 25

Cukup jelas.

Pasal 26

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Ketentuan ini dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh informasi tentang produsen asal maupun importir pangan yang bersangkutan di Indonesia.

Ayat (3)

Ketentuan ini dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh informasi yang lengkap, yaitu baik importir maupun distributor pangan yang bersangkutan.

Pasal 27

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Meskipun keterangan yang digunakan adalah kata “baik digunakan sebelum”, namun hal ini tidak mengurangi makna ketentuan yang menyatakan tentang larangan memperdagangkan pangan yang melampaui saat kedaluwarsanya.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 28

Cukup jelas.

Pasal 29

Cukup jelas.

Pasal 30

Nomor Pendaftaran Pangan adalah nomor yang diberikan bagi pangan olahan yang dimaksud dalam ketentuan ini dalam rangka peredaran pangan.

Pasal 31

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan “riwayat produksi” adalah penjelasan mengenai waktu produksi atau rangkaian mata rantai produksi.

Pasal 32

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Yang dimaksud dengan jumlah keseluruhan hanya berlaku untuk kalori, lemak, dan karbohidrat. Untuk kalori artinya kalori total yang berasal dari lemak, protein, dan karbohidrat. Untuk lemak artinya lemak total, sedangkan untuk karbohidrat artinya karbohidrat total.



Ayat (3)

Angka kecukupan gizi atau dikenal dengan istilah *Recommended Dietary Allowance of Nutrients* merupakan pengertian di bidang gizi yang dianut di Indonesia, yang mendasarkan perhitungannya sesuai dengan pola konsumsi pangan dan kebutuhan gizi manusia Indonesia sendiri, yang dalam hal ini tidak sama dengan yang berlaku di negara-negara lain karena adanya perbedaan geografis, pola makan, dan lain-lain.

Pasal 33

Ayat (1)

Ayat ini melarang pencantuman pernyataan pada label pangan bahwa sesuatu pangan merupakan sumber sesuatu zat gizi tertentu, kecuali bila jumlah zat gizi dalam pangan tersebut sekurang-kurangnya 10% dari jumlah zat gizi harian yang dianjurkan dalam satu takaran saji. Ketentuan mengenai jumlah minimal dari suatu zat gizi yang diizinkan diatur di dalam Standar Nasional Indonesia (SNI). Dalam hal belum ada pengaturannya maka Menteri Kesehatan berwenang untuk menetapkan kadar minimal yang wajib dipenuhi dalam produksi pangan tertentu.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 34

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Dengan ketentuan ini tulisan PANGAN IRADIASI tidak perlu dicantumkan pada produk tersebut, melainkan cukup dengan keterangan pada bahan yang digunakan itu saja bahwa bahan yang digunakan tersebut telah mengalami perlakuan diiradiasi.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 35

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Dengan ketentuan ini tulisan PANGAN REKAYASA GENETIKA tidak perlu dicantumkan pada produk tersebut, melainkan cukup dengan keterangan pada bahan yang digunakan itu saja bahwa bahan yang digunakan tersebut merupakan pangan hasil rekayasa genetika.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 36

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 37

Cukup jelas.

Pasal 38

Cukup jelas.

Pasal 39

Ayat (1)

Pencantuman keterangan tentang tata cara penyiapan dan/atau penggunaan pangan olahan perlu dilakukan secara jelas dan mudah dimengerti, khususnya mengenai tata urutannya, agar pangan yang bersangkutan dapat dikonsumsi

sesuai dengan tujuannya, serta untuk menghindari adanya kesalahan dalam penyiapannya.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 40

Informasi tentang cara penyimpanan sangat diperlukan bagi konsumen, karena kekeliruan pada cara penyimpanan dapat mempercepat penurunan mutu pangan atau membuat pangan tertentu tersebut cepat rusak, misalnya untuk pangan yang harus disimpan di tempat yang sejuk akan mengalami penurunan mutu apabila tidak disimpan di dalam lemari es, atau tidak disimpan di tempat yang sejuk.

Pasal 41

Cukup jelas.

Pasal 42

Cukup jelas.

Pasal 43

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Peraturan pelaksanaan tersebut, antara lain mengatur tentang hal-hal sebagai berikut:

- a. pangan yang mengandung bahan tambahan pangan golongan anti oksidan, pemanis buatan, pengawet, pewarna dan penguat rasa harus dicantumkan pula nama bahan tambahan pangan, dan nomor indeks khusus untuk pewarna;
- b. peringatan misalnya konsumsi berlebihan mempunyai efek laksatif; untuk pemanis buatan aspartam mencantumkan peringatan Fenilketonurik: mengandung fenilalanin; pada label sediaan pemanis buatan dan



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

pangan yang mengandung pemanis buatan mencantumkan tulisan yang menyatakan bahwa pangan tersebut untuk penderita diabetes dan/atau orang yang membutuhkan pangan yang berkalori rendah;

- c. untuk sediaan pemanis buatan kesetaraan kemanisan dibandingkan dengan gula;
- d. tulisan mengandung gula dan pemanis buatan, jika pangan tersebut selain mengandung pemanis buatan juga mengandung gula.

Pasal 44

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 45

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 46

Cukup jelas.

Pasal 47

Ayat (1)

Yang dimaksud “produk pangan lainnya” adalah produk pangan yang diperdagangkan dengan merek dagang. Larangan mendiskreditkan produk lain bertujuan agar konsumen mempunyai kebebasan memilih berdasarkan pengetahuannya sendiri terhadap suatu produk pangan tanpa dipengaruhi oleh iklan yang bersifat mendiskreditkan produk lain sejenis.



Ayat (2)

Ketentuan ini dimaksudkan untuk menghindari adanya pengeksploitasian anak dalam iklan pangan, khususnya yang semata-mata menampilkan anak-anak di bawah lima tahun namun bukan untuk pangan yang khusus anak-anak kelompok usia tersebut.

Dalam konteks iklan pangan tersebut, dapat saja menampilkan anak-anak berusia di bawah lima tahun, namun ditampilkan dalam suatu konteks yang lebih luas, misalnya bersama keluarga.

Ayat (3)

Ketentuan ini dimaksudkan untuk mencegah meluasnya konsumsi pangan olahan tertentu yang mengandung bahan-bahan yang berkadar tinggi, misalnya monosodium glutamat (MSG), gula, lemak atau karbohidrat, yang dapat membahayakan atau mengganggu pertumbuhan dan/atau perkembangan anak-anak.

Ayat (4)

Persetujuan Menteri Kesehatan yang dimaksud dalam ayat ini hanya merupakan persetujuan bagi materi iklan, agar dapat lebih terseleksi mengenai penyebarluasan informasi mengenai pangan yang diperuntukkan bagi bayi, dan semata-mata dilakukan untuk lebih meningkatkan penggunaan Air Susu Ibu.

Yang dimaksud dengan pangan yang diperuntukkan bagi bayi adalah susu bayi, namun tidak termasuk makanan pendamping ASI seperti bubur bayi.

Pasal 48

Cukup jelas.

Pasal 49

Ayat (1)

Cukup jelas.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 50

Cukup jelas.

Pasal 51

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan pangan yang diperuntukkan bagi bayi dalam ketentuan ini adalah makanan pendamping ASI seperti bubur bayi, namun tidak termasuk pangan pengganti Air Susu Ibu yang lazim disebut susu formula bayi.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 52

Cukup jelas.

Pasal 53

Pangan berbeda dengan obat dan masing-masing mempunyai karakter yang spesifik, yaitu pangan tidak menyembuhkan sedangkan obat untuk penyembuhan. Pangan tidak dapat berfungsi sebagai obat, sehingga mengiklankan pangan sebagai obat merupakan perbuatan yang menipu konsumen.

Pasal 54

Cukup jelas.

Pasal 55

Cukup jelas.

Pasal 56

Cukup jelas.

Pasal 57

Cukup jelas.



Pasal 58

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan minuman beralkohol adalah minuman yang mengandung etanol (C_2H_5OH) yang dapat diperdagangkan, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 59

Kewenangan pengawasan yang dilakukan oleh Menteri Kesehatan sebagaimana diatur dalam ketentuan ini adalah dalam hal mengawasi kesesuaian atau pemenuhan ketentuan dalam Peraturan Pemerintah dengan keterangan atau pernyataan dalam Label dan Iklan yang beredar di masyarakat.

Pasal 60

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 61

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pasal 62

Cukup jelas.

Pasal 63

Huruf a

Pengecualian ini dimaksudkan hanya bagi produk pangan yang kemasannya terlalu kecil, sehingga secara teknis sulit memuat seluruh keterangan yang diwajibkan sebagaimana berlaku bagi produk pangan lainnya, yang lazimnya oleh pihak yang memproduksi pangan yang bersangkutan, pangan tersebut dimasukkan ke dalam kemasan yang lebih besar yang memungkinkan untuk memuat keterangan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini.

Selain itu, dalam produk pangan yang dikemas dalam bentuk yang sangat kecil tersebut tetap perlu dimuat nama dan alamat pihak yang memproduksinya.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Yang dimaksud dengan pangan dalam jumlah besar (curah) adalah pangan yang dikemas dalam wadah, sehingga volume bersih pangan yang bersangkutan lebih dari 500 liter atau berat bersih pangan yang bersangkutan lebih dari 500 kilogram.

Pasal 64

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 3867

**PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR: 58 TAHUN 2001
TENTANG
PEMBINAAN DAN PENGAWASAN
PENYELENGGARAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN**

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 29 dan Pasal 30 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen;

Mengingat : 1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945;
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821);

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN PEMERINTAH TENTANG PEMBINAAN DAN PENGAWASAN PENYELENGGARAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

**BAB I
KETENTUAN UMUM**

Pasal 1

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan:

1. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sen-



- diri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
 4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.
 5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
 6. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang selanjutnya disebut BPSK, adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.
 7. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang selanjutnya disebut LPKSM adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
 8. Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang selanjutnya disebut BPKN adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.
 9. Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

BAB II PEMBINAAN

Pasal 2

Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen



dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Pasal 3

- (1) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 dilakukan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait, yang meliputi upaya untuk:
 - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; dan
 - c. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
- (2) Menteri teknis terkait sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sesuai dengan bidang tugas masing-masing.

Pasal 4

Dalam upaya untuk menciptakan iklim usaha dan menumbuhkan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal:

- a. penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen;
- b. pemyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
- c. peningkatan peranan BPKN dan BPSK melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan lembaga;
- d. peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing;
- e. peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan, dan keterampilan;
- f. penelitian terhadap barang dan/atau jasa beredar yang menyangkut perlindungan konsumen;



- g. peningkatan kualitas barang dan/atau jasa;
- h. peningkatan kesadaran sikap jujur dan tanggung jawab pelaku usaha dalam memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, dan menjual barang dan/atau jasa; dan
- i. peningkatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa serta pencantuman label dan klausula baku.

Pasal 5

Dalam upaya untuk mengembangkan LPKSM, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal:

- a. pemasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
- b. pembinaan dan peningkatan sumber daya manusia pengelola LPKSM melalui pendidikan, pelatihan, dan keterampilan.

Pasal 6

Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal:

- a. peningkatan kualitas aparat penyidik pegawai negeri sipil di bidang perlindungan konsumen;
- b. peningkatan kualitas tenaga peneliti dan penguji barang dan/atau jasa;
- c. pengembangan dan pemberdayaan lembaga pengujian mutu barang; dan
- d. penelitian dan pengembangan teknologi pengujian dan standar mutu barang dan/atau jasa serta penerapannya.



BAB III PENGAWASAN

Pasal 7

Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen dan penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya dilaksanakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

Pasal 8

- (1) Pengawas oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang/atau jasa, pencantuman label dan klausula baku, serta pelayanan purna jual barang dan/atau jasa.
- (2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau jasa.

Pasal 9

- (1) Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- (2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian, dan/atau survei.
- (3) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.
- (4) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2), dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

Pasal 10

- (1) Pengawasan oleh LPKSM dilakukan terhadap barang dan/atau



- jasa yang beredar di pasar.
- (2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei.
 - (3) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.
 - (4) Penelitian, pengujian dan/atau survei sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.
 - (5) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

Pasal 11

Pengujian terhadap barang dan/atau jasa yang beredar dilaksanakan melalui laboratorium penguji yang telah diakreditasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

BAB IV KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 12

Dengan berlakunya Peraturan Pemerintah ini, semua peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan Peraturan Pemerintah ini.



BAB V
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 13

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku sejak tanggal diundangkan.
Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan
Peraturan Pemerintah ini dengan penempatan dalam Lembaran Ne-
gara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 21 Juli 2001
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

ABDURRAHMAN WAHID

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 21 Juli 2001
SEKRETARIS NEGARA REPUBLIK INDONESIA

ttd.

MUHAMMAD MAFTUH BASYUNI

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2001
NOMOR 103



**PENJELASAN
ATAS
PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 58 TAHUN 2001
TENTANG
PEMBINAAN DAN PENGAWASAN PENYELENGGARAAN
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

I. UMUM

Salah satu upaya untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen sebagaimana yang dikehendaki oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah melalui pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen.

Pembinaan perlindungan konsumen diselenggarakan oleh Pemerintah dalam upaya untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban masing-masing.

Sedangkan pengawasan perlindungan konsumen dilakukan secara bersama oleh Pemerintah, masyarakat dan LPKSM, mengingat banyak ragam dan jenis barang dan/atau jasa yang beredar di pasar serta luasnya wilayah Indonesia.

Pembinaan terhadap pelaku usaha dan pengawasan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar tidak semata-mata ditujukan untuk melindungi kepentingan konsumen tetapi sekaligus bermanfaat bagi pelaku usaha dalam upaya meningkatkan daya saing barang dan/atau jasa di pasar global. Di samping itu, diharapkan pula tumbuhnya hubungan usaha yang sehat antara pelaku usaha dengan konsumen, yang pada gilirannya dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Cukup jelas.

Pasal 2



Cukup jelas.

Pasal 3

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Pembinaan oleh menteri teknis terkait misalnya Menteri Perhubungan bertanggung jawab dalam pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen di bidang transportasi.

Pasal 4

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Cukup jelas.

Huruf g

Cukup jelas.

Huruf h

Cukup jelas.

Huruf i

Cukup jelas.

Pasal 5

Cukup jelas.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Cukup jelas.

Pasal 8

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan pelayanan purna jual adalah pelayanan yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen, misalnya tersedianya suku cadang dan jaminan atau garansi.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 9

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Cukup jelas.

Pasal 10

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cara melakukan pengawasan di samping melalui penelitian, pengujian dan/atau survei dapat juga berdasarkan laporan



dan pengaduan dari masyarakat baik yang bersifat perseorangan maupun kelompok.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Ayat (4)

Pelaksanaan penelitian, pengujian dan/atau survei dapat dilakukan baik sebelum atau sesudah terjadi hal-hal yang membahayakan keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

Ayat (5)

Cukup jelas.

Pasal 11

Penunjukan pengujian hanya kepada laboratorium yang telah diakreditasi dimaksudkan untuk mendapatkan hasil uji yang objektif dan transparan serta dapat dipertanggungjawabkan.

Akreditasi tersebut dapat dilakukan baik melalui lembaga akreditasi nasional maupun internasional.

Pasal 12

Cukup jelas.

Pasal 13

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 4126

**PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 59 TAHUN 2001
TENTANG
LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN
SWADAYA MASYARAKAT**

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

- Menimbang:** bahwa untuk melaksanakan Pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
- Mengingat:**
1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945 sebagaimana telah diubah dengan Perubahan Kedua Undang-Undang Dasar 1945;
 2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821).

MEMUTUSKAN

- Menetapkan:** PERATURAN PEMERINTAH TENTANG LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT

**BAB I
KETENTUAN UMUM**

Pasal 1

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan:

1. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa



yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang selanjutnya disebut LPKSM adalah Lembaga Non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
4. Pemerintah adalah Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi, dan Pemerintah Kabupaten/Kota.
5. Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

BAB II **PENDAFTARAN LPKSM**

Pasal 2

Pemerintah mengakui LPKSM yang memenuhi syarat sebagai berikut:

1. terdaftar pada Pemerintah Kabupaten/Kota; dan
2. bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya;
3. LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia;
4. Tata cara pendaftaran LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a diatur lebih lanjut dalam Keputusan Menteri.

BAB III **TUGAS LPKSM**

Pasal 3

Tugas LPKSM meliputi kegiatan:

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen, dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan;

- c. melakukan kerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
- e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Pasal 4

Penyebaran informasi yang dilakukan oleh LPKSM, meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen.

Pasal 5

Pemberian nasihat kepada konsumen yang memerlukan dilaksanakan oleh LPKSM secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya.

Pasal 6

Pelaksanaan kerja sama LPKSM dengan instansi terkait meliputi pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan atas barang dan/atau jasa yang beredar, dan penyuluhan serta pendidikan konsumen.

Pasal 7

Dalam membantu konsumen untuk memperjuangkan haknya, LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara perorangan maupun kelompok.

Pasal 8

Pengawasan perlindungan konsumen oleh LPKSM bersama Pemerintah dan masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian, dan/atau survei.



Pasal 9

- (1) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3, LPKSM dapat bekerja sama dengan organisasi atau lembaga lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional.
- (2) LPKSM melaporkan pelaksanaan tugasnya kepada Pemerintah Kabupaten/Kota setiap tahun.

BAB IV PEMBATALAN PENDAFTARAN LPKSM

Pasal 10

- (1) Pemerintah membatalkan pendaftaran LPKSM, apabila LPKSM tersebut:
 - a. tidak lagi menjalankan kegiatan perlindungan konsumen; atau
 - b. terbukti melakukan kegiatan pelanggaran ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pelaksanaannya.
- (2) Ketentuan mengenai tata cara pembatalan pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diatur lebih lanjut dalam keputusan Menteri.

BAB V KETENTUAN PENUTUP

Pasal 11

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku sejak tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 21 Juli 2001
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

ABDURRAHMAN WAHID

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 21 Juli 2001
SEKRETARIS NEGARA REPUBLIK INDONESIA

ttd.

MUHAMMAD MAFTUH BASYUNI

PH
-

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2001
NOMOR 104



**PENJELASAN
 ATAS
 PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
 NOMOR 59 TAHUN 2001
 TENTANG
 LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN
 SWADAYA MASYARAKAT**

I. UMUM

Dalam upaya meningkatkan penyelenggaraan perlindungan konsumen, pemerintah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Peran aktif masyarakat dalam mewujudkan perlindungan konsumen dapat dilakukan melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).

Untuk menjamin ketertiban, kepastian, dan keterbukaan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, maka LPKSM dipandang perlu untuk melakukan pendaftaran pada Pemerintah Kabupaten/Kota. Pendaftaran tersebut dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan suatu perizinan.

Pendaftaran cukup dilakukan pada salah satu Pemerintah Kabupaten/Kota di Indonesia. Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota di seluruh wilayah Indonesia mengakui LPKSM yang telah melakukan pendaftaran tersebut.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Cukup jelas.

Pasal 2

Ayat (1)

Huruf a

Pendaftaran dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bagi LPKSM yang membuka kantor perwakilan atau cabang di daerah lain, cukup melaporkan kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada Pemerintah Kabupaten/Kota setempat dan tidak perlu melakukan pendaftaran di tempat kedudukan kantor perwakilan atau cabang tersebut.

Huruf b

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Ayat (3)

Cukup jelas.

Pasal 3

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Pasal 4

Yang dimaksud dengan berbagai informasi misalnya hal-hal yang berkaitan dengan pengetahuan mengenai proses produksi, standar, label, promosi dan periklanan, klausula baku, dan lain-lain. Penyebaran informasi yang dilakukan LPKSM dapat dilaksanakan melalui kegiatan: pendidikan, pelatihan, penyuluhan, pelayanan informasi, dan lain-lain.

Pasal 5

Cukup jelas.



Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Cukup jelas.

Pasal 8

Penelitian, pengujian dan/atau survei dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

Pasal 9

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Laporan dimaksudkan sebagai sarana komunikasi antara Pemerintah Kabupaten/Kota dengan LPKSM. Dalam rangka penyelenggaraan perlindungan konsumen secara nasional, Menteri dapat meminta laporan kepada Pemerintah Kabupaten/Kota mengenai LPKSM yang ada di wilayahnya.

Pasal 10

Ayat (1)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Ayat (2)

Cukup jelas.

Pasal 11

Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 4127





INDEKS

A

Akibat hukum 71-73

B

Bagdadi, Muhammad ibn Habib
39

baku, perjanjian 78

beban pembuktian terbalik 91

binti Khuwailid, Khadijah 40

breach of warranty 93, 106

C

Cardozo 98

Cardozo, Hakim 90

Carter, Jimmy 29

caveat emptor 85, 98

caveat venditor 98

Chase, Stuart 28

consumer message 29

Consumer Protection Act 30

contractual liability 92

costumer oriented policy 98

D

Darus, Mariam 66

Drug and Cosmetics Act 29

due care 65

E

Etiopia 38

express warranty 106

Express warranty 93-94

F

Fabrics (Misdescription) Act 30

Federal Consumer Protection Act
30

Federal Trade Commission 28

G

ganti kerugian 102
 pembuktian 103
Gisyah 43

H

Habbibie, B.J. 36
 hak konsumen 50

- hak memilih 48
- hak mendapat informasi 48
- hak untuk didengar 48
- Indonesia 50
- Islam 58
- *khiyar* 58
- keamanan 47
- Masyarakat Ekonomi Eropa 49
- Organisasi Konsumen Sedunia 49

 haram, makanan 111
 Hondius 66, 77
Hops (Prevention of Frauds) Act 30
 hubungan kontrak 90

- pengecualian 87

 Hubungan kontrak 86

- produsen 87

 hukum 23

- Islam 24
- perlindungan konsumen 24
- sumber 24
- perlindungan konsumen 21, 23, 27
- tujuan 23

I

implied warranty 94, 106

- jenis 94–95

 India 30
Indian Contract Act 30
 Inggris 30, 78
 Irak 38
 Islam

- konsumen 18

 Islam

- hukum 24
 - perlindungan konsumen 24

J

Johnson, Lyndon 29

K

kedaulatan konsumen, teori 86
 kehati-hatian, prinsip 91
 Kennedy, John F. 29, 47, 50
Khiyar Aibi 60
Khiyar al-Ghabn al-Fahisy 61
Khiyar Majelis 58
Khiyar Ru'yah 62
Khiyar Syarat 59
Khiyar Tadlis 60
Khiyar Ta'yn 62
 klausula baku 66, 74, 76, 77

- karakteristik 66
- kontrak bisnis 68
- perjanjian 76

- Undang-Undang Perlindungan Konsumen 67, 74
- klausula eksonerasi 67
 - konsumen 13, 14, 15
 - kelemahan 153
 - kewajiban 52
 - konsumen akhir 18, 20
 - konsumen antara 20
 - konsumen komersil 20
 - konsumen Muslim 25
 - Liga Konsumen Nasional 27, 28
 - pendidikan 28
- kontrak
 - Akibat hukum 71
 - syarat 71
- Kontrak 69
- kontrak bisnis 68-81

L

label halal 123
 labelisasi halal 113
 lalai, prinsip praduga 91

M

Makanan halal 109, 130
 Mekkah 37
 Masyarakat Eropa 31
 Mexico 30
 Micklitz, Hans W. 50
 Miru, Ahmadi 77
 Muhammad 40

N

negligence 91, 104
negligence, teori 83-84
 Nixon, Richard 29
no privity-no liability 98

P

Panca Hak Konsumen 50
 Paton, G.W. 23
 perdagangan 41

- Islam 41
- yang dilarang 42
- pelaku usaha 51
- hak 52
- kewajiban 51
- larangan 53-64

 pembuktian terbalik, sistem 103
 perjanjian 72-74

- klausula baku 73

 perjanjian baku 66
 Perjanjian eksonerasi 67

- ganti rugi 68

 perlindungan konsumen 21-22

- cakupan 22
- hukum 23
- Indonesia 32
- masyarakat Eropa 31

 Pitlo 77
product oriented policy 98
 produk halal 109
 Pemeriksaan 118-120, 124
 pelaporan 120

- sarana produksi 119



Produk makanan halal 111
professional liability 101

Q

Quraisy 37

R

res ipsa laquitor 91
Riba 43
Rutten, Asser 77

S

Samsul, Inosentius 16
Sarbon, Hakim 87–90
Schlink, F.J. 28
sertifikasi halal 109
Sertifikasi halal 117–118

- akreditasi 129
- Fatwa MUI 114
- Label Halal 112–113, 115
- pengawasan 124–130
- perpanjangan 121
- Sidang Komisi Fatwa MUI 118
- Sistem Jaminan Halal 115–116

Sluijter 76
Smith, Adam 23, 38
Soeharto 36
Standarisasi profesi 100
Stein 77
strict liability 99. *See also here-*

in tanggung jawab
strict obligation 92
strict product liability 94, 106
Sudaryatmo 66
Syiria 38

T

Talaqqi Rukban 42
tanggung jawab 86

- hubungan kontrak 85
- kelalaian 85
- konsumen 86
- *laissez faire* 85
- produsen 86

tanggung jawab mutlak 96–100
wanprestasi 92

- tanggung jawab absolut 103
- tanggung jawab mutlak 102–103
- tanggung jawab produk 84
- product liability 101

Tathfif 43
The Consumer Protection 30
The Consumer Protection Act 30
The Federal Trade Commission Act 28
The Food 29
The Food and Drugs Act 28, 30
The Guidelines For Consumer Protection 32
The Meat Inspection Act 28
The Sale of Goods Act 30
The Specific Relief Act 30



U

- Undang-Undang Perlindungan
Konsumen 36, 151
 - pembentukan 37
 - tanggung jawab profesional
100

W

- wanprestasi 106
- Widjaja, Gunawan 29

Y

- Yaman 38
- Yani, Ahmad 29
- Yayasan Lembaga Konsumen Indo-
nesia 34
- YLKI 34, 50. *See also* Yayasan
Lembaga Konsumen Indonesia

TENTANG PENULIS



Zulham, lahir di Desa Timbang Lawan, Kecamatan Bohorok, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara, 21 Maret 1977, adalah dosen Fakultas Syari'ah IAIN Sumatera Utara, juga penekun di bidang hukum, politik, dan bisnis. Menyelesaikan sekolah dasar di SD Negeri I 050643 Kecamatan Bohorok, melanjutkan pendidikan tingkat SMP dan SMA di Pesantren Darularafah, mengikuti jenjang program sarjana S-1 di Fakultas Syari'ah IAIN Sumatera Utara, menyelesaikan Program S-2 Ilmu Hukum di Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, dan sekarang sedang mengikuti Program S-3 di Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Sejak mahasiswa hingga sekarang terlibat secara aktif dalam berbagai organisasi, baik organisasi kemahasiswaan, kepemudaan, maupun organisasi profesional, seperti Himpunan Mahasiswa Islam (HMI), MAPASTA IAIN SU, Senat Mahasiswa Fakultas Syari'ah, Forum Indonesia Muda, Pusat Kajian Konstitusi dan HAM (PUSKOHAM), Badan Arbitrase Syari'ah Nasional (BASYARNAS) Sumut, PW GMPI SU, Pusat Studi Hukum dan Politik (PUSKUMPOL), Ikatan Keluarga Arbituren Pesantren Darularafah (IKAPDA), dan lain sebagainya.

Pengalaman di berbagai bidang organisasi tersebut telah melibatkannya dalam berbagai seminar, pelatihan, dan *workshop* baik tingkat lokal maupun tingkat nasional, baik sebagai narasumber maupun sebagai pembanding. Selain kesibukannya sebagai dosen, dia juga sangat aktif dalam kajian-kajian perlindungan konsumen.

Sejauh ini ia juga telah melahirkan beberapa karya ilmiah yang bertitel: “Pergumulan Ekonomi Syari’ah di Indonesia”, (Bandung: Citapustaka, 2007); “Pergumulan Pemikiran Syari’at Islam di Indonesia”, (Bandung: Citapustaka, 2007) dan beberapa penelitian yang bertemakan tentang gender, ekonomi Islam, hukum bisnis, politik, serta menjadi kontributor dalam beberapa buku.



HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sebagai sasaran utama dari para produsen, konsumen berada pada posisi yang rentan untuk mengalami ketidakadilan dan manipulasi dalam relasi produsen-konsumen. Bahkan teknik promosi dan *advertising* menyebabkan tak jarang konsumen tanpa sadar membeli produk-produk secara tidak rasional atau dilanggar hak-haknya. Karena itu, dibutuhkan seperangkat aturan dan regulasi yang bisa membela hak-hak konsumen sehingga akan tercipta relasi ideal antara produsen dan konsumen.

Melalui buku ini, penulis berusaha menunjukkan berbagai persoalan atau vital dalam relasi produsen-konsumen dan tata kelola etis, untuk menjawab pertanyaan utama: mengapa kita perlu hukum perlindungan konsumen; apa manfaat hukum perlindungan konsumen bagi konsumen sekaligus produsen; bagaimana peran pemerintah; seperti apa peran advokasi konsumen; dan beberapa isu penting lain yang perlu diketahui masyarakat luas, termasuk para akademisi, mahasiswa hukum serta praktisi hukum. Karena buku ini ditulis sebagai bagian dari Seri Kuliah Hukum Perlindungan Konsumen dan sesuai dengan silabus mata kuliah di universitas, serta dilengkapi dengan berbagai sasaran pembelajaran, diskusi dan peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen, maka buku ini wajib dimiliki oleh para akademisi (mahasiswa, dosen), praktisi hukum, pelaku usaha, dan konsumen pada umumnya.

