

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bulan Desember 2006 yang lalu masyarakat Indonesia dibuat panik dengan munculnya sejumlah daftar nama beragam minuman yang dicurigai mengandung zat berbahaya. BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) akan menarik lima produk minuman isotonik dari pasaran setelah diketahui bahwa produk tersebut melanggar ketentuan pelabelan dalam Undang-Undang Pangan Nomor 7 tahun 1996. Kelima produk ini adalah Mizone, Zporto, Jungle Juice, Mogu-Mogu, dan Zeastea.

Label kelima produk ini tidak dicantumkan komposisi bahan yang sesuai dengan kandungan yang ada dalam minuman tersebut, sehingga konsumen tidak dapat mengetahui secara jelas isi kandungan minuman tersebut. Kasus ini jelas melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999. Dalam UUPK disebutkan bahwa konsumen berhak mengetahui informasi yang sejelas-jelasnya mengenai produk yang akan dibelinya dan produsen wajib memberikan informasi yang sejelas-jelasnya pula kepada konsumen mengenai produknya.

Akibat dari tidak jelasnya informasi yang diberikan oleh produsen dalam label produknya, maka kasus ini menjadi pembohongan publik terhadap konsumen. Tentunya hal ini merugikan konsumen yang merasa dibohongi.

Label *Jungle Juice*, *Zeastea* dan *Zporto* , misalnya menyebutkan tidak mengandung bahan pengawet. Namun hasil uji laboratorium BPOM menunjukkan adanya bahan pengawet *Natrium benzoat* dan *Kalium sorbat*. Sementara Mizone,

bahan pengawet yang tercantum dalam labelnya hanya *natrium benzoat*, padahal dalam uji yang dilakukan oleh BPOM dalam minuman itu juga terdapat bahan pengawet tambahan berupa *kalium sorbat*. Masyarakatpun semakin takut untuk mengkonsumsi Mizone ketika berhembus kabar bahwa kandungan Mizone dapat menyebabkan penyakit lupus (penyakit yang menyerang sistem internal manusia).

Direktur Pemasaran PT Tirta Investama selaku produsen Mizone, Didi Nugrahandi mengatakan bahwa penarikan Mizone bukan terkait masalah kandungan bahan pengawet yang berbahaya seperti yang sudah diberitakan, namun hanya masalah pencantuman kandungan zat di label saja. Label kemasan Mizone memang hanya mencantumkan satu nama bahan pengawet, yakni Kalium Sorbat dengan konsentrasi 100 mg/liter. Bahan pengawet lainnya, Natrium Benzoat (100 mg/liter) tidak terdapat pada label kemasan. Pihak produsen tengah melakukan penelitian secara internal mengapa hal ini bisa terjadi. Dalam Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) Nomor 722/Menkes/IX/88 diatur tentang kadar aman bagi tubuh untuk mengasup kalium sorbat yakni 1.000 mg per liter dan natrium benzoat 600 mg per liter. Kandungan *kalium sorbat* dan *natrium benzoat* di Mizone masing-masing hanya 100 mg per liter. Jadi masih jauh dari batas aman yang ditentukan oleh BPOM.

Sesuai dengan ketentuan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), produk Mizone tetap ditarik dari pasaran. Penarikan ini diharapkan akan tuntas pada 12 Desember mendatang. Selanjutnya, PT Titra Investama akan memasarkan Mizone dengan label kemasan baru yang lebih lengkap.

Konsumen sebagai pemain utama dalam bisnis harus dijaga agar tetap senang, puas dan percaya akan keamanan produk yang dikonsumsi, sehingga pelaku usaha dapat bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Lahirnya Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat sebagai payung hukum (*Umbrella Act*) bagi perlindungan konsumen di Indonesia, diharapkan konsumen tidak hanya sekedar memperoleh perlindungan terhadap hak-hak atau kepentingannya saja, tetapi lahirnya UUPK diharapkan juga sekaligus dapat mendidik konsumen untuk lebih menyadari akan segala hak dan kewajiban yang dimilikinya. Lahirnya UUPK juga diharapkan mampu mendorong terciptanya iklim usaha sehingga dapat pula mendorong lahirnya pelaku usaha yang tangguh dalam menghadapi persaingan.

Penjelasan umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Lembaran Negara Nomor 42 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan

kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Konsideran bagian menimbang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung, tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan / atau jasa yang, memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan / atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.

Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar. Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab.

Norma hukum positif di Indonesia yang dapat menjadi acuan untuk perlindungan konsumen khususnya minuman seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

Tidak sedikit konsumen di Indonesia yang kurang mengerti hukum, jadi jika konsumen dirugikan mereka hanya diam saja. Hal inilah yang mengakibatkan pelaku usaha yang curang dan tidak bertanggung jawab merasa diuntungkan. Sikap dari konsumen yang cenderung tidak peduli dan diam harus diubah dengan telah adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen, konsumen yang tidak mendapat haknya dalam mengkonsumsi barang dapat menuntut untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Penilaian Konsumen Terhadap Minuman Isotonik "Mizone" Berkaitan Dengan Bahan Pengawet Yang Digunakan?
2. Apakah Terdapat Perbedaan Penilaian Konsumen Terhadap Minuman Isotonik "Mizone" Berkaitan Dengan Bahan Pengawet Yang Digunakan Berdasarkan Karakteristik Demografi (Usia, Tingkat Pendidikan, Dan Tingkat Pendapatan)?
3. Bagaimana Pertanggungjawaban Produk "Mizone" Berkaitan Dengan Bahan Pengawet Yang Digunakan Dan Fungsi *Labeling*?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta khususnya pada daerah mrican dan babarsari.
2. Objek penelitian adalah konsumen "Mizone" yaitu orang yang pernah minum "Mizone".
3. Periode penelitian mulai bulan Januari tahun 2007 sampai dengan Februari 2007.
4. Perolehan data responden dengan menggunakan kuesioner.

5. Dalam penelitian ini penulis membatasi responden yang diteliti adalah responden yang berusia 19-35 tahun dengan harapan umur tersebut sudah dapat memberikan penilaian mengenai produk Mizone.

D. Batasan Konseptual

1. 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. (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (2))
2. 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. (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (2))
3. Penilaian adalah proses, cara, perbuatan menilai. (KBBI, 1990:615)
4. Isotonik adalah bersifat memiliki tekanan osmotik yang sama. (KBBI, 2005:352)
5. Pengawet adalah pencegah pelapukan dan penguraian cairan organik atau makanan. (KBBI, 1990:58)

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan mengevaluasi penilaian konsumen terhadap minuman isotonik "Mizone" berkaitan dengan bahan pengawet yang digunakan.
2. Mengetahui dan mengevaluasi ada tidaknya perbedaan penilaian konsumen terhadap minuman isotonik "Mizone" berkaitan dengan bahan pengawet yang digunakan berdasarkan karakteristik demografi (usia, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan).
3. Mengetahui dan mengevaluasi pertanggungjawaban produk "Mizone" berkaitan dengan bahan pengawet yang digunakan dan fungsi *labeling*.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya serta ilmu ekonomi dan ilmu hukum terutama mengenai penilaian konsumen dan perlindungan konsumen pada khususnya.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan bagi pihak konsumen dan pelaku usaha mengenai bagaimana penilaian konsumen dan perlindungan konsumen di Indonesia.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini terdiri dari lima bab, yang pada masing-masing bab terdapat beberapa sub bab. Adapun penyajian sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, batasan konseptual, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Meliputi tinjauan pustaka yang berhubungan dengan pemasaran, manajemen pemasaran, perilaku dan sikap konsumen, persepsi konsumen, perlindungan konsumen, pertanggungjawaban produk, label, perlindungan konsumen dari aspek hukum perdata, perlindungan konsumen dari aspek hukum pidana, perlindungan konsumen dari aspek hukum administrasi negara.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi kuisisioner, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran variabel, metode pengujian instrumen, dan metoda analisis data.

BAB IV. ANALISIS DATA

Meliputi analisis persentase data diri, analisis *arithmetic mean*, analisis *One Sample T-test*, analisis ANOVA dan pembahasan tanggungjawab produk.

BAB V. PENUTUP

Meliputi kesimpulan dan saran baik bagi pihak produsen maupun konsumen.