

BAB III

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap pembahasan dan hasil penelitian yang dilakukan dalam penulisan hukum ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen obat belum terlaksana dengan baik. Praktek penegakan hukum terhadap pelanggaran iklan obat di masyarakat masih kurang. Pengawasan di bidang periklanan obat juga masih kurang dan selama ini tidak ada koordinasi antara pihak-pihak yang berwenang yaitu KPI dan BPOM.

2. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan melihat masih banyaknya hal yang kurang dalam praktek periklanan obat, maka dari itu penulis menyarankan:

1. Etika Pariwara Indonesia tidak lagi hanya menjadi *self regulation* yang diprakarsai oleh para pelaku indutri periklanan, tetapi menjadi Undang-Undang Periklanan yang berlaku di hukum positif Indonesia. Jadi, jika terjadi pelanggaran ada sanksi pidana yang tegas dan jelas untuk menghukum para pelaku.

2. Pelaku usaha obat sebaiknya lebih memperhatikan peraturan perundang-undangan yang ada sebelum mempromosikan produknya melalui iklan agar tidak memproduksi iklan yang menyimpang dan tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada.
3. Konsumen sebagai pihak yang dirugikan, harus lebih cerdas dan teliti dalam mengkonsumsi iklan obat di media. Karena kerugian yang diderita konsumen akibat iklan obat yang menyimpang tidak hanya kesalahan pelaku usaha, bisa jadi juga dikarenakan kelalaian konsumen tidak cerdas dalam memilah iklan obat.
4. Pemerintah sebagai pihak pengawas regulasi iklan obat sebaiknya lebih memperketat pengawasan dalam peredaran iklan obat di media, sehingga peredaran iklan obat yang menyimpang bisa berkurang dan tidak merugikan masyarakat. Dan sebaiknya ada koordinasi antara pihak pemerintah dengan pihak-pihak yang terkait dalam pengawasan iklan obat yang beredar di media.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdul Halim Barkatullah, 2010, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung;Nusa Media
- Ahmadi Miru dan Sutaman Yudo,2005, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta.
- Az Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta
- David Oughton dan John Lowry, 1997, *Textbook on Consumer Law*, London: Blackstone Press Ltd.
- Dedi Harianto, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani. 2000. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, ed., 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung; Mandar Maju
- Renald Kasali, 1992, *Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.
- Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Gramedia, Jakarta.
- Sri Rejeki Hartono, 2000, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, Bandung;Madar Maju
- William Wells, Jhon Burnett,dan Sandra Moriarty, 2000, *Advertising Principle and Practice*, New Jersey: Prentice Hall Inc..
- Yusuf Shofie, 2002, *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta; Ghalia Indonesia

Jurnal:

Az. Nasution, *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen (Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999- LN 1999 No. 42)*, Teropong Vol II.

Jurnal Komunikasi, 2009, *Shidarta : Iklan Politik Dan Perlindungan Bagi Konsumen Siaran Televisi*, Vol 1, No. 1-Februari 2009.

Rachmat Trijono, *Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Menyesatkan*, Jurnal Hukum JUISTHEID, Vol.1 No.2 Agustus 2003, (Bogor: Fakultas Hukum Universitas Djuanda

A. Zen Umar Purba, *Perlindungan Konsumen: Sendi-Sendi Pokok Pengaturan, Hukum dan Pembangunan*, 1992:4, Tahun XXII, Agustus 1992.

Makalah:

C.Tantri dan Sularsi, Makalah "*Gerakan Organisasi Konsumen*" (Jakarta: YLKI and The Asia Foundation), 1995

S.Suryawati, 1992. "*Dampak Promosi Obat Terhadap Pengobatan Sendiri*", Makalah Seminar Promosi Obat dan Informed Consent, Fakultas Kedokteran UGM, Yogyakarta.

Zoemrotin, 1992. "*Lembaga Konsumen, Periklanan dan Perlindungan Konsumen*", Makalah ini disampaikan pada diskusi Kode Etik Periklanan Indonesia, Jakarta.

Website:

<https://www.youtube.com/watch?v=LIM8uqto80E> diakses pada tanggal 10 Mei 2015

<http://dentalhealthridhafajarnugroho.blogspot.com/2013/03/penggolongan-obat-menurut-uu-farmasi.html> diakses pada tanggal 28 April 2015

[Ilmukesmas.com/pengertian-obat/](http://ilmukesmas.com/pengertian-obat/) diakses pada tanggal 30 April 2015

<http://kamusbahasaindonesia.org/penyimpangan>

http://www.pengertianahli.com/2014/01/pengertian-obat-dan-penggolongan-obat.html#_

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 .

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1963 tentang Farmasi.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1998 tentang Pengamanan Sediaan Farmasi dan Alat Kesehatan.

Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 386/MENKES/SK/IV/1994 tentang Pedoman Periklanan Obat Babas, Obat Tradisional, Alat Kesehatan, Kosmetika, Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga dan Makanan-Minuman

Peraturan lainnya:

Etika Pariwara (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia) 2005 cetakan ketiga.