

**SANKSI ADMINISTRASI ATAS PELANGGARAN
DI BIDANG IKLAN PANGAN MENURUT
UNDANG-UNDANG NOMOR 18 TAHUN 2012
TENTANG PANGAN¹**

Oleh: Wandy Wagey²

Dosen Pembimbing:

Fernando J. M. M. Karisoh, SH, MH

Petrus K. Sarkol, SH, M.Hum

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah bentuk-bentuk pelanggaran dalam pembuatan iklan pangan yang dapat dikenakan sanksi administrasi dan bagaimanakah pemberlakuan sanksi administrasi atas pelanggaran dalam pembuatan iklan pangan. Dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif, disimpulkan: 1. Bentuk-bentuk pelanggaran dalam pembuatan iklan pangan yang dapat dikenakan sanksi administrasi yaitu iklan Pangan yang diperdagangkan tidak memuat keterangan atau pernyataan mengenai pangan dengan benar dan menyesatkan. Pernyataan dalam iklan bahwa pangan yang diperdagangkan adalah halal sesuai dengan yang dipersyaratkan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Tidak dapat mempertanggungjawabkan klaim mengenai kebenaran dalam iklan bahwa Pangan yang diperdagangkan adalah sesuai dengan klaim tertentu wajib bertanggung jawab atas kebenaran klaim tersebut. 2. Pemberlakuan sanksi administrasi atas pelanggaran dalam pembuatan iklan pangan menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, berupa: denda; penghentian sementara dari kegiatan, produksi, dan/atau peredaran; penarikan Pangan dari peredaran oleh produsen; ganti rugi; dan/atau pencabutan izin.

Kata kunci: Sanksi administrasi, pelanggaran, iklan pangan.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Iklan sebagai salah satu bentuk informasi, merupakan alat bagi produsen untuk memperkenalkan produknya kepada

masyarakat agar dapat mempengaruhi kecenderungan masyarakat untuk menggunakan dan mengkonsumsi produknya. Demikian pula sebaliknya masyarakat akan memperoleh gambaran tentang produk yang dipasarkan melalui iklan, namun masalah adalah iklan tersebut tidak selamanya memberikan informasi yang benar atau lengkap tentang suatu produk, sehingga konsumen dapat saja menjatuhkan pilihannya terhadap suatu produk tertentu berdasarkan informasi yang tidak lengkap tersebut.³

Apabila pembuatan iklan pangan tidak dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku atau informasi yang disampaikan tidak secara jujur, atau mengelabui dan menyesatkan, maka akan menimbulkan kerugian bagi masyarakat atau konsumen, sehingga diperlukan penegakan sanksi hukum administrasi dan sanksi hukum lainnya bagi pelakunya.

Sanksi hukum administrasi merupakan sanksi yang penerapannya tidak melalui perantaraan hakim. Pemerintah berwenang untuk bilamana perlu, tanpa keharusan perantaraan hakim terlebih dahulu bertindak jauh secara nyata. Sasaran sanksi administrasi adalah perbuatan yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, sehingga secara prinsipil berbeda dengan pemberian sanksi pidana maupun tanggung jawab perdata yang ditujukan kepada orang (pelakunya).⁴

Hal ini menyebabkan juga produsen makanan semakin mengabaikan keselamatan konsumen demi memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Sebagai contoh masih banyak produsen makanan yang senang menggunakan zat pewarna tekstil untuk berbagai produk makanan dan minuman karena pertimbangan ekonomis. Berkembangnya industri tekstil di Indonesia menyebabkan zat pewarna tekstil menjadi murah dan disalahgunakan pemanfaatannya oleh kalangan produsen makanan.⁵

Di lain pihak, konsumen memiliki kemampuan yang terbatas dalam

¹ Artikel Skripsi.

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 14071101493

³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008, hal. 104.

⁴ Ida Bagus Wyasa Putra, *Hukum Bisnis Pariwisata*, Cetakan Pertama. PT. Refika Aditama, Bandung, 2003, hal. 183.

⁵ *Ibid.*

mengumpulkan dan mengolah informasi tentang makanan yang dikonsumsi, sehingga mereka mempunyai keterbatasan dalam menilai makanan dan sulit untuk menghindari risiko dari produk-produk makanan tersebut karena penampilan yang menarik dengan harga yang lebih murah, padahal pewarna tersebut merupakan bahan yang berbahaya dan menjadi sumber dan penyebab keracunan.⁶

Mereka sudah merasa puas jika dapat membeli makanan dengan harga murah, meskipun produk tersebut bermutu rendah dan tidak terjamin keamanannya. Bagi golongan ekonomi tinggi, memilih pangan dengan harga yang tinggi atau memilih produk impor juga menjadi perhatian, namun apakah produk tersebut sesuai atau tidak dengan kondisi di Indonesia dan bagaimana cara mereka memperlakukan makanan tersebut sehingga aman untuk dikonsumsi.⁷

Pengawasan terhadap makanan/minuman, terutama secara administratif dilakukan dengan pendaftaran produk yang diselenggarakan dalam rangka melindungi masyarakat terhadap makanan yang tidak memenuhi syarat kesehatan dan untuk lebih menjamin keamanan dan mutu makanan yang beredar. Dengan demikian, produsen atau importir wajib mendaftarkan makanan yang diproduksi atau diimpor serta wajib menjamin keamanan mutu serta kebenaran label makanan yang didaftarkannya. Pendaftaran yang dimaksud tidak hanya meliputi makanan/minuman tetapi juga produk lain yang berkaitan dengan kesehatan manusia.⁸

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah bentuk-bentuk pelanggaran dalam pembuatan iklan pangan yang dapat dikenakan sanksi administrasi ?
2. Bagaimanakah pemberlakuan sanksi administrasi atas pelanggaran dalam pembuatan iklan pangan ?

C. Metode Penelitian

Penyusunan Karya Ilmiah dalam bentuk Skripsi ini menggunakan Metode Penelitian hukum normatif. Sesuai dengan metode

penelitian hukum yang digunakan, maka penulis berupaya mengumpulkan Bahan-bahan hukum yang terdiri dari: bahan hukum primer yaitu peraturan perundang-undangan dan juga bahan-bahan hukum sekunder yang terdiri dari: literatur, karya-karya ilmiah hukum, dan referensi lainnya. Bahan-bahan hukum tersier juga diperlukan sesuai kebutuhan dalam penulisan Skripsi ini seperti: kamus-kamus hukum yang dapat dipakai untuk menjelaskan pengertian yang relevan dengan penulisan ini Skripsi ini. Bahan-bahan hukum yang dikumpulkan dianalisis dengan secara normatif.

PEMBAHASAN

A. Bentuk-bentuk Pelanggaran Dalam Pembuatan Iklan Pangan Yang Dapat Dikenakan Sanksi Administrasi

Periklanan merupakan suatu bidang usaha yang cukup unik, di satu sisi ia terikat pada hubungan kerja dengan pelaku usaha yang memperkerjakannya, namun disisi lain ia diwajibkan untuk turut bertanggung jawab atas hasil kerja/hasil karya yang dibuatnya berdasarkan atas perjanjian dan perintah kerja yang diterimanya. Pada umumnya pelaku usaha periklanan. Hanya bekerja berdasarkan data dan informasi yang disediakan oleh pelaku usaha yang mempekerjakannya. Prestasi yang dihasilkannya pun banyak dipengaruhi atas kehendak dari pihak yang mempekerjakannya. Mengakomodasi itu semua, pelaku usaha periklanan harus dapat menempatkan posisinya secara netral dan seimbang, dengan tidak melupakan kewajibannya untuk menaati ketentuan hukum yang berlaku dan mengindahkan asas kepatutan, kesusilaan, ketertiban umum, dan kebiasaan yang berlaku pada masyarakat luas.⁹

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan dalam Pasal 17 ayat (1): Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :

- a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;

⁶ *Ibid.* hal. 11

⁷ *Ibid.* hal. 171.

⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hal. 84.

⁹ *Ibid.*, hal. 49.

- c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Pasal 17 ayat (2): Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan dalam Pasal 13 ayat (2): Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Hakikat iklan dalam kerangka perlindungan konsumen merupakan janji dari pihak yang mengumumkan. Iklan dalam berbagai bentuknya mengikat pihak yang mengumumkan dengan segala akibatnya. Sebagai sumber informasi barang atau jasa yang ditawarkan. Harus dicegah penggunaan iklan menyesatkan, menipu atau mengelabui konsumen. Mengenai periklanan, rancangan undang-undang perlindungan konsumen tidak mengatur secara spesifik, karena diharapkan ketentuan periklanan dapat diatur dalam peraturan perundang-undangan tersendiri. Muatan yang akan diatur dibatasi kepada kegiatan atau perbuatan pengusaha yang menawarkan barang melalui iklan termasuk perusahaan periklanan atau media periklanan.¹⁰

Pentingnya informasi-informasi tentang mutu/kualitas dan hal-hal lain yang berkaitan dengan produk barang dan jasa yang ditawarkan juga diharapkan dapat memproteksi konsumen dari praktik-praktik iklan yang mengandung unsur-unsur kecurangan dan penipuan (*deception*).¹¹

Hakikatnya iklan-iklan yang tidak jujur dan tidak bertanggung jawab masih tetap berjalan

dan risiko dari iklan tersebut tetap dipikul oleh pihak konsumen. Banyak aspek yang mempengaruhi sulitnya penegakan hukum dalam praktik periklanan ini. Baik dari kalangan konsumen sendiri, pelaku usaha maupun belum adanya *political will* dari pemerintah.¹²

Tanggung jawab sosial lainnya dari perusahaan atau produsen adalah dalam hal kegiatan komunikasi perusahaan. Salah satu bentuk kegiatan komunikasi perusahaan adalah promosi atau iklan.¹³

Di dalam menjalankan kegiatan promosi, perusahaan harus memperhatikan berbagai aspek terutama yang terkait dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat. Iklan-iklan yang sudah berhasil menarik pembeli yang dilakukan di suatu negara tidak serta merta dapat dilakukan di negara yang sedang berkembang. Di negara-negara yang sedang berkembang di mana nilai-nilai keagamaan masih sangat kental, perusahaan harus menaruh perhatian yang khusus dalam pemasangan iklan. Pencitraan suatu produk melalui personifikasi seorang bintang film perempuan dengan pakaian yang tidak sesuai dengan nilai budaya setempat akan mengundang proses masyarakat. Hal ini telah terjadi beberapa tahun yang lalu dan protes masyarakat tidak berlanjut karena produsen pemasang iklan segera merubah tampilan iklannya. Masih ada beberapa contoh bentuk-bentuk komunikasi pemasaran lainnya yang kurang sesuai dengan nilai-nilai sosial kemasyarakatan. Sekali lagi tanggung jawab sosial para produsen meliputi wilayah yang sangat luas dan perlu mendapat perhatian sebagaimana mestinya.¹⁴

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, mengatur mengenai Label Pangan, sebagaimana dinyatakan pada Pasal 96 ayat:

- (1) Pemberian label Pangan bertujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat tentang setiap produk Pangan yang dikemas sebelum membeli dan/atau mengonsumsi Pangan.
- (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terkait dengan asal, keamanan, mutu,

¹² *Ibid*, hal. 14.

¹³ H. Mulyadi, Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Cetakan Kesatu. Alfabeta, CV. Bandung. 2012, hal. 253.

¹⁴ *Ibid*, hal. 253.

¹⁰ Erman Rajagukguk dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Penyunting) Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Cetakan I. CV. Mandar Maju. Bandung, 2000, hal. 19.

¹¹ Taufik H. Simatupang, *Op.Cit*, 2004, hal. 13.

kandungan Gizi, dan keterangan lain yang diperlukan.

Pasal 97 ayat:

- (1) Setiap Orang yang memproduksi Pangan di dalam negeri untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan/atau pada Kemasan Pangan.
- (2) Setiap Orang yang mengimpor pangan untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan/atau pada Kemasan Pangan pada saat memasuki wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- (3) Pencantuman label di dalam dan/atau pada Kemasan Pangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia serta memuat paling sedikit keterangan mengenai:
 - a. nama produk;
 - b. daftar bahan yang digunakan;
 - c. berat bersih atau isi bersih;
 - d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
 - e. halal bagi yang dipersyaratkan;
 - f. tanggal dan kode produksi;
 - g. tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa;
 - h. nomor izin edar bagi Pangan Olahan; dan
 - i. asal usul bahan Pangan tertentu.
- (4) Keterangan pada label sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditulis, dicetak, atau ditampilkan secara tegas dan jelas sehingga mudah dimengerti oleh masyarakat.

Agar pangan yang aman tersedia secara memadai, perlu diupayakan terwujudnya suatu sistem pangan yang mampu memberikan perlindungan kepada masyarakat yang mengonsumsi pangan sehingga pangan yang diedarkan dan/atau diperdagangkan tidak merugikan serta aman bagi kesehatan jiwa manusia. Dengan perkataan lain harus memenuhi persyaratan keamanan pangan. Produk pangan yang dikonsumsi masyarakat pada dasarnya melalui suatu mata rantai proses yang meliputi produksi, penyimpanan, pengangkutan, peredaran hingga tiba di tangan konsumen. Agar keseluruhan mata rantai tersebut memenuhi persyaratan keamanan, mutu dan gizi pangan, maka perlu diwujudkan suatu sistem pengaturan, pembinaan dan

pengawasan yang efektif di bidang keamanan, mutu dan gizi pangan.¹⁵

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Pasal 98 ayat:

- (1) Ketentuan mengenai label berlaku bagi Pangan yang telah melalui proses pengemasan akhir dan siap untuk diperdagangkan.
- (2) Ketentuan label tidak berlaku bagi Perdagangan Pangan yang dibungkus di hadapan pembeli.
- (3) Pemerintah dan Pemerintah Daerah melaksanakan pembinaan terhadap usaha mikro dan kecil agar secara bertahap mampu menerapkan ketentuan label sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 99. Setiap Orang dilarang menghapus, mencabut, menutup, mengganti label, melabel kembali, dan/atau menukar tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa Pangan yang diedarkan.

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Pasal 100 ayat:

- (1) Setiap label Pangan yang diperdagangkan wajib memuat keterangan mengenai Pangan dengan benar dan tidak menyesatkan.
- (2) Setiap Orang dilarang memberikan keterangan atau pernyataan yang tidak benar dan/atau menyesatkan pada label.

Perkembangan teknologi pengolahan pangan, di satu pihak memang membawa hal-hal yang positif seperti peningkatan pengawasan mutu, perbaikan sanitasi, standarisasi pengepakan dan *labeling* serta *grading*. Namun di sisi lain teknologi pangan akan menyebabkan semakin tumbuhnya kekhawatiran, semakin tinggi risiko tidak aman bagi makanan yang dikonsumsi. Teknologi pangan telah mampu membuat makanan-makanan sintesis, menciptakan berbagai zat pengawet makanan, *zat additives* dan zat-zat *flavor*. Zat-zat kimia tersebut merupakan zat-zat yang ditambahkan pada produk-produk makanan sehingga produk tersebut lebih awet, indah, lembut dan lezat.¹⁶

Produk-produk inilah yang disukai konsumen untuk dikonsumsi, akan tetapi, di balik semua itu, zat-zat kimia tersebut mempunyai dampak yang tidak aman bagi kesehatan. Dalam hal ini jarang sekali disadari

¹⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit*, hal. 171.

¹⁶ *Ibid*, hal. 171.

konsumen, sehingga konsumen tetap mengonsumsinya dan semakin sering mengonsumsinya zat-zat tersebut semakin menumpuk dan menjadi racun.¹⁷

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Pasal 101 ayat:

- (1) Setiap Orang yang menyatakan dalam label bahwa Pangan yang diperdagangkan adalah halal sesuai dengan yang dipersyaratkan bertanggung jawab atas kebenarannya.
- (2) Setiap Orang yang menyatakan dalam label bahwa Pangan yang diperdagangkan adalah sesuai dengan klaim tertentu bertanggung jawab atas kebenaran klaim tersebut.
- (3) Label tentang Pangan Olahan tertentu yang diperdagangkan wajib memuat keterangan tentang peruntukan, cara penggunaan, dan/atau keterangan lain yang perlu diketahui mengenai dampak Pangan terhadap kesehatan manusia.

Hak atas keamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengonsumsi suatu produk.¹⁸

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Pasal 102 ayat:

- (1) Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 97 ayat (1), Pasal 99, dan Pasal 100 ayat (2) dikenai sanksi administratif.
- (2) Setiap Orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 97 ayat (2) wajib mengeluarkan dari dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia atau memusnahkan Pangan yang diimpor.
- (3) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa:
 - a. denda;
 - b. penghentian sementara dari kegiatan, produksi, dan/atau peredaran;
 - c. penarikan Pangan dari peredaran oleh produsen;
 - d. ganti rugi; dan/atau e. pencabutan izin.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai jenis, besaran denda, tata cara, dan mekanisme pengenaan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan

ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Pasal 103. Ketentuan lebih lanjut mengenai label Pangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 96 sampai dengan Pasal 101 diatur dengan atau berdasarkan Peraturan Pemerintah.

Banyak pihak sangat berkepentingan dengan konsumen terutama bagaimana konsumen dapat memenuhi kebutuhan konsumsi makanannya. Pemerintah sangat memperhatikan agar pangan/makanan dapat tersedia dengan cukup di segala pelosok tanah air, agar semua lapisan konsumen dapat menjangkau dan mampu membeli makanan tersebut.¹⁹

B. Pemberlakuan Sanksi Administrasi Atas Pelanggaran Dalam Pembuatan Iklan Pangan

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 54 menyatakan Pimpinan badan hukum lembaga penyiaran bertanggung jawab secara umum atas penyelenggaraan penyiaran dan wajib menunjuk penanggung jawab atas tiap-tiap program yang dilaksanakan. Sanksi Administrasi diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 55 menyatakan pada ayat (1) Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 ayat (6), ayat (7), ayat (8), ayat (9), dan ayat (11), dikenai sanksi administratif, berupa:

- a. teguran tertulis;
- b. penghentian sementara mata acara yang bermasalah setelah melalui tahap tertentu;
- c. pembatasan durasi dan waktu siaran;
- d. denda administratif;
- e. pembekuan kegiatan siaran untuk waktu tertentu;
- f. tidak diberi perpanjangan izin penyelenggaraan penyiaran;
- g. pencabutan izin penyelenggaraan penyiaran.

Pasal 46 ayat (6): Siaran iklan niaga yang disiarkan pada mata acara siaran untuk anak-anak wajib mengikuti standar siaran untuk anak-anak. Pasal 46 ayat (7): Lembaga Penyiaran wajib menyediakan waktu untuk siaran iklan layanan masyarakat. Ayat (8): Waktu siaran iklan niaga untuk Lembaga

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hal. 41.

¹⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hal. 169.

Penyiaran Swasta paling banyak 20% (dua puluh per seratus), sedangkan untuk Lembaga Penyiaran Publik paling banyak 15% (lima belas per seratus) dari seluruh waktu siaran. Ayat (9): Waktu siaran iklan layanan masyarakat untuk Lembaga Penyiaran Swasta paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) dari siaran iklan niaga, sedangkan untuk Lembaga Penyiaran Publik paling sedikit 30% (tiga puluh per seratus) dari siaran iklannya. Ayat (11): Materi siaran iklan wajib menggunakan sumber daya dalam negeri.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 46 ayat (3): Siaran iklan niaga dilarang melakukan:

- a. promosi yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok, yang menyinggung perasaan dan/atau merendahkan martabat agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain;
- b. promosi minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif;
- c. promosi rokok yang memperagakan wujud rokok;
- d. hal-hal yang bertentangan dengan kesuciaan masyarakat dan nilai-nilai agama; dan/atau
- e. eksploitasi anak di bawah umur 18 (delapan belas) tahun.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 59: Setiap orang yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 46 ayat (10) dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) untuk penyiaran radio dan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) untuk penyiaran televisi.

Sesuai dengan uraian tersebut, maka dapat dipahami Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan telah menjadi landasan hukum untuk memberikan jaminan kepastian hukum bagi masyarakat mengenai pemberlakuan sanksi administrasi apabila membuat iklan pangan yang melanggar peraturan perundang-undangan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 7. 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 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.

Pengaturan yang dibentuk oleh penguasa negara menimbulkan norma hukum. Kaidah tersebut berupa peraturan-peraturan dalam segala bentuk dan jenisnya. Di dalam kehidupan sehari-hari terbukti bahwa norma hukum mengikat setiap orang. Pelaksanaan norma hukum mengikat setiap orang. Pelaksanaan norma hukum dapat dipaksakan dan dipertahankan oleh negara. Dipertahankan dan dipaksakannya norma hukum oleh negara merupakan salah satu keistimewaan norma hukum dengan ancaman pidana (bagi hukum pidana), hukuman (bagi hukum perdata dan atau hukum dagang). Upaya mewujudkan pertahanan dan paksaan tersebut tidak mungkin dapat berjalan dengan sendirinya akan tetapi hal itu harus dilaksanakan oleh alat-alat kekuasaan negara. Pelaksanaan tersebut bukan berarti tindakan sewenang-wenang akan tetapi merupakan upaya agar peraturan tersebut ditaati dan terlaksana dengan sebaik-baiknya.²⁰

²⁰ Sudarsono, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cetakan Kelima, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2007, hal. 166.

Apabila masyarakat dapat hidup damai, tentram dan aman maka kehidupan mereka perlu diatur dengan sebaik-baiknya. Mengatur kehidupan masyarakat perlu kaidah-kaidah yang mengikat setiap anggota masyarakat agar tidak terjadi kejahatan dan pelanggaran terhadap ketertiban umum. Dalam hal ini hukum pidana sangat besar artinya bagi kehidupan masyarakat, sebab hukum pidana adalah: hukum yang mengatur tentang kejahatan dan pelanggaran terhadap kepentingan umum dan perbuatan tersebut diancam dengan pidana yang merupakan suatu penderitaan.²¹

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Bentuk-bentuk pelanggaran dalam pembuatan iklan pangan yang dapat dikenakan sanksi administrasi yaitu iklan Pangan yang diperdagangkan tidak memuat keterangan atau pernyataan mengenai pangan dengan benar dan menyesatkan. Pernyataan dalam iklan bahwa pangan yang diperdagangkan adalah halal sesuai dengan yang dipersyaratkan tidak dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Tidak dapat mempertanggungjawabkan klaim mengenai kebenaran dalam iklan bahwa Pangan yang diperdagangkan adalah sesuai dengan klaim tertentu wajib bertanggung jawab atas kebenaran klaim tersebut.
2. Pemberlakuan sanksi administrasi atas pelanggaran dalam pembuatan iklan pangan menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, berupa: denda; penghentian sementara dari kegiatan, produksi, dan/atau peredaran; penarikan Pangan dari peredaran oleh produsen; ganti rugi; dan/atau pencabutan izin.

B. Saran

1. Pemerintah perlu melakukan kerjasama antara instansi terkait di bidang pangan untuk mengatur, mengawasi, dan melakukan tindakan yang diperlukan agar iklan pangan yang diperdagangkan

tidak memuat keterangan atau pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan. Pemerintah bekerjasama dengan masyarakat perlu melakukan pengawasan dengan terus memantau peredaran produk pangan yang diiklankan ternyata tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Pemberlakuan sanksi administrasi atas pelanggaran dalam pembuatan iklan pangan perlu diterapkan secara tegas sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku agar mampu memberikan efek jera bagi pelakunya dan bagi pihak lain merupakan suatu peringatan untuk tidak melakukan perbuatan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arus Akbar Silondae dan Wirawan B. Ilyas, *Pokok-Pokok Hukum Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta, 2011.
- Barkatullah Halim Abdul, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*, Pascasarjana FH UII dan FH UII Press. Yogyakarta. 2009.
- Erwin Muhamad, 2009, *Hukum Lingkungan Dalam Sistem Kebijakan Pembangunan Lingkungan Hidup*, Cetakan Kedua, PT. Refika Aditama, Bandung.
- Hamzah Andi, *Terminologi Hukum Pidana*, (Editor) Tarmizi, Ed. 1. Cet. 1. Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
- Djamali Abdoel, *Pengantar Hukum Indonesia*, Edisi Revisi, Edisi 2. Cet. 4. Rajawali Pers. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2009.
- Hardjasoemantri Koesnadi, *Hukum Tata Lingkungan*, Edisi Kedelapan, Cetakan Kedelapanbelas, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, 2005.
- Judhariksawan, *Hukum Penyiaran*, Cetakan Ke-I. PT. RadjaGrafindo Persada. Jakarta, 2010.
- Kristiyanti Tri Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta, 2008.
- Lubis Sofyan, *Mengenai Hak Konsumen dan Pasien*, Cet. 1. Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2009.

²¹ *Ibid*, hal. 209.

- Miru Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Machmud Syahrul, *Penegakan Hukum Lingkungan Indonesia (Penegakan Hukum Administrasi, Hukum Perdata, dan Hukum Pidana Menurut Undang-Undang No. 32 Tahun 2009)*, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2012.
- Masriani Tiena Yulies, *Pengantar Hukum Indonesia*, Cetakan Kelima, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Moeljatno, *Asas-Asas Hukum Pidana*, Edisi Revisi, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2008.
- Muhamad Abdulkadir, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung. 2004.
- Nitisusastro Mulyadi H., *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, cetakan kesatu. Alfabeta, CV. Bandung. 2012.
- Notoatmodjo Soekidjo, *Etika & Hukum Kesehatan*, Rineka Cipta, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2010.
- Nugroho Adi Susanti, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Edisi I. Cetakan ke-I. Kencana Prenada Media Group. Jakarta. 2008.
- Putra Bagus Wyasa Ida, *Hukum Bisnis Pariwisata*, Cetakan Pertama. PT. Refika Aditama, Bandung, 2003.
- Rajagukguk Erman dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Penyunting) Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Cetakan I. CV. Mandar Maju. Bandung, 2000.
- Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara*, Edisi I. Cet. 4. PT. RadjaGrafindo, Jakarta, 2008.
- Ridwan Juniarso H dan Achmad Sodik Sudrajat, *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Publik*, Cetakan I. Nuansa. Bandung. 2010.
- Sastrawijaya Tresna, *Pencemaran Lingkungan*, Cet. 2. Rineka Cipta, Jakarta, 2009.
- Silondae Akbar Arus dan Wirawan B. Ilyas, *Pokok-Pokok Hukum Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta, 2011.
- Simatupang H. Taufik, *Aspek Hukum Periklanan Perspektif Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke-1. PT. Citra Bakti, Bandung, 2004.
- Soekanto Soerjono dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. 1995.
- Sudarsono, *Kamus Hukum*, Cetakan Keenam, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2009.
- _____, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cetakan Kelima, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2007.
- Syahrin Alvi, *Beberapa Isu Hukum Lingkungan Kepidananaan*, Cetakan Revisi, PT. Sofmedia, Jakarta, 2009.
- Tebba Sudirman, *Hukum Media Massa Nasional*, Cetakan I. Pustaka ir-Van, Ciputat, Tangerang, Banten. 2007.
- Widjaja Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.
- Yamin Muhammad, *Tindak Pidana Khusus*, Cet. 1. Pustaka Setia, Bandung, 2012.