

DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i4>

Diterima: 12/06/2023, Diperbaiki: 20/06/2023, Diterbitkan: 21/06/2023

PROMOSI YANG MENYESATKAN PADA BUNGKUS ROKOK: ROKOK DAPAT MENIMBULKAN KESEHATAN

Jennifer Nathalie¹¹ Fakultas Hukum, Universitas Surabaya, Raya Kalirungktu, Surabaya, Indonesia.Email: rais.taufiq123@gmail.com*Corresponding Author:* jennifer.nathalie27@gmail.com

ABSTRACT

Legal research on misleading promotion by Rokok ST producer was conducted because there are many business actors who produce, sell and advertise their products that does not match the benefits generated from using these products. Meanwhile, many cigarette consumers are still not aware of any misleading promotion conducted by business actors. Although the objective of business actors conducting these activities is to make profit, they still must pay attention to public concerns. Furthermore, the author wants to see the role of the government (in this case Dinas Kesehatan) in overseeing misleading promotions that harm consumers. Rokok ST producers still believe that their products can give an impact on consumers health. The explanation of the various facts stated above can directly interpreted as a lack of consumer's ability to understand a product, especially processed tobacco products such as cigarette that resulting consumers in a weak position. Consumer's interest to consuming a product, sometimes only based on labels or promotion of the product they see, without thinking about other things related to the product. Meanwhile, business actors as producers of goods and/or service are obliged to be responsible for validation of information regarding regulated products for consumers. To support the dignity and prestige of consumers, consumer's awareness, knowledge, concern, ability and independence are needed to protect themselves and develop a responsible attitude on business actors. The essence of this regulation is to provide proportional protection for consumers and business actors, which aims to create justice for consumers and business actors.

Keywords: *Consumer Protection, Cigarette Products, Consumers, Misleading Promotions, Health.*

ABSTRAK

Penelitian hukum terhadap tindakan promosi yang menyesatkan oleh produsen rokok ST dilakukan karena banyak dijumpai pelaku usaha yang memproduksi, menjual dan mengiklankan produknya tidak sesuai dengan manfaat yang dihasilkan dari penggunaan produk tersebut.

Sedangkan di lain sisi, banyak konsumen rokok tersebut yang masih belum mawas diri mengenai promosi menyesatkan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Meskipun tujuan pelaku usaha melakukan aktivitas usahanya adalah untuk mendapatkan keuntungan, namun harus tetap mempertimbangkan kepentingan konsumen secara umum. Selain itu, penulis ingin mengetahui seberapa jauh peran pemerintah (dalam hal ini Dinas Kesehatan) dalam melakukan pengawasan terhadap promosi yang menyesatkan, sehingga merugikan konsumen. Produsen rokok ST tetap meyakini jika produknya dapat memberikan dampak kesehatan bagi konsumen. Penjelasan mengenai berbagai fakta yang telah dijelaskan tersebut, secara langsung dapat diartikan sebagai kurangnya kemampuan konsumen untuk memahami suatu produk, khususnya produk olahan tembakau yaitu rokok sehingga mengakibatkan konsumen berada pada posisi yang rentan ataupun lemah. Ketertarikan konsumen untuk mengkonsumsi suatu produk, terkadang hanya didasarkan atas label produk atau promosi yang dilihatnya saja, tanpa berpikir hal - hal lain terkait produk tersebut. Di lain sisi, pelaku usaha sebagai produsen barang dan/atau jasa wajib bertanggung jawab terhadap validasi informasi mengenai produk yang diperdagangkan pada konsumen. Untuk menunjang harkat dan martabat konsumen, diperlukan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Esensi dari peraturan tersebut adalah memberikan perlindungan bagi konsumen sekaligus bagi pelaku usaha secara proporsional, yang bertujuan guna menciptakan keadilan baik bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Produk Rokok, Konsumen, Promosi Menyesatkan, Kesehatan.

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya zaman, rokok sebagai produk berbahan dasar tembakau melalui serangkaian proses pengolahan telah menjadi salah satu kebutuhan pokok masyarakat di Negara Indonesia. Berdasarkan laporan *Southeast Asia Tobacco Control Alliance* (SEATCA) pada tahun 2019, Negara Indonesia sebagai negara yang mengkonsumsi rokok terbanyak di Asia Tenggara yaitu sebanyak 65,19 (enam puluh lima koma sembilan belas) juta orang. Data tersebut hampir sama dengan 34% (tiga puluh empat persen) jumlah penduduk Indonesia di tahun 2016. Data yang diperoleh dari *General Agreement Trade in Service* (GATS) tahun 2011 menunjukkan bahwasanya Indonesia berada pada peringkat ketiga sebagai negara yang mengkonsumsi rokok tertinggi di dunia. Peringkat pertama negara perokok tertinggi adalah Cina dan negara kedua adalah India dengan proporsi perokok sebanyak 36,1% (tiga puluh enam koma satu persen) (Ambarwati, 2014).

Merokok dapat mengakibatkan berbagai macam ancaman gangguan kesehatan hingga kematian. Kajian data Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (Badan Litbangkes) di tahun 2015 menunjukkan lebih dari 230.000 (dua ratus tiga puluh ribu) penduduk Indonesia meninggal akibat mengkonsumsi olahan produk tembakau (dalam hal ini rokok) tiap tahunnya. Menurut data yang diperoleh dari *Global Cancer Observatory* (GLOBOCAN) 2018, Negara Indonesia berada pada peringkat pertama kematian akibat kanker paru-paru sebesar 12,6% (dua belas koma enam persen). Berdasarkan data Rumah Sakit Umum Persahabatan terdapat 87%

(delapan puluh tujuh persen) penyebab kanker paru diakibatkan oleh rokok. (Kemenkes.go.id, 2019)

Rokok merupakan produk berbentuk tabung yang terbuat dari kertas yang memiliki ukuran panjang antara 70mm sampai 120mm dan memiliki diameter sekitar 10mm berisi cacahan daun tembakau (Jaya, 2009). Sebatang rokok mengandung kurang lebih 4.000 (empat ribu) jenis zat-zat kimia beracun dan berbahaya bagi tubuh yang mana 43 (empat puluh tiga) memiliki sifat karsiogenik (Aditama, 2013). Kandungan terpenting dalam rokok meliputi: tar, nikotin, benzovrin, *metal - kloride*, aseton, amonia, dan karbon monoksida (Bustan, 2007). Apabila seseorang mengkonsumsi rokok, maka orang tersebut berpotensi terjangkit penyakit jantung koroner, stroke dan kanker. Asap yang dihasilkan oleh rokok dari sisa pembakaran mengandung berbagai jenis zat kimia beracun yang menimbulkan penyakit penglihatan, penciuman, dan pernapasan (Sukendro, 2007).

Rokok diproduksi oleh pabrik maupun industri kecil yang memiliki manfaat penting dalam menggerakkan ekonomi Negara Indonesia. Daerah penghasil tembakau dan cengkeh serta produsen rokok telah menurunkan angka pengangguran sebagai lahan penyedia lapangan usaha. Hal tersebut mengakibatkan bermunculan berbagai kiat diantara para produsen rokok dalam memasarkan produk hasil olahan tembakau tersebut.

Mengingat dampak negatif yang ditimbulkan oleh rokok bagi konsumen, peredaran rokok diawasi secara ketat baik dalam promosi maupun iklan dari produk rokok tersebut. Berbagai upaya dalam meminimalisir dampak negatif rokok telah dilaksanakan oleh pemerintah. Namun, masih banyak pula dapat kita jumpai dalam keseharian produsen rokok yang mempromosikan produknya tidak sesuai dengan peraturan, salah satu produsen rokok tersebut adalah produsen rokok ST. Rokok ST telah menyebutkan secara gamblang, bahwa mengkonsumsi Rokok ST dapat menimbulkan kesehatan. Berdasarkan klaim produsen Rokok ST, konsumsi Rokok ST secara rutin baik dihisap layaknya rokok konvensional, diseduh atau abu pembakaran dioleskan ke bagian tubuh tertentu dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit.

Klaim manfaat yang ditawarkan oleh Rokok ST telah menimbulkan kepercayaan masyarakat, bahwa rokok tersebut dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit. Bahkan, beberapa masyarakat yang telah berhenti merokok kembali merokok dikarenakan ingin mengetahui dan merasakan khasiat dari Rokok ST tersebut.

Bahwasanya, masyarakat kita memahami bahwa merokok dapat mengakibatkan berbagai macam gangguan kesehatan dan dapat berujung kematian. Akan tetapi, Rokok ST telah mengklaim jika produk rokok tersebut dapat mengakibatkan kesehatan, dimana kalimat tersebut memiliki makna yang berlawanan terhadap dampak merokok pada umumnya sehingga hal tersebut menimbulkan perspektif yang menyesatkan dalam masyarakat.

Manusia memiliki sifat konsumtif sehingga membuka celah bagi pelaku usaha dalam menawarkan produk berupa barang dan/atau jasa untuk menarik minat konsumen. Dalam suatu produk terdapat label yang menjanjikan suatu keuntungan apabila konsumen membeli dan mengkonsumsinya. Label yang berisi keterangan mengenai produk dan manfaatnya tidak boleh berisikan informasi yang mengecoh konsumen. Hal tersebut dikarenakan sangat besar

kemungkinan bahwasanya konsumen berniat untuk membeli produk atas manfaat tertulis tanpa menimbang bahwasanya hanya iming-iming yang belum dapat dibuktikan dan dipertanggungjawabkan.

Pelaku usaha saling berkompetisi demi memperoleh perhatian konsumen agar membeli produknya. Berbagai teknik pemasaran (promosi) produk pun mulai bervariasi. Pemasaran (promosi) sebagai salah satu kiat yang terdapat pada media informasi, semata - mata untuk mendapatkan keuntungan, hingga sering ditemukan pelaku usaha (korporasi) menyajikan informasi secara hiperbola hingga memberikan kesan produk yang dijualnya terlampau istimewa.

Produsen Rokok ST tetap meyakini jika produknya dapat memberikan dampak kesehatan bagi konsumen. Penjelasan mengenai berbagai fakta yang telah dijelaskan tersebut, secara langsung dapat diartikan jika kurangnya kemampuan konsumen untuk memahami suatu produk, khususnya produk olahan tembakau yaitu rokok sehingga mengakibatkan konsumen berada pada posisi yang rentan ataupun lemah. Ketertarikan konsumen untuk mengkonsumsi suatu produk, terkadang hanya didasarkan atas label produk atau promosi yang dilihatnya saja, tanpa berpikir hal - hal lain terkait produk tersebut. Di lain sisi, pelaku usaha sebagai produsen barang dan/atau jasa wajib bertanggung jawab terhadap validasi informasi mengenai produk yang diperdagangkan pada konsumen.

METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan jurnal, jenis penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif yang mengacu pada peraturan perundang-undangan yang disahkan dan berlaku di Indonesia. Terkait latar belakang tersebut diatas, maka peraturan perundang-undangan yang relevan untuk analisis adalah Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen jo Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan serta peraturan terkait demi mewujudkan kepastian hukum.

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penyusunan jurnal ialah *statute approach*, yaitu melakukan penelaahan permasalahan yang dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan yang telah disahkan dan berlaku di Indonesia. Untuk mendukung dan melengkapi analisis, penyusunan jurnal juga menggunakan pendekatan masalah *conceptual approach* dengan menambahkan literature dan pendapat para ahli yang bermanfaat sebagai landasan pendukung sebagaimana permasalahan hukum terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kronologi Kasus

Mengingat dampak negatif yang ditimbulkan oleh rokok bagi konsumen, peredaran rokok diawasi secara ketat baik dalam promosi maupun iklan dari produk rokok tersebut. Berbagai upaya dalam meminimalisir dampak negatif rokok telah dilaksanakan oleh pemerintah. Namun, masih banyak pula dapat kita jumpai dalam keseharian produsen rokok yang mempromosikan produknya tidak relevan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Terdapat sebuah kasus yang dipublish oleh koran harian online www.liputan6.com dengan judul

“Kisah Rokok ST yang Menyembuhkan”. Kasus tersebut bermula ketika Rokok ST diklaim dapat menyehatkan penggunanya.

Majmaal Bahroin Hubbul Wathon Minal Iman – Pondok Pesantren Shiddiqiyah Jombang, Jawa Timur merupakan produsen rokok kretek bernama Sehat Tentrem (ST). Pada bungkus rokok tidak memuat berbagai peringatan kesehatan dan gambar mengerikan mengenai dampak penggunaan rokok, melainkan 1 kalimat mutiara yang membuat pembaca tersenyum bahagia yaitu: “Rokok Ini Dapat Menyebabkan Kesehatan”. Pada akun media sosial yang dimilikinya, khususnya *Facebook* terdapat informasi berbagai macam kebaikan ketika seseorang mengkonsumsi Rokok ST. Keunikan Rokok ST terletak pada acara konsumsinya yaitu dibakar sebagaimana rokok pada umumnya atau diseduh dan diminum yang diasumsikan seperti jamu.

Berdasarkan pengakuan konsumen Rokok ST, mengkonsumsi Rokok ST dipercaya menghilangkan berbagai jenis penyakit berat hingga ringan. Tidak hanya itu, abu sisa pembakaran dapat digunakan sebagai obat luar seperti luka, iritasi kulit, jerawat, gatal-gatal bahkan serangan tomcat. Selanjutnya, Rokok ST dipercaya mampu mengatasi bengkak pada tubuh dengan cara dikompres pada bagian tubuh yang bengkak. Secara umum, Rokok ST dapat mengatasi segala jenis gangguan kesehatan.

Rokok ST telah menyebutkan secara gamblang, bahwa mengkonsumsi Rokok ST dapat menimbulkan kesehatan. Berdasarkan klaim produsen Rokok ST, konsumsi Rokok ST secara rutin baik dihisap layaknya rokok konvensional, diseduh atau abu pembakaran dioleskan ke bagian tubuh tertentu dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit. Klaim manfaat yang ditawarkan oleh Rokok ST telah menimbulkan kepercayaan masyarakat, bahwa rokok tersebut dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit. Bahkan, beberapa masyarakat yang telah berhenti merokok kembali merokok dikarenakan ingin mengetahui dan merasakan khasiat dari Rokok ST tersebut. Bahwasanya, masyarakat kita memahami bahwa merokok dapat mengakibatkan berbagai macam gangguan kesehatan dan dapat berujung kematian. Akan tetapi, Rokok ST telah mengklaim jika produk rokok tersebut dapat mengakibatkan kesehatan, dimana kalimat tersebut memiliki makna yang berlawanan terhadap dampak merokok pada umumnya sehingga menimbulkan perspektif yang menyesatkan dalam masyarakat.

Pembahasan

Produk rokok kretek yang diproduksi oleh produsen Rokok ST adalah produk olahan tembakau yang di dalamnya terkandung zat adiktif yang mengakibatkan kecanduan, dan apabila dikonsumsi secara terus menerus dapat membahayakan kesehatan konsumen sesuai dengan konsideran Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 tentang Pengamanan Bahan Yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau Bagi Kesehatan (untuk selanjutnya disebut PP Nomor 109 Tahun 2012) sehingga dibutuhkan kegiatan pengamanan rokok bagi kesehatan. Kandungan zat adiktif yang terdapat pada tembakau salah satunya adalah nikotin. Dalam Pasal 1 Angka 4 PP Nomor 109 Tahun 2012, disebutkan bahwa nikotin berwujud zat yang berasal dari senyawa *pyrrolidine* yang berasal dari tanaman jenis tembakau dan bersifat adiktif.

Zat atau senyawa pada nikotin memberikan dampak penyempitan pembuluh darah, terutama pada pembuluh darah koroner yang bertugas mengalirkan oksigen pada organ jantung. Penyempitan pembuluh darah mengakibatkan jantung harus bekerja ekstra demi memenuhi kebutuhan oksigen dalam tubuh. Hal tersebut mengakibatkan dipercepatnya aliran darah dan kenaikan darah. Selain mengandung nikotin, setiap batang rokok juga mengandung tar yang bersifat karsinogenik sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1 Angka 5 PP Nomor 102 Tahun 2012. Tar sebagai zat karsinogenik berbentuk kondensat asap yang berasal dari sisa pembakaran rokok yang tidak termasuk nikotin dan air.

Sejalan dengan bahaya akibat nikotin, tar juga menimbulkan berbagai macam penyakit berat seperti kanker, jantung, impotensi, penyakit darah, enfisema, bronkitis kronik dan gangguan kehamilan. Nikotin dan tar dapat menimbulkan berbagai bahaya kesehatan, maka setiap produk tembakau yang diproduksi dan/atau diimpor ke Negara Indonesia memiliki kewajiban untuk memberikan peringatan kesehatan sesuai Pasal 14 ayat (1) PP Nomor 109 Tahun 2012.

Pelaku usaha dan konsumen memiliki ikatan hukum yang dilaksanakan dalam rangka transaksi jual beli. Hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen menghasilkan dampak hukum atas hubungan tersebut. Dalam hal pelaku usaha tidak memenuhi suatu kewajiban yang ada padanya, konsumen akan memberikan suatu protes terhadap hasil atau produk yang dikonsumsi bahwasanya tidak selaras dengan perjanjian pada saat terjadinya transaksi jual beli tersebut, termasuk juga pada saat dilakukannya promosi atau iklan apakah sudah mengikuti ketentuan yang diatur dalam peraturan perundang - undangan. Pelaku usaha maupun konsumen dalam UUPK memiliki hak dan kewajiban yang telah diatur secara jelas. Hal tersebut karena hak dan kewajiban yang dimiliki serta larangan bagi pelaku usaha tidak berada pada posisi setara, karena konsumen berada pada posisi yang tidak setara dibandingkan pelaku usaha.

Aspek utama ketidaksetaraan konsumen adalah tingkat pemikiran dan pengetahuan konsumen terhadap hak-haknya yang dimilikinya terlampau rendah. Penyebab utamanya adalah rendahnya tingkat pendidikan konsumen. UUPK merupakan terobosan untuk memberikan landasan bagi pemberdaya konsumen di Indonesia. Menilik pada bahaya produk olahan tembakau, maka pencantuman peringatan kesehatan dalam hal pengiklanan harus mengikuti ketentuan hukum yang mengatur.

Kewajiban pemberian peringatan kesehatan pada kemasan bungkus rokok dalam bentuk gambar dan tulisan bertujuan untuk memberikan informasi kepada calon konsumen mengenai dampak negatif atas konsumsi produk tembakau. Pengaturan mengenai kewajiban mencantumkan pernyataan sehat didukung oleh Pasal 24 ayat (1) PP Nomor 109 Tahun 2012 jo Pasal 6 ayat (3) huruf d Peraturan Kepala BPOM Nomor 41 Tahun 2013 Tentang Pengawasan Produk Tembakau yang Beredar (selanjutnya disebut Perke BPOM Nomor 41 Tahun 2013) pada intinya setiap pelaku usaha tidak diperkenankan untuk memberikan informasi yang mengelabui atau paduan kata yang memiliki sifat promosi. Pencantuman peringatan kesehatan sebagaimana dengan isyarat undang - undang adalah suatu kewajiban. Perlindungan hukum dikenal sebagai perlindungan konsumen merupakan solusi yang diberikan oleh UUPK terhadap kerugian

konsumen akibat mengkonsumsi suatu produk. Perlindungan konsumen tertuang pada Pasal 1 angka 1 UUPK demi terselenggaranya suatu kepastian hukum terhadap hak-hak yang dimiliki oleh konsumen agar terhindar dari sikap pelaku usaha yang berpotensi membawa kerugian pada konsumen.

Dalam perlindungan konsumen dikenal asas keamanan dan keselamatan konsumen. Pada Penjelasan Pasal 2 UUPK dijelaskan asas tersebut berguna sebagai jaminan mengenai keamanan dan keselamatan konsumen ketika menggunakan dan memanfaatkan barang dan/atau jasa. Asas keamanan dan keselamatan konsumen berkaitan erat dengan hak yang dimiliki konsumen ketika menggunakan dan memanfaatkan barang dan/atau jasa. Termasuk penggunaan produk ST, konsumen seharusnya memperoleh suatu perlindungan atas keselamatan dan keamanan berupa pencantuman suatu peringatan kesehatan mengenai bahaya penggunaan, bukannya malah memasukkan slogan promosi yang menyesatkan konsumen. Maksud dari kalimat “Menyesatkan atau Kata-Kata Yang Bersifat Promotif” adalah mengecoh atau cenderung bermaksud menghasilkan anggapan cacat cela mengenai efek kesehatan akibat konsumsi produk tembakau atau seakan-akan produk tembakau membawa suatu manfaat baik bagi kesehatan pada “Bungkus Rokok ST”.

Terkait mempromosikan suatu barang, terdapat 4 (empat) kiat-kiat promosi yang dapat dilakukan, salah satunya yaitu adalah iklan. Pada dasarnya iklan merupakan penjelasan atau keterangan yang bertujuan untuk merayu khalayak banyak atau masyarakat supaya terdorong untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Seraya hal tersebut, iklan merujuk pada keseluruhan bentuk pelaksanaan teknik komunikasi dan dipergunakan oleh pelaku usaha demi menggapai konsumennya dan pesan tersurat maupun tersirat. Ketika pelaku usaha melakukan promosi, maka pelaku usaha wajib mencermati hak-hak yang dimiliki konsumen. Kecermatan dalam melakukan promosi bertujuan agar tidak diciderai hak-hak konsumen sebagaimana dalam Pasal 4 huruf a UUPK mengenai kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Melihat pada kasus posisi di atas, Rokok ST mencantumkan keterangan pada bungkusnya yang berlawanan dengan isyarat dalam undang - undang bahwa “Rokok Ini Dapat Menimbulkan Kesehatan”. Produsen Rokok ST juga melakukan pengiklanan atau promosi yang berlawanan dengan peraturan perundang - undangan di mana bungkus rokok tidak memuat berbagai peringatan kesehatan dan gambar mengerikan mengenai dampak penggunaan rokok, melainkan 1 kalimat mutiara yang membuat pembaca tersenyum bahagia yaitu: “Rokok Ini Dapat Menyebabkan Kesehatan”. Pada akun media sosial yang dimilikinya, khususnya *Facebook* terdapat informasi berbagai macam kebaikan ketika seseorang mengkonsumsi Rokok ST. Keunikan Rokok ST terletak pada acara konsumsinya yaitu dibakar sebagaimana rokok pada umumnya atau diseduh dan diminum yang diasumsikan seperti jamu.

Telah tertera jelas di dalam peraturan perundang - undangan jika rokok sebagai produk olahan tembakau memuat zat adiktif yang memiliki dampak berbahaya terhadap kesehatan sehingga dalam pemasarannya wajib ada peringatan kesehatan akan bahaya rokok namun berlawanan dengan peraturan perundang - undangan. Produsen Rokok ST pada kasus di atas,

memberikan kiasan berbeda mengenai peringatan kesehatan yang dapat menyesatkan konsumen dan masyarakat, serta mempromosikan jika rokok yang diproduksinya dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit. Klaim produsen Rokok ST tersebut jelas bertentangan dengan UU Nomor 36 Tahun 2009 dan PP Nomor 109 Tahun 2012.

Apabila promosi yang dilakukan oleh produsen Rokok ST tersebut terbukti menyebabkan konsumen mengalami kerugian, maka konsumen berhak mendapatkan ganti rugi baik secara materiil maupun imateriil sesuai dengan yang dipromosikan tersebut berdasarkan Pasal 4 huruf h UUPK. Produsen Rokok ST dalam mempromosikan dan menjual produknya, harus memperhatikan ketentuan Pasal 114 UU Nomor 36 Tahun 2009 jo Pasal 14 ayat (1) PP Nomor 109 Tahun 2012.

Produsen Rokok ST dalam memasarkan produknya wajib mengikuti ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, hal tersebut bertujuan tidak membawa kerugian kepada konsumen dan masyarakat, akan tetapi produsen Rokok ST telah mengabaikan ketentuan yang telah ditetapkan oleh undang-undang. Produsen Rokok ST dalam mempromosikan barang yang dijualnya telah menciderai hak yang dimiliki oleh konsumen sebagaimana ketentuan Pasal 7 huruf a dan b UUPK serta Pasal 10 huruf e UUPK. Produsen Rokok ST tidak beritikad baik dalam kegiatan usahanya karena tidak memberikan informasi yang tepat mengenai barang yang diperdagangkannya.

Perlindungan hukum bagi konsumen diberikan oleh UUPK terhadap produk olahan tembakau berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang timbul akibat mengkonsumsi produk tersebut. Tanggung jawab produk berada pada pelaku usaha sebagai produsen terhadap kerugian yang diterima konsumennya akibat mengkonsumsi produk pelaku usaha tersebut. Hal tersebut merupakan bentuk perbuatan melanggar hukum dalam ketentuan Pasal 1365 BW. Perbuatan melanggar hukum adalah perbuatan atau kealpaan yang bertentangan dengan hak orang lain dan mengenai berbagai peraturan dalam masyarakat yang dilanggar tidak lepas dari peraturan kesusilaan, peraturan keagamaan, sopan - santun ataupun peraturan yang sudah jelas tertera di dalam undang-undang serta produk hukum lainnya.

Pemberian ganti rugi kepada konsumen bertujuan untuk mengembalikan hak konsumen yang telah diciderai oleh pelaku usaha seperti sediakala sebelum terjadinya pelanggaran terhadap hak konsumen. Mengacu pada prinsip tanggung jawab dan prinsip kehati-hatian dalam hukum perlindungan konsumen, maka dapat diketahui siapa dan sejauh mana pihak tersebut harus bertanggung jawab. Konsumen berhak mendapatkan ganti rugi berdasarkan Pasal 7 huruf f UUPK yaitu pengkonsumsian rokok sebagai produk olahan tembakau yang diproduksi oleh Rokok ST tanpa peringatan kesehatan dan dengan promosi atas manfaat kesehatan yang bertentangan dengan undang – undang.

Pemberian ganti rugi terdapat pada Pasal 19 ayat (2) UUPK memiliki batasan waktu sebagaimana dalam Pasal 19 ayat (3) UUPK yaitu 7 (tujuh) hari setelah transaksi dilakukan. Dampak konsumsi rokok tidak dapat diketahui dalam jangka waktu dekat karena dampak mengkonsumsi rokok terlihat setelah dikonsumsi cukup lama, sehingga menyebabkan adiktif dan zat - zat nikotin dan tar yang merusak tubuh baru mulai dirasakan. Hal tersebut dikarenakan

dampak zat-zat yang terkandung dalam rokok terasa setelah terakumulasi dalam tubuh, sehingga konsumen tidak dapat melakukan gugatan ganti rugi menggunakan UUPK dan memerlukan upaya hukum lain. Upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen melalui gugatan perbuatan melanggar hukum berdasarkan Pasal 1365 BW yaitu penuntutan ganti rugi kepada produsen Rokok ST sebagai pemulihan hak-hak konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa produsen Rokok ST bertanggung jawab karena promosinya pada bungkus rokok “Rokok ini dapat menimbulkan kesehatan” karena rokok sebagai produk olahan tembakau yang mengandung zat adiktif yang berbahaya bagi kesehatan sehingga dalam pemasarannya wajib ada peringatan kesehatan akan bahaya rokok. Produsen Rokok ST memberikan kiasan berbeda mengenai peringatan kesehatan akan bahaya rokok dengan mempromosikan produk Rokok ST dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit sehingga memberikan kesan menyesatkan kepada konsumen dan masyarakat. Klaim produsen Rokok ST tersebut bertentangan dengan PP Nomor 109 Tahun 2012 dan Pasal 10 UUPK. Produsen Rokok ST sebagai pelaku usaha telah melanggar hak dari konsumen dalam pasal 4 huruf a dan huruf c dan kewajibannya sebagai pelaku usaha di dalam pasal 7 huruf a, huruf b, dan Pasal 10 huruf e UUPK.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanief, Y. N. dan Sugito. (2015). Membentuk Gerak Dasar Pada Siswa Sekolah dasar Melalui Permainan Tradisional. *Jurnal SPORTIF* 1(1); 60-73.
- Maksum, A. (2008). *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Univesity Press.
- Kitan Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP)
- Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman.
- Abdulrahman, WF. (2011). Effect of Smoking on Peak Expiratory Flow Rate in Tukrit University. *Tukrit Medical Journal* 17 (1); 11-18.
- Ambarwati. (2014). Media Leafleat dan Pengetahuan Tentang Bahaya Merokok.. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*. 10 (1); 7-15.
- Bustan, M.N. (2007). *Epidemologi Penyakit Tidak Menular*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Direktorat Jenderal Pariwisata. (2009). *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hasan, Ali. (2009). *Edisi Baru Marketing*. Jakarta: PT. Buku Kita.
- Jaya, Muh. (2009). *Pembunuh Berbahaya itu Bernama Rokok*. Sleman: Rizma.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen..* Jakarta: Sinar Grafika.
- M. Suyanto. (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi.
- Miru, Ahmad & Sutarman Yodo. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Miru, Ahmad. (2013). *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Nasution, A.Z. (2001). *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Nugroho, Susanti Adi. (2008). *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Kencana.

- Nurmadjito. 2000. Kesiapan Perangkat Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia. Bandung: Mandar Maju.
- Prawirohamidjojo, Soetojo dan Marhalena Pohan. (1979). Onrechtmatige Daad. Surabaya: Djamali.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Samsul, Inosentius. (2004). Perlindungan Konsumen. Jakarta: Fakultas Hukum Pascasarjana UI.
- Sidharta. (2004). Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: PT Grafindo.
- _____. (2006). Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: PT. Grafindo.
- Sidobalok, Janus. (2014). Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Subanada, I.B. (2004). “Merokok pada Remaja”, dalam Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya. Jakarta: Agung Seto.
- Sukendro, S. (2007). Filosofi Rokok: Sehat Tanpa Berhenti Rokok. Yogyakarta: Pinus Rokok Publisher.
- Sutedi, Adrian. (2008). Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syawali, Husni dan Neni S.M. (2000). Hukum Perlindungan Konsumen. Bandung: Mandar Maju.
- Tjiptono, Fandy. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi.
- Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
- Undang - Undang 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan;
- Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan;
- Peraturan Pemerintah Nomor 109 Tahun 2012 Tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan.
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 41 Tahun 2013 Tentang Pengawasan Produk Tembakau Yang Beredar, Pencantuman Peringatan Kesehatan Dalam Iklan dan Kemasan Produk Tembakau, dan Promosi.