

TANGGUNGJAWAB PELAKU USAHA ATAS INFORMASI YANG BENAR DAN JELAS ATAS PRODUK SUSU KENTAL MANIS MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Steven Salim

(Mahasiswa Program S1 Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)
(E-mail: limdm@yahoo.co.id)

Dr. A.M Tri Anggraini, S.H.,M.H

(Corresponding Author)

(Dosen Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara. Meraih Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Magister Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara, Doktor (Dr.) pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia)
(E-mail: anggraini1602@gmail.com)

Abstract

Some people are unable to fulfill their food needs to fulfill their children's nutrition completely. People generally choose to buy affordable food to buy. SKM products provided by business actors whose product content contains very high sugar with this content will cause obesity in the community. The purpose of this thesis is to find out the responsibility of the sweetened condensed milk business actors in the distribution of their products according to Law no. 8/1999 and what is the form of BPOM supervision of the circulation of sweetened condensed milk that provides protection to consumers according to the Consumer Protection Law. Therefore, responsibility and honesty become one of the main obligations for business actors in running their business. With the existence of this responsibility of Business Actors, it is expected to build public trust as consumers in consuming the products of Business Actors. In fact, not all SKM business actors carry out their responsibilities in trading their products in the community. Food content that is not good for consumption every day and lack of information on SKM is a form of neglect of consumer rights that often occurs in society. This action poses a security threat to consumer rights in terms of obtaining clear information regarding the content of food traded by business actors.

Keywords: *Consumer Protection, Legal Protection, Responsible.*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah sebuah negara hukum yang menganut Pancasila, sehingga rakyatnya memiliki jiwa kemandirian yang bisa dilihat dari adanya implementasi konsep yang dianutnya. Konsep ini harus disesuaikan dengan kondisi Indonesia yang majemuk dan beragam suku bangsa.

Menurut Muh. Kusnardi dan Bintar R. Saragih menyatakan bahwa konsep negara hukum Pancasila “artinya suatu sistem hukum yang didirikan berdasarkan asas-asas dan kaidah atau norma-norma yang terkandung atau tercermin dari nilai yang ada dalam pancasila sebagai dasar kehidupan bermasyarakat. Negara berdasarkan atas hukum ditandai dengan

beberapa asas diantaranya adalah bahwa semua perbuatan atau tindakan seseorang baik individu maupun kelompok, rakyat maupun pemerintah harus didasarkan pada ketentuan hukum dan peraturan perundang-undangan yang sudah ada sebelum perbuatan atau tindakan itu dilakukan atau didasarkan pada peraturan yang berlaku.”¹

Salah satu peraturan yang hukum yang ada di Indonesia adalah “Hukum perlindungan konsumen dimana berkaitan dengan upaya untuk mensejahterakan masyarakat dalam pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional yang menghasilkan barang atau jasa yang dapat dikonsumsi yang berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).”²

Masyarakat tidak dapat dipisahkan dari kegiatan perdagangan, hampir setiap hari masyarakat melakukan “kegiatan jual/beli baik produk maupun jasa baik melalui tatap muka ataupun secara online. Dalam kegiatan perdagangan diharapkan adanya keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dengan konsumen, tetapi yang kerap terjadi dalam kehidupan sehari-hari adalah kedudukan pelaku usaha yang berada di posisi lebih tinggi dibanding dengan konsumen.” Seiring berjalannya waktu dengan berkembangnya teknologi, produk barang dan jasa semakin canggih, sehingga memungkinkan timbulnya kesenjangan terhadap kebenaran informasi dan daya tanggap konsumen.³

Dengan kondisi tersebut, “pelaku usaha dapat dengan mudah memasarkan setiap produk atau jasa tanpa memperhatikan hak-hak konsumen. Hal ini yang menyebabkan adanya pelanggaran atas hak-hak konsumen. Dalam pemasaran produknya, dengan kemajuan teknologi yang

¹ Muh. Kusnardi dan Bintar R. Saragih, *Ilmu Negara*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2001), hal. 173.

² Ahmadi, Miru. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), hal. 103.

³ *Ibid.*, hal. 124.

canggih saat ini dapat melalui berbagai media yang dapat menjangkau masyarakat di Indonesia seperti dalam bentuk iklan tv, radio, internet dan media sosial lainnya.

Penyampaian informasi yang lengkap, jelas, dan jujur terkait dengan produk yang dipasarkan merupakan kewajiban dari pelaku usaha yang merupakan hak dari konsumen. Pelaku usaha dapat mencantumkan fungsi atau kelebihan dari produk dan juga harus memuat informasi mengenai resiko pemakaian dari produk tersebut terutama mengenai hal-hal yang menyangkut keamanan dan keselamatan konsumen.”

Akan tetapi, dalam “prakteknya banyak ditemukan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang dengan sengaja menyampaikan informasi yang tidak benar terkait dengan produk yang ingin dipasarkan, seperti menjanjikan manfaat tertentu, dan bahkan terkadang mengarah pada unsur penipuan.

Salah satu kasusnya adalah kasus Susu Kental Manis dimana pelaku usaha menyebut sebagai susu dalam bentuk cairan kental dimana kenyataannya Susu Kental Manis bukanlah merupakan produk susu. Hal tersebut menyebabkan salah kaprah terhadap persepsi masyarakat terhadap susu kental manis. Hal ini dapat dilihat berdasarkan penelitian terhadap 12 kabupaten dan pemerintah kota di 6 provinsi oleh YAICI yang menyatakan bahwa banyak responden yang menganggap bahwa susu kental manis adalah susu yang bisa dikonsumsi oleh balita mereka.”

Selain itu, penelitian 2018 menemukan “4 kasus gizi buruk pada anak rentang usia 0 – 23 bulan yang disebabkan oleh konsumsi susu kental manis sejak bayi di Batam, Kendari dan Sulawesi Selatan. Satu orang diantaranya meninggal pada usia 10 bulan. Dapat diketahui bahwa orang tua memberikan susu kental manis untuk anak karena beranggapan produk tersebut adalah susu yang dapat memenuhi gizi anak, harga yang ekonomis dan kemasan iklan yang menampilkan susu kental manis sebagai minuman susu.”

Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mengatakan

bahwa “sebanyak 37% responden beranggapan bahwa susu kental manis (Frisian Flag) adalah susu, bukan topping, dan 73% responden mengetahui informasi susu kental manis sebagai susu dari iklan televisi. Betapa televisi menjadi konsumsi harian masyarakat berpengaruh terhadap pembentukan persepsi. Iklan sebagai promosi produk yang ditayangkan berulang yang akhirnya akan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk yang diiklankan. Salah satu contohnya adalah susu kental manis, selama ini diiklankan sebagai susu, maka hingga hari ini masih ada masyarakat yang mengkonsumsi susu kental manis sebagai susu.”

Hal tersebut dapat merugikan konsumen, dimana banyak konsumen menganggap produk susu kental manis aman untuk diberikan kepada anak-anak dan dikonsumsi terus-menerus sedangkan kenyataannya komposisi dari susu kental manis sendiri mengandung banyak gula sehingga bukan merupakan produk yang sehat untuk dikonsumsi terus menerus.

Terdapat dampak-dampak pada anak balita yang mengkonsumsi susu kental manis yang menurut data yang bersumber dari Yayasan Ibhpraya Insan Cendekia Indonesia (YAICI):

1. Jakarta terletak Cipinang Besar Utara pada September tahun 2020 bernama Ponari (2 tahun) mengkonsumsi susu kental manis sejak umur 8 bulan, sehari 1-2 kaleng pada usia 2 tahun berdampak belum bisa jalan.
2. Pidie terletak di Aceh pada Oktober 2019 bernama Azka (3 tahun) mengkonsumsi susu kental manis sehari minum 3-4 gelas dari umur 1 tahun berdampak berat badan di atas rata-rata balita lainnya.
3. Konawe terletak di Sulawesi Tengah pada Maret tahun 2018 bernama Arisandi (9 bulan) mengkonsumsi susu kental manis sejak 4 bulan berdampak gejala awal gemuk, kulit melepuh dan gizi buruk (meninggal)
4. Batam pada April tahun 2018 bernama Vania (2 tahun) mengkonsumsi kental manis sejak usia 4 bulan yang berdampak gejala awal gemuk, kulit melepuh dan gizi buruk.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha susu kental manis dalam peredaran produknya menurut UU No 8/1999 dan peraturan perundang-undangan terkait?
2. Bagaimana bentuk pengawasan BPOM atas peredaran Susu Kental Manis yang memberikan perlindungan kepada konsumen menurut UU Perlindungan Konsumen dan peraturan perundang-undangan terkait?

C. Metode Penelitian**1. Jenis Penelitian**

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah “dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan normatif adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara mengkaji kaidah-kaidah hukum perlindungan konsumen, peraturan perundang-undangan, serta peraturan-peraturan lainnya yang relevan dengan permasalahan dengan permasalahan yang diteliti.”⁴

2. Spesifikasi Penelitian

Dalam melakukan penelitian penulis akan menggunakan metode penelitian deskriptif analitis, yaitu “penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan mengenai penyelesaian masalah tentang perlindungan konsumen.”

3. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara yuridis normatif, yakni “suatu penelitian yang menekankan pada segi-segi yuridis terhadap Peraturan UUPK Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen, dengan cara mengkaji dan

⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Edisi Revisi, (Jakarta: Kencana, 2014), hal. 20.

menguji permasalahan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang ada. Penelitian hukum normatif meliputi :

- a. Pengkajian terhadap asas-asas hukum.
 - b. Pengkajian terhadap sistematik hukum, yaitu terhadap pengertian- pengertian dasar yang terdapat dalam sistem hukum (subjek hukum, objek hukum, dan hubungan hukum).
 - c. Mempelajari dan menguji permasalahan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang ada. Penelitian ini menitikberatkan pada data sekunder berupa bahan-bahan hukum primer dan sekunder yang berkaitan dengan kesepahaman berdasarkan UUPK.
 - 1) Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari masyarakat. Dalam penelitian normatif data primer merupakan data penunjang bagi data sekunder.
 - 2) Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan.
4. Bahan Hukum
- a. Bahan-bahan hukum primer, yang terdiri atas:
 - 1) Peraturan dasar
 - 2) Peraturan Perundang-undangan yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
 - 3) Yurisprudensi terkait Perlindungan Konsumen
 - 4) Traktat mengenai Perlindungan Konsumen
 - 5) Bahan hukum dari zaman penjajahan
 - b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti Rancangan Undang-Undang, hasil penelitian, dan pendapat para pakar hukum.
 - c. Bahan hukum tersier, yakni bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus, ensiklopedia, dan lain-

lain.”

5. Metode Penyajian Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian. “Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Studi Dokumen.

Studi Dokumen yaitu suatu alat pengumpulan data, yang digunakan melalui data tertulis, dengan mempelajari materi-materi bacaan berupa literatur-literatur, catatan-catatan, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk memperoleh data sekunder yang berhubungan dengan permasalahan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.”

6. Metode Analisis Data

Data dianalisa secara yuridis kualitatif yaitu “suatu cara dalam penelitian yang menghasilkan data deskriptif analistis, yaitu data yang diperoleh baik data sekunder maupun data primer apa yang ditanyakan oleh responden secara tertulis atau lisan, diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Data dianalisis dengan cara melakukan interpretasi atas peraturan perundang-undangan dan dikualifikasikan dengan tanpa menggunakan rumus statistik.”

II. PEMBAHASAN

A. Analisis Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Informasi Yang Benar Dan Jelas Atas Produk Skm Berdasarkan UUPK

Fakta-fakta yang terdapat “SKM tidak boleh diberikan pada bayi dan anak. SKM tidak bisa memenuhi kebutuhan nutrisi anak karena susu ini sudah kehilangan banyak sekali kandungan nutrisi dalam proses pengolahannya. Selain itu, kandungan gula tambahan di dalamnya juga menjadi ancaman tersendiri jika dikonsumsi anak-anak. Kadar gula tambahan pada makanan untuk anak yang direkomendasikan oleh World Health Organization (WHO) adalah kurang dari 10 persen total kebutuhan kalori.”

Berdasarkan anjuran dari Kementerian Kesehatan (Kemenkes), susu

yang bertekstur kental dan memiliki rasa manis ini tidak dianjurkan untuk dikonsumsi setiap hari. Hal ini karena kandungan gula dan lemaknya yang tinggi dapat mengganggu kesehatan. SKM ini lebih cocok dikonsumsi sebagai pelengkap makanan atau minuman saja misalnya sebagai pemanis kopi menurut Kementerian Kesehatan RI.”

Merujuk “Peraturan Kepala BPOM No. 21 Tahun 2016 tentang Kategori Pangan, SKM adalah produk susu berbentuk cairan kental yang diperoleh dengan menghilangkan sebagian air dari campuran susu dan gula hingga mencapai tingkat kepekatan tertentu atau merupakan hasil rekonstitusi susu bubuk dengan penambahan gula, dengan atau tanpa penambahan bahan lain. Gula yang ditambahkan harus dapat mencegah kerusakan produk. Produk pasteurisasi dan dikemas secara kedap (hermetis).”

Dalam konteks perlindungan konsumen, iklan yang secara massif dilakukan oleh produsen SKM jelas melanggar “UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasalnya, produsen SKM memberikan informasi yang tidak benar terhadap kandungan SKM. Iklan dan label yang dilakukan produsen SKM melanggar Pasal 17 UUPK, melanggar Permenkes No. 30 Tahun 2013 tentang Pencantuman Informasi Kandungan Gula, Garam dan Lemak serta Pesan Kesehatan untuk Pangan Olahan dan Pangan Siap Saji, Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan dan Etika Pariwisata.”

Pertanggungjawaban “pelaku usaha SKM dalam peredaran produknya yang telah diatur didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Pangan. Namun, UUPK yang bersifat general yang mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha secara umum dan mengatur yang tidak hanya mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha di bidang pangan dan juga jasa, periklanan, dll. Sedangkan UU Pangan lebih mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha di bidang pangan yaitu bentuk pertanggungjawaban yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang memproduksi pangan yang tidak sesuai dalam peredarannya yang bisa

dikenakan sanksi yang diatur di dalam UU Pangan.”⁵

Prinsip tanggung jawab dalam hukum Perlindungan Konsumen adalah bahwa konsumen tidak dibebani kewajiban untuk membuktikan kesalahan pelaku usaha. Namun, pada sisi yang lain sebenarnya konsumen berkewajiban untuk membuktikan cacatnya produk dan hubungan antara cacatnya produk dengan cidera atau kerugian yang dideritanya.

Jika terkait dengan produk, maka dapat dikenakan tanggung jawab produk (*Product Liability*) adalah suatu tanggung jawab hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasil suatu produk atau orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan produk tersebut.

Pertanggungjawaban yang menurut hukum perdata yaitu setiap tuntutan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar yang menyebabkan timbulnya hak hukum seseorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberikan pertanggungjawabannya.

Pertanggungjawaban di dalam hukum perdata terdapat dua yaitu kesalahan dan risiko. Pelaku usaha wajib bertanggung jawab karena dia bersalah, ataupun baik berupa kesalahan maupun kelalaian yang dilakukan. Tanggung jawab atas dasar kesalahan dalam hukum perdata yang memungkinkan seseorang bertanggung jawab bukan hanya karena dia bersalah tetapi karena pelaku usaha yang mengambil resiko dalam kedudukan hukumnya yang sedemikian rupa yang dimiliki kewajiban bertanggung jawab kepada konsumen. Kedua menimbulkan akibat dan konsekuensi yang secara teoritis pertanggungjawaban mengenai hubungan hukum yang timbul antara pihak yang menuntut pertanggungjawaban dengan pihak yang dituntut untuk bertanggung jawab.

Hukum publik yaitu hukum pidana adalah hukum yang mengatur hubungan antara Negara dengan alat-alat perlengkapan atau hubungan

⁵ Shofie, Yusuf. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), hal. 47.

negara dengan perorangan. Termasuk hukum publik dalam kerangka hukum konsumen adalah hukum administrasi negara, hukum pidana dan hukum acara pidana. Terdapat peraturan yang berkaitan dengan upaya perlindungan konsumen yang dasarnya sama dengan peraturan-peraturan lain yang ketentuannya mengandung ide-ide atau konsep-konsep yang dapat digolongkan abstrak, idealnya meliputi ide keadilan, kepastian dan kemanfaatan menurut Gustav Radbruch. Persoalan konsumen yang untuk memperoleh perlindungan sebagai bagian dari suatu sistem hukum akan berkaitan dengan upaya mewujudkan ide-ide tersebut.

UUPK telah mengatur mengenai beberapa tanggung jawab yang terdapat dalam Bab IV UUPK tentang tanggung jawab pelaku usaha yang pada intinya adalah pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi kepada konsumen atas produk yang telah dipublikasikan dalam peredaran, yang menyebabkan/menimbulkan kerugian atas kerusakan barang, kecacatan barang, penjelasan, ketidaknyamanan dan penderitaan yang dialami konsumen karena mengkonsumsi produk tersebut.

Bentuk pertanggungjawaban yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha sebagai bentuk konsekuensi dari perbuatannya yang melawan hukum yakni memproduksi pangan yang tidak memenuhi standar keamanan dan mutu pangan sehingga menimbulkan kerugian berupa masalah kesehatan kepada konsumen yang mengkonsumsinya adalah pelaku usaha yang bertanggung jawab mengganti kerugian yang setara dengan kerugian yang dialami sebagaimana yang diatur didalam Pasal 19 UUPK.

Pasal 19 ayat (1) dan (2) UUPK yang menyebutkan bahwa “pelaku usaha bertanggung jawab dengan memberikan suatu ganti rugi atas kerusakan barang, pencemaran barang, dan atau kerugian yang dialami oleh konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh pelaku usaha.”

Ayat (2) menyatakan bahwa “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.”

Pasal 19 Ayat (3) UUPK menyatakan bahwa “Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.”

Adanya Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*) yang berkaitan dengan lemahnya kedudukan konsumen dimana penggugat dalam hal membuktikan kesalahan ataupun *negligence* pelaku usaha tergugat karena tidak mempunyai pengetahuan dan sarana yang memuaskan maka dari itu di dalam perkembangan. Pengadilan di Amerika Serikat menempuh cara lain untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha yaitu dengan cara mempergunakan prinsip pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*).⁶

Strict liability adalah bentuk khusus dari *tort* (perbuatan melawan hukum) yaitu prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan tetapi prinsip ini mewajibkan pelaku usaha yang langsung bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan karena perbuatan melawan hukum tersebut.

Prinsip pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*) ini tidak mempersoalkan lagi mengenai ada atau tidak adanya kesalahan, tetapi pelaku usaha langsung bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produk yang cacat, karena pelaku usaha yang kurang hati-hati dan karena pelaku usaha yang harus mencegah kerugian tersebut.³⁰

Pada hukum yang ada di Indonesia *strict liability* secara implisit dapat ditemukan di dalam KUHPdt pada pasal 1367 ayat (1) yaitu:

“Seseorang tidak hanya bertanggungjawab, atas kerugian yang disebabkan perbuatannya sendiri, melainkan juga atas kerugian yang disebabkan perbuatan-perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan barang- barang yang berada di bawah pengawasannya.”

⁶ Taufik H Simatupang, *Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004), hal. 67.

Pasal ini mengatur “tentang tanggung jawab seseorang atas kerugian yang disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya, misalkan seorang pemilik barang tertentu, suatu ketika barang itu mengakibatkan kerugian terhadap orang lain. Mempergunakan konsep *strict liability* ini pada bidang perlindungan konsumen khususnya tanggung jawab produk, akan memudahkan pembuktian, yang pada akhirnya benar-benar memberikan perlindungan kepada konsumen. Alasan yang dapat dijadikan dasar untuk memberlakukan atau menggunakan konsep *strict liability* dalam perlindungan konsumen, khususnya tanggung jawab produk adalah dengan melihat pada tujuan dari perlindungan itu sendiri.”⁷

Kata perlindungan mengandung arti “memberi kemudahan bagi konsumen untuk mempertahankan dan atau memperoleh apa yang menjadi haknya. Menurut Janus Sidablok “dengan memberlakukan konsep pertanggungjawaban mutlak, maka apa yang diharapkan dari perlindungan konsumen dapat tercapai sebab pihak konsumen yang akan dilindungi itu akan konsumen akan dilindungi itu akan dapat dengan mudah mempertahankan atau memperoleh haknya jika dibandingkan dengan konsep kesalahan, dimana konsumen masih dibebani kewajiban untuk membuktikan kesalahan pelaku usaha”. Dengan konsep *strict liability* ini pelaku usaha harus bertanggung jawab terhadap kerugian yang diderita konsumen. Ada yang berpendapat *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan.”⁸

B. Peran BPOM dalam Pengawasan Peredaran SKM menurut Peraturan Perundang-undangan mengenai yang Berlaku

Saat ini terjadi peningkatan terhadap para pelaku usaha yang ingin memulai bisnisnya di sektor industri makanan dan minuman. Peningkatan

⁷ *Ibid.*, hal. 74.

⁸ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. (Bandung: PT Citra Aditya Bakri, 2014), hal. 103.

ini menyebabkan banyak pelaku usaha “curang” yang menggunakan bahan tidak layak konsumsi dan berbahaya sebagai bahan baku dari produknya yang dapat menyebabkan berbagai gangguan kesehatan terhadap si pengonsumsi produk.

Untuk mencegah hal tersebut, maka “dibuatlah suatu lembaga yang berfungsi untuk memastikan keamanan makanan dan obat yang terdapat di pasaran. Lembaga ini juga berfungsi untuk mengeluarkan perizinan kepada perusahaan yang telah melewati uji tes bahwa produk yang mereka keluarkan tidak akan membawa efek buruk bagi tubuh manusia. Lembaga yang dimaksud adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan.”

BPOM adalah “singkatan dari lembaga Badan Pengawas Obat dan Makanan. Lembaga ini memiliki tugas yang sama dengan European Medicines Agency (EMA) dan Food and Drug Administration (FDA) dengan tugas utama yaitu untuk mengawasi seluruh peredaran obat-obatan dan makanan yang ada di seluruh wilayah Indonesia.”⁹

Tujuan dilakukannya pengawasan terhadap obat-obatan dan juga makanan adalah “memastikan seluruh produk sudah aman untuk dikonsumsi dan tidak merugikan si pengonsumsi. Jadi, saat membeli produk obat dan makanan ada baiknya memperhatikan apakah produk tersebut sudah terdaftar di BPOM atau belum untuk mengetahui produk tersebut sudah aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

BPOM dalam monitoring produk SKM hanya melakukan mengamati beberapa iklan produk SKM yang menyertakan bayi dalam iklan tersebut. Hal tersebut menurut BPOM dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam masyarakat. BPOM menindaklanjuti penemuan iklan produk SKM yang menyertakan bayi dalam iklannya dan membuat surat edaran khusus produk SKM.”

Tugas lembaga Badan Pengawas Obat dan Makanan telah diatur berdasarkan “Pasal 2 pada Peraturan Presiden Nomor 80 tahun 2017 yaitu:

⁹ Shidarta. *Pengetahuan tentang Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dan Status Sosial Media Cetak serta Perlindungan Hak-hak Konsumen dalam Iklan*, (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 1994), hal. 42.

1. BPOM dapat tugas untuk berikan pekerjaan dari pemerintah di sektor pengawas Obat atau Makanan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Obat dan Makanan terdiri atas berbagai macam jenis, yaitu obat, bahan obat, narkotika, psikotropika, prekursor, zat adiktif, obat tradisional, suplemen kesehatan, kosmetik, dan pangan olahan.”

Jadi dari pasal di atas bisa menyimpulkan bahwa BPOM merupakan suatu lembaga yang bertanggung jawab terhadap Presiden melalui Menteri dengan tugas utamanya yaitu menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pengawasan Obat dan Makanan.

Fungsi utama lembaga Badan Pengawas Obat dan Makanan telah diatur berdasarkan “Pasal 3 pada Peraturan Presiden Nomor 80 tahun 2017 dan juga Pasal 4 Peraturan BPOM Nomor 12 tahun 2018 yaitu:

1. Menyusun peraturan sektor nasional obat.
2. Melaksanakan peraturan negara makanan-makanan.
3. Ketetapan aturan mengawasi produk-produknya.
4. Mengawasi edaran produknya.
5. Kerjasama dengan pemerintah.
6. Memberikan ilmu-ilmu teknis untuk pengawas.
7. Tindakan pelanggaran peraturan perundang- undangan di dalam di sektor makanan.
8. Koordinasi pelaksanaan tugas, pembinaan, dan dukungan administrasi.
9. Pengelolaan barang milik negara yang menjadi tanggung jawab BPOM.
10. Pengawasan atas pelaksanaan tugas di sekitar lingkungan BPOM.
11. Pelaksanaan yang bersifat substantif terhadap unsur organisasi di lingkungan BPOM.”

BPOM juga memastikan pengawasan produk pada saat sebelum dan juga selama beredar di pasaran sebagai tindakan pencegahan untuk menjamin Obat dan Makanan yang beredar telah memenuhi standar dan

persyaratan keamanan, manfaat, dan juga mutu produk yang ditetapkan serta tindakan penegakan hukum. “Fungsi Balai POM sebagai Unit Pelaksana Teknis (UPT) yaitu:

1. Penyusunan rencana dan program di sektor pengawasan Obat dan Makanan.
2. Pelaksanaan pemeriksaan sarana/fasilitas produksi Obat dan Makanan.
3. Pelaksanaan pemeriksaan sarana/fasilitas distribusi Obat dan Makanan dan/atau sarana/fasilitas pelayanan kefarmasian.
4. Pelaksanaan sertifikasi, sarana/fasilitas produksi dan distribusi Obat dan Makanan.
5. Pelaksanaan pengambilan tes sampling Obat dan Makanan.
6. Pelaksanaan pengujian Obat dan Makanan.
7. Pelaksanaan intelijen dan penyidikan terhadap pelanggaran ketentuan peraturan perundang-undangan di sektor pengawasan Obat dan Makanan.
8. Pengelolaan komunikasi, informasi, edukasi, dan pengaduan masyarakat di dalam sektor pengawasan Obat dan Makanan.
9. Pelaksanaan koordinasi dan kerja sama di dalam sektor pengawasan Obat dan Makanan.
10. Pelaksanaan pemantauan, evaluasi, dan pelaporan di dalam sektor pengawasan Obat dan Makanan.
11. Pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga.
12. Pelaksanaan fungsional lain yang diberikan oleh kepada BPOM.”

Balai POM juga akan melakukan berbagai investigasi dan penyidikan pada kasus pelanggaran hukum, melakukan sertifikasi produk, melakukan kegiatan layanan informasi konsumen, mengevaluasi dan juga menyusun laporan uji obat dan makanan, melakukan urusan tata usaha serta melakukan tugas lain yang ditetapkan oleh kepala BPOM.

Dalam rangka menguatkannya sistem pengawasan Obat dan Makanan dalam produk SKM yang di selenggarakan oleh BPOM merupakan suatu

proses yang komprehensif, “mencakup pengawasan pre-market dan post-market sistem itu terdiri yaitu:

1. Standardisasi yang merupakan fungsi penyusunan standar, regulasi, dan kebijakan terkait dengan pengawasan Obat dan Makanan. Standardisasi dilakukan terpusat, dimaksudkan untuk menghindari perbedaan standar yang mungkin terjadi akibat setiap provinsi membuat standar tersendiri.
2. Penilaian (*pre-market evaluation*) yang merupakan evaluasi produk sebelum memperoleh nomor izin edar dan akhirnya dapat diproduksi dan diedarkan kepada konsumen. Penilaian dilakukan terpusat, dimaksudkan agar produk yang memiliki izin edar berlaku secara nasional.
3. Pengawasan setelah beredar (*post-market control*) untuk melihat konsistensi mutu produk, keamanan dan informasi produk yang dilakukan dengan melakukan sampling produk Obat dan Makanan yang beredar, serta pemeriksaan sarana produksi dan distribusi Obat dan Makanan, pemantauan farmakovigilans dan pengawasan label/penandaan dan iklan. Pengawasan post-market dilakukan secara nasional dan terpadu, konsisten, dan terstandar. Pengawasan ini melibatkan Balai Besar/Balai POM di 33 provinsi dan wilayah yang sulit terjangkau/perbatasan dilakukan oleh Pos Pengawasan Obat dan Makanan (Pos POM)
4. Pengujian laboratorium. Produk yang di sampling berdasarkan resiko kemudian diuji melalui laboratorium guna mengetahui apakah Obat dan Makanan tersebut telah memenuhi syarat keamanan, khasiat/manfaat dan mutu. Hasil uji laboratorium ini merupakan dasar ilmiah yang digunakan untuk ditarik dari peredaran.
5. Penegakan hukum di bidang pengawasan Obat dan Makanan. Penegakan hukum didasarkan pada bukti hasil pengujian, pemeriksaan, maupun investigasi awal. Proses penegakan hukum sampai dengan *pro justitia* dapat berakhir dengan pemberian sanksi

administratif seperti dilarang untuk diedarkan, ditarik dari peredaran, dicabut izin edar, disita untuk dimusnahkan. Jika pelanggaran masuk pada ranah pidana, maka terhadap pelanggaran Obat dan Makanan dapat diproses secara hukum pidana.”

BPOM memiliki “kewenangan dalam melaksanakan tugas pengawasan Obat dan Makanan yang berdasarkan Pasal 4 pada Peraturan Presiden Nomor 80 tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan, BPOM mempunyai kewenangan antara lain yaitu:

1. Menerbitkan izin edar produk dan sertifikat sesuai dengan standar dan persyaratan keamanan, khasiat/manfaat dan mutu, serta pengujian obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Melakukan intelijen dan penyidikan di bidang pengawasan Obat dan Makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Pemberian sanksi administratif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Dalam “Keputusan Kepala Badan POM RI Nomor HK.00.05.21.4231 tahun 2004 tentang Perubahan atas Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 02001/SK/KBPOM tahun 2001 tentang Organisasi dan Tata kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan. Mengenai pengawasan pangan olahan, BPOM memiliki tugas dalam mengawasi periklanan di Indonesia yaitu:

1. Mengatasi lisensi dan sertifikasi industri makanan berdasarkan *good manufacturing practice*.
2. Mengadakan evaluasi produk sebelum mendapatkan izin edar di pasaran.
3. Melakukan *post marketing vigilance* termasuk *sampling* dan pengujian laboratorium, pemeriksaan sarana produksi dan distribusi, dan penegakkan hukum.
4. Melakukan pasca audit iklan pangan olahan.”

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas dapat dilihat bahwa

“BPOM sebagai lembaga yang bertanggung jawab untuk peredaran SKM sudah banyak terjadi SKM sudah mengeluarkan surat edaran terkait aturan-aturan untuk iklan SKM. Namun, BPOM terlambat dalam mengatur aturan-aturan tersebut sehingga sudah banyak terjadi kasus kesalahan penggunaan produk SKM dan kesalahpahaman mengenai produk SKM di kalangan masyarakat.”

Maka dari itu, BPOM harus lebih aktif lagi dan lebih cepat untuk menanggapi kasus-kasus serupa baik produk SKM dan produk lainnya agar tidak terjadi kasus seperti ini di masa depan. BPOM juga harus melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai SKM karena banyak masyarakat mengenai SKM karena banyak masyarakat yang sudah melihat iklan tersebut dan tidak mengetahui kegunaan dari susu kental manis yang dapat menyebabkan penggunaan SKM yang tidak benar dan membahayakan bagi masyarakat.

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan yang telah dijabarkan dalam bab-bab penulisan skripsi sebelumnya, maka Penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggung jawab pelaku usaha telah diatur dalam berbagai peraturan terkait pangan, keperdataan dan Perlindungan Konsumen. Peraturan tersebut diatur dalam “Pasal 94 ayat (1) Undang-Undang tentang Pangan, Pasal 1365 KUHPer dan Pasal 19 UUPK yang pada dasarnya menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab. Bahkan dalam regulasi tersebut menyertakan sanksi bagi PU yang tidak menjalankannya.”
2. Peran BPOM dalam peredaran SKM dapat dibagi dalam tiga (3) fungsi, peran pengaturan, pengawasan dan monitoring evaluasi. Hal ini dapat dilihat dalam aturan yang menyatakan bahwa

BPOM memiliki kewenangan dalam mengawasi produk yang akan di pasarkan yang sesuai standar persyaratan keamanan.

B. Saran

Berdasarkan pemaparan permasalahan singkat di atas, maka Penulis menarik saran yang ditujukan:

1. Bagi Pelaku Usaha

Untuk segera melakukan pertanggung jawaban atas peredaran produknya demi kebaikan pihak pelaku usaha maupun konsumen. Di sisi lain, konsumen diharapkan bersikap dengan bijak dalam menanggapi masalah ini. Konsumen diharapkan dapat memberitahukan perihal tersebut kepada pelaku usaha susu kental manis melalui suara konsumen yang terdapat pada kemasan produk.

2. Bagi pemerintah

Pemerintah perlu mengedukasi agar masyarakat itu tidak menganggap ini hal yang biasa dan segera menyadari bahwa ini bukan perkara yang sepele jadi harus bekerja keras untuk menyadarkan masyarakat. Para generasi muda membutuhkan support dari semua pihak terutama pemerintah dan juga kemenkes ataupun pihak-pihak terkait karena kesalahan persepsi ini harusnya juga kesalahan dari produsen juga. Kurangnya support dan akhirnya memang belum sampai ke masyarakat secara masif padahal ini perlu satu gerakan ataupun informasi yang benar- benar masif untuk menghentikan segera agar masyarakat itu mengetahui dampaknya bahwa menyebabkan gizi buruk atau kurang gizi kepada anak-anak di Indonesia.

IV. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Ahmadi, Miru. *Prinsip-prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2001).

Kusnardi, Moh. dan Bintar R. Saragih, *Ilmu Negara*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2001).

Shofie, Yusuf. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.)

Simatupang, Taufik H., *Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.)

Shidarta. *Pengetahuan tentang Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dan Status Sosial Media Cetak serta Perlindungan Hak-hak Konsumen dalam Iklan*, (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 1994).

Erman Rajagukguk, Nurmandjito. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Bandung: Mandar Maju, 2000).

Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. (Bandung: PT Citra Aditya Bakri, 2014).

B. Peraturan Perundang-Undangan

Indonesia, *Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan*, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 227, Tambahan Lembaga Negara Republik Indonesia Nomor 5360).

_____, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaga Negara Republik Indonesia Nomor 3821)