

PENINGKATAN MAWAS DIRI KONSUMEN MENGUNAKAN PRODUK BERLABEL HALAL

Mardiyono

Fakultas Hukum Universitas Merdeka Malang
Jl. Terusan Raya Dieng No. 62-64 Malang
E-mail: fhukum@yahoo.com

Abstract

The large quantity of goods and service produced by businessmen required customers to be more careful either to choose or to use the product, especially to the product with label 'kosher.' The action to keep on guard the product produced by businessmen did not need special clarification, not only in the practice but it also needed to pay attention on the regulation to avoid loss in using it. Once the customer did a careless thing, he or she would get an effect later. Customers had got protection for fourteen years based on the regulation No 8 year 1999. However, in progress, it required customers, stated in regulation as the last customers, to be more careful especially in consuming foreign product. Normatively, the kosher of this product had to be tested.

Key Words: Last Customers, self-correction, Product

Perdebatan mengenai masalah kewenangan pemberian sertifikasi halal terhadap suatu produk sampai saat ini masih berlangsung terus antara Pemerintah (Kemenag) dan MUI. Keadaan ini bisa membingungkan pelaku usaha yang akan mengajukan permohonan sertifikasi halal. Penting tidaknya label halal untuk suatu produk memang dirasakan penting sekali mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah umat muslim yang memang menghendaki agar tidak mengonsumsi barang-barang (makanan dan minuman) yang tidak halal alias haram. Oleh karena itu pelabelan halal ini sangat penting agar terhindar dari pemakaian produk yang tidak halal yang dilarang oleh agama.

Dengan dicantumkan label halal masyarakat khususnya muslim akan mengetahui bahwa

produk itu boleh digunakan dan tidak ada ke-sangsian sedikit pun mengenai keraguan untuk memakainya. Memang harus kita sadari bahwa pentingnya pemberian label halal ini merupakan kewajiban pengusaha dan merupakan larangan bagi pengusaha yang tidak mencantumkan label halal bagi produk yang dihasilkannya sebagaimana sudah tercantum dalam ketentuan Pasal 8(h) Undang Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pencantuman label halal penting sekali dan sifatnya "wajib" (pendapat MUI) agar masyarakat bisa mengetahui dan bisa menentukan pilihan untuk memakainya. Sedangkan menurut Pemerintah (Kemenag), pelabelan ini sifatnya "sukarela" karena dikhawatirkan bisa memukul pelaku usaha kecil dan

mikro (Jawa Pos, 2014,1). Kekhawatiran ini bisa terjadi apabila akses untuk mendapatkan label “halal” ini dirasakan menyulitkan dan berbelit sehingga dirasakan enggan untuk mengurusnya.

Apalagi untuk mendapatkan sertifikat halal dari suatu produk dipungut tarif yang besar sehingga dapat menambah biaya produksi dan akhirnya mempengaruhi harga jualnya. Kekhawatiran ini tidak perlu terjadi apabila pelaku usaha mempunyai “itikad baik” dalam memproduksi, menawarkan maupun menjamin kepentingan konsumen agar produk yang dijualnya bisa dinikmati oleh masyarakat banyak tanpa adanya keraguan sedikit pun akan produk yang digunakannya.

Urgensi Produk dan Dasar Hukum Produk Halal

Sebagaimana firman Allah SWT: “Makanlah makanan yang halal lagi baik”, demikianlah perintah Allah kepada umat Islam seperti tertera dalam Al-Qur’an dalam surat Al-Maidah ayat 88. Dalam hal ini, mengkonsumsi makanan yang halal merupakan suatu kewajiban bagi umat Islam. Namanya wajib, maka melanggar hukum itu berarti perbuatan dosa.

Namun demikian, pada masa akhir-akhir ini yang disebut dengan masa globalisasi, penetapan kehalalan suatu produk pangan tidak sederhana. Penyebabnya berbagai makanan itu telah diperlakukan sedemikian rupa sehingga bahan mentah dan campurannya pun sulit diklarifikasi. Apalagi dengan membandingkannya dengan masa sebelum teknologi berkembang pesat seperti sekarang.

Berdasarkan hal di atas, diperlukan adanya suatu jaminan dan kepastian akan kehalalan produk pangan yang dikonsumsi. Khususnya oleh umat Islam yang merupakan bagian terbesar penduduk Indonesia. dalam hal ini digarisbawahi bahwa lebih dari 89persen penduduk Indonesia adalah muslim.

Jaminan kehalalan suatu produk pangan dapat diwujudkan. Tidak saja secara substantif.

Namun demikian juga direfleksikan dalam bentuk sertifikat halal yang menyertai suatu produk pangan. Dengan sertifikat tersebut si produsen dapat mencantumkan logo halal pada kemasannya.

Masalahnya, bagaimana menjamin bahwa sertifikat halal tersebut telah memenuhi kaidah syariah yang ditetapkan dalam penetapan kehalalan suatu produk pangan. Dalam kaitan ini, secara khusus berhubungan dengan kompetensi lembaga yang mengeluarkan sertifikat, standar halal yang digunakan, serta personal yang terlibat.

Tidak hanya itu, tentang teknis sertifikasi dan auditing, dan yang tak kalah pentingnya adalah mekanisme sertifikasi halal itu sendiri. Dengan demikian, diperlukan adanya suatu standar dan sistem yang dapat menjamin kebenaran hasil sertifikasi halal. Hal ini memerlukan klarifikasi sehingga ada jaminan baik secara substantif maupun administratif bahwa produk tersebut adalah halal.

Berbagai kasus besar yang berkaitan dengan kehalalan produk pangan telah terjadi di Indonesia yang telah banyak merugikan banyak pihak dan menimbulkan keresahan masyarakat.

Misalnya saja kasus pertama terjadi pada tahun 1988 yaitu adanya issue lemak babi pada banyak produk pangan. Untuk kasus kedua adalah haramnya MSG Ajinomoto yang sebelumnya telah dinyatakan halal, ini terjadi pada tahun 2000.

Belajar dari kasus yang terjadi pada tahun 1988 tersebut maka Majelis Ulama Indonesia (MUI) berusaha berperan untuk menenteramkan umat Islam dalam masalah kehalalan produk pangan dengan cara mendirikan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika MUI (LPPOM MUI) yang bertugas untuk melakukan pengkajian kehalalan produk pangan, obat dan kosmetika.

Sebagai upaya untuk memberi kepastian mengenai kehalalan produk pangan maka pada tahun 1994 itu LPPOM MUI mulai melakukan kegiatan sertifikasi halal bagi produk pangan.

Peningkatan Mawas Diri Konsumen Menggunakan Produk Berlabel Halal

Mardiyono

Kegiatan ini ternyata masih menemui kendala karena pihak pemerintah (melalui Depkes dan Depag) sebagai pihak yang merasa berwenang dalam pengawasan pengaturan produk pangan dan kaitannya dengan halal.

Pada perkembangan berikutnya, tepatnya tahun 1996, dari berbagai pertemuan dan pembahasan maka tercapailah titik temu dimana masalah sertifikasi halal akan ditangani oleh tiga lembaga yaitu MUI, Depkes dan Depag. Ketiga lembaga tersebut menandatangani SKB (surat keputusan bersama) 3 lembaga tersebut.

Dengan bantuan kementerian negara urusan pangan maka lahir Undang-Undang Pangan pada tahun 1996 dimana masalah halal juga diperhatikan walaupun sangat disayangkan masih bersifat mengambang, atau abu-abu.

Pada perkembangan berikutnya, melalui perjuangan yang panjang yang dimotori oleh YLKI lahir pula Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mulai berlaku tahun 2000 dimana masalah label halal tercakup dalam UU ini. Sebelumnya, lahir pula Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan pada tahun 1999 dimana label halal juga diatur dalam peraturan tersebut.

Sebagaimana tercantum dalam PP No. 69 tentang Label dan Iklan Pangan, Komite Akreditasi Nasional (KAN), Badan Standarisasi Nasional (BSN) merupakan lembaga yang melakukan akreditasi terhadap lembaga pemeriksa yang akan memeriksa kebenaran pernyataan halal yang akan dicantumkan pada label suatu produk pangan.

Dengan dasar inilah BSN membentuk suatu tim Pengembangan Akreditasi Lembaga Sertifikasi Halal pada tahun 2001. Tim ini beranggotakan personil yang mewakili lembaga pemerintah (Depkan, Badan POM, Deperindag, Depag), asosiasi industri pangan, konsumen (YLKI dan Yayasan Lembaga Konsumen Muslim), perguruan tinggi, LPPOM MUI dan BSN sendiri. Tim ini telah menghasilkan standar-standar yang diperlukan dalam masalah sertifikasi halal serta sistem sertifikasi halalnya itu sendiri.

Adapun dasar hukum yang berkenaan dengan sertifikasi halal, adalah disebutkan dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 Tentang Pangan. Didalam UU No. 7 Tahun 1996 tersebut, beberapa pasal berkaitan dengan masalah kehalalan produk pangan, yaitu dalam Bab Label dan Iklan Pangan pasal 30, 34 dan 35. Bunyi pasal dan penjelasan pasal tersebut adalah sebagai berikut: Pasal 30 (1) Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan kedalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, didalam 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, e. Keterangan tentang halal, dan f. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

Penjelasan pasal 30 ayat 2 (e): keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam. Namun, pencatumannya pada label pangan baru merupakan kewajiban apabila setiap orang yang memproduksi pangan dan atau memasukkan pangan ke 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.

Selanjutnya pada Pasal 34, dinyatakan bahwa setiap orang yang menyatakan dalam label atau iklan bahwa pangan yang diperdagangkan adalah sesuai dengan persyaratan agama atau kepercayaan tertentu, bertanggungjawab atas kebenaran pernyataan berdasarkan persyaratan agama atau kepercayaan tersebut.

Pada Penjelasan dinyatakan bahwa dalam ketentuan ini, benar tidaknya suatu pernyataan

halal dalam label atau iklan pangan tidak hanya dapat dibuktikan dari segi bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, tetapi mencakup pula proses pembuatannya.

Dalam kaitan ini, perlu dicatat bahwa manakala pernyataan halal hanya tanggungjawab produsen tanpa memeriksakannya ke pihak ketiga maka hanya produsen saja yang mengetahui komposisi dan proses pembuatan produk pangan tersebut.

Manakala ada keraguan konsumen tentang produk tersebut, bagaimana konsumen mengetahui komposisi dan proses pembuatannya. Tentunya tidak sederhana. Dalam hal ini, kendatipun komposisinya tercantum dalam label, akan tetapi dari segi kehalalan ini tidak menjamin.

Dengan demikian tidak salah jika dalam hal ini UU Pangan dituduh lebih berpihak kepada produsen karena telah memberikan keleluasaan kepada produsen. Sementara itu pada konsumen sendiri berada pada pihak yang lemah karena tidak memiliki akses untuk mengetahui apa yang dikerjakan produsen (pemilihan bahan dan proses). Dengan demikian jaminan atau proteksi kehalalannya masih lemah.

Dasar hukum berikutnya sebagai penjabaran dari UU itu adalah sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor: 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Dalam hal ini ada dua pasal yang berkaitan dengan sertifikasi halal dalam PP tersebut yaitu pasal 3, ayat (2), pasal 10 dan 11.

Ketentuan dalam Pasal 3, ayat (2) menyebut bahwa Label berisikan keterangan sekurang-kurangnya: 1) Nama produk. 2) Daftar bahan yang digunakan. 3) Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke wilayah Indonesia. 4) Tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa.

Ketentuan dalam Pasal 10 menyebut bahwa: 1) Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, ber-

tanggungjawab 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.

Penjelasan pasal 10 menyebut bahwa pencantuman keterangan halal atau tulisan "halal" pada label pangan merupakan kewajiban apabila pihak yang memproduksi dan atau memasukkan pangan kedalam 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 dari mengkonsumsi 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, tetapi harus pula dibuktikan dalam proses produksinya.

Pasal 11 menyebutkan bahwa untuk mendukung kebenaran pernyataan halal sebagaimana dimaksud dalam pasal 10 ayat (1), setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas kedalam 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 sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan berdasarkan pedoman dan tata cara yang ditetapkan oleh Menteri Agama dengan memperhatikan pertimbangan dan saran lembaga keagamaan yang memiliki kompetensi di bidang tersebut.

Pada Penjelasan pasal 11, menyebut bahwa pencantuman tulisan halal pada dasarnya bersifat sukarela. Namun setiap orang yang memproduksi

Peningkatan Mawas Diri Konsumen Menggunakan Produk Berlabel Halal

Mardiyono

dan atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakannya sebagai produk yang halal, sesuai ketentuan ia wajib mencantumkan tulisan halal pada label produknya.

Untuk menghindari timbulnya keraguan di kalangan umat Islam terhadap kebenaran pernyataan halal tadi, dan dengan demikian untuk kepentingan kelangsungan atau kemajuan usahanya, sudah pada tempatnya bila pangan yang dinyatakan sebagai halal tersebut diperiksa 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. (2). Lembaga keagamaan yang dimaksudkan adalah Majelis Ulama Indonesia. Pedoman ini bersifat umum, dan antara lain meliputi persyaratan bahan, proses atau produknya.

Dasar hukum sebagai turunannya adalah pada Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 924/Menkes/SK/VIII/ 1996 Tentang Perubahan Atas keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 82/Menkes/SK/I/1996 Tentang Pencantuman Tulisan "Halal" pada Label Makanan.

Di dalam Kepmenkes ini memuat perubahan penting Kepmenkes sebelumnya, kelihatannya perubahan ini sebagai konsekwensi adanya SKB tiga lembaga yaitu Depag, Depkes dan MUI. Pasal-pasal yang berubah dan sekaligus relevan dengan masalah sertifikasi halal adalah sebagai berikut:

Pasal 8, yang menyebut bahwa produsen atau importir yang akan mengajukan permohonan pencatuman tulisan "Halal" wajib siap diperiksa oleh petugas Tim Gabungan dari Majelis Ulama Indonesia dan Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan yang ditunjuk oleh Direktur Jenderal.

Pada Pasal 10 menyebut bahwa hasil pemeriksaan sebagaimana dimaksud Pasal 8 dan hasil pengujian laboratorium sebagaimana dimaksud Pasal 9 dilakukan evaluasi oleh Tim Ahli Majelis Ulama Indonesia.

Dalam kaitan dengan hal di atas, hasil evaluasi sebagaimana dimaksud ayat (1) disampaikan kepada Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia untuk memperoleh Fatwa.

Fatwa MUI sebagaimana dimaksud ayat (2) berupa pemberian sertifikat halal bagi yang memenuhi syarat atau berupa penolakan.

Berikutnya, pada Pasal 11 dinyatakan bahwa persetujuan pencantuman tulisan "Halal" diberikan berdasarkan Fatwa dari Komisi Fatwa MUI.

Ketentuan itu disambung dengan Pasal 12, bahwa berdasarkan Fatwa dari MUI, Direktur Jenderal memberikan: Persetujuan bagi yang memperoleh sertifikat "Halal" dan pPenolakan bagi yang tidak memperoleh sertifikat "Halal". Penolakan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) b diberikan secara tertulis kepada pemohon disertai alasan.

Perlindungan terhadap Produk Dalam Negeri

Konsumen perlu dilindungi dari penggunaan produk dalam negeri terutama yang berasal dari pelaku usaha di Indonesia. Pencantuman label "halal" dan tanggal "daluwarsa" perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah. BPOM harus sering mengawasi produk-produk yang sudah lewat tanggal daluwarsa agar konsumen tidak dirugikan, di samping itu YLKI juga turut berperan aktif untuk secara rutin memberikan informasi akan hak dan kewajiban konsumen.

Pemberian potongan harga (diskon) yang sering dilakukan oleh para pelaku usaha harus diwaspadai oleh konsumen dengan memperhatikan kualitas dari produk itu dan juga apakah harga yang sudah dipotong itu layak untuk barang yang akan dibelinya karena mungkin saja sebelumnya

harganya sudah dinaikkan dulu (di "mark up") baru diadakan pemotongan. Praktek semacam ini bisa saja terjadi. Oleh karena itu konsumen harus jeli memilih barang yang akan dibelinya dan tidak hanya memperhatikan adanya potongan harganya saja yang seolah-olah harganya sudah dipotong.

Kewajiban konsumen untuk membaca aturan penggunaan dan pemakaian suatu produk kadangkala sering diabaikan oleh konsumen. Konsumen sering mengandalkan "merek" yang dia beli daripada membaca aturan pemakaian dari produk itu sehingga apabila ada produk baru dari merek yang dia beli yang cara penggunaannya ada perbedaan, maka tidak hati-hati dalam pemakaiannya sehingga cepat rusak. Kerusakan ini tentu saja dibebankan kepada pelaku usaha karena tidak memberikan petunjuk dalam pemakaian produk itu, padahal sudah tertera dalam brosur pemakaian yang dicetak dalam berbagai bahasa.

Indonesia sedang gencar-gencarnya untuk mensosialisasikan SNI ke WTO (organisasi perdagangan dunia). Dengan disosialisasikannya ke WTO (*World Trade Organization*) ini maka diharapkan penerapan standar produk yang telah disosialisasikan itu diakui oleh negara-negara yang tergabung dalam organisasi itu dan membawa dampak yang signifikan bagi produk-produk yang telah diproduksi di dalam negeri agar sesuai dengan standar yang telah ditentukan oleh pemerintah dan akibatnya produk dalam negeri bisa bersaing dengan produk dari luar negeri, sehingga kepentingan konsumen bisa teratasi dengan memakai produk-produk dalam negeri yang berstandar Internasional.

Dengan dipakainya produk dalam negeri oleh konsumen maka persaingan bertambah ketat untuk memproduksi lebih baik dan penawaran barang kepada konsumen lebih bermutu karena produk luar negeri pun akan bisa masuk ke Indonesia bila memenuhi standar yang telah ditentukan dalam SNI dan sudah menjadi kesepakatan bersama agar produk itu disesuaikan dengan standar yang juga telah diterima oleh WTO.

Konsumen dididik agar memilih produk yang berkualitas karena banyak produk yang akan membanjiri suatu negara sehingga kejelian dalam memilih produk diharapkan agar bisa menjadi harapan yang diinginkan oleh konsumen, karena persaingan menjadi sangat ketat dalam pasar dan produk luar negeri akan bersaing dengan produk dalam negeri yang mempunyai kualitas yang sama.

Konsumen yang merasa bangga dengan produk branded luar negeri akan berkurang karena produk dalam negeri pun bisa bersaing dengan produk luar negeri dan akan menggeser produk impor, kecuali produk-produk yang sudah lama terkenal di Indonesia dan sudah mempunyai nama secara internasional. Mungkin juga produk-produk baru yang ber SNI akan menjadi berkurang jumlahnya dalam pemakaian oleh konsumen bila konsumen rendah kesadarannya untuk mempergunakan produk-produk yang berstandar.

Dengan dikeluarkannya Keppres Nomor: 7 Tahun 1989, telah dibentuk Dewan Standarisasi Nasional (DSN) dan telah diadopsipula ISO 9000 oleh DSN maka dua kepentingan yaitu pelaku usaha dan konsumen bisa dijalankan dengan seimbang yaitu bagi kepentingan perusahaan adalah tetap menjaga untuk produk yang dihasilkan sedangkan bagi konsumen adalah kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan mutu yang terjamin.

Oleh karena itu Departemen Perindustrian dan Perdagangan harus selalu mengawasi produk impor maupun ekspor yang diberlakukan ketentuan: 1) Standar komoditi ekspor tidak boleh lebih rendah daripada SNI, yang berarti standar komoditi ekspor mempergunakan SNI atau dengan sertifikasi tambahan non mandatory bila diperlukan. 2) Standar komoditi impor minimal harus memenuhi SNI dan standar nasional negara yang bersangkutan (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004, 69).

Dengan demikian penerapan SNI dan ISO 9000 dapat tercipta keseragaman kualitas barang

yang diperdagangkan dan dapat terjaminnya standar keamanan dalam memakai produk tadi.

Sosialisasi ke WTO harus terus menerus dilakukan karena produk kita supaya dihargai sama dengan produk luar negeri dan tidak hanya mengejar target tertentu saja misalnya sebelum ada pertemuan masyarakat Ekonomi ASEAN (*ASEAN Economic Community*). Memang tindakan ini lebih baik karena dengan diakuinya SNI di WTO maka negara-negara yang menjadi anggota WTO tentu harus mematuhi ketentuan SNI apabila produknya akan diekspor ke Indonesia dan yang lebih penting lagi adalah kesiapan pelaku usaha di dalam negeri untuk menyesuaikan produknya dengan SNI.

Kesadaran pelaku usaha untuk menghasilkan produk sesuai SNI memang suatu keharusan karena apabila tidak sesuai maka produknya tidak bisa bersaing dan bisa diambil tindakan oleh pemerintah yaitu bisa berupa pencabutan atau larangan beredar. Oleh karena itu dengan adanya persaingan produk yang beredar maka lebih menguntungkan konsumen karena variasi dari produk lebih banyak lagi dan pilihan konsumen terhadap suatu produk yang terjaga mutunya makin banyak lagi.

Di samping itu kejelian konsumen masih diuji dengan penawaran yang menggiurkan dari pelaku usaha agar produknya dipilih. Berbagai cara ditempuh oleh pelaku usaha agar produknya bisa terjual dengan cepat. Oleh karena itu meskipun tidak ada keraguan tentang mutunya tetapi masih ada lagi perhatian konsumen dalam pembelian produk itu yaitu mengenai bentuk fisik produk atau kesesuaian antara jaminan yang diberikan dengan keadaan sebenarnya produk itu sehingga konsumen tidak sia-sia menggunakannya dan terjamin keamanannya.

Perlindungan terhadap Produk Luar Negeri

Produk luar negeri yang diimpor oleh para pelaku usaha di dalam negeri banyak sekali macamnya. Produk-produk itu harus menyesuaikan

dengan keadaan suatu negara, termasuk mengenai standar yang telah ditetapkan oleh negara itu. Demikian juga mengenai produk halal harus ada keterangan bahwa produk itu benar-benar halal baik pengolahannya maupun tata cara pengepakannya semua harus memenuhi aturan yang telah ditentukan dalam agama. Mengingat Indonesia penduduknya adalah muslim dan terbesar di dunia maka semua produk makanan dan minuman harus halal. Kehalalan suatu produk telah disinggung di atas dalam kasus impor daging sapi (Tempo, 2014, 29).

Dengan didaftarkannya produk Indonesia yang ber-SNI ke WTO maka negara-negara anggota WTO wajib mematuhi dan melaksanakannya. Penerapan non tariff barrier seperti SNI ini membawa dampak yang besar sekali terhadap industri dalam negeri untuk bisa bersaing dengan produk luar negeri terutama pada tahun 2015 yang akan diberlakukan Masyarakat Ekonomi ASEAN yang akan membawa dampak bebasnya produk-produk negara ASEAN untuk memasuki pasar Indonesia. Masuknya produk-produk itu harus sesuai dengan SNI yang diterima oleh WTO dari pendaftaran kita.

Pemberian informasi mengenai produk-produk yang harus ber-SNI harus diperhatikan dan dipahami betul oleh kalangan pelaku usaha agar bisa tetap eksis dan tetap bisa memasarkan produknya di pasaran baik di dalam maupun yang akan diekspor ke luar negeri. Standarisasi penting bagi pelaku usaha agar memberikan produknya sesuai dengan standar pasar.

Mengenai produsen dari luar negeri yang tidak berkedudukan di Indonesia dan tidak mempunyai perwakilan di Indonesia maka mereka sendiri yang mengaturnya misalnya dalam perdagangan *E-Commerce* maka pihak "*merchant*" yang menentukan cara penyelesaiannya sendiri dan biasanya sudah ditentukan sendiri pengadilan yang akan menyelesaikan kasusnya bila timbul masalah di kemudian hari dengan konsumen, dan konsumen harus tunduk dengan ketentuan semacam ini.

Apabila produsen telah mempunyai perwakilan di Indonesia maka tidak susah bagi konsumen untuk berhubung dengan perwakilannya ini dan harus tunduk dengan hukum Indonesia.

Apabila pelaku usaha melakukan kesalahan dalam memproduksi sehingga mengakibatkan suatu produk cacat dan merugikan konsumen maka yang baik dilakukan oleh konsumen adalah apakah perbuatan itu termasuk wanprestasi atau perbuatan melawan hukum. Konsumen bisa menggugat pelaku usaha melalui kedua jalur itu dan sekarang perbuatan pelaku usaha bisa dimasukkan yang mana.

Antara konsumen yang melakukan transaksi sendiri dengan konsumen lain yang tidak mempunyai tanda bukti transaksinya maka cara menyelesaikannya juga berbeda. Apabila konsumen sebagai pemakai akhir barang dan atau jasa itu mempunyai tanda pembelian dari pelaku usaha maka bisa menggugatnya langsung dengan cara pelaku usaha telah melakukan wanprestasi, tetapi apabila konsumen tidak mempunyai alat bukti transaksi maka bisa melalui jalur perbuatan melawan hukum.

Tidak sedikit penyelesaian kasus antara pelaku usaha dengan konsumen diselesaikan melalui jalur di luar pengadilan dengan jalan musyawarah untuk menentukan ganti rugi yang harus diberikan kepada konsumen dan jalan ini bisa dijalankan lebih efisien karena kedua belah pihak tidak perlu datang ke pengadilan yang mungkin akan memakan waktu yang cukup lama. Penyelesaian di luar pengadilan memang banyak disukai tidak hanya oleh konsumen tetapi juga pelaku usaha karena berperkara di pengadilan menyita waktu pelaku usaha dan menambah bebannya apabila perkara itu dimenangkan oleh konsumen.

Memang penyelesaian harus di luar pengadilan yang dilakukan sepihak oleh pelaku usaha biasanya sering membawa hasil yang positif karena perundingan kedua belah pihak tidak seperti yang dilakukan di pengadilan dan BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen). Meskipun penye-

lesaian melalui BPSK bisa dilakukan dengan cara mediasi, arbitrase, maupun konsiliasi. Cara ini bisa agak lama karena penyelesaian melalui tiga cara tadi tetapi masih bisa juga disampaikan keberatan ke pengadilan apabila putusan dari BPSK dirasa merugikannya, dan apabila cara ini dilakukan maka prosedur selanjutnya adalah tata cara penyelesaian yang ditempuh sama dengan penyelesaian kasus di pengadilan.

Penyelesaian kasus yang diuraikan di atas adalah penyelesaian kasus dalam perkara perdata, tetapi apabila sudah memasuki kasus pidana misalnya saja konsumen sampai meninggal dunia maka harus dibuktikan di pengadilan bahwa kesalahan itu adalah kesalahan pelaku usaha dan pengadilan bisa memberikan sanksi pidananya.

Dalam hal ini, yang penting dalam suatu kasus perlindungan konsumen adalah masalah pembuktiannya. Apabila pelaku usaha bisa membuktikan bahwa dia tidak bersalah dengan "sistem pembuktian terbalik" seperti yang dianut dalam UUPK maka dia bisa meminta "rehabilitasi" di pengadilan agar namanya di "putihkan" kembali sehingga masyarakat konsumen bisa mempercayainya dan bisa melanjutkan produksinya kembali.

Penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen terutama konsumen kecil sangat berbeda. Konsumen kecil "bisa" menganggap kerugian akibat penggunaan produk dari pelaku usaha itu sebagai suatu gangguan kecil dalam kesehatannya dan biasanya langsung dibawa ke dokter apabila dalam menggunakan produk dari pelaku usaha tersebut dia merasa sakit, tetapi ada juga yang langsung membawa kasusnya ke polisi apabila sakitnya tadi tidak bisa disembuhkan dan sakitnya tadi memang akibat memakai produk dari pelaku usaha.

Konsumen kecil yang saya contohkan tadi adalah salah satu contoh saja karena di sini dipengaruhi juga oleh tingkat pendidikan dan kemampuan di bidang ekonomi. Untuk masyarakat kecil berperkara dalam kasus perlindungan kon-

sumen seperti yang diatur dalam UUPK adalah kecil kemungkinannya karena masyarakat kecil lebih menginginkan cara-cara yang praktis dan efisien tanpa dituntut untuk mengeluarkan ongkos yang mahal dalam menyelesaikan setiap kasusnya.

Memang kalau kita bandingkan dengan negara Amerika, maka di Indonesia gerakan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen lebih terbatas meskipun upaya itu telah dilakukan dan terutama setelah diberlakukannya UUPK. Seperti di AS ada FDA (*Food and Drugs Administration*) yang di Indonesia bisa disejajarkan dengan BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional). FDA ini mempunyai otoritas yang lebih luas daripada BPKN yaitu bisa mengawasi dan menegur langsung ke perusahaan yang melakukan pelanggaran, dan apabila tidak diindahkan teguran itu bisa mengambil tindakan yaitu membawa perkara itu ke pengadilan.

Pengaturan dari dua lembaga tadi memang berbeda karena perkembangan peraturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen ada banyak perbedaan.

Relevansinya Asas Keseimbangan

Dalam rangka penyesuaian kepentingan kedua belah pihak antara produsen dan konsumen maka diperlukan usaha untuk meningkatkan kesadaran kedua pihak agar tercipta hubungan yang harmonis yang tidak hanya mengejar kepentingan semata tetapi juga memperhatikan harkat dan martabat masing-masing pihak.

Sebagaimana telah kita ketahui bersama bahwa kepentingan pelaku usaha adalah mengejar keuntungan dengan menawarkan produknya di pasar, sedangkan kepentingan konsumen adalah dapat memakai dan menggunakan produk itu secara aman, dan nyaman sesuai ketentuan yang diberikan oleh pelaku usaha.

Jangan sampai pelaku usaha dengan prinsip ekonominya yang berusaha agar dengan modal

seminimal mungkin untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dilakukan dengan cara tidak wajar dan merugikan konsumen. Oleh karena itu pemberdayaan konsumen sangat penting dan pemerintah harus melakukan usaha pemberdayaan ini agar dapat mendorong terciptanya kesadaran konsumen untuk melaksanakan hak-haknya seperti telah diatur dalam UUPK.

Upaya pemberdayaan konsumen harus terus dilakukan terutama pada konsumen menengah dan kecil karena di tingkat inilah tingkat pendidikan konsumen dirasakan sangat rendah sehingga usaha untuk memberdayakan konsumen dirasakan sulit sekali dan pada tatanan inilah konsumen merasa enggan untuk mempertahankan hak-haknya.

Usaha untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha agar dalam proses produksi memperhatikan kepentingan konsumen memang tidak mudah untuk dilakukan, tetapi ada juga pelaku usaha yang menyadari akan kepentingannya untuk menjual produknya dengan meminta kepada pemerintah agar melakukan usaha-usaha yang pro aktif untuk bisa mencegah konsumen melakukan kesalahan. Usaha ini telah dilakukan dalam penggunaan BBM bersubsidi yang dilakukan oleh konsumen.

Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) telah mengusulkan kepada Pemerintah agar subsidi Bahan Bakar Minyak (BBM) dihapus untuk semua jenis mobil. Pendapat ini dikemukakan karena masih adanya konsumen mobil murah ramah lingkungan yang menggunakan bahan bakar bersubsidi. Tanggapan pelaku usaha yang sering disalahkan karena produknya masih ada yang menggunakan BBM bersubsidi. Kesadaran pelaku usaha seperti ini perlu diberikan simpati karena seperti tanggapan pemerintah melalui Menteri Perindustrian bahwa hal itu masih dianggap kecil (Jawa Pos, 2014, 1).

Timbulnya kesadaran pelaku usaha yang secara tidak langsung masih menyalahkan konsumen dalam menggunakan BBM bersubsidi untuk pem-

belian produk yang dihasilkannya ini mengisyaratkan bahwa mereka mulai resah karena harapan yang diinginkan tidak sesuai dengan keinginannya dalam penjualan produknya meskipun mereka sudah berupaya agar konsumen tetap membeli BBM non subsidi.

Adanya itikad baik harus dimiliki oleh pelaku usaha maupun konsumen mengisyaratkan adanya kehati-hatian dalam pemenuhan suatu kepentingan. Unsur ini harus ada pada diri pelaku usaha yang melakukan proses produksi untuk menghasilkan barang dan atau jasa maupun konsumen yang mempergunakan barang dan atau jasa itu setelah ada di pasar. Prinsip ini harus dijalankan secara jujur dan bertanggungjawab agar kepentingan kedua belah pihak bisa dijalankan dengan baik.

Selain di dalam UUPK (UU No. 8/1999) ketentuan mengenai itikad baik telah dicantumkan dalam Pasal 1338 (3) BW bahwa semua perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Baik konsumen maupun pelaku usaha keduanya harus menyadari untuk tidak mendahulukan kepentingannya masing-masing. Asas keamanan dan keselamatan konsumen harus menjadi target utama dalam pembuatan suatu produk sehingga konsumen bisa memakai produk dari pelaku usaha tanpa didahului dengan kecurigaan mengenai dampak yang mungkin akan timbul di kemudian hari.

Pengorbanan dalam memproduksi suatu produk yang didasari oleh kepentingan yang besar untuk memajukan usahanya agar bisa diterima oleh masyarakat dan tidak menimbulkan kerugian pada konsumen merupakan factor utama dalam setiap kegiatan usaha yang akan dilakukan oleh produsen dalam setiap penawarannya kepada masyarakat konsumen.

Pemerintah harus terus berupaya agar UUPK bisa dijalankan dengan baik oleh kalangan pengusaha dan konsumen. Konsumen harus diberdayakan agar dalam memakai produk dari pelaku usaha bisa mendapatkan hak-haknya sesuai ketentuan Undang-Undang.

Pelaku usaha kecil dan industri rumah tangga harus mendapatkan porsi pembinaan dan pendidikan yang cukup agar mereka tidak menjual produknya tidak menurut selera mereka sendiri. Pelaku usaha produksi industri rumahan tidak menyadari bahwa ketentuan-ketentuan tentang perlindungan konsumen harus diberikan kepada konsumen terutama dalam berproduksi secara halal dan memberikan informasi yang jelas tentang batas waktu penggunaan produk itu.

Industri kecil dan rumah tangga sering kita jumpai tidak mematuhi ketentuan berproduksi secara halal, karena tulisan halal selalu ada salam produk yang mereka buat dan kita tidak mengetahui proses pembuatannya, bahannya, dan proses produksi lainnya dan yang kita ketahui produk makanan atau minuman yang dibuat tadi sudah dalam bentuk jadi dan siap untuk dikonsumsi oleh konsumen. Mereka mungkin tidak mengetahui atau tidak mengindahkan tata cara berproduksi secara halal dan juga pelabelannya, dan yang sering kita ketahui pemberian merk dan kata "halal" sudah ada sejak produk itu dijual di pasar.

Contoh kasus adalah dalam penjualan kain "jarik" di pasar pada waktu puasa menjelang hari raya "Idul Fitri". Seorang pedagang menawarkan produknya berupa "jarik" yang bermotif batik kepada para konsumen. Penjualnya telah menawarkan bahwa produk yang ditawarkan tadi tidak luntur dan bisa diuji luntur atau tidak dengan cara memberi sedikit air di ujung jarik tadi.

Dari tempat penjual menjajakan jualannya itu memang sekitar 10 meter ada kamar mandi (M.C.K) yang bisa digunakan oleh pembeli untuk menguji barang dagangan (produk) tadi apakah memang tidak luntur, sesuai dengan janji penjual tadi dan anehnya tidak ada pembeli yang menggunakan haknya dan bersedia untuk mengujinya sehingga banyak konsumen yang membeli meskipun dalam jumlah banyak tidak pernah mencoba untuk melakukan test uji coba produk yang akan dibelinya sesuai janji dari penjualnya bahwa produknya dijamin "tidak luntur".

Memang masih banyak contoh lainnya yang menunjukkan bahwa sebenarnya pelaku usaha sudah memberikan kesempatan untuk menguji produknya apakah sesuai dengan janji atau jaminan yang dijamin oleh pelaku usaha atau tidak tetapi konsumen sendiri telah mengabaikannya atau lupa untuk mencobanya sehingga yang terjadi adalah barang yang sudah dibeli oleh konsumen tidak bisa dikembalikan lagi meskipun produk yang dibelinya tidak sesuai dengan jaminan yang diberikan oleh produsen.

Kesadaran berperilaku sebagai konsumen yang baik sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan harus dijalankan agar tidak terjerumus dalam kesesatan yang bisa merugikannya dan akhirnya bisa membebani baik secara ekonomi maupun dalam bentuk fisik (jasmani).

Keinginan agar memperoleh kepuasan secara instan memang sering merugikan diri sendiri apalagi keinginan yang diharapkan tidak sesuai dengan harapannya. Keinginan konsumen untuk memperoleh hak-haknya terkadang sudah lupa dengan jaminan yang diberikan oleh pelaku usaha misalnya sebagai konsumen apakah akan mengembalikan barang yang sudah dibelinya dalam waktu yang lama tetapi belum sampai batas waktu yang dijamin ternyata barang itu rusak.

Dalam hal di atas, maka di sini konsumen akan mengembalikan kepada pelaku usaha yang menjualnya sudah tidak mempunyai alat bukti transaksi yang telah dilakukannya dan sudah hilang karena sudah terlalu lama barang itu digunakannya. Permasalahan seperti inilah yang memaksa konsumen malas untuk menegakkan hak-haknya yang sebenarnya telah dijamin oleh Undang-Undang.

Timbulnya kesadaran pelaku usaha dalam berusaha harus dikaitkan dengan diberlakukannya ketentuan Undang-Undang Nomor: 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang jelas-jelas meng-

atur mengenai tindakan pelaku usaha dan memproduksi barang dan atau jasa untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Pelaku usaha yang melakukan usahanya harus benar-benar mengetahui peraturan dalam bab III mengenai Perjanjian yang Dilarang yang apabila dilanggar oleh pelaku usaha maka akan dapat merugikan konsumen karena ketentuan-ketentuan itu akan menyebabkan konsumen tidak mempunyai kesempatan untuk melaksanakan hak-haknya secara wajar.

Dilarangnya perjanjian-perjanjian itu karena dapat menimbulkan iklim anti persaingan dalam dunia usaha. Oleh karena itu pemerintah berkewajiban agar senantiasa menjaga iklim persaingan sehat tetap berlangsung. Persaingan tidak sempurna apabila terjadi maka diperlukan prinsip solidaritas dari pemerintah. Melalui prinsip ini dimungkinkan negara turut campur yang sebenarnya bersifat privat dengan alasan demi tetap terpeliharanya kehidupan bersama.

Penutup

Bahwasanya hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha harus seimbang. Pelaku usaha tidak hanya menghasilkan produknya saja untuk digunakan masyarakat tetapi harus memberikan informasi yang jelas, benar, dan transparan kepada konsumen agar konsumen tidak mudah dirugikan. Kepentingan kedua belah pihak telah diatur dalam UUPK tetapi pelaksanaan ketentuan dari UU itu dibebankan kepada itikad baik dari pelaku usaha dan konsumen.

Pemerintah berkewajiban untuk memberikan pembinaan baik kepada konsumen maupun pelaku usaha agar kedua belah pihak bisa menjalankan ketentuan UU itu dengan benar. Peran pelaku usaha harus dijalankan secara maksimal untuk melakukan proses produksi sesuai dengan ketentuan yang ditentukan dengan memperhatikan kepentingan konsumen agar produknya bisa diterima

dan diakui oleh masyarakat konsumen yang berdampak pula pada kelangsungan dalam proses produksi dan membawa citra baik kepada perusahaannya.

Iklim usaha yang baik sebenarnya tercipta karena adanya hubungan yang sehat antara konsumen dan pelaku usaha akan membawa kelangsungan untuk saling membutuhkan agar setiap produk dari pelaku usaha dapat dengan mudah untuk bisa diterima oleh konsumen.

Dengan meningkatnya kualitas sumber daya manusia akan membawa dampak yang harmonis dan tidak timbul kecurigaan dalam hubungan itu, sehingga pengaturan yang seimbang dalam UUPK bisa dijalankan dengan baik tanpa memandang salah satu pihak lebih “superior” dari yang lain.

Pemberlakuan ketentuan-ketentuan dalam UUPK harus dijiwai dengan semangat kekeluargaan agar timbul kesadaran yang tinggi di antara kedua pihak dan menghindarkan diri untuk saling menyalahkan agar benar-benar terjadi keadilan yang bisa dirasakan oleh keduanya.

Penyelesaian kasus-kasus yang tidak mengacu kepada kepentingan kedua belah pihak sebaiknya dihindari karena akan membawa dampak kepada hubungan yang saling membutuhkan yang telah tercipta selama ini dan akan berdampak pada kehidupan yang akan datang.

Pemberdayaan konsumen memang dirasakan lebih mengena ke sasaran yang positif karena konsumen dalam posisi yang lebih lemah bila dibandingkan dengan pelaku usaha karena konsumen dalam posisi yang lebih rendah dalam penguasaan informasi yang dibutuhkan dalam

mengonsumsi produk dari pelaku usaha sehingga apabila dalam keadaan seperti itu maka konsumen perlu mendapatkan perlindungan terutama apabila ada kesengajaan dari pelaku usaha untuk tidak memberikan informasi yang benar dan ada yang sengaja ditutup-tutupi sehingga konsumen tidak berdaya karena kurangnya informasi tadi.

Daftar Pustaka

- Hartono, Sri Redjeki, 2000, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Kerangka Era Perdagangan Bebas*, dalam Husni Syawali dan Neni Sari Imaniyati, Mandar Maju, Bandung.
- Miru, Ahmadi, dan Sutarman Yodo, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta.
- Shofie, Yusuf, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bhakti, Bandung.
- Peraturan Perundang-Undangan
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlyk Wetboek).
- Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang *Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*.
- Majalah dan Surat Kabar
- Tempo, 24 Pebruari- 2 Maret 2014
- Jawa Pos, 4 Maret 2014
- Jawa Pos, 2 April 2014