

# PENGATURAN STANDAR ATAS PRODUK ROKOK SEBAGAI WUJUD IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Oleh:

**Joshua Renaldo**

Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Surabaya  
joshuarenaldo19@gmail.com

## Abstrak

Studi Kementerian Kesehatan (Kemenkes) Republik Indonesia menunjukkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah konsumen rokok terbesar ketiga di dunia. Data dari *Tobacco Atlas* (2012) secara lebih konkret menguraikan bahwa pada 2009 jumlah konsumsi rokok meningkat menjadi 260,8 milyar batang dari 182 milyar batang pada 2001. Sebagaimana diketahui bahwa dalam sebatang rokok terkandung demikian banyak bahan-bahan kimia. Tingginya angka konsumen rokok dan resiko yang sedemikian besar tentu harus didukung dengan standarisasi atas seluruh produk rokok yang beredar di Indonesia. Telah ditentukan secara eksplisit dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang dilakukan dalam rangka menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi standarisasi setiap produk rokok, mengingat tujuan UU Perlindungan Konsumen adalah melindungi setiap konsumen yang ada di Indonesia. Kesimpulan yang diperoleh bahwa belum ada peraturan perundang-undangan yang secara eksplisit mewajibkan adanya standarisasi produk rokok, sehingga perlu diciptakan standarisasi yang memadai atas setiap produk rokok di Indonesia.

**Kata Kunci :** Pengaturan Standar, Produk Rokok, UU Perlindungan Konsumen

## 1. PENDAHULUAN

Produk rokok sudah bukan lagi produk yang asing dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia secara umum. Kebiasaan mengonsumsi produk rokok telah menjadi kebiasaan yang melekat pada diri masyarakat. Bahkan sebagian orang telah menjadikan rokok sebagai kebutuhan hidup yang tidak bisa ditinggalkan begitu saja dalam kehidupan sehari-hari. Per April 2018 jumlah perokok aktif di Indonesia telah mencapai lebih dari 60.000.000 (enam puluh juta) jiwa (Tribunnews, 2018). Faktanya, dewasa ini kebiasaan merokok bahkan tidak lagi terbatas pada gender dan golongan usia. Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) pada tahun 2017 menunjukkan angka persentase remaja usia sekolah yang merokok di Indonesia mencapai 55% (lima puluh lima persen), lebih dari setengah jumlah remaja. Data dari Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Balitbangkes) Kementerian Kesehatan pada tahun 2018 menunjukkan bahwa tren merokok sebelum usia 15 (lima belas) tahun pada remaja wanita yakni sebesar 59% (lima puluh sembilan persen), sementara pada remaja pria sebesar 56% (lima puluh enam persen) (Detikcom, 2018). Tingginya angka konsumsi rokok tersebut berdampak buruk bagi kesehatan masyarakat. Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Nila Moeloek, menyatakan bahwa kebiasaan merokok telah membunuh setidaknya 235.000 (dua ratus tiga puluh lima ribu) jiwa penduduk Indonesia setiap tahunnya (Tempo, 2017).

Sifat berbahaya produk rokok bagi kesehatan tersebut disebabkan oleh komponen kimia yang terkandung di dalam asap produk rokok yang kemudian dihirup oleh konsumen produk rokok. Bahwasannya, jumlah komponen kimia yang terkandung dalam asap rokok yang telah diidentifikasi mencapai 4.800 (empat ribu delapan ratus) macam. 400 (empat ratus) dari bahan-bahan tersebut dapat meracuni tubuh, sedangkan 40 (empat puluh) dari bahan tersebut bersifat karsinogenik sehingga dapat menyebabkan kanker. Diantara 4.000 jenis bahan kimia tersebut, terdapat 2 (dua) jenis bahan kimia yang sangat berpengaruh terhadap kesehatan dan ketergantungan seseorang atas produk rokok, yaitu Nikotin dan Tar (Tirtosastro dan Murdiyati, 2010).

Meskipun demikian, faktanya jumlah konsumsi atas produk rokok oleh masyarakat justru senantiasa cenderung mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Peningkatan tersebut disertai pula dengan peningkatan proporsi penyakit akibat konsumsi produk rokok, di antaranya penyakit hipertensi, stroke, diabetes, jantung dan kanker (Republika, 2018). Adanya peningkatan konsumsi atas produk rokok dari tahun ke tahun telah memberikan keuntungan yang begitu besar bagi para pelaku usaha di bidang produksi dan perdagangan produk rokok. Sedangkan di sisi lain, konsumen produk rokok berpotensi untuk semakin dirugikan dari tahun ke tahun akibat konsumsi produk rokok.

Bahwasannya, dalam rangka mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen

dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat di Indonesia, telah diundangkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen). Dalam UU Perlindungan Konsumen, diatur berbagai hak dan kewajiban dari masing-masing konsumen dan pelaku usaha. Selain itu, diatur pula bentuk-bentuk perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Dalam melaksanakan kegiatan usahanya, seluruh pelaku usaha di Indonesia harus senantiasa menaati prinsip perlindungan konsumen, tidak terkecuali para produsen produk rokok di Indonesia. Salah satu tujuan dari adanya prinsip perlindungan konsumen menurut Pasal 3 huruf f UU Perlindungan Konsumen adalah untuk meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Dalam rangka mewujudkan tujuan dari perlindungan konsumen sebagaimana disebutkan di dalam Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen, maka salah satu perbuatan yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha berdasarkan Pasal 8 ayat (1) huruf a UU Perlindungan Konsumen adalah kegiatan memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Manakala bunyi pasal tersebut ditafsirkan secara *a contrario*, maka dapat diartikan bahwa pelaku usaha boleh untuk memproduksi barang dan/atau jasa tertentu selama barang dan/atau jasa tersebut sudah sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Adanya ketentuan tersebut tentu sangat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Sebab, manakala terdapat ketentuan standar atas suatu produk, maka hanya produk yang telah lolos proses standardisasi saja dapat diproduksi dan diperdagangkan untuk dikonsumsi masyarakat. Penerapan standar secara wajib atau biasa disebut secara *mandatory/compulsory* adalah penerapan standar yang diatur berdasarkan suatu regulasi yang dikeluarkan oleh regulator (pemerintah). Penerapan standar ini bersifat mengikat, yaitu harus dipenuhi oleh produsen, pengedar barang/jasa, atau juga pengguna hak standar. Konsekuensi dari penerapan standar wajib ini adalah akan menjadi tidak legal bila ada produk yang tidak sesuai standar di pasar dan pelaku usaha yang memproduksi dan mengendarkan produk tersebut dapat dikenai sanksi. Hal ini sejatinya merupakan wujud upaya pemerintah dalam memberikan perlindungan bagi konsumen yang notabene berkedudukan lebih lemah dibandingkan pelaku usaha.

Mengingat demikian tingginya tingkat konsumsi rokok oleh masyarakat serta tingginya bahaya merokok bagi kesehatan konsumen produk

rokok, tentu perlu terdapat bentuk perlindungan konsumen bagi para konsumen produk rokok di Indonesia. Sebagaimana telah penulis paparkan dalam uraian di atas, salah satu bentuk perlindungan konsumen dari pemerintah kepada konsumen adalah melalui penerapan standardisasi terhadap produk. Maka dari itu, penulis tertarik untuk membahas kesesuaian pengaturan produk rokok dengan prinsip perlindungan konsumen, terutama terkait urgensi dan cakupan standardisasi terhadap produk rokok sebagai wujud perlindungan konsumen di Indonesia, melalui makalah ini yang berjudul "Standardisasi Produk Rokok sebagai Wujud Perlindungan Konsumen di Indonesia".

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah apakah pengaturan produk rokok di Indonesia telah sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen?

## 2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian dimaksud, digunakan metode yuridis normatif. Johnny Ibrahim (2006) menyampaikan bahwa metode tersebut difokuskan secara khusus untuk melakukan pengkajian atas penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan melalui konsep (*conceptual approach*). *Statute approach* dilakukan melalui identifikasi serta pembahasan atas berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku dan terkait dengan permasalahan yang dibahas. Sedangkan *conceptual approach* memanfaatkan konsep, pendapat para sarjana yang dapat ditemukan di literatur-literatur dan yang berkaitan dengan permasalahan dalam karya ilmiah ini. Pendekatan melalui peraturan perundang-undangan, konsep dan pendapat tersebut diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep Perlindungan Konsumen di Indonesia

Hukum dalam eksistensinya di masyarakat berfungsi untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kepentingan-kepentingan antar seluruh anggota masyarakat. Pengaturan kepentingan-kepentingan tersebut sejatinya haruslah didasarkan pada keseimbangan antara kebebasan individu dan perlindungan kepentingan masyarakat. Tatanan yang diciptakan oleh hukum baru teralisasi ketika subjek hukum yang bersangkutan diberi hak dan kewajiban (Yuliati, 2005). Sudikno Mertokusumo mengemukakan bahwasannya hak dan kewajiban bukanlah merupakan kumpulan kaidah atau peraturan, melainkan perimbangan kekuasaan dalam bentuk hak individual di satu pihak yang tercermin dalam kewajiban pada pihak lawan, hak dan kewajiban

inilah yang diberikan oleh hukum (Sudikno Mertokusumo, 1999).

Menurut Philipus M. Hadjono, perlindungan hukum adalah perlindungan atas harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Terdapat 2 (dua) bentuk perlindungan hukum menurut Phillipus Hadjon. Pertama, perlindungan hukum preventif artinya rakyat diberi kesempatan menyatakan pendapatnya sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif yang bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa. Kedua, perlindungan hukum represif yang bertujuan untuk menyelesaikan sengketa (Hadjon, 1987). Manakala dihubungkan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen dari sesuatu yang berpotensi mengakibatkan atau telah mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak konsumen.

Definisi perlindungan konsumen secara normatif diatur di dalam Pasal 1 angka 1 UU Perlindungan Konsumen, yang menentukan bahwa: "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumennya". Sidharta mengemukakan bahwa hakikatnya istilah "perlindungan konsumen" berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekadar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen (Sidharta, 2000).

Selanjutnya, pengertian konsumen terdapat dalam Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi, "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." Dalam kepastiaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk (*end user*). Konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Manakala dikaji definisi konsumen pada pasal *a quo*, maka klausa "baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan" sejatinya menunjukkan bahwa yang dimaksud sebagai konsumen yang terdapat di dalam UU Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir (YLBHI dan Aus AID, 2006).

Menurut Pasal 1 angka 3 UU Perlindungan Konsumen, pelaku usaha yaitu "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." Dalam penjelasannya, ditentukan bahwa yang termasuk ke dalam pengertian pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain. Pengertian pelaku usaha tidaklah mencakup eksportir atau pelaku usaha di luar negeri, karena UU Perlindungan Konsumen membatasi 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.

Berdasarkan Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen beserta penjelasannya, Perlindungan konsumen diselenggarakan berdasarkan asas-asas dalam perlindungan konsumen, yakni:

1. Asas Manfaat

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

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

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

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

Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen, menyebutkan bahwa perlindungan konsumen bertujuan untuk:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;

- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Menurut Sidharta (2000) secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:

1. hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*);
2. hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
3. hak untuk memilih (*the right to choose*); dan
4. hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Hak-hak konsumen sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari sembilan butir hak konsumen yang di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan,

terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat (Titik Triwulan dan Shita Febriana, 2010).

Dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen diatur mengenai kewajiban-kewajiban konsumen, yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pasal 6 UU Perlindungan Konsumen menentukan hak-hak pelaku usaha yaitu sebagai berikut:

- 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.

Sedangkan, kewajiban pelaku usaha diatur di dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi,

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, 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 yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang

diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam kenyataannya, konsumen dan pelaku usaha memiliki hubungan yang saling ketergantungan dan saling membutuhkan sehingga sudah seharusnya kedudukan konsumen dan pelaku usaha berada pada kondisi yang seimbang. Namun dalam kenyataannya, kedudukan konsumen seringkali berada pada posisi atau kedudukan yang lemah bila dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha. Sebagai bentuk perlindungan terhadap posisi konsumen yang lebih lemah, maka Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen menentukan bahwa,

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
  - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
  - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
  - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
  - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
  - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
  - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
  - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
  - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
  - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
  - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Secara garis besar perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha dalam Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen dapat dibagi dalam dua larangan pokok, yaitu (Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2003):

- a. Larangan mengenai produk itu sendiri yang tidak memenuhi syarat dan standar yang layak untuk dipergunakan atau dipakai atau dimanfaatkan oleh konsumen;
- b. Larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar dan tidak akurat yang menyesatkan konsumen.

Lebih lanjut, Pasal 9 UU Perlindungan Konsumen menentukan bahwa,

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah :
  - a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
  - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
  - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
  - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
  - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
  - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
  - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
  - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
  - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
  - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
  - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan

penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Ketentuan terkait larangan bagi pelaku usaha dalam melakukan promosi atas produknya diatur di dalam Pasal 10 UU Perlindungan Konsumen sebagai berikut,

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

#### **Pengaturan Produk Rokok di Indonesia**

Rokok menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdiknas, 2002), didefinisikan sebagai gulungan tembakau (kira-kira sebesar kelingking) yang dibungkus (daun nipah, kertas). Pengaturan mengenai rokok salah satunya terdapat di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan (selanjutnya disebut PP No. 109 Tahun 2012) yang dalam Pasal 1 angka 3 mendefinisikan rokok sebagai “salah satu Produk Tembakau yang dimaksudkan untuk dibakar dan dihisap dan/atau dihirup asapnya, termasuk rokok kretek, rokok putih, cerutu atau bentuk lainnya yang dihasilkan dari tanaman *nicotiana tabacum*, *nicotiana rustica*, dan spesies lainnya atau sintetisnya yang asapnya mengandung Nikotin dan tar, dengan atau tanpa bahan tambahan.”

Pasal 1 angka 4 PP No. 109 Tahun 2012 selanjutnya mendefinisikan nikotin sebagai “zat, atau bahan senyawa pyrrolidine yang terdapat dalam *nicotiana tabacum*, *nicotiana rustica* dan spesies lainnya atau sintetisnya yang bersifat adiktif dapat mengakibatkan ketergantungan.” Nikotin adalah komponen terbesar dalam asap rokok dan merupakan zat aditif. Nikotin yang terbawa dalam aliran darah dapat mempengaruhi berbagai bagian tubuh. Nikotin dapat mempercepat denyut jantung (dapat mencapai 20 kali lebih cepat dalam satu menit dari keadaan normal), menurunkan suhu kulit sebanyak satu atau dua derajat karena penyempitan pembuluh darah kulit, dan menyebabkan hati melepaskan gula ke dalam aliran darah. Nikotin mempunyai pengaruh utama terhadap otak dan sistem saraf, juga dapat member pengaruh menenangkan. Namun nikotin juga merupakan obat yang bersifat aditif atau menyebabkan kecanduan (Armstrong, 1982). Sedangkan, Pasal 1 angka 5 mendefinisikan tar sebagai, “kondensat asap yang merupakan total residu dihasilkan saat Rokok dibakar setelah dikurangi Nikotin dan air, yang bersifat karsinogenik.” Tar atau getah tembakau

adalah campuran beberapa zat hidrokarbon. Dalam tar tembakau terdapat sejumlah bahan kimia yang bersifat karsinogenik sehingga dapat menyebabkan kanker (Nururrahmah, 2014).

Kebiasaan merokok telah terbukti merupakan penyebab terhadap kurang lebih 25 (dua puluh lima) jenis penyakit yang menyerang berbagai organ tubuh manusia. Penyakit-penyakit tersebut antara lain adalah kanker mulut, esophagus, faring, laring, paru, pankreas, dan kandung kemih. Juga ditemukan penyakit paru obstruktif kronis dan berbagai penyakit paru lainnya, yaitu penyakit pembuluh darah. Berbagai temuan ilmiah menunjukkan bahwa menghentikan kebiasaan merokok amat baik pengaruhnya terhadap pencegahan terjadinya penyakit-penyakit yang telah diuraikan terdahulu (Nururrahmah, 2014).

Sejatinya, terdapat sangat banyak peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar pengaturan produk rokok di Indonesia. Namun, dalam makalah ini penulis hanya akan membahas peraturan perundang-undangan terkait produk rokok yang memiliki relevansi langsung dengan topik bahasan perlindungan kesehatan konsumen rokok semata. Payung hukum yang mengatur secara umum mengenai perlindungan kesehatan masyarakat di Indonesia adalah Undang-undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan (selanjutnya disebut UU No. 36 Tahun 2009).

Pasal 113 ayat (1) UU No. 36 Tahun 2009 menentukan bahwa, “Pengamanan penggunaan bahan yang mengandung zat adiktif diarahkan agar tidak mengganggu dan membahayakan kesehatan perseorangan, keluarga, masyarakat, dan lingkungan.” Yang dimaksud sebagai zat adiktif sendiri dijelaskan dalam Pasal 113 (2) UU No. 36 Tahun 2009 antara lain meliputi tembakau, produk yang mengandung tembakau, padat, cairan, dan gas yang bersifat adiktif yang penggunaannya dapat menimbulkan kerugian bagi dirinya dan/atau masyarakat sekelilingnya. Lebih lanjut, Pasal 113 (3) UU No. 36 Tahun 2009 menentukan bahwa produksi, peredaran, dan penggunaan bahan yang mengandung zat adiktif harus memenuhi standar dan/atau persyaratan yang ditetapkan. Sebagaimana ditentukan dalam Pasal 116 UU No. 36 Tahun 2009, ketentuan lebih lanjut mengenai pengamanan bahan yang mengandung zat adiktif ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah. Dengan demikian, melalui pasal-pasal di dalam UU No. 36 Tahun 2009 sebagaimana penulis paparkan di atas, nampak adanya kewajiban pengaturan secara khusus mengenai standar produk rokok sebagai produk yang mengandung zat adiktif yang akan diatur lebih lanjut di dalam Peraturan Pemerintah.

Atas dasar ketentuan Pasal 116 UU No. 36 Tahun 2009, maka kemudian dibentuklah PP No. 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan. Peraturan Pemerintah tersebut

mengatur mengenai pengamanan produk tembakau bagi kesehatan sehingga mencakup pula pengaturan atas produk rokok. Secara garis besar, sebagaimana disebutkan di dalam Pasal 8 PP No. 109 Tahun 2012, bentuk penyelenggaraan pengamanan bahan yang mengandung Zat Adiktif berupa Produk Tembakau bagi kesehatan meliputi,

- a. produksi dan impor;
- b. peredaran;
- c. perlindungan khusus bagi anak dan perempuan hamil; dan
- d. Kawasan Tanpa Rokok.

Selain itu, mengingat bahwa faktor utama yang mendukung peningkatan konsumsi atas produk rokok oleh masyarakat adalah aspek *marketing* dan *branding* yang dijalankan oleh para pelaku usaha yang memproduksi dan memperdagangkan produk rokok. Salah satu media yang dipergunakan oleh para pelaku usaha yang memproduksi dan memperdagangkan produk rokok untuk melakukan *marketing* dan *branding* adalah kemasan produk rokok. Maka, pada PP No. 109 Tahun 2012 diatur mengenai pengaturan kemasan produk rokok. Pengaturan ini berupa kewajiban pencantuman peringatan kesehatan pada kemasan produk rokok, khususnya kewajiban pencantuman gambar peringatan kesehatan sebagaimana diatur di dalam Pasal 17 PP No. 109 Tahun 2012 yang menyatakan,

- (1) Gambar dan tulisan peringatan kesehatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 dicantumkan pada setiap Kemasan terkecil dan Kemasan lebih besar Produk Tembakau.
- (2) Setiap Kemasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mencantumkan 1 (satu) jenis gambar dan tulisan peringatan kesehatan.
- (3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku bagi Rokok klobot, Rokok klembak menyan, dan cerutu Kemasan batangan.
- (4) Pencantuman gambar dan tulisan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:
  - a. dicantumkan pada bagian atas Kemasan sisi lebar bagian depan dan belakang masing-masing seluas 40% (empat puluh persen), diawali dengan kata "Peringatan" dengan menggunakan huruf berwarna putih dengan dasar hitam, harus dicetak dengan jelas dan mencolok, baik sebagian atau seluruhnya;
  - b. gambar sebagaimana dimaksud pada huruf a harus dicetak berwarna; dan
  - c. jenis huruf harus menggunakan huruf arial bold dan font 10 (sepuluh) atau proporsional dengan Kemasan, tulisan warna putih di atas latar belakang hitam.
- (5) Gambar dan tulisan peringatan kesehatan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) tidak boleh tertutup oleh apapun sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pada Pasal 24 PP Nomor 109 Tahun 2012 juga diatur lebih lanjut mengenai pengaturan kemasan produk rokok, yakni sebagai berikut:

- (1) Setiap produsen dilarang untuk mencantumkan keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif.
- (2) Selain larangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), setiap produsen dilarang mencantumkan kata "*Light*", "*Ultra Light*", "*Mild*", "*Extra Mild*", "*Low Tar*", "*Slim*", "*Special*", "*Full Flavour*", "*Premium*" atau kata lain yang mengindikasikan kualitas, superioritas, rasa aman, pencitraan, kepribadian, ataupun kata-kata dengan arti yang sama.
- (3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku bagi Produk Tembakau yang sudah mendapatkan sertifikat merek sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Setiap orang yang memproduksi dan/atau mengimpor Produk Tembakau yang mencantumkan keterangan atau tanda apapun yang menyesatkan atau kata-kata yang bersifat promotif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pengaturan kemasan produk rokok sebagaimana diatur di dalam PP No. 109 Tahun 2012 juga mencakup kewajiban bagi pelaku usaha untuk mencantumkan kandungan tar dan nikotin yang terdapat di dalam produk rokok pada kemasan produk rokok, sebagaimana diatur di dalam Pasal 19 PP No. 109 Tahun 2012.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sejatinya di dalam PP No. 109 Tahun 2012 telah terdapat pengaturan mengenai produk rokok. Salah satunya pengaturan kemasan produk yang antara lain wajib mencantumkan peringatan kesehatan, melarang penggunaan kata-kata yang bersifat menyesatkan dan/atau promotif, serta harus mencantumkan kandungan nikotin dan tar. Namun, di dalam PP No. 109 Tahun 2012 nyatanya sama sekali tidak diatur standardisasi atas jumlah No. 109 Tahun 2012 nikotin dan tar yang diperbolehkan. Padahal, nikotin dan tar merupakan kandungan kimia dalam rokok yang paling berbahaya bagi kesehatan manusia.

Sebagai contoh akibat ketiadaan standardisasi kandungan nikotin dan tar pada produk rokok di Indonesia, kadar kandungan nikotin pada produk rokok yang beredar di Indonesia tergolong tinggi dibandingkan dengan kadar kandungan nikotin pada produk rokok yang beredar di negara-negara lainnya. Kadar kandungan nikotin pada produk rokok yang tertinggi di Indonesia ditemukan sebesar 4 mg (empat miligram). Padahal, negara-negara lain telah melakukan standardisasi kadar nikotin dalam produk rokok yang beredar dibatasi maksimal

hanya 1,5 mg (satu koma lima miligram) saja (CNN Indonesia, 2018).

Ketiadaan standardisasi kandungan nikotin dan tar pada produk rokok di Indonesia adalah bertentangan dengan asas dan tujuan perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 2 dan Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen. Pengaturan produk rokok di Indonesia masih belum sepenuhnya memenuhi Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen serta tujuan perlindungan konsumen yakni untuk meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Sehingga, dapat ditarik suatu benang merah, bahwasanya pengaturan produk rokok di Indonesia saat ini masih belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa belum ada peraturan perundangan-undangan yang mengatur standardisasi terhadap kandungan produk rokok di Indonesia. Ketiadaan standardisasi tersebut adalah bertentangan dengan asas dan tujuan perlindungan konsumen sebagaimana tercantum di dalam Pasal 2 dan Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen. Sehingga, bahwasanya pengaturan produk rokok di Indonesia saat ini masih belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip perlindungan konsumen.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Sue. 1982. *Pengaruh Rokok Terhadap Kesehatan*. Kesehatan Populer. Jakarta: Arcan.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke-3. Jakarta: Balai Pustaka.
- Febriana, Shinta dan Titik Triwulan. 2010. *Perlindungan Hukum Bagi Pasien*, Cet.1. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Ibrahim, Johnny. 2006. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing.
- M. Hadjon, Philipus. 1987. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: Bina Ilmu.
- Mertokusumo, Sudikno. 1989. *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nururrahmah. 2014. *Pengaruh Rokok Terhadap Kesehatan Dan Pembentukan Karakter Manusia*, Prosiding Seminar Nasional, Vol. 1, No. 1.
- Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo.

- Yani, Ahmad dan Gunawan Widjaja. 2003. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cet. 3. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia dan Aus AID. 2006. *Panduan Bantuan Hukum di Indonesia: Pedoman Anda Memahami dan Menyelesaikan Masalah Hukum*. Jakarta: Sentralisme Production.
- Yulianti. 2005. *Kajian Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Pasien Dalam Undang-Undang RI Nomor 29 Tahun 2004 Tentang Praktik Kedokteran Berkaitan Dengan Malpraktik*, Malang: Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.
- Kadar Maksimal Nikotin dalam Rokok di Indonesia Masih Tinggi Puput Tripeni Juniman, CNN Indonesia, 31 Mei 2018, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180531204622-255-302668/kadar-maksimal-nikotin-dalam-rokok-di-indonesia-masih-tinggi>, diakses pada 18 September 2019.*
- Lebih Banyak dari Pria, 59 Persen Wanita Merokok di Bawah Usia 15 Tahun, Detik.com, 9 Oktober 2019, diakses dari <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4248887/lebih-banyak-dari-pria-59-persen-wanita-merokok-di-bawah-usia-15-tahun> pada 15 September 2019.*
- Perokok Aktif di Indonesia Capai 60 Juta Orang, 70 Persennya Warga Miskin dan Anak-anak, Tribunjogja.com, diakses dari <https://jogja.tribunnews.com/2018/04/17/perokok-aktif-di-indonesia-capai-60-juta-orang-70-persennya-warga-miskin-dan-anak-anak> pada 15 September 2019.*