

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perlindungan Konsumen

Definisi hukum konsumen menurut A.Z Nasution ialah keseluruhan asas - asas dan kaidah - kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup. Sedangkan hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang mengatur asas - asas atau kaidah - kaidah bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.¹⁸

Berkaitan dengan pengertian hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen yang telah disebutkan di atas, maka ada beberapa pokok pemikiran dari pengertian perlindungan konsumen yaitu :¹⁹

1. Hukum konsumen memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan hukum perlindungan konsumen.
2. Subjek yang terlibat dalam perlindungan konsumen adalah masyarakat sebagai konsumen, dan di sisi lain pelaku usaha, atau pihak-pihak lain yang terkait, misalnya distributor, media cetak dan televisi, agen atau biro periklanan, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), dan sebagainya.
3. Objek yang diatur adalah barang, dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha/produsen kepada konsumen.
4. Ketidaksetaraan kedudukan konsumen dengan pelaku usaha mengakibatkan pemerintah mengeluarkan kaidah - kaidah hukum yang dapat menjamin dan melindungi konsumen.²⁰

¹⁸ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet.pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2015,hlm.4

¹⁹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*. Kencana,Jakarta,2011,hlm.58.

²⁰Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*. Kencana,Jakarta, 2011,hlm.58.

Beberapa poin mengenai penjelasan terhadap hukum perlindungan Konsumen, empat poin di atas dijelaskan menurut pandangan umum dari pendapat para ahli hukum tentang Konsumen.

Definisi hukum perlindungan konsumen tidak dicantumkan di dalam UUPK tetapi yang dicantumkan hanya mengenai definisi perlindungan konsumen. Definisi tersebut terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UU No.8/1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK) tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.²¹

Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK 1999) mengelompokkan norma-norma perlindungan konsumen (hukum materiil) ke dalam dua kelompok, yaitu:

1. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha (Bab IV UUPK 1999) dan
2. Ketentuan pencantuman klausul baku (Bab V UUPK1999).Pengelompokan tersebut ditujukan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen akibat perbuatan yang dilakukan pelaku usaha.

Menurut Taufik Simatupang bidang-bidang perlindungan konsumen dapat dirinci sebagai berikut :

- a. Keselamatan fisik.
- b. Peningkatan serta perlindungan kepentingan ekonomis konsumen.
- c. Standard untuk keselamatan dan kualitas barang dan jasa.
- d. Pemerataan fasilitas kebutuhan pokok.
- e. Upaya -upaya untuk memungkinkan konsumen untuk melaksanakan tuntutan ganti kerugian.

²¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op.cit.*,hlm.1.

- f. Program pendidikan dan penyebarluasan informasi.
- g. Pengaturan masalah - masalah khusus seperti makanan, minuman, obat - obatan dan kosmetik.

Perlindungan hukum konsumen merupakan bagian dari hukum publik dan hukum privat. Dikatakan bagian hukum publik karena sebenarnya di sinilah peran pemerintah untuk melindungi seluruh konsumen dari produk-produk yang tidak berkualitas atau dari pelaku usaha yang beritikad buruk. Keperluan adanya hukum untuk memberikan perlindungan konsumen Indonesia merupakan suatu hal yang tidak dapat dijelaskan, sejalan dengan tujuan pembangunan nasional kita; yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya. Mengenai peraturan perundang-undangan yang bertujuan untuk memberikan perlindungan keamanan, keselamatan atau kesehatan kepada rakyat Indonesia saat ini dapat dijumpai dalam berbagai Undang-Undang, Peraturan Pemerintah dan berbagai Peraturan atau Keputusan Menteri dari Berbagai Departemen. Peraturan Perundang-undangan tersebut antara lain seperti :

1. Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 202, 203, 204, 205, 263, 364, 266, 382 bis, 383, 388 dsb. Pasal-pasal tersebut mengatur pidana dari perbuatan-perbuatan memasukkan bahan berbahaya ke dalam sumber air minum umum; menjual, menawarkan, menerima makan atau membagikan barang yang dapat membahayakan jiwa atau kesehatan orang; memalsukan surat; melakukan persaingan curang; melakukan penipuan terhadap pembeli; menjual, menawarkan atau menyerahkan makanan, minuman dan obat-obatan palsu. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1473-1512; Pasal 1320-

1338.Pasal-Pasal tersebut mengatur perbuatan yang berkaitan dengan perlindungan kepada pembeli dan perlindungan kepada pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian.

2. Ordonansi Bahan-Bahan Berbahaya Tahun 1949, Ordonansim yang menentukan larangan untuk setiap pemasukan pembuatan, pengangkutan, persediaan, penjualan, penyerahan, penggunaan dan pemakaian bahan berbahaya yang bersifat racun atau berposisi racun terhadap kesehatan manusia. Undang-Undang tentang Obat Keras Tahun 1949, Undang-Undang ini memberikan kewenangan pengawasan oleh pemerintah terhadap pemasukan, pengeluaran, pengangkutan bahan-bahan obat keras yang akan diproduksi atau diedarkan.
3. Undang-Undang No. 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan. Undang-Undang ini memberikan kewenangan pengawasan pemerintah terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan. (Sekarang telah diganti Undang-Undang No. 36 Tahun 2009).
4. Undang-Undang No. 10 Tahun 1961 tentang Barang. Undang-Undang ini merupakan landasan untuk mengatur hal-hal yang berkaitan dengan standar barang.
5. Undang-Undang No. 22 Tahun 1954 tentang Undian. Undang-Undang ini ditetapkan untuk mengatur kegiatan undian, dan karena bersifat umum, maka untuk melindungi kepentingan umum tersebut perlu adanya pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah, sehingga terjaminnya setiap janji pengelola kepada peserta undian.

6. Peraturan Perundang-undangan yang maksudnya memberikan perlindungan dan dalam bentuk keputusan atau peraturan Menteri, dapat ditemui dalam Bidang kesehatan seperti produksi dan pendaftaran Makanan dan Minuman, wajib Daftar Makanan, Makanan Daluwarsa, Bahan Tambahan Makanan, Penandaan, label dsb.²²

Ada berbagai contoh perundang-undangan yang dikemukakan diatas, dapat dikatakan bahwa pendekatan untuk memberikan perlindungan dapat dilihat dari 2 (dua) aspek, yaitu :

1. Perlindungan tersebut berlaku untuk semua pihak baik yang berposisi sebagai konsumen maupun pengusaha sebagai pengelola produksi barang atau jasa atau instansi apapun.
2. Perlindungan tersebut semata-mata dikaitkan dengan masalah kesehatan manusia, tetapi tidak memberikan kompensasi apapun kepada konsumen yang dirugikan. Sehingga dilihat dari segi konsep perlindungan konsumen, peraturan perundang-undangan dimaksud dimuka belum mampu memberikan perlindungan khusus kepada konsumen akhir. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.

Dalam rangka memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, terdapat beberapa asas-asas yang menjadi pedoman bagi UUPK. Asas-asas ini dirumuskan dalam Pasal 2 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang

²²Anan Agung Diah Indrawati, *Perlindungan hukum Konsumen Dalam Pelebelan Produk Pangan*, Tesis, www.pps.unud.ac.id, Bali, hlm.59-60, Diakses pada tanggal 22 Maret 2017, pada jam 1.00 Wib.

Perlindungan Konsumen yang isinya: Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Kemudian dalam penjelasannya ditegaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional.

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

5. Asas kepastian hukum dimaksud agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.²³

1. Pengertian konsumen

UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK) Pengertian konsumen di atur dalam Pasal 1 Angka 2 UUPK,yaitu:Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.²⁴

Berdasarkan pengertian konsumen dalam UUPK di atas lebih luas bila dibandingkan dengan 2 (dua) rancangan undang-undang perlindungan konsumen lainnya, yaitu pertama dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang diajukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, yang menentukan bahwa : Konsumen adalah pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain yang tidak untuk diperdagangkan kembali.

Sedangkan yang kedua dalam naskah final Rancangan Akademik Undang Undang Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Rancangan Akademik) yang disusun oleh Fakultas Hukum Universitas Indonesia bekerja sama dengan Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan Departemen Perdagangan RI menentukan bahwa, konsumen adalah setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan. Alasan yang dapat dikemukakan untuk menerbitkan peraturan perundang - undangan yang secara khusus mengatur dan melindungi kepentingan konsumen dapat disebutkan sebagai berikut :

²³Asma Jafar, *Perlindungan Konsumen terhadap pengguna zat Aditif pada Makanan*, fakultas Hukum Sultan Hasanudin Makassar, Alumni 2015, hlm.8-10

²⁴*Ibid*

- 1) Konsumen memerlukan pengaturan tersendiri, karena dalam suatu hubungan hukum dengan penjual, konsumen merupakan pengguna barang dan jasa untuk kepentingan diri sendiri dan tidak untuk diproduksi ataupun diperdagangkan.
- 2) Konsumen memerlukan sarana atau acara hukum tersendiri, sebagai upaya guna melindungi atau memperoleh haknya.²⁵

Menurut Hondius pakar masalah Konsumen dari Belanda :

Para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa. Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai akhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai akhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen pemakai dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir.

Terdapat beberapa batasan pengertian konsumen, yakni :

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa, untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-komersial).²⁶

Pada umumnya barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital, berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa itu di pasar industry atau pasar produsen. Melihat pada sifat penggunaan barang dan/atau jasa tersebut, konsumen antara ini sesungguhnya adalah

²⁵http://www.pps.unud.ac.id/thesis/pdf_thesis/unud-171-babii.pdf. Diakses pada tanggal 24 Maret 2017, Pukul 1.00 Wib

²⁶ http://www.pps.unud.ac.id/thesis/pdf_thesis/unud.pdf. Diakses pada tanggal 25 Maret 2017, Pukul 1.30 Wib.

pengusaha, baik pengusaha perorangan maupun pengusaha yang berbentuk badan hukum atau tidak, baik pengusaha swasta maupun pengusaha publik (perusahaan milik negara), dan dapat terdiri dari penyedia dana (*investor*), pembuat produk akhir yang digunakan oleh konsumen akhir atau produsen, atau penyedia, atau penjual produk akhir seperti *supplier*, distributor, atau pedagang.²⁷

Sedangkan konsumen akhir, barang dan/atau jasa itu adalah barang atau jasa konsumen, yaitu barang dan/atau jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya (produk konsumen). Barang dan/atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen. Nilai barang atau jasa yang digunakan konsumen dalam kebutuhan hidup mereka tidak diukur atas dasar untung rugi secara ekonomis belaka, tetapi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan hidup raga dan jiwa konsumen.

Pasal 45 UU No.8/1999 : Mengatur tentang gugatan ganti kerugian dari konsumen kepada pelaku usaha, maka keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain, tidak dapat menuntut kerugian karena tidak termasuk konsumen, tetapi kerugian karena mereka tidak termasuk konsumen, tetapi kerugian yang dialaminya dapat menjadi alasan untuk mengadakan tuntutan ganti rugi. Berdasarkan hal itu, apabila badan hukum, keluarga dan orang lain diberi hak untuk menuntut ganti kerugian, berdasarkan hal itu maka timbul pengertian bahwa.²⁸

Konsumen adalah setiap orang atau badan hukum yang memperoleh dan/atau memakai barang/jasa yang berasal dari pelaku usaha dan tidak untuk diperdagangkan.

²⁷*ibid*

²⁸ Eli Wuri Dewa, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet.pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2015, hlm.5

Selain itu ada beberapa pendapat lain tentang konsumen antara lain adalah :

1. Di Amerika Serikat, pengertian konsumen meliputi “ korban produk yang cacat “ yang bukan hanya meliputi pembeli , tetapi juga korban yang bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pemakai.
2. Di Eropa, pengertian konsumen bersumber dari *Product Liability Directive* (selanjutnya disebut *Directive*) bagi pedamon bagi Negara MEE dalam menyusun ketentuan hukum perlindungan konsumen. Berdasarkan *Directive* tersebut yang berhak menuntut ganti kerugian adalah pihak yang menderita kerugian (karena kematian atau Cedera) atau kerugian berupa kerusakan benda selain produk yang cacat itu sendiri.²⁹

2. Peranan Badan Perlindungan konsumen Nasional (BPKN) dan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Menurut UU No 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen memperkenalkan satu lembaga khusus yang mengurus perlindungan konsumen yang diberi nama Badan Perlindungan Konsumen Nasional, disingkat BPKN. Lembaga ini dimaksudkan untuk mengembangkan upaya perlindungan kepada konsumen melalui pengkajian dan penelusuran terhadap masalah-masalah perlindungan konsumen dalam mencari upaya-upaya atau alternatif-alternatif usaha untuk mempertinggi perlindungan hukum terhadap konsumen. Sebagai badan yang bertaraf nasional, BPKN kedudukan di ibu kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada presiden.

²⁹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo,*op.cit.*hlm.7

Menurut Pasal 33 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, BPKN berfungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Pasal 33 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini secara tersirat mengakui bahwa :

1. Tugas untuk mengembangkan perlindungan konsumen adalah tanggung jawab pemerintah, dan
2. Pemerintah dipandang tidak cukup mampu (sanggup) untuk melaksanakan sendiri tugas tersebut. Oleh karena itu, perlu dilibatkan unsure-unsur non pemerintah.

Dalam menjalankan fungsinya, Pasal 34 ayat (1) UU No. 8/1999 tentang perlindungan konsumen dirumuskanlah tugas-tugas BPKN sebagai berikut :

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
4. Mendorong perkembangannya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, dan pelaku usaha;
7. Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen.³⁰

Apabila diteliti lebih dalam, tugas-tugas diatas merupakan satu kesatuan dimana tiap-tiap bagian dari tugas tersebut saling melengkapi, yang

³⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, cet.keempat, Jakarta, Sinar Grafika, 2014, Hlm.123

bermuaara pada suatu tujuan, yaitu member saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam mengembangkan perlindungan konsumen. Dalam pelaksanaan tugas-tugas diatas, BPKN dapat bekerja sama dengan pihak lain, termasuk organisasi internasional Pasal 34 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.³¹

Keberadaan BPKN tentu saja beda dengan YLKI, pada hakikatnya kelompok konsumen lebih merupakan pengelompokan konsumen pada berbagai sektor, misalkan kelompok konsumen pemegang kartu kredit, kelompok, kelompok konsumen barang-barang elektronik, dan sebagainya. Apabila dikatakan bahwa kelompok konsumen bertindak dalam kepastiannya selaku konsumen . Adapun organisasi-organisasi konsumen merupakan lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dibidang perlindungan konsumen. Didalam aktivitasnya tentu saja organisasi konsumen seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) bertindak dalam kepastiannya selaku perwakilan konsumen (*consumer representation*). Walaupun demikian keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu melayani dan meningkatkan martabat dan kepentingan konsumen.

Prinsip kebebasan (Independence) merupakan karakteristik penting, baik bagi organisasi konsumen maupun kelompok konsumen. Mengenai karakteristik ini terdapat 6 (enam) kualifikasi kebebasan yang harus dimiliki organisasi konsumen dan kelompok konsumen :

³¹Junus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm.179-180

- a. Mereka harus secara eksklusif mewakili kepentingan-kepentingan konsumen.
- b. Kemajuan perdagangan akan tidak ada artinya jika diperoleh dengan cara-cara yang merugikan konsumen.
- c. Mereka harus *nonprofitmaking* dalam profil aktivitasnya.
- d. Mereka tidak boleh menerima iklan-iklan untuk alasan-alasan komersial apa pun dalam publikasi-publikasi mereka.
- e. Mereka tidak boleh mengizinkan eksploitasi atas informasi dan advis yang mereka berikan kepada konsumen untuk kepentingan perdagangan.
- f. Mereka tidak boleh mengizinkan kebebasan tindakan dan komentar mereka dipengaruhi atau dibatasi pesan-pesan sponsor/pesan-pesan tambahan.

Pada tataran kebijakan (*policy*) ketika menangani pengaduan-pengaduan konsumen, organisasi konsumen seperti YLKI bertindak mewakili kepentingan-kepentingan dan pandangan-pandangan konsumen dalam suatu kelembagaan yang dibentuk, baik atas prakarsa produsen dan asosiasinya maupun prakarsa pemerintah.³²

B. Pengertian Pelaku Usaha

Menurut Pasal 1 Angka 3 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK) :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Pengertian pelaku usaha dalam pasal 1 angka 3 UUPK cukup luas karena meliputi grosir, leveransir, pengecer, dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam UUPK tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam Masyarakat Eropa terutama negara Belanda, bahwa yang dapat

³²Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet.keempat, Jakarta, Sinar Grafika, 2014, Hlm.123-124

dikualifikasi sebagai produsen adalah: pembuat produk jadi (*finished product*); penghasil bahan baku; pembuat suku cadang; setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu, importir suatu produk dengan maksud untuk dijual belikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importir tidak dapat ditemukan.

1. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Adapun hak pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 6 UUPK, yaitu:
 “Hak pelaku usaha adalah:

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

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama.³³

Praktek yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga

³³*Ibid*

yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 UUPK, yaitu :
 “Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan penggunaa, perbaikan, dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.³⁴

2. Perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha

Sebagai upaya untuk menghindarkan akibat negative pemakaian barang dan/atau jasa, maka UUPK menentukan berbagai larangan bagi pelaku usaha yang diatur dalam beberapa pasal diantara lain yaitu :

- a. Pasal 8 UUPK, dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dapat membahayakan konsumen dan tidak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan Pasal 9 menjelaskan tentang larangan

³⁴*Ibid.* Hlm. 126

bagi pelaku usaha dalam menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar.

- b. Pasal 9 UUPK, Pasal 10 UUPK juga menjelaskan tentang larangan bagi pelaku usaha untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan atas barang dan/atau jasa tertentu.
- c. Pasal 11 UUPK, menjelaskan tentang larangan bagi pelaku usaha untuk mengelabui atau menyesatkan konsumen dalam hal penjualan yang dilakukan dengan cara obral atau lelang dengan menyatakan bahwa barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan standar mutu dan seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi, dan tidak menyediakan barang dan/atau jasa dalam jumlah yang cukup dengan maksud untuk menjual barang dan/atau jasa yang lain, serta menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.
- d. Pasal 12 UUPK, menjelaskan tentang larangan bagi pelaku usaha dalam menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, dan bermaksud untuk tidak melaksanakannya. Sedangkan dalam Pasal 13 dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa serta obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan menjanjikan hadiah berupa barang dan/atau jasa dan bermaksud untuk tidak memberikan sebagaimana yang dijanjikan.³⁵

³⁵*Ibid.* hlm,45-46

C. Pengertian Produk

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa sebagian besar manusia tidak mampu untuk melakukan sendiri segala aktivitasnya. Manusia sering atau bahkan selalu membutuhkan sesuatu hal untuk mempermudah aktivitasnya. Hal tersebut biasanya berupa barang atau jasa seseorang.

Definisi barang dapat dilihat dalam rumusan Pasal 1 angka 4 UUPK, yaitu setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, baik dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

Sedangkan mengenai definisi Jasa terdapat dalam Pasal 1 angka 5 UUPK, yaitu setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Istilah barang dan/atau jasa sering juga disebut produk. Kata produk berasal dari Bahasa Inggris yaitu "*product*". Menurut Philip Kotler, yang dimaksud dengan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau sesuatu kebutuhan.

Menurut pendapat Philip Khotler :

Mengatakan bahwa produk terdiri dari dua macam, yaitu berupa produk fisik (barang) dan jasa (kadang-kadang disebut produk jasa). Philip Khotler memberikan pengertian tersendiri mengenai jasa, yaitu :berbagai tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada yang lain yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu. Produksinya dapat berkenaan dengan sebuah produk fisik ataupun tidak.³⁶

³⁶www.ksei.co.id/files/Peraturan_KSEI_Nomor_XA_tentang_Pendaftaran_Sistem_Pengelolaan_Investasi_Terpadu_di_KSEI.diakses. pada tanggal 24 Maret 2017. Jam 2.54 Wib

Produk itu ada berbagai macam, seperti produk telematika, produk elektronika, produk yang berupa makanan, obat, jasa dan sebagainya. Tetapi karena objek penelitian dari skripsi ini adalah produk telematika dan elektronika maka penulis akan membatasi pembahasan penulis hanya mengenai kedua produk tersebut. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Permendag No.19/M-DAG/PER/5/2009 yang dimaksud dengan produk telematika adalah:

Produk dari kelompok industri perangkat keras telekomunikasi dan pendukungnya, industri perangkat penyiaran dan pendukungnya, industri komputer dan peralatannya, industri perangkat lunak dan konten multimedia, industri kreatif teknologi informasi, dan komunikasi.

Asal-usul kata telematika ini berawal dari istilah Prancis, yaitu *telematique* yang kemudian menjadi istilah umum di Eropa. Telematika/*telematics* diartikan untuk memperlihatkan bertemunya sistem jaringan komunikasi dengan teknologi informasi. Dalam perkembangannya, *telematics* diartikan sebagai singkatan dari *telecommunication and informatics* sebagai wujud dari perpaduan konsep *computing and communication*.³⁷

1. Prinsip - Prinsip Tanggung jawab Produk

Secara teoritis pertanggungjawaban yang terkait dengan hubungan hukum yang timbul antara pihak yang menuntut pertanggungjawaban dengan pihak yang dituntut untuk bertanggung jawab dibedakan menjadi dua yaitu :

- a. Pertanggung jawaban atas dasar kesalahan, yakni tanggung jawab yang dapat lahir karena terjadinya wanprestasi, timbulnya perbuatan hukum, tindakan yang kurang hati - hati.

³⁷http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=370377. Diakses pada tanggal 24 Maret 2017. Pada Jam 2.46 Wib

- b. Pertanggungjawaban atas dasar risiko, yaitu tanggung jawab yang harus dipikul sebagai risiko yang harus diambil oleh seorang pengusaha atas kegiatan usaha yang dijalankannya.

Berkaitan dengan pertanggung jawaban yang di dalamnya terdapat prinsip tanggung jawab pelaku usaha, merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga menyatakan secara tegas mengenai tanggungjawab yang harus diberikan kepada konsumen, sebagai mana yang tercantum dalam pasal 19 Ayat (1). Pada pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang ini menyatakan bahwa “ Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti-rugi atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang atau jasa yang di hasilkan atau diperdagangkan”.

Prinsip tentang tanggungjawab merupka perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen, dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis tanggungjawab dan seberapa jauh tanggungjawab dibedakan kepada pihak-pihak terkait. Secara garis besar prinsip-prinsip tanggungjawab produk di dalam hukum perlindungan konsumen dibedakan sebagai berikut :

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan (*fault liability* atau *liability baset on fault*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum apabila ada unsur kesalahan yang dilakukan. Prinsip tanggungjawab berdasarkan unsur

kesalahan ini merupakan prinsip yang cukup umum berlaku didalam hukum pidana maupun perdata.

2. Anggapan Prinsip Kewajiban (*presumption of liability principle*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa terduga dianggap selalu bertanggungjawab (*presumption of liability principle*), sampai dia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah, jadi beban pembuktian adalah terdapat pada pihak tergugat, dan hal tersebut sering dikenal dengan istilah beban pembuktian terbalik.

3. Prinsip Paraduga untuk tidak selalu Bertanggung Jawab (*presumption of non liability*)

Prinsip ini adalah prinsip untuk tidak selalu pertanggung jawab (*presumption of non liability*) ini hanya dikenal dalam transaksi konsumen yang sangat terbatas dan pembatasan yang demikian secara common sense dapat dibenarkan.

4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*strict liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) didalam prinsip tanggung jawab produk ini sering diidentikkan dengan prinsip tanggung absolute (*absolute liability*). Prinsip tanggung jawab mutlak merupakan prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan tanggung jawab, melainkan terdapat pengecualian-kecualian yang memungkinkan untuk seorang pelaku usaha dibebaskan dari tanggung jawabnya untuk memberikan ganti kerugian, sebagai contoh adalah force majeure.³⁸

Prinsip tanggung jawab mutlak sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*) kendati demikian ada pula para ahli yang membedakan kedua terminologi diatas. Ada pendapat yang mengatakan, *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak

³⁸Eli Wurua Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet.pertama, Yogyakarta, Graha Ilmu,2015,hlm.70

sebagai faktor yang menentukan. Namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan force majeure. Sebaliknya absolute liability adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya. Selain itu, ada pandangan yang agak mirip, yang mengaitkan perbedaan keduanya pada ada atau tidak adanya hubungan kausalitas antara subjek yang bertanggung jawab dan kesalahannya. Pada strict liability hubungan itu harus ada, sementara pada absolute liability hubungan itu tidak selalu ada. Maksudnya, pada absolute liability dapat saja si tergugat yang dimintai pertanggungjawaban itu bukan si pelaku langsung kesalahan tersebut (misalnya dalam kasus bencana alam)

2. Pengertian Makanan dalam Kemasan

Makanan dalam Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar.

Menurut Kotler dan Keller :

Pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Namun, sekarang kemasan menjadi faktor yang cukup penting sebagai alat pemasaran.³⁹

Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya

³⁹ <https://www.slideshare.net/Mirzasyah/prinsipprinsip-pemasaran-bab-1>. Diakses pada tanggal 27 Maret 2017. Pada Jam 2.30 Wib

dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama.

Sejak diberlakukannya UU RI No.7/1996 tentang Pangan pada tanggal 4 November 1996, pengawasan makanan tidak hanya didasarkan pada Permenkes RI di bidang makanan tetapi juga berdasarkan pada UU RI tersebut terdapat pengertian Pangan dan Pangan Olahan. Berdasarkan UU RI No.7 Tahun 1996, terdapat pengertian :

“ Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air baik yang diolah maupun tidak diolah yang diperuntukan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan pengelolahan dan atau pembuatan makanan atau minuman.”⁴⁰

Makanan adalah bahan, biasanya berasal dari hewan atau tumbuhan, yang dimakan oleh makhluk hidup mendapatkan tenaga dan nutrisi. Cairan yang dipakai untuk maksud ini sering disebut minuman, tetapi kata 'makanan' juga bisa dipakai. Istilah ini kadang-kadang dipakai dengan kiasan, seperti "makanan untuk pemikiran". Kecukupan makanan dapat dinilai dengan status gizi secara antropometri.

Pangan olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan. Sedangkan di dalam Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 329/Men.Kes/Per/XII/1976 tentang Produksi dan Peredaran Makanan, yang dimaksud dengan :

⁴⁰<http://www.kajianpustaka.com/2016/10/pengertian-fungsi-tujuan-dan-jenis-kemasan.html>. Diakses pada tanggal 5 April 2017, Jam 3.24 Wib.

- 1) Makanan, adalah barang yang digunakan sebagai makanan atau minuman manusia, termasuk permen karet dan sejenisnya, akan tetapi bukan obat.
- 2) Memproduksi, adalah membuat, mengolah, mengubah bentuk, mengawetkan, membungkus kembali untuk diedarkan.
- 3) Mengedarkan, adalah menyajikan di tempat penjualan, menyerahkan, memiliki atau mempunyai persediaan di tempat penjualan, dalam rumah makan, di pabrik yang memproduksi, di ruangan perusahaan lain dari pada yang disebut di atas, di halaman, dalam kendaraan, kapal udara, kapal laut, perahu atau di tempat lain, kecuali jika makanan itu nyata-nyata untuk konsumsi sendiri.
- 4) Standar mutu, adalah ketentuan yang ditetapkan oleh Menteri mengenai nama, bahan baku, bahan tambahan, bahan penolong, komposisi, wadah, pembungkus serta ketentuan lain untuk pengujian tiap jenis makanan.
- 5) Bahan baku, adalah bahan dasar yang digunakan untuk memproduksi makanan.
- 6) Bahan tambahan, adalah bahan yang ditambahkan pada pengolahan makanan untuk meningkatkan mutu, termasuk pewarna, penyedap rasa dan aroma, pemantap, anti oksidan, pengawet, pengemulsi, anti gumpal, pematang, pemucat dan pengental.
- 7) Bahan Penolong, adalah bahan yang digunakan untuk membantu pengolahan makanan.⁴¹

3. Fungsi makanan dalam kemasan dan Tujuan dari makanan dalam Kemasan

Fungsi kemasan pangan adalah sebagai:

- a. Wadah; agar bahan yang dikemas tidak berserakan, mudah disimpan dan disusun, mudah dihitung dan memudahkan transportasi.
- b. Pelindung; agar bahan yang dikemas tidak rusak oleh faktor dari luar, seperti air, uap air, oksigen, dan cahaya serta supaya zat-zat yang terkandung dalam bahan tersebut tidak hilang.
- c. Sarana promosi dan informasi; agar produk yang dikemas dapat dengan mudah diketahui fungsi, cara pakai, keunggulan, dan untuk membedakannya dengan produk lain yang sejenis.

Fungsi kemasan sebagai pelindung adalah agar bahan yang dikemas terlindung dari pengaruh fisik, kimia dan biologi. Perlindungan dari pengaruh fisik dapat dilihat dari ketahanan kemasan terhadap pengaruh luar seperti masuknya

⁴¹<http://tipsserbaserbi.blogspot.co.id/2015/07/pengertian-pangan-dan-keamanan-pangan.html>. Diakses pada tanggal 5 April 2017, Jam 3.26 Wib.

udara, oksigen maupun uap air. Perlindungan dari pengaruh kimia dipengaruhi oleh besaran senyawa kimia yang dapat berpindah ke dalam pangan (migrasi). Besaran migrasi diatur berdasarkan keamanan bahan tersebut terhadap kesehatan, misalnya syarat migrasi Bisfenol A adalah 0.6 ppm.

Menurut Louw dan Kimber (2007), kemasan dan pelabelan kemasan mempunyai beberapa tujuan, yaitu:

- 1) *Physical Protection*. Melindungi objek dari suhu, getaran, guncangan, tekanan dan sebagainya.
- 2) *Barrier Protection*. Melindungi dari hambatan oksigen uap air, debu, dan sebagainya.
- 3) *Containment or Agglomeration*. Benda-benda kecil biasanya dikelompokkan bersama dalam satu paket untuk efisiensi transportasi dan penanganan.
- 4) *Information Transmission*. Informasi tentang cara menggunakan transportasi, daur ulang, atau membuang paket produk yang sering terdapat pada kemasan atau label.
- 5) *Reducing Theft*. Kemasan yang tidak dapat ditutup kembali atau akan rusak secara fisik (menunjukkan tanda-tanda pembukaan) sangat membantu dalam pencegahan pencurian. Paket juga termasuk memberikan kesempatan sebagai perangkat anti-pencurian.
- 6) *Convenience*. Fitur yang menambah kenyamanan dalam distribusi, penanganan, penjualan, tampilan, pembukaan, kembali penutup, penggunaan dan digunakan kembali.
- 7) *Marketing*. Kemasan dan label dapat digunakan oleh pemasar untuk mendorong calon pembeli untuk membeli produk.

4. Standar produk makanan dan minuman yang baik untuk di Konsumsi

Berdasarkan Pasal 111 UU RI No 36 /2009 bahwa:

- (1) Makanan dan minuman yang dipergunakan untuk masyarakat harus didasarkan pada standar dan/atau persyaratan kesehatan.
- (2) Makanan dan minuman hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Setiap makanan dan minuman yang dikemas wajib diberi tanda atau label yang berisi:
 - a. Nama produk;
 - b. Daftar bahan yang digunakan;
 - c. Berat bersih atau isi bersih;
 - d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan makanan dan minuman kedalam wilayah Indonesia; dan
 - e. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

- (4) Pemberian tanda atau label sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan secara benar dan akurat.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pemberian label sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (6) Makanan dan minuman yang tidak memenuhi ketentuan standar, persyaratan kesehatan, dan/atau membahayakan kesehatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diedarkan, ditarik dari peredaran, dicabut izin edar dan disita untuk dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁴²

5. Tujuan dari Sertifikat Halal pada produk dan Jaminan halal untuk suatu Produk

Sertifikasi Halal pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat menenteramkan hati para konsumen. Kesiambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal dan keamanan dalam sebuah produk yang akan dikonsumsi.

Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

a. Beberapa hal terkait Sertifikat Halal:

- 1. Sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI dan LPPOM MUI berdasarkan permohonan pihak produsen dan telah dilakukan audit dan dinyatakan halal produknya oleh Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).

⁴²https://staff.blog.ui.ac.id/wiku-a/files/2009/02/kebijakan-nasional-mui-dan-bpom-dalam-labeling-obat-dan-makanan_edited. Diakses pada tanggal 5 April 2017, Jam 3.29 Wib.

2. Yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam, yaitu :
 - a. Tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi serta tidak menggunakan alkohol sebagai ingredient yang sengaja ditambahkan.
 - b. Daging yang digunakan berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara Syari'at Islam.
 - c. Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol.
 - d. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, transportasi tidak digunakan untuk babi, jika pernah digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syari'at Islam.
3. Sertifikat halal merupakan persyaratan untuk pengurusan perijinan label halal. Label halal harus mengikuti peraturan dari Badan Pemeriksaan Obat dan Makanan (BPOM).
4. Pemegang Sertifikat halal bertanggung jawab memelihara kehalalan produk yang diproduksinya dan sertifikat tersebut tidak dapat dipindahtangankan.
5. Sertifikat yang sudah habis masa berlakunya termasuk foto kopinya tidak boleh dipergunakan kembali atau dipasang untuk maksud-maksud tertentu.
6. Jika sertifikat tersebut hilang, pemegang sertifikat harus segera melaporkannya ke LPPOM MUI .
7. Sertifikat halal yang dikeluarkan adalah milik MUI . Oleh sebab itu, jika karena sesuatu hal diminta kembali oleh MUI , maka pemegang sertifikat wajib untuk menyerahkannya.

Untuk menjaga konsistensi produksi selama berlakunya sertifikat,

BPOM MUI memberikan ketentuan bagi perusahaan sebagai berikut :

1. Sebelum produsen mengajukan sertifikat halal terlebih dahulu harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal. Penjelasan rinci tentang Sistem Jaminan Halal dapat merujuk kepada Buku Panduan Penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan oleh BPOM MUI. (Untuk

IKM diberikan SJH yang berisi sistem administrasi sederhana yang tetap dapat menjamin kehalalan produk)

2. Berkewajiban mengangkat secara resmi seorang atau tim Auditor Halal Internal (AHI) yang bertanggungjawab dalam menjamin pelaksanaan produksi halal.
3. Berkewajiban menandatangani kesediaan untuk diinspeksi secara mendadak tanpa pemberitahuan sebelumnya oleh BPOM MUI Jawa Timur.
4. Membuat laporan berkala setiap 6 bulan tentang pelaksanaan Sistem Jaminan Halal.⁴³

⁴³<http://halalmuijatim.org/sertifikasi/tentang-sertifikat-halal/>. Diakses pada tanggal 5 April 2017, Jam 3.26 Wib.