

# ASAS ITIKAD BAIK PELAKU USAHA DALAM TRANSAKSI BISNIS ATAS INFORMASI PEMAKAIAN KONDIMEN UNTUK PENYAKIT TERTENTU

<sup>1</sup>Rio Febri Ariyanto, <sup>2</sup>Adriana Pakendek, <sup>3</sup>Insana Melia Dwi CAS, <sup>4</sup>Agustri Purwandi, <sup>5</sup>Achmad Rifai

<sup>1</sup> Mahasiswa Fakultas Hukum, Universitas Madura

<sup>2,3,4,5</sup> Dosen Fakultas Hukum, Universitas Madura

Email: riofeb07@gmail.com

## Abstrak

Semakin tinggi daya konsumtif sebuah produk saat ini dan luasnya inovasi produk oleh pelaku usaha mengakibatkan daya kreativitas juga harus bisa bersaing antar produk mulai dari kemasan, bentuk, rasa, khasiat atau manfaat dari produk itu sendiri hingga kondimen atau komposisinya. Yang mana kondimen ini akan menjadi peran utama dalam sebuah produk sebagai suatu bentuk dari kandungan kandungan sebuah produk. Kondimen dalam produk harus di informasikan dengan secara terbuka dimana hal tersebut besar kaitannya dengan keadaan bahkan kesehatan dari konsumen yang menggunakan produk tersebut. Produk yang di pasarkan oleh pelaku usaha juga harus sesuai dengan standart dari Badan pengawasan obat dan makanan (BPOM). Sebagai pelaku usaha yang memproduksi makanan, minuman ataupun barang yang memiliki daya konsumtif seharusnya sudah memahami bahwa pelaku usaha wajib memiliki itikadbaik sebagaimana yang disuratkan dalam Pasal 7 huruf (a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Itikad baik itu sendiri adalah bagian dari tanggung jawab atau ganti rugi pelaku usaha atas produk yang telah di keluarkan dan di pasarkan. Ganti rugi yang dimaksud 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. Penyelidikan dari sengketa konsumen ini dapat di selesaikan oleh lembaga-lembaga yang sudah di tunjuk langsung guna untuk menyelesaikan masalah sengketa konsumen.

**Kata Kunci:** Asas Itikad baik, Pelaku usaha, pemakaian kondimen

## Abstract

*The higher consumptive power of a product today and the extent of product innovation by business actors means that creativity must also be able to compete between products starting from the packaging, shape, taste, properties or benefits of the product itself to the conditions or composition. This condiment will play a major role in a product as a form of the content of a product. The conditions in the product must be communicated openly, as this is related to the condition and even the health of the consumer who uses the product. Products marketed by business actors must also comply with the standards of the Food and Drug Monitoring Agency (BPOM). As a business actor who produces food, drinks or goods that have consumptive power, you should understand that business actors are obliged to have good faith as stated in Article 7 letter (a) of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Good faith itself is part of the business actor's responsibility or compensation for products that have been released and marketed. The compensation in question can be in the form of a refund or replacement of goods and/or services of the same or equivalent value, or health care and/ or providing compensation in*

*accordance with the provisions of applicable laws and regulations. The resolution of consumer disputes can be resolved by institutions that have been directly appointed to resolve consumer problems.*

**Keywords:** *the principle of good faith, businessmen, use of condiment*

## **PENDAHULUAN**

Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap daya konsumtif khususnya terhadap kebutuhan pangan atau produk semakin tinggi yang mana dapat mempengaruhi harga dan kualitas dari makanan akan di distribusikan, di kota-kota besar di satu sisi, dengan terbatasnya kemampuan daya beli masyarakat ekonomi menengah ke bawah di sisi lain, merupakan peluang bagi tumbuhnya Pelaku usaha baru dalam meningkatkan daya produksi terhadap produknya tersebut sehingga menginspirasi banyak masyarakat dalam membuka usaha di bidang pengonsumsi produk dengan harga terjangkau namun dengan kualitas yang tidak bisa dijamin penggunaan komposisi atau kondimen yang baik pula oleh konsumen.

Maka dari itu hadirnya Undang-undang Nomer 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen memberikan peluang atau ranah bantuan terhadap setiap orang yang berpeluang besar dalam penggunaan sebuah produk dari pada hasil yang di peroleh dan di perjual belikan oleh para pelaku usaha setiap orang yang menggunakan sebuah produk di sebut dengan konsumen. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, Baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk di perdagangkan.

Sebagai pelaku usaha yang memproduksi makanan, minuman ataupun barang yang memiliki daya konsumtif seharusnya sudah memahami bahwa pelaku usaha wajib memiliki itikadbaik sebagaimana yang disuratkan dalam Pasal 7 huruf (a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Itikadbaik pelaku usaha dalam memproduksi makanan atau minuman dimaksudkan agar konsumen didalam mengkonsumsi barang-barang tersebut mendapat suatu tindakan perlindungan sebagaimana juga yang tertuang dalam Undang-Undang

Perlindungan Konsumen. Namun kenyataannya, yang terjadi adalah, bahwa itikad baik pelaku usaha tidak berjalan sebagaimana mestinya, yaitu tidak adanya keseimbangan antara itikad baik pelaku usaha dan perlindungan konsumen yang didapat oleh konsumen.<sup>1</sup>

Perlunya Undang-undang perlindungan konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen di bandingkan posisi produsen. Proses sampai hasil produksi barang dan atau jasa di lakukan tanpa campur tangan produsen sedikitpun. Tujuan hukum perlindungan konsumen secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung hukum ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab. Namun, semua tujuan tersebut hanya dapat di capai bila hukum perlindungan konsumen dapat di terapkan secara konsekuen.<sup>2</sup>

Janus Sidabalok mengemukakan, bahwa ada empat alasan pokok mengapa konsumen harus dilindungi, yaitu sebagai berikut:

1. Bahwa perlakuan memproteksi konsumen sama artinya dengan melindungi seluruh bangsa sebagaimana diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Bahwa melindungi konsumen perlu untuk menghindarkan konsumen dari dampak negatif penggunaan teknologi;
3. Bahwa melindungi konsumen perlu untuk melahirkan manusia-manusia yang sehat rohani dan jasmani sebagai pelaku-pelaku pembangunan, yang berarti juga untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional;
4. Bahwa melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen.

---

<sup>1</sup> Asrizal Saiin “Itikad Baik Pelaku Usaha Sebagai Produsen Makanan Dan Minuman yang Mengandung Bahan Berbahaya Dalam Hukum Perlindungan Konsumen”, Nyoto, Vol.3 No. 2, 2018. di akses 15 Januari 2024, hlm. 60

<sup>2</sup> Celina Sri Tiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2019), hlm.10

Sedangkan, “Perlindungan konsumen tidak saja terhadap barang-barang berkualitas rendah tetapi juga terhadap barang-barang yang membahayakan kehidupan manusia. Misalnya, makanan, obat, dan minuman”. Salah satu bentuk pelanggaran hak-hak konsumen adalah konsumen memperoleh produk yang tidak sebagaimana ekspektasi konsumen. Selanjutnya, bahwa pelaku usaha yang telah mendapatkan sejumlah manfaat ekonomi dari suatu proses aktivitas ekonomi sehingga menyebabkan ianya harus bertanggungjawab terhadap barang yang diperjual belikannya.

Pengawasan obat dan makanan adalah tanggung jawab bersama pemerintah termasuk penegak hukum, pelaku usaha, dan masyarakat sesuai tugas dan kewenangannya masing-masing.<sup>3</sup>

Undang- undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan konsumen sebagai “ *setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak unrtuk di perdagangkan* ” Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat suatu barang dan atau jasa untuk tujuan tertentu. Sebab yang memakai menggunakan dan atau memanfaatkan barang dan atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain tidak untuk di perdagangkan hanyalah orang alami atau manusia.<sup>4</sup>

Dalam penggunaan kondimen atau bahan makanan dan minuman atau sebuah produk sudah terlampir beberapa aturan yang wajib di taati oleh para pelaku usaha mengenai kondimen yang akan di gunakan sebagai campuran di dalamnya yang mana sudah tertuang dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia

---

<sup>3</sup> Anonymous, “ *Penjelasan Badan Pom Ri Tentang Peran Aktif Masyarakat Dalam Pengawasan Obat Dan Makanan*”, dalam [www.pom.go.id](http://www.pom.go.id), 5 Januari 2018, hlm. 1, di akses pada tanggal 20 Mei 2024.

<sup>4</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen kajian teoritis dan perkembangan pemikiran* (Banjarmasin: FH Unlam Press, 2008)

Nomor 722/Menkes/PER/IX/88 Tentang Bahan Tambahan Makanan Penggunaan bahan makanan harus sesuai dengan porsi dan dalam komponen yang tepat serta informasi dalam komposisi yang mengandung kondimen-kondimen tertentu juga harus di tulis dengan benar sebagai sarana informasi atas produk yang akan di pasarkan nantinya.

Label pada kemasan ini bisa membantu kita sekaligus untuk memilih mana makanan yang aman untuk dikonsumsi dengan kebutuhan yang tepat, karena ada informasi halal, nilai gizi, kadaluwarsa, berat bersih, hingga kandungan atau alergen.<sup>5</sup> Minimnya kesadaran konsumen dalam melakukan cek informasi pada produk terkadang menyebabkan suatu hal yang tidak di inginkan dapat terjadi pada dirinya sehingga konsumen harus menanggung kerugian yang dapat menyebabkan masalah kesehatan pada dirinya atas pemakaian produk yang kurang lengkap dalam informasi atas kondimen- kondimen yang terkandung di dalamnya.

Prinsip dari perlindungan konsumen secara garis besar adalah untuk melindungi seseorang atau pengguna jasa atau barang produksi. ketentuan yang lebih dapat di jabarkan prinsip perlindungan keselamatan/harta konsumen tersebut dapat di lihat dari bagai ketentuan hukum yang pada dasarnya juga di maksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, di antaranya adalah pasal 36 dan pasal 37 Undang-Undang pangan.<sup>6</sup> Kewajiban pelaku usaha antara lain adalah beritikad baik, memberikan informasi yang jujur, memperlakukan konsumen dengan benar, menjamin mutu barang/jasa, memberi kesempatan untuk menguji barang/jasa, dan memberikan kompensasi atau ganti rugi jika barang/jasa tidak sesuai.

---

<sup>5</sup>Anonymous,” *Jamin Keamanan Dan Mutu Pangan Nasional NFA Ajak Masyarakat Cerdas Baca Label Pangan*”, dalam badanpangan.co.id, 29 Agustus 2023, hlm. 1, di akses pada tanggal 28 mei 2024.

<sup>6</sup> Ahmadi Miru, *prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di indonesia*, (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2013), hlm. 184-185

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan bagian dari penelitian hukum normatif, salah satunya penelitian untuk kebutuhan hukum di masa yang akan datang. Juga dikenal sebagai penelitian Hukum Normatif atau Penelitian Hukum Kepustakaan merupakan suatu metodologi atau cara yang digunakan pada penelitian dengan meneliti bahan Pustaka atau data sekunder yang ada.<sup>7</sup>

Metode penelitian hukum normative yang digunakan ini dilakukan dengan mengurangi permasalahan yang ada, yang kemudian diuraikan menggunakan kajian-kajian berdasarkan teori hukum kemudian dihubungkan dengan peraturan perundang-undangan yang telah ada dalam praktiknya.<sup>8</sup> Penelitian hukum normatif ini dilakukan atau berfokus pada norma hukum positif berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan tinjauan yuridis Perlindungan konsumen terhadap pengonsumsian suatu produk.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Itikad baik pelaku usaha**

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika Bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. Perusahaan meyakini bahwa prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika. Artinya, bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan menaati kaidah-kaidah etika, sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

---

<sup>7</sup> Soerjono Soekanto, dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), hlm. 13-14.

<sup>8</sup> Amirudin dan Zainal Askin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 118.

Perlindungan hukum bagi konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama yang didasari oleh 5 (lima) asas, dan asas hukum perlindungan konsumen tersebut dicantumkan dalam Pasal 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen yakni: Manfaat; Keadilan; Keseimbangan; Keamanan dan keselamatan konsumen; dan Kepastian hukum.<sup>9</sup> Prinsip-prinsip Perlindungan Konsumen Selain asas yang terdapat dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, terdapat beberapa prinsip perlindungan konsumen, antara lain:

Berikut adalah penjelasan masing-masing prinsip tanggung jawab di atas:

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (*negligence*)

Tanggung jawab berdasarkan kelalaian merupakan prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, artinya tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen. Berdasarkan prinsip ini, kelalaian produsen yang membawa akibat pada kerugian yang dirasakan konsumen adalah faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi pada produsen.

2. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*)

Gugatan berdasarkan *breach of warranty* dapat diterima walaupun tidak ada hubungan kontrak, namun dengan pertimbangan bahwa dalam praktik bisnis modern, proses distribusi dan iklan langsung ditujukan kepada konsumen melalui media massa. Maka, tidak perlu ada hubungan kontrak yang mengikat antara produsen dan konsumen.<sup>10</sup>

Undang Undang Republik Indonesia No 18 tahun 2012 tentang pangan menyebutkan bahwa Pasal 77 Ayat 1 Yang dimaksud dengan “standar Keamanan Pangan dan Mutu Pangan” adalah spesifikasi atau persyaratan teknis yang dibakukan tentang Keamanan Pangan dan Mutu Pangan, misalnya, bentuk, warna, rasa, bau, atau komposisi yang disusun berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai

---

<sup>9</sup> Abdul Hakim Barkatullah, “Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia”,(Bandung: Nusa Media ,2016),hlm. 16.

<sup>10</sup> Zulham, “Hukum Perlindungan Konsumen”,(Jakarta: Kencana Prenada Media Group ,2013),hlm. 83-107.

dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta aspek lain yang terkait. Standar Keamanan Pangan dan Mutu Pangan mencakup Pangan Olahan dan Pangan Segar.

Pasal 77 ayat 2 Yang dimaksud dengan "bahan baku" adalah bahan utama yang dipakai dalam kegiatan atau proses Produksi Pangan, yang dapat berupa bahan mentah, bahan setengah jadi, atau bahan jadi. Yang dimaksud dengan "bahan lain" adalah bahan yang tidak termasuk bahan baku maupun bahan tambahan Pangan. "Penggunaan bahan tambahan Pangan dalam produk Pangan yang tidak mempunyai risiko terhadap kesehatan manusia dapat dibenarkan karena lazim digunakan. Namun, penggunaan bahan tambahan Pangan yang melampaui ambang batas maksimal tidak dibenarkan karena merugikan atau membahayakan kesehatan manusia." Dalam Ayat 2 disebutkan bahwa Yang dimaksud dengan "bahan baku" adalah bahan utama yang dipakai dalam kegiatan atau proses Produksi Pangan, yang dapat berupa bahan mentah, bahan setengah jadi, atau bahan jadi. Yang dimaksud dengan "bahan lain" adalah bahan yang tidak termasuk bahan baku maupun bahan tambahan Pangan.

Penggunaan informasi atas kondimen dari sebuah produk memang harus di sampaikan kepada konsumen. Di karenakan konsumen juga harus mengetahui apa saja kandungan yang ada dalam produk tersebut, konsumen juga harus memahami bahwa atauran dari penambahan kondimen tersebut juga harus sesuai dengan ketentuan ketentuan yang berlaku yakni Undang Undang RI No 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Selain itu konsumen juga harus memami kondisi pribadi dirinya akan mengenai kandungan kondimennya yang maha baik atau tidaknya untuk kesehatan dirinya sendiri.

Label produk adalah tanda atau penanda yang terdapat pada produk atau kemasan produk yang memberikan informasi mengenai produk tersebut. Label produk dapat berisi informasi tentang nama produk, merek, bahan, jumlah atau ukuran produk, tanggal kadaluarsa, instruksi penggunaan, asal produk, informasi gizi (pada makanan dan minuman), dan informasi lainnya yang relevan.

Tujuan dari label produk adalah untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada konsumen mengenai produk tersebut, sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk tersebut. Karena produk pelaku usaha dikemas dengan berbagai jenis ukuran, maka pelaku usaha harus mencantumkan berat bersih produknya pada label produk yang di produksi. Penulisan berat bersih atau isi bersih bisa ditulis dengan:

1. Jika padat ditulis dengan menggunakan satuan kilogram (kg), gram (gr), dan miligram (mg)
2. Bila cair, maka dicetak dengan menggunakan satuan liter (L) atau mililiter (ml)
3. Bila produk semi padat, maka ditulis dengan menggunakan satuan miligram (mg), gram (g), kilogram (kg), milliliter (ml atau mL), liter (l atau L).

### **Penyelesaian Sengketa Perlindungan Konsumen Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen Yang Menuntut Ganti Rugi Atas Menderita Kerugian Akibat Mengonsumsi Kondimen Yang Dapat Menyebabkan Masalah Pada Kesehatannya**

#### **Penyelesaian Sengketa konsumen**

Berdasarkan Pasal 1 ayat (12) Undang-undang Perlindungan Konsumen, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (“BPKN”) adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. BPKN dibentuk dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen, dan memiliki fungsi dalam memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Anggota dari BPKN sendiri terdiri dari pemerintah, pelaku usaha, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, akademisi, dan tenaga ahli. Pada dasarnya, BPKN dibentuk sebagai pengembangan upaya perlindungan konsumen yang berkaitan dengan, pengaturan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, pengaturan larangan bagi pelaku usaha, pengaturan tanggung jawab pelaku usaha, dan pengaturan penyelesaian sengketa konsumen.

Pengakuan pemerintah terhadap LPKSM bukanlah tanpa syarat, artinya lembaga tersebut harus terdaftar di pemerintah kabupaten/kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen. Pendaftaran tersebut hanya dimaksudkan sebagai pencatatan, dan bukan perizinan.<sup>11</sup>

Pasal 1 ayat (11) Undang-undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (“BPSK”) yakni sebuah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Tugas dan wewenang BPSK diatur dalam Pasal 52 UU Perlindungan Konsumen, Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis yang berjumlah ganjil, paling sedikit 3 orang yang mewakili unsur pemerintah, konsumen, pelaku usaha, dan dibantu oleh seorang panitera. Dan untuk menghindari proses penyelesaian sengketa konsumen yang berlarut-larut, berdasarkan Pasal 55 Undang-undang Perlindungan Konsumen, setelah gugatan diterima, BPSK wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 hari kerja. Ketentuan tersebut dinilai penting untuk konsumen, mengingat posisi konsumen yang berada di bawah pelaku usaha. Maka, melalui proses penyelesaian sengketa dengan jangka waktu yang singkat, akan menguntungkan konsumen guna menghindari biaya yang tinggi.

### **Penyelesaian Ganti Rugi**

Perbuatan Melawan Hukum dan Ganti Rugi KUH Perdata menyebutkan bahwa perikatan timbul dari persetujuan dan undang-undang. Terhadap perikatan yang lahir dari undang-undang, KUH Perdata membaginya menjadi perikatan yang hanya terjadi karena undang-undang saja dan perikatan yang timbul dari undang-undang karena perbuatan manusia. Ganti rugi dalam perbuatan melawan hukum Terdapat beberapa jenis penuntutan yang dapat dilakukan berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, “*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online Grogol*”(Sukoharjo; CV Pusaka Bengan, 2017) ,hlm.44.

<sup>12</sup> M.A Moegno Djodirdjo, “*perbuatan melawan hukum*”,(Pradnya Paramita; Jakarta,1976),hlm. 102.

Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui jalur non litigasi (di luar pengadilan atau via lembaga alternatif penyelesaian sengketa konsumen) atau melalui jalur litigasi (peradilan umum). Lembaga yang dibentuk dan diperuntukkan untuk membantu para konsumen maupun pelaku usaha dalam menyelesaikan sengketa di Indonesia yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (“BPSK”).<sup>13</sup> Salah satu tugas dan wewenang BPSK yaitu melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi, arbitrase atau konsiliasi.

## **KESIMPULAN**

Dalam transaksi bisnis atas informasi pemakaian kondimen untuk penyakit tertentu menurut Undang-undang perlindungan konsumen adalah Suatu kewajiban oleh pelaku usaha terhadap konsumen yang menderita kerugian atas produk yang di keluarkan atau di pasarkan oleh pelaku usaha untuk memberikan pertanggung jawaban dalam bentuk itikat baik dari pelaku usaha Yang mana hak-hak konsemen. Dalam penyelesaian sengketa konsumen terdapat lembaga-lembaga yang berwenang untuk menangani sengketa ini, Badan Perlindungan Konsumen Nasional Berdasarkan Pasal 1 ayat (12) Undang-undang Perlindungan Konsumen, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (“BPKN”) adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.

## **REFERENSI**

- Asrizal Saiin “Itikat Baik Pelaku Usaha Sebagai Produsen Makanan Dan Minuman yang Mengandung Bahan Berbahaya Dalam Hukum Perlindungan Konsumen”, Nyoto, Vol.3 No. 2, 2018.di akses 15 Januari 2024, hlm. 60
- Celina Sri Tiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2019), hlm.10
- Anonymous, ” *Penjelasan Badan Pom Ri Tentang Peran Aktif Masyarakat Dalam Pengawasan Obat Dan Makanan*”, dalam [www.pom.go.id](http://www.pom.go.id), 5 Januari 2018,

---

<sup>13</sup> Rida Ista Sitepu dan Hana Muhammad, “*Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Indonesia*”,Jurnal reachten,Volume 3 Nomor 2 Septemember 2021,Suka Bumi.hlm. 8,diakses 29 Mei 2024.

hlm. 1, di akses pada tanggal 20 Mei 2024.

Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen kajian teoritis dan perkembangan pemikiran* (Banjarmasin: FH Unlam Press, 2008)

Anonymous, "Jamin Keamanan Dan Mutu Pangan Nasional NFA Ajak Masyarakat Cerdas Baca Label Pangan", dalam [badanpangan.co.id](http://badanpangan.co.id), 29 Agustus 2023, hlm. 1, di akses pada tanggal 28 Mei 2024.

Ahmadi Miru, *prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di indonesia*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 184-185

Susanti Adi Nugroho, *.Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta: Prenda Media Group, 2011), hlm. 98

Soerjono Soekanto, dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), hlm. 13-14.

Amirudin dan Zainal Askin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 118.

Abdul Hakim Barkatullah, "*Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*", (Bandung: Nusa Media, 2016), hlm. 16.

Zulham, "*Hukum Perlindungan Konsumen*", (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 83-107.

Widi Nugrahaningsih dan Mira Erlinawati, "*Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Online Grogol*" (Sukoharjo; CV Pusaka Bengan, 2017), hlm. 44.

M.A Moegno Djodirdjo, "*perbuatan melawan hukum*", (Pradnya Paramita; Jakarta, 1976), hlm. 102.

Rida Ista Sitepu dan Hana Muhammad, "*Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Indonesia*", *Jurnal reachten*, Volume 3 Nomor 2 September 2021, Suka Bumi. hlm. 8, diakses 29 Mei 2024.