

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP INFORMASI PADA LABEL MINUMAN BERSODA “S”

A Reydo Emedyarta

Fakultas Hukum Universitas Surabaya

reydoubayahukum@yahoo.com

Abstrak – Menurut Penjelasan Umum Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UU Perlindungan Konsumen), faktor utama yang menjadi penyebab eksploitasi terhadap konsumen yang sering terjadi adalah masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya. Ada berbagai macam bentuk hal-hal perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sesuai yang telah di atur dalam pasal 8 UU Perlindungan Konsumenterkait dengan huruf “b” pada pasal 7 UU Perlindungan Konsumen tentang pemberian informasi yang benar, jelas, dan jujur. Hal tersebut menjadi point terpenting bagi perlindungan konsumen karena banyak sekali pelaku usaha yang menawarkan produk/jasa memberikan informasi yang menyesatkan. Hal tersebut ada pada pada label pada produk minuman berkarbonasi atau sering disebut *soft drink* yang bermerek S, pada label botol minuman bertuliskan “Jadikanlah Minuman Ini Bagian Dari Hari-Harimu, Kesegarannya Mampu Pikiranmu Kembali Plong”. Hal demikian dikarenakan zat-zat yang terkandung dalam minuman bersoda tersebut antara lain sebagai contoh adanya kandungan pemanis buatan dalam minuman tersebut yang apabila diminum secara berlebihan dapat menyebabkan diabetes, asam fosfat yang diklaim dapat menjadi salah satu penyebab terbesar masalah gangguan pada ginjal manusia, Bisphanol A yang terkandung pada kaleng minuman bersoda dapat mengakibatkan penyakit jantung, kanker, dan cacat pada anak, serta asam sitrat yang membuat rasa pada minuman tersebut menjadi lebih kuat ternyata dapat menyebabkan korosi pada tulang dan gigi. Hal tersebutlah yang dapat menjadi identifikasi bahwa pengkonsumsian minuman bersoda tersebut apabila diminum secara berlebihan dan secara terus menerus di konsumsi setiap hari akan memiliki dampak negatif yang tak pernah di informasikan kepada konsumen minuman bersoda S tersebut atas menyebarnya berbagai isu terhadap minuman bersoda tersebut.

Kata Kunci: Dampak Minuman Bersoda, Dampak Promosi Perusahaan Bagi Konsumen, Pengertian *Mere Puff*

Abstract – According to General Explanation of Act No. 8 of 1999 on the protection of consumers (Consumer Protection Act), the main factor that causes frequent exploitation of consumers is still low level of consumer awareness of their rights. There are various forms of things prohibited acts for businesses in accordance with their business which has been set in Article 8 Protection Act Konsumenterkait with the letter " b " in Article 7 of the Consumer Protection Act regarding the provision of correct information, clear, and honest. It became the most important point for consumer protection because a lot of businesses that offer products/services provide misleading information. It is on the label on the product or carbonated beverages often called S branded soft drink, the bottle label reads" Kids Make It Part Of Your days, freshness Able Thoughts Back Plong". It was caused by the substances contained in the soft drinks among other things, for example that it contains artificial sweeteners in these drinks, which, if taken in excess can lead to diabetes, phosphoric acid which is claimed to be one of the biggest causes of problems in the human kidney disorders, Bisphenol A contained in cans of soft drinks can lead to heart disease, cancer, and defects in children, as well as citric acid that makes the drink taste becomes stronger it can cause corrosion in the bones and teeth. This is exactly what can be identified that the consumption of soft drinks if drunk excessively and continuously consumed each day will have a negative impact on the never inform consumers of soft drinks over the spread of the S issues to the soft drinks .

Key Words: *Carbonated Drinks Impact, Impact Promotions For Consumer Companies, Understanding Mere Puff*

PENDAHULUAN

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama, karena pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini banyak bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen di Tanah Air, baik melalui promosi, iklan maupun penawaran secara langsung. Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang/jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi objek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya. Menurut Penjelasan Umum Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (UU Perlindungan Konsumen), factor utama yang menjadi penyebab eksploitasi terhadap konsumen sering terjadi adalah masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya.

Dalam pandangan Sudaryatmo kondisi tersebut memperlihatkan bahwa masalah perlindungan konsumen merupakan masalah yang sangat pelik karena konsumen tidak hanya dihadapkan keadaan untuk memilih apa yang diinginkan (apa yang terbaik), melainkan juga pada keadaan ketika dia tidak dapat menentukan pilihannya sendiri karena pelaku usaha memonopoli segala macam kebutuhan konsumen dalam menjalani kehidupan sehari-hari.¹

Berdasarkan Undang-undang perlindungan konsumen pasal 1 angka 1 disebutkan bahwa “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus. Memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen. Dengan adanya UU Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan oleh pelaku usaha.

Adapun tujuan di dalam Undang-undang Perlindungan konsumen tersebut yang ada pada pasal 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sebagaimana tujuan perlindungan konsumen adalah

¹ Susanto Happy, **Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan**, Visi Media, Yogyakarta, 2008, hlm. 3.

untuk mengangkat harkat hidup dan martabat konsumen, dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, segala perbuatan yang melanggar hak konsumen harus dihindari. Pelaku usaha perlu memperhatikan apa saja perbuatan-perbuatan yang dilarang menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Ada berbagai macam bentuk hal-hal perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sesuai yang telah di atur dalam pasal 8 UU Perlindungan Konsumenterkait dengan huruf “b” pada pasal 7 UU Perlindungan Konsumen tentang pemberian informasi yang benar, jelas, dan jujur. Hal tersebut menjadi point terpenting bagi perlindungan konsumen karena banyak sekali pelaku usaha yang menawarkan produk/jasa memberikan informasi yang menyesatkan .

Hal tersebut ada pada label pada produk minuman berkarbonasi atau sering disebut *soft drink* yang bermerek sprite, pada label botol minuman berperisa jeruk lemon dan lime berkarbonasi tersebut ada kata-kata yang bertuliskan “Jadikanlah Minuman Ini Bagian Dari Hari-Harimu, Kesegarannya Mampu Pikiranmu Kembali Plong”. Tulisan yang dapat diartikan sebagai suatu “slogan” atau “*mere a puff*” tersebut memiliki pengertian yang menyesatkan, tidak benar, tidak logis, dan tidak mendasar karena secara tidak langsung mengajak atau menginformasikan produk tersebut kepada konsumen bahwa produk tersebut mengajak konsumen untuk meminum, minuman ini setiap hari karena minuman ini mampu membantu pikiranmu kembali plong. Slogan pada label tersebut tersebut dikatakan menyesatkan karena tidaklah benar pengkonsumsian minuman bersoda tersebut baik diminum oleh tubuh setiap harinya karena secara tidak langsung dapat mengakibatkan penyakit-penyakit yang timbul di kemudian hari bila diminum secara berkelanjutan atau pun diminum setiap hari.

Hal demikian dikarenakan zat-zat yang terkandung dalam minuman bersoda tersebut anatara lain sebagai contoh adanya kandungan pemanis buatan dalam minuman tersebut yang apabila diminum secara berlebih dapat menyebabkan diabetes, asam fosfat yang diklaim dapat menjadi salah satu

penyebab terbesar masalah gangguan pada ginjal manusia, Bisphanol A yang terkandung pada kaleng minuman bersoda dapat mengakibatkan penyakit jantung, kanker, dan cacat pada anak, serta asam sitrat yang membuat rasa pada minuman tersebut menjadi lebih kuat ternyata dapat menyebabkan korosi pada tulang dan gigi. Hal tersebutlah yang dapat menjadi identifikasi bahwa pengkonsumsian minuman bersoda tersebut apabila diminum secara berlebihan dan secara terus menerus di konsumsi setiap hari akan memiliki dampak negatif yang tak pernah di informasikan kepada konsumen minuman bersoda Sprite tersebut atas menyebarnya berbagai isu terhadap minuman berseoda tersebut.

Serta hal ini di perkuat setelah di adakannya penelitian Sebuah studi yang dilakukan dari Creighton University, Nebraska, AS, pada 2001, ditemukan jumlah kalsium dalam tubuh akan berkurang setelah mengonsumsi minuman berkarbonasi yang memiliki kafein tinggi. Sebuah studi pada 2006 juga menyatakan, bahwa wanita yang mengonsumsi minuman bersoda tiga kali dalam seminggu selama bertahun-tahun akan memiliki kepadatan tulang yang lebih rendah bila disbanding dengan wanita yang lebih banyak minum air putih. Bahan aditif seperti pengawet, pewarna (dalam minuman berkarbonasi tertentu, digunakan pewarnaalami dari gula karamel) dan zat perisa. Minuman bersoda juga mengandung banyak gula. Dalam sekaleng soda sedikitnya terdapat sembilan sendok teh gula. Padahal, kebutuhan gula dalam tubuh kita tak boleh melebihi empat sendok teh perhari.²

Hal tersebut secara tidak langsung melanggar undang-undang Perlindungan Konsumen karena tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan pada label tersebut, yang menjadi permasalahan apakah penawaran berupa slogan tersebut dapat disebut atau di artikan menjadi suatu janji yang ditawarkan pada konsumen sehingga munculnya suatu perjanjian antara konsumen dengan pelaku usaha. Dan tidak hanya melanggar ketentuan yang ada pada UU perlindungan konsumen hal tersebut jugalah melanggar ketentuan pada Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan terkait pada pasal 5 Peraturan Pemerintah tersebut.

Hal demikian dapat juga dianggap, serta dikaitkan dengan kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar. Dan memang benar

² Analisa Minuman Bersoda, <http://www.gedoor.com/wp/content/uploads/2011/10/analisis.pdf>, di akses tanggal 19 juni 2013.

minuman bersoda atau sering disebut *soft drink* tersebut telah memiliki sertifikat lulus uji pangan dari BPOM dengan nomor register BPOM RI MD 2500010126349. Tapi apakah benar bahwa meminum minuman ini baik di konsumsi setiap hari sesuai dengan slogan yang tertera pada label tersebut.

METODE PENELITIAN

a. Tipe Penelitian

Berdasarkan permasalahan hukum yang telah diuraikan di atas tersebut, maka tipe penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah Yuridis Normatif. Yang dimaksud dengan metode yuridis normatif adalah suatu penelitian yang didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan literatur-literatur lainnya yang berkaitan dengan pokok bahasan sebagai bahan pendukung.

b. Pendekatan Masalah

Sehubungan dengan tipe penelitian yang digunakan yakni Yuridis Normatif, maka penulisan skripsi ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan secara (*statute approach*) dan (*conseptual approach*). Yang dimaksud dengan pendekatan secara *statute approach* yaitu pendekatan yang dilakukan dengan mengidentifikasi serta membahas peraturan perundang-undangan yang berlaku berkaitan dengan materi yang dibahas. Peraturan perundang-undangan yang dalam hal ini adalah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Peraturan Pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Sedangkan pendekatan secara *conseptual approach* yaitu suatu pendekatan yang diperoleh melalui literatur-literatur dan bahan bacaan lainnya sebagai teori pendukung dari pembahasan skripsi.

c. Bahan Hukum Atau Sumber Hukum

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan dua bahan hukum yaitu bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Proposal ini berupa bahan Hukum primer dan bahan Hukum sekunder.

Bahan Hukum Primer adalah bahan Hukum yang bersifat mengikat, terdiri dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, dalam hal ini adalah Kitab

Undang-undang Hukum Perdata, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Peraturan Pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

Sedangkan bahan hukum sekunder itu diartikan sebagai bahan hukum yang tidak mengikat tetapi menjelaskan mengenai bahan hukum primer yang merupakan hasil olahan pendapat atau pikiran para pakar atau ahli yang mempelajari suatu bidang tertentu secara khusus yang akan memberikan petunjuk ke mana peneliti akan mengarah, seperti doktrin-doktrin yang ada di dalam buku, jurnal hukum dan internet.

d. Langkah Penelitian

Langkah pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan cara mempelajari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen beserta menginventarisasi bahan-bahan hukum yang berhubungan dengan pokok bahasan dalam penulisan, mengklasifikasi (mengelompokkan) bahan hukum yang telah diinventarisasi sesuai dengan kebutuhan penulisan dan mengurutkan (sistematisasi) bahan hukum tersebut. Langkah menganalisis bahan hukum untuk memperoleh jawaban atas permasalahan digunakan penalaran yang bersifat deduksi (dari argumentasi umum ke khusus) yang berawal dari bahan hukum dan dikaitkan dengan pokok permasalahan pada kasus perlindungan konsumen yang terjadi dan dibahas dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya yang masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh tingkat pendidikan konsumen yang masih rendah. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen memberikan landasan baru bagi pemberdayaan konsumen di Indonesia melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Pada label minuman tersebut tidak memberikan penjelasan mengenai dampak berbahaya bagi tubuh manusia jika dikonsumsi secara berlebihan atau secara rutin. Karena apabila konsumen mengalami kerugian terhadap produk yang dikonsumsi tentunya memerlukan suatu perlindungan hukum bagi konsumen seperti yang telah diatur

pada Pasal 1 angka 1 pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang bertuliskan “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Diperlukannya perlindungan terhadap konsumen ini didasarkan pada adanya sejumlah hak konsumen yang perlu dilindungi dari tindakan-tindakan pelaku usaha yang mungkin dapat merugikan konsumen.

Terkait dengan perlindungan hukum terhadap konsumen asas yang diatur dalam penjelasan pasal 2 UUPK yaitu: “Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen” yang artinya adalah memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Adanya asas ini terkait hak konsumen yaitu konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Konsumen seharusnya mendapatkan jaminan atas keselamatan dan keamanan dalam mengkonsumsi produk minuman bersoda atau sering disebut *soft drink* karena produk minuman bersoda memiliki dampak buruk bagi kesehatan, mengingat kandungan dalam minuman bersoda memiliki bahan pengawet yang dapat membahayakan kesehatan.

Oleh karena itu pelaku usaha dalam mengeluarkan promosi juga harus memperhatikan hak-hak dari konsumen. Apabila tidak maka pelaku usaha tersebut telah melanggar hak konsumen yang diatur dalam ketentuan pasal 4 UUPK huruf a yang menentukan sebagai berikut: “Hak konsumen adalah Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa”. Hal ini dikarenakan adanya bahan-bahan pada minuman bersoda atau *soft drink* tersebut yang memiliki dampak buruk apabila dikonsumsi secara berlebih atau dikonsumsi secara terus menerus seperti yang tertera pada komposisi sebagai berikut : “Air berkarbonasi, gula, pengatur keasaman (*asam sitrat, natrium sitrat*), perisa, pengawet (*natrium benzoat*)”³. Dari isi komposisi produk minuman tersebut diantaranya memiliki dampak buruk bagi kesehatan tubuh manusia.

³ Label minuman Sprite

Sehingga apabila promosi tersebut benar menimbulkan kerugian bagi konsumen maka berhaklah konsumen untuk meminta kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian atas semua kerugiannya apabila konsumen tidak menerima manfaat atau tidak sebagaimana mestinya hasil dari mengonsumsi minuman bersoda tersebut. Sesuai dengan yang dinyatakan pada pasal 4 huruf h Undang-Undang No 8 tahun 1999 seperti hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Promosi tersebut senyatanya terletak pada label produk minuman bersoda merek S. Sehingga promosi tersebut pengaturannya ikut pada syarat-syarat yang telah diatur pada Peraturan Pemerintah No.69 tahun 1999 bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukan pangan yang dikemas dan masuk ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencamtumkan label. Yang dimaksud label pangan tersebut adalah setiap keterangan mengenai pangan berbentuk gambar, tulisan kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan. Sehingga tulisan berbentuk promosi yang ada pada label minuman S masuk dalam ketentuan label. Label tersebut tentunya wajib didaftarkan pada Badan Pengawasan Obat dan Makanan agar memiliki sertifikasi bahwa produk pangan tersebut memiliki ijin edar. Yang tentunya menurut pasal 6 ayat (1) Peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan tentang Pendaftaran Pangan Olahan pangan olahan yang didaftarkan harus memenuhi kriteria keamanan mutu ,dan gizi. Sehingga produk minuman bersoda tersebut kompisisinya harus sudah sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan.

Hal ini sejalan dengan apa yang telah dinyatakan pada pasal 5 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan . Jika pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, maka pastilah pelaku usaha tersebut akan memberikan promosi baik bentuk iklan maupun slogan sesuai dengan dampak yang akan diderita konsumen. Terkait komposisinya yang mengandung bahan-bahan yang akan merugikan konsumen apabila dikonsumsi berlebihan sehingga kandungan-kandungan tersebut diterangkan dengan benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang

dan/atau jasa, sehingga sebagai seorang pelaku usaha seharusnya memperhatikan kewajiban-kewajibannya dalam melakukan kegiatan usaha. Seperti yang diuraikan dalam pasal 7 huruf a dan b UUPK pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya seperti memberikan suatu promosi yang juga memperdulikan dampaknya bagi konsumen. Dan juga PT. X juga harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan sehingga tidak menyesatkan konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut yang nantinya akan merugikan konsumen.

Pelaku usaha dalam hal ini juga seharusnya memperhatikan ketentuan pasal 33 Undang-undang pangan yang mengatur mengenai iklan pangan yaitu pada label dan/atau iklan yang dikeluarkan oleh pelaku usaha dalam hal ini PT. X harus memuat keterangan yang benar dan tidak menyesatkan. Sehingga menurut ayat (2) melarang pelaku usaha memberikan pernyataan yang tidak benar dan/atau menyesatkan.

Menjadi suatu kendala apabila promosi tersebut hanya masuk dalam sebuah *mere puff*. *Mere puff* sendiri merupakan representasi atau penggambaran dalam bahasa yang dilebih-lebihkan dan sering tidak spesifik, yang dengan jelas melebih-lebihkan karakteristik produk atau jasa⁴. Dalam hal ini sifat melebih-lebihkannya terdapat pada promosi yang ada pada label minuman bersoda sprite tersebut, yang mengajak konsumen untuk meminum minuman bersoda ini setiap harinya dan dapat membantu pikiran konsumen kembali plong. Jika suatu pernyataan merupakan *mere puff*, maka pernyataan itu bukan penawaran karena pembuat pernyataan itu tidak bermaksud menjadikan pernyataan sebagai penawaran⁵. Hal ini tentu saja merugikan konsumen karena dapat melepaskan tanggung jawab dari perbuatannya mengeluarkan suatu pernyataan berupa promosi yang terlalu melebih-lebihkan produknya akan tetapi kenyataannya hal tersebut dapat merugikan konsumen. Akan tetapi pernyataan dianggap sebagai *mere puff* menurut common law tidak berarti ia merupakan tindakan yang

⁴ Lanny Kusumawati, **Hukum Kontrak**, Penerbit Laros, Sidoarjo, 2006, h.16.

⁵ **Loc.cit**

menyesatkan dan menipu untuk tujuan bagian 52 Undang-undang Praktik Perdagangan 1974.⁶ Dengan arti bahwa Pelaku usaha yakni PT. X selaku pemberi pernyataan berupa promosi di label minuman merek S dapat dikatakan bahwa apa yang di lakukannya hanyalah sebuah mere puff .

Promosi pada label produknya yang bertuliskan “jadikan minuman ini bagian dari hari-harimu karena dapat membantu pikiranmu kembali plong”. memberikan paradigma berpikir konsumen bahwa minuman ini baik dikonsumsi setiap harinya, tanpa adanya informasi kepada konsumen akan dampak dari kandungan-kandungan yang dapat membahayakan konsumen apalagi bila produk tersebut dikonsumsi oleh anak kecil. Dampak-dampak yang akan timbul antara lain dikarenakan dikarenakan zat-zat yang terkandung dalam minuman bersoda tersebut anantara lain sebagai contoh adanya kandungan gula dalam minuman tersebut yang apabila diminum secara berlebih dapat menyebabkan diabetes, asam fosfat yang diklaim dapat menjadi salah satu penyebab terbesar masalah gangguan pada ginjal manusia, pengawet natrium benzoate yang terkandung pada kaleng minuman bersoda dapat mengakibatkan penyakit jantung, kanker, dan cacat pada anak, serta asam sitrat yang membuat rasa pada minuman tersebut menjadi lebih kuat ternyata dapat menyebabkan korosi pada tulang dan gigi. Akan tetapi dengan adanya “Mere Puff” Pelaku tidak dapat disalahkan atas promosinya. Sehubungan dengan hal tersebut, produsen dalam hal ini adalah Pelaku usaha mempunyai tanggung jawab. Apabila konsumen ternyata benar-benar dirugikan apabila mengkonsumsi minuman tersebut yang memiliki dampak buruk bagi keadaan tubuh konsumen. Sebagaimana diatur dalam pasal 19 ayat (1) UUPK yang menyatakan bahwa : “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

Adapun ganti rugi yang diatur dalam pasal 19 ayat (2) UUPK dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan

⁶ **Loc.cit**

ketentuan peraturan undang-undang yang berlaku, akan tetapi ketentuan pasal 19 ayat (3) UUPK menyatakan bahwa pemberian ganti rugi diberikan dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari setelah transaksi pembelian. Sedangkan dalam hal ini efek yang bias dirasakan dari minuman bersoda atau *soft drink* tersebut dengan jangka waktu lebih dari 7 (tujuh) hari. Sebagai contoh dalam satu kaleng minuman bersoda mengandung 12 sendok teh gula hal demikian apabila dikonsumsi tiap hari tentunya dapat menimbulkan penyakit obesitas maupun diabetes, kandungan asam pada sebotol minuman bersoda memiliki PH rata-rata 3 hingga 4 kandungan asam tersebut cukup tinggi bagi tubuh manusia terutama untuk tulang dan gigi manusia. Karena dampaknya baru terasa apabila zat-zat atau kandungan tersebut telah terakumulasi dalam tubuh manusia, sehingga terdapat kesulitan bagi konsumen untuk dapat menggugat ganti rugi atas dasar UUPK.

Sehingga memerlukan upaya hukum lain dengan menggunakan Undang-Undang di luar UUPK. Dalam hal ini Undangh-Undang yang bisa digunakan adalah menggunakan ketentuan yang ada pada KUHPerdara dengan menggunakan pasal 1365 tentang perbuatan melanggar hukum. Sehingga dapat melakukan penuntutan ganti rugi kepada pelaku usaha untuk melindungi hak konsumen. Adanya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan pelaku usaha dengan mengeluarkan promosi yang terlalu melebih-lebihkan tanpa memperhitungkan dampak kesehatan bagi konsumen yang mengkonsumsi minuman tersebut. memberikan hak pada konsumen untuk dapat menuntut ganti rugi tersebut sebagaimana diatur dalam pasal 1246 KUH Perdata yang menentukan:

Biaya, rugi dan bunga yang oleh si berpiutang boleh dituntut akan penggantian, terdirilah pada umumnya atas rugi yang dideritanya dan untung yang sedianya harus dapat dinikmati dengan tidak mengurangi pengecualian-kecualian serta perubahan-perubahan yang akan disebut dibawah ini.

Sehingga memungkinkan konsumen untuk dapat menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha.

Oleh karena promosi yang tertera pada label minuman bersoda yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut, konsumen dapat menggugat ganti rugi atas

dasar Perbuatan Melanggar Hukum “*Onrechtmatige daad*” sebagaimana tercantum dalam pasal 1365 KUH Perdata. Suatu gugatan yang berdasarkan perbuatan melanggar hukum dapat dikenakan apabila memenuhi unsure-unsur sebagai berikut :

1. Harus ada perbuatan melanggar hukum

Tindakan produsen minuman bersoda merek “S” telah memproduksi minuman bersoda tersebut baik sengaja maupun tidak sengaja memberikan suatu pernyataan pada promosinya yang terlalu melebih-lebihkan agar konsumen mau membeli barang produk tersebut sehingga merugikan konsumen. Akan tetapi hal tersebut tidak dapat dinyatakan sebagai suatu perbuatan yang melanggar hukum karena dalam dunia perdagangan dan promosi suatu hal yang dilebih-lebihkan tidaklah melanggar hukum. Sehingga unsur adanya perbuatan melanggar hukum tidak terpenuhi.

2. Harus ada kesalahan

Adanya kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha disini dapat terjadi karena kesengajaan atau karena kelalaian (alpa/lupa). Akan tetapi dalam kasus ini perbuatan mengabaikan hak-hak konsumen secara tidak sengaja dilakukan oleh pelaku usaha lewat promosinya yang tidak memperhitungkan dampak buruk buruk bagi konsumen. Akan tetapi pelaku usaha tidak dapat disalahkan atas promosinya, karena promosinya tersebut tidaklah salah walaupun melebih-lebihkan produknya, sehingga unsur adanya kesalahan tidak terpenuhi.

3. Perbuatan tersebut harus menimbulkan kerugian

Unsur kerugian dalam hal ini berarti setiap kerugian yang dialami oleh konsumen baik secara materiil maupun imateriil akibat perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Kerugian materiil yaitu kerugian yang secara nyata diderita konsumen, yaitu konsumen terlanjur membeli dan mengkonsumsi suatu produk minuman bersoda yang ternyata dapat menimbulkan dampak membahayakan jika dikonsumsi terus menerus dan berlebihan, sedangkan kerugian imateriil berupa rasa takut untuk mengkonsumsi minuman bersoda serta adanya kerugian berupa gangguan kesehatan tubuh antara lain adanya kerusakan email gigi, hipertensi

gagal jantung, diabetes dan kanker. Dengan adanya kerugian bagi konsumen maka unsur ketiga terpenuhi.

4. Harus ada hubungan kausal antara perbuatan melanggar hukum dengan kerugian.

Akibat dari mencantumkan promosi yang melebih-lebihkan pada label minuman bersoda merek S tersebut maka pelaku usaha tidak dapat dinilai melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang ada dalam UUPK terkait perihal promosinya. Meskipun memang hal tersebut dapat merugikan kesehatan konsumen akan tetapi tidak adanya unsur perbuatan melanggar hukum membuat pelaku usaha tidak dapat dinyatakan telah melanggar ketentuan pasal 1365 KUH Perdata. Karena adanya beberapa unsur yang tidak terpenuhi termasuk pula unsur harus adanya hubungan kausal antara perbuatan melanggar hukum dengan kerugian.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Berdasarkan uraian pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa slogan pada label botol minuman merek “S” tidak dapat dianggap sebagai pelanggaran yang merugikan konsumen, karena:

1. Slogan hanyalah suatu promosi yang sifatnya memperpropagandakan suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat pembeli atau konsumen.
2. Slogan atau promosi adalah salah satu cara untuk menarik minat konsumen supaya barang dagangannya ataupun jasa terjual sehingga memperoleh profit, hal ini dilakukan oleh pelaku usaha sebagai bentuk penjualan dalam persaingan usaha, sehingga konsumen sendirilah yang harus cermat dan teliti dalam menyingkapi suatu slogan atau promosi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha.
3. Slogan yang berlebih-lebihan dalam hukum kontrak dikenal dengan sebutan “*Mere puff*” sehingga slogan hanya menomorsatukan produk suatu

perusahaan, tidak ada unsur untuk menipu, justru konsumen yang harus berhati-hati dalam memilih suatu produk.

2. Saran

- a. Pelaku usaha dalam memproduksi suatu produk seharusnya juga memperhatikan kepentingan masyarakat (konsumen) terlebih dampak yang akan timbul terhadap kesehatan dan keselamatan jiwa manusia.
- b. Dalam hal ini konsumen juga harus teliti dalam mengartikan segala promosi yang diberikan pelaku usaha secara cermat, karena banyak promosi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha hanya menguntungkan pelaku usaha itu sendiri tanpa memperdulikan hak-hak konsumen.