ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN OBAT TRADISIONAL YANG MENGANDUNG KLAIM KESEHATAN YANG BERLEBIHAN

SKRIPSI

O l e h :

DIA APRILIA
NIM. A1012211095
PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI HUKUM

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS HUKUM
PONTIANAK
2025

ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN OBAT TRADISIONAL YANG MENGANDUNG KLAIM KESEHATAN YANG BERLEBIHAN

SKRIPSI

O l e h :

DIA APRILIA
NIM. A1012211095
PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI HUKUM

Skripsi Diajukan Sebagai Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS HUKUM
PONTIANAK
2025

ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN OBAT TRADISIONAL YANG MENGANDUNG KLAIM KESEHATAN YANG BERLEBIHAN

SKRIPSI

Tanggung-Jawab Yuridis Pada :

DIA APRILIA
NIM. A1012211095
PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI HUKUM

Disetujui Oleh :

Pembimbing I	Pembimbing II
Hj. Rachmawati, S.H., M.H.	**Devina Puspita Sari, S.H., M.H.**
NIP. 196411041989032001	**NIP. 198912152022032008**

Disahkan Oleh :
Dekan,

Dr. Hj. Sri Ismawati, S.H., M.Hum.
NIP. 196610291992022001

Tanggal Lulus : 7 Maret 2025

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

FAKULTAS HUKUM

PONTIANAK

Tim Penguji :

Jabatan	Nama dan NIP	Pangkat/ Golongan	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Hj. Rachmawati, S.H., M.H. NIP. 196411041989032001	Pembina Tingkat I / IVb	
Sekretaris Penguji	Devina Puspita Sari, S.H., M,H. NIP. 198912152022032008	Penata Muda Tingkat I /IIIb	
Penguji I	Hj. Ismawartati, S.H., M.H. NIP. 196107251990022001	Pembina Tingkat I / IVb	
Penguji II	Dina Karlina, S.H., M.Hum. NIP. 197308062000122001	Penata Tingkat I /IIId	

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Hukum

Universitas Tanjungpura

Pontianak

Nomor : 0892/UN22.1/DT.00.10/2025
Tanggal : 26 Februari 2025

MOTTO

"God have perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it takes a lot of faith, but it's a worth the wait."

PERSEMBAHAN

1. Teristimewa cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Abang Sumadi . Terimakasih telah mendidik peneliti, memotivasi, memberikan dukungan hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Semoga Abah selalu sehat, panjang umur dan bahagia sampai bisa melihat peneliti menjadi orang yang suskes dan mempunyai keluarga dan keturunan hingga masa tua yang selalu dikelilingi oleh kebahagiaan.
2. Pintu surgaku, Ibunda Suraini. Mustahil peneliti mampu menyelesaikan dan melewati semua permasalahan yang peneliti alami selama ini jika tanpa doa, ridho, tempat keluh kesah peneliti, dan dukungan dari beliau. Semoga Ibu selalu sehat, panjang umur dan bahagia sampai bisa melihat peneliti menjadi orang yang sukses dan mempunyai keluarga dan keturunan hingga masa tua yang selalu dikelilingi oleh kebahagiaan. Terimakasih Ibu, berkatmu ternyata peneliti mampu.
3. Kakak-kakakku terkasih, Eko Susanto dan Iwan Kurniawan, Anis kurniawati. terimakasih banyak karena telah menjadi salah satu tempat bercerita peneliti, menjaga dan menyayangi, selalu memotivasi, memberikan segala doa, dan dukungan yang diberikan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

4. Kepada seseorang yang pernah bersama penulis dan tidak bisa penulis sebut namanya. Terimakasih untuk patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi ini. Ternyata perginya anda dari kehidupan penulis berikan cukup motivasi untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang mengerti apa itu pengalaman, pendewasaan, sabar dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempaan menghadapi dinamika hidup. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari pendewasaan ini. Pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya .
5. Terimakasih ponakan-ponakanku, Iqbal Ramadhan, Zian Alfaro, dan qelsy Elisa. Terimakasih sudah hadir dihidup Onty, penyemangat untuk terus melakukan penulisan skripsi ini, doakan Onty agar bisa membahagiakan kalian, semoga ponakan-ponakan Onty bisa menjadi anak yang Soleh dan Soleha, dan semoga bisa sukses dunia akhirat dan bisa membanggakan orang tua.
6. Terimakasih juga saya ucapkan kepada sahabat, teman seperjuangan saya dari awal mulai perkuliahan sampai sama-sama berjuang penelitian dalam proses penulisan skripsi ini yaitu Rezka Amanda, Tsabita, Meysa Anggryani Wibisnowo , Wardah Azzahra, M.Sutan Ze Pontiva Syamsuar. Terimakasih selalu ada dalam titik terendah peneliti, menghibur hari-hari yang sulit dalam proses skripsi peneliti dan terimakasih tiada habisnya memberikan dukungan, hiburan, semangat, tenaga, serta bantuan yang senantiasa. Semoga kita semua menjadi sesosok orang sukses dan bersahabat Till Jannah.

7. Terimakasih juga untuk orang-orang yang tidak sedarah tapi selalu ada, Sahabatku. Rizka Nurfalah, Annisa Faddy, Anggela Aprilia Susanto, Fadela Nurfasha, Frezhy Ajeng Fresia, Listia Junita, Meitika privia, Sujirah Manda, Kessa Mindabila Putri, Adinda Salwa Azhari, Devie Nurrizky, Amanda Faulin, Hendry Maida Sya'ban, Rayfan Melva, Terimakasih karena selalu bisa membantu peneliti saat dibutuhkan, mendengarkan keluh kesah peneliti, menemani titik terendah peneliti, memotivasi peneliti, support system peneliti, semoga kita semua bisa menjadi orang sukses dan bisa bersahabat Till Jannah.
8. Kepada seseorang yang belum bisa kutuliskan namanya disini, Terimakasih telah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai bentuk penulis memantaskan diri.
9. Terimakasih juga saya ucapkan kepada teman-teman Magang DPMD kuburaya untuk semua pengalaman, kebersamaan dan menjadi penyemangat dalam proses penulisan skripsi. Semoga kita bisa menjadi orang yang sukses dan tetap bisa menjaga silahturahmi.
10. Semua instansi dan pihak-pihak yang terlibat untuk membantu dalam penulisan dan penyusunan penelitian ini.
11. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Angkatan 2021 dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, dukungan, serta kritik dan saran kepada peneliti dalam proses penyusunan penelitian ini.
12. Terakhir, kepada diri saya sendiri Dia Aprilia terimakasih banyak Dia, telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun,

saya bangga pada diri saya sendiri bisa menyelesaikan penyusunan penelitian ini dengan penuh lika-liku kehidupan yang dijalani dan tidak pantang menyerah sehingga mampu menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan Skripsi ini, Peneliti telah melakukan usaha semaksimal mungkin agar menghasilkan sebuah Karya Ilmiah yang berkualitas, namun sebaik- baiknya usaha manusia pasti terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasn baik dari segi keilmuan, ketajaman analisis maupun kritik yang membangun diperlukan oleh Peneliti agar tercapainya suatu Skripsi yang berkualitas.

Akhir kata, Peneliti berharap agar Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih, semoga apa yang telah dilakukan oleh bapak/ibu/kakak/saudara/i mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur tidak henti-hentinya penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Rahmat dan Kuasa-Nya skripsi yang berjudul **"ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN OBAT TRADISIONAL YANG MENGANDUNG KLAIM KESEHATAN YANG BERLEBIHAN"** yang merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak dapat terselesaikan pada waktunya. Adapun penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari segala bentuk bantuan baik itu materil maupun immaterial dari berbagai pihak. Untuk itu izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah memberikan kontribusinya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini :

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si, FCB.Arb selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak ;
2. Ibu Dr. Sri Ismawati, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak ;
3. Bapak Edy Suasono, S.H., M.H., selaku wakil Dekan Bidang Akademik sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah membimbing penulis dalam proses perkuliahan dengan sebaik-baiknya ;
4. Ibu Dr. Evi Purwanti, S.H., LL.M. selaku Ketua Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura
5. Ibu Dr. Sri Widiyastuti, S.H.,LL.M.M.Si, selaku Ketua Bagian Hukum Ekonomi Universitas Tanjungpura Pontianak

6. Ibu Hj. Herlina, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah membimbing penulis dalam proses perkuliahan dengan sebaik-baiknya;
7. Ibu Rachmawati, S.H., M.H, selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, mengoreksi, serta telah memberikan masukan terhadap permasalahan yang penulis hadapi dalam penelitian ini ;
8. Ibu Tiza Yaniza, S.H., M,H., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu sibuknya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini serta senantiasa memberikan masukan-masukan terhadap perbaikan penulisan skripsi ini;
9. Ibu Hj. Ismawartati, S.H., M.H., selaku Dosen Penguji I yang juga telah senantiasa memberikan masukan-masukan untuk perbaikan penulisan skripsi ini ;
10. Ibu Dina Karlina, S.H., M.Hum, selaku Dosen Penguji II dalam penulisan skripsi ini ;
11. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah banyak memberikan pengajaran dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menjalankan perkuliahan hingga diselesaikannya skripsi ini.
12. Bapak dan Ibu staf Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak yang juga telah memberikan bantuan kepada penulis;

13. Rekan-rekan Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Tanjungura Pontianak yang telah memberikan dorongan dan bantuan dalam rangka penulisan skripsi ini;
14. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Besar harapan penulis, skripsi ini akan bermanfaat kedepannya dan dapat memberikan sumbangsih dalam perkembangan ilmu pengetahun hukum maupun dalam praktik penegakan hukum. Penulis sadar sepenuhnya bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini, demikian pula terhadap skripsi ini. Untuk itu saran dan kritikan sangat diperlukan demi dapat menghasilkan karya-karya yang lebih baik lagi kedepannya.

Pontianak, Maret 2025

DIA APRILIA

NIM. A1012211095

ABSTRAK

Iklan sebagai suatu bentuk informasi. Informasi kesehatan yang salah bisa merugikan konsumen. Informasi kesehatan komersial yang salah atau tidak tepat dapat membuat konsumen terlambat mendapatkan pelayanan kesehatan yang benar, mengakibatkan kemubaziran dan dapat mengancam jiwa konsumen. Setiap orang pasti merasakan jatuh sakit, untuk menyembuhkan atau mengurangi rasa sakit, maka biasanya langsung minum obat. Obat-obatan, walaupun sangat manjur bila dimakan sebagaimana mestinya, dapat menjadi sangat berbahaya bila disalahgunakan. Umumnya masyarakat kurang memahami bahwa obat selain menyembuhkan penyakit juga, mempunyai efek samping, yang merugikan kesehatan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaturan Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terhadap Iklan Obat Tradisional Yang Mengandung Klaim Kesehatan Berlebihan. Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian Skripsi ini adalah Untuk mengetahui pengaturan hukum perlindungan konsumen di Indonesia terhadap iklan obat tradisional yang mengandung klaim kesehatan berlebihan dan akibat hukum terhadap iklan obat tradisional yang mengandung klaim kesehatan berlebihan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum terhadap data sekunder berupa penelitian kepustakaan *(library research)* yang dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan yang berupa data primer, sekunder, dan tersier.

Hasil dari penelitian tersebut adalah Pengaturan hukum perlindungan konsumen di Indonesia terhadap iklan obat tradisional yang mengandung klaim kesehatan berlebihan, yaitu Pasal 8 ayat (1) huruf f dan Pasal 17 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Kriteria mengenai iklan obat tradisional terdapat pada Pasal 3 Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 34 Tahun 2022 Tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, Dan Suplemen Kesehatan dijelaskan bahwa Informasi yang tercantum dalam Iklan wajib memenuhi kriteria yaitu objektif, lengkap dan tidak menyesatkan. Pada praktiknya sering terdapat iklan obat tradisional yang memberikan klaim yang berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa pengaturan hukum mengenai iklan obat tradisional yang mengandung klaim berlebihan belum terlaksana sesuai dengan aturan hukumnya. Akibat hukum terhadap iklan obat tradisional yang mengandung klaim kesehatan berlebihan yaitu berupa sanksi administratif dan sanksi pidana. Pada pelaksanaannya sering kali pelaku yang membuat iklan obat tradisional yang mengandung klaim berlebihan hanya diberikan sanksi administratif saja tanpa adanya sanksi pidana. Hal ini dikarenakan obat tersebut hanya iklannya yang berlebihan tetapi tidak memiliki dampak merugikan kesehatan.

Kata Kunci : Perlindungan, Iklan, Obat Tradisional

ABSTRACT

Advertisement as a form of information. Incorrect health information can harm consumers. Incorrect or inaccurate commercial health information can delay consumers in getting the right health services, resulting in waste and can threaten consumers' lives. Everyone must have felt sick, to cure or reduce pain, they usually take medicine immediately. Medicines, although very effective when taken properly, can be very dangerous if misused. Generally, people do not understand that drugs not only cure diseases but also have side effects, which are detrimental to health.

The formulation of the problem in this study is How is the Regulation of Consumer Protection Law in Indonesia Against Traditional Medicine Advertisements Containing Excessive Health Claims. The objectives to be achieved in this Thesis research are To find out the regulation of consumer protection law in Indonesia against traditional medicine advertisements containing excessive health claims and the legal consequences of traditional medicine advertisements containing excessive health claims. The method used in this study is the normative method. Normative legal research is legal research on secondary data in the form of library research which is carried out by examining library materials in the form of primary, secondary, and tertiary data.

The results of the study are the legal regulations for consumer protection in Indonesia against traditional medicine advertisements containing excessive health claims, namely Article 8 paragraph (1) letter f and Article 17 paragraph (1) of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection which states that Business actors are prohibited from producing and/or trading goods and/or services that do not comply with the promises stated in the label, label information, advertisements or sales promotions of the goods and/or services. The criteria for traditional medicine advertisements are contained in Article 3 of the Regulation of the Food and Drug Supervisory Agency Number 34 of 2022 concerning Supervision of Advertising of Traditional Medicines, Quasi-Drugs, and Health Supplements, which explains that the information contained in the Advertisement must meet the criteria, namely objective, complete and not misleading. In practice, there are often traditional medicine advertisements that make excessive claims. This shows that the legal regulations regarding traditional medicine advertisements containing excessive claims have not been implemented in accordance with the rules of the law. The legal consequences of traditional medicine advertisements containing excessive health claims are in the form of administrative sanctions and criminal sanctions. In practice, perpetrators who make traditional medicine advertisements containing excessive claims are often only given administrative sanctions without any criminal sanctions. This is because the drug is only excessively advertised but has no adverse health effects.

Keywords: Protection, Advertisement, Traditional Medicine

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....i

ABSTRAK.....iv

ABSTRACT.....v

DAFTAR ISI.....vi

DAFTAR LAMPIRAN.....viii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Rumusan Masalah.....4

C. Tujuan Penelitian.....4

D. Manfaat Penelitian.....4

E. Keaslian Penelitian.....5

F. Kerangka Teori.....7

G. Kerangka Konsep.....11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Obat Tradisional 13

B. Tinjauan Umum Tentang Iklan.....14

C. Teori Perlindungan Konsumen.....18

D. Teori Kepastian Hukum.....30

E. Teori Perlindungan Hukum.....41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....48

B. Jenis Data 49

C. Data Penunjang.....51

D. Cara Pengumpulan dan Pengolahan Data 51

E. Analisis Data 52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Obat Tradisional Yang Mengandung Klaim Kesehatan Berlebihan.....53

B. Analisis Akibat Hukum Terhadap Iklan Obat Tradisional Yang Mengandung Klaim Kesehatan Berlebihan.....59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....62

B. Saran.....63

DAFTAR PUSTAKA.....64

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Penelitian BPOM
2. Surat Keterangan Penelitian KOMINFO
3. Dokumentasi Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengobatan tradisional telah lama digunakan bangsa Indonesia sebagai salah satu upaya menanggulangi masalah kesehatan. Pengobatan tradisional adalah pengobatan dan atau perawatan dengan cara, obat dan pengobatannya yang mengacu kepada pengalaman, keterampilan turun temurun, dan atau pendidikan/pelatihan dan diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku dalam Masyarakat. Berbagai metode pengobatan tradisional pun telah banyak digunakan, antara lain keterampilan dan ramuan. Tidak hanya pengobatan tradisional asli Indonesia saja, akhir-akhir ini perkembangan pengobatan tradisional juga terjadi di ranah pengobatan tradisional asing, baik pengobat ramuan maupun metode.

Pesatnya perkembangan media cetak ternyata turut membantu keberadaan pengobatan tradisional untuk makin dikenal oleh masyarakat luas. Media menyediakan ruang dan waktu bagi pelaku bisnis untuk memperkenalkan jasa ataupun produk, tak terkecuali pelaku pengobatan tradisional. Maraknya iklan tentang keberadaan pengobatan tradisional dan sarananya akhir-akhir ini dapat dilihat melalui banyaknyakemunculan mereka baik di media surat kabar maupun televisi. Melalui iklan, Sarana Pengobatan Tradisional (SPT) seringkali memberikan janji-janji yang menggiurkan kepada pasien, antara lain kesembuhan dari penyakit yang dideritanya dalam jangka waktu tertentu, metode pengobatan tanpa efek samping, tenaga ahli/konsultan

pengobatan yang berpengalaman, ataupun bahan-bahan herbal yang menggunakan resep eksklusif dari luar negeri.

Iklan sebagai suatu bentuk informasi. Informasi kesehatan yang salah bisa merugikan konsumen. Informasi kesehatan komersial yang salah atau tidak tepat dapat membuat konsumen terlambat mendapatkan pelayanan kesehatan yang benar, mengakibatkan kemubaziran dan dapat mengancam jiwa konsumen. Setiap orang pasti merasakan jatuh sakit, untuk menyembuhkan atau mengurangi rasa sakit, maka biasanya langsung minum obat. Obat-obatan, walaupun sangat manjur bila dimakan sebagaimana mestinya, dapat menjadi sangat berbahaya bila disalahgunakan. Umumnya masyarakat kurang memahami bahwa obat selain menyembuhkan penyakit juga, mempunyai efek samping, yang merugikan kesehatan.

Pada umumnya periklanan tidak mempunyai reputasi baik sebagai pelindung atau pejuang kebenaran. Sebaliknya, kerap kali iklan terkesan suka membohongi, menyesatkan, dan bahkan menipu publik. Pembohongan, penyesatan, penipuan merupakan perbuatan yang sekurang-kurangnya tidak etis.[1] Jika mengevaluasi moralitas periklanan, bisa saja iklan mengatakan sesuatu yang tidak benar, tapi dalam hal ini tidak ada kesengajaan. Tentang obat tradisional misalnya dikatakan dalam iklan bahwa produk itu aman, padahal kemudian tampak adanya efek samping yang tidak terduga sebelumnya. Iklan itu tidak berbohong, karena tidak dengan sengaja mengatakan sesuatu yang tidak benar.

[1] K. Bertens, 2000, *Etika Bisnis*, Yogyakarta, Kanisius , hlm. 269

Berdasarkan hasil pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan dari tahun 2019 hingga 2022 menunjukkan pelanggaran iklan obat tradisional, obat kuasi dan suplemen kesehatan atau dikenal dengan istilah pengawasan iklan Tidak Memenuhi Ketentuan (TMK) masih terjadi dari tahun ke tahun. Jika dibandingkan data iklan Obat Tradisional dari tahun 2019 (TMK 55,67%) dengan 2022 (TMK 46,35%) hanya terjadi penurunan iklan TMK 9,32 % dan iklan Suplemen Kesehatan tahun 2019 (TMK 38,83%) dengan tahun 2022 (TMK 23,61%) terjadi penurunan 15,22 % dalam 4 tahun pengawasan. Kondisi ini menunjukkan perlu upaya untuk meningkatkan kesadaran pelaku usaha terkait kewajiban bertanggung jawab dalam memastikan dan menjamin iklan yang telah dipublikasikan sesuai dengan rancangan iklan yang telah disetujui oleh BPOM.[2]

Salah satu contoh kasus yang ada yaitu Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kalimantan Barat melarang penjualan Bajakah yang disebut bisa mengobati penyakit kanker yang saat ini ramai diperbincangkan publik, mengingat belum diuji secara klinis. Penjualan Bajakah sebagai obat tradisional boleh saja tetapi yang tidak boleh ketika membelinya klaim dengan berlebihan. Diantara klaim penanda yang berlebihan itu seperti "mengobati penyakit kanker". Padahal hal itu belum dilakukan penelitian secara mendalam.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut ke dalam penelitian skripsi yang

[2] Direktorat Pengawasan Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan Badan Pengawas Obat dan Makanan (Ditwas OT,dan SK , BPOM); (2022). Laporan tahunan Direktorat Pengawasan Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan

berjudul : "**ANALISIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP IKLAN OBAT TRADISIONAL YANG MENGANDUNG KLAIM KESEHATAN YANG BERLEBIHAN**"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan oleh penulis, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian tersebut sebagai berikut : **"Bagaimana Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Obat Tradisional Yang Mengandung Klaim Kesehatan Berlebihan?"**

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian Skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaturan hukum perlindungan konsumen di Indonesia terhadap iklan obat tradisional yang mengandung klaim kesehatan berlebihan.
2. Untuk mengetahui akibat hukum terhadap iklan obat tradisional yang mengandung klaim kesehatan berlebihan.

D. Manfaat Penelitian

Selain tujuan penelitian diatas, penulis juga mengharapkan adanya suatu manfaat dari hasil penelitian. Adapun beberapa manfaat yang ingin dicapai dari penulisan skripsi ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis, hasil penelitian dapat menjadi bahan kajian awal bagi penelitian lanjutan terkait pengaturan hukum perlindungan konsumen di

Indonesia terhadap iklan obat tradisional yang mengandung klaim kesehatan berlebihan, serta masukan untuk perkembangan hukum.

2. Manfaat praktis

   Secara praktis, hasil penelitian dapat digunakan sebagai informasi bagi masyarakat luas maupun instansi yang terkait, serta memberikan pengetahuan tambahan terhadap mahasiswa bagian Hukum Ekonomi Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak dalam upaya untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang hukum.

E. Keaslian Penelitian

Berdasarkan bahan kepustakaan yang telah penulis temukan baik secara penelusuran kepustakaan dari lingkungan Universitas Tanjungpura Pontianak dan perguruan tinggi lainnya dan melalui internet meskipun penulis tidak menemukan penelitian yang sama dengan pokok bahasan yang akan penulis angkat yaitu "Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Obat Tradisional Yang Mengandung Klaim Kesehatan Yang Berlebihan".

Dari beberapa judul penelitian yang pernah diangkat oleh peneliti sebelumnya, ada dua judul yang hampir memiliki persamaan dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Skripsi Husni Mubarok, NPM. 8111413216, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, Tahun 2017 yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Produk Perawatan Kulit Yang Menyesatkan Di Media Internet". Penelitian hukum ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan pendekatan yuridis sosiologis, dalam metode ini data

primer diperoleh dari Balai Besar Pegawas Obat dan Makanan Semarang. Data sekunder di peroleh dari sumber kepustakaan serta dari responden yaitu konsumen pengguna produk kosmetik yang membeli melalui media internet. Hasil dan pembahasan penelitian: Perlindungan hukum terhadap iklan produk perawatan kulit/produk kosmetik sudah baik, hal ini dibuktikan dengan ditemukan iklan-iklan produk perawatan kulit/ produk kosmetik yang sudah dicabut.. Serta dalam melakukan tanggung jawab pelaku usaha menggunakan pertanggung jawaban secara mutlak (strict liability) sesuai dengan Pasal 5 Peraturan Kepala BPOM Nomor 1 Tahun 2016 tentang Pedoman Teknis Pengawasan Iklan Kosmetika.

2. Skripsi Adde Riyatna Harahap, NPM. 1506200322, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, Tahun 2019 yang berjudul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Iklan Yang Menyesatkan". Jenis penelitian ini adalah yuridis normatif, sumber data penelitian ini adalah sumber data sekunder, alat pengumpul data penelitian ini adalah kualitatif. hasil penelitian ini bentuk iklan yang menyesatkan dan menyebabkan kerugian bagi konsumen adalah bentuk iklan konsumen yang melanggar prinsip-prinsip hukum bisnis dan Pasal 4 UUPK tentang hak-hak konsumen. Akibat hukum dari iklan yang menyesatkan konsumen adalah bentuk sanksi pidana atau administratif. Perlindungan konsumen telah di amanatkan negara melalui UUPK Pasal 4 tentang hak-hak konsumen yang harus dipatuhi dan dilindungi pula oleh pelaku usaha, serta adanya BPSK sebagai lembaga yang menjamin dan melindungi konsumen.

Perbedaanya pada penelitian ini yang berjudul "Analisis Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Obat Tradisional Yang Mengandung Klaim Kesehatan Yang Berlebihan" secara khusus bertujuan menjawab permasalahan "Bagaimana Pengaturan Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Terhadap Iklan Obat Tradisional Yang Mengandung Klaim Kesehatan Berlebihan?". Nilai keaslian yang tinggi dapat dilihat dari aspek objek penelitian yang fokus pada Perlindungan Konsumen Terhadap Iklan Obat Tradisional Yang Mengandung Klaim Kesehatan Yang Berlebihan.

F. Kerangka Teori

1) Perlindungan Hukum

Munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.[3] Perlindungan hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban, perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, bantuan hukum, ganti rugi,

[3] Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm.53.

dan sebagai pendekatan restrorative justice.[4] Menurut Satijipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu di berikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Hukum dapat difungsikan untuk mewujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melainkan juga prediktif dan antisipatif. Hukum dibutuhkan untuk mereka yang lemah dan belum kuat secara sosial, ekonomi dan politik untuk memperoleh keadilan sosial.[5]

Menurut pendapat Phillipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan bwedasarkan diskresi, dan perlindungan yang represif bertujuan untuk menyelesaikan terjadinya sengketa, termasuk penangananya di lembaga peradilan.[6]

Sesuai dengan uraian diatas dapat dikatakan bahwa fungsi dari perlindungan hukum adalah untuk melindungi rakyat dari bahaya maupun ancaman kejahatan yang dapat merugikan dirinya sendiri.

2) Perlindungan Konsumen

Pengertian Hukum (perlindungan) konsumen merupakan cabang hukum yang baru namun bercorak universal. Dalam berbagai literatur

---

[4] Soerjono Soekanto,*Pengantar Penelitian Hukum*, Ui Press, Jakarta,1984,hlm 133

[5] Ibid. Hlm 54

[6] Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya: 1987. hlm.29

ditemukan sekurang-kurangnya dua istilah mengenai hukum yang mempersoalkan konsumen, yaitu "hukum konsumen" dan "hukum perlindungan konsumen". istilah "hukum konsumen" dan "hukum perlindungan konsumen" sudah sangat sering terdengar. Namun, belum jelas benar apa saja yang masuk ke dalam materi keduanya.[7]

Pengertian perlindungan konsumen menurut Az. Nasution Hukum konsumen pada pokoknya lebih berperan dalam hubungan dan masalah konsumen yang kondisi para pihaknya berimbang dalam kedudukan sosial ekonomi, daya saing, maupun tingkat Pendidikan. Rasionya adalah sekalipun tidak selalu tepat, bagi mereka masing-masing lebih mampu mempertahakan dan mengakkan hak-hak mereka yang sah. Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apanbila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang. Pada dasarnya baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum (hak-hak) konsumen.[8]

3) Obat Tradisional

Obat tradisional adalah ramuan bahan alami yang belum dimurnikan, berasal dari tumbuhan, hewan dan mineral, yang digunakan untuk pengobatan pada pelayanan kesehatan tradisional, misalnya jamu adalah obat tradisional yang merupakan ramuan yang berasal dari tumbuh-tumbuhan. Obat tradisional sudah sejak lama digunakan secara luas di Indonesia. Dalam perkembangan

[7] Shidarta, 2000,*Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, Hlm 9
[8] Ibid, hlm 12

pelayanan kesehatan formal, peran obat tradisional sebagai pendamping obat modern masih nyata. Namun sampai sekarang masih ada golongan obat tradisional yang belum pernah dinilai secara ilmiah baik mengenai efektivitas maupun keamanannya.[9]

4) Iklan

Iklan merupakan teknik komunikasi yang secara penggunaannya atau penyampaiannya dengan menggunakan media seperti: pers, televisi, radio, papan nama, poster, dan lain-lain, yang tujuannya untuk menarik minat konsumen terhadap hasil produksi suatu perusahaan. Iklan sebagai media untuk menjembatani kepentingan produsen dengan konsumen harus benar-benar dipahami oleh seorang manajer.[10]

Iklan sebagai salah satu bentuk informasi, merupakan alat bagi produsen untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat agar dapat mempengaruhi kecenderungan masyarakat untuk menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut. Demikian pula sebaliknya, masyarakat akan memperoleh gambaran tentang produk yang dipasarkan melalui iklan tersebut tidak selamanya tidak memberikan informasi yang benar atau lengkap tentang suatu produk, sehingga dapat saja konsumen menjatuhkan pilihannya, terhadap

---

[9] Midian Sirait, *Analisa dan Evaluasi Hukum tentang Perlindungan dan Pengawasan Terhadap Pemakaian Obat Tradisional,*(Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 1995), hlm. 20.

[10] Muhammad Yusup. 2011. *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*. (Skripsi) Fakultas Ekonomi Universitas Dipenegoro Semarang, halaman 19.

suatu produk tertentu berdasarkan informasi yang benar ataupun tidak lengkap tersebut.[11]

G. Kerangka Konsep

Tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* atau pertanggungjawaban produk. Ketentuan ini terdapat dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Prinsip dari pertanggungjawaban produk adalah prinsip yang menjelaskan bahwa jika konsumen merasakan kerugian akibat jasa periklanan yang cenderung menggunakan informasi yang berlebihan sehingga membuat konsumen merasa tertipu. Hal ini merupakan pertanggungjawaban yang mutlak berada pada pelaku jasa periklanan karena pembuat konsep periklanan tersebut merupakan yang bertanggungjawab atas pembuatan iklan yang memuat informasi yang tidak sesuai. Pertanggungjawaban dalam pemuatan informasi yang tidak sesuai dalam pengiklanan adalah bahwa setiap orang harus melakukan pertanggungjawaban apabila melakukan kesalahan yang jelas-jelas dibuatnya.

Pada perbuatan periklanan yang merugikan konsumen harus dilihat kedudukan para pihak dalam pembuatan perjanjian kontraka jasa periklanan tersebut. Namun sesuai dengan kenyataan lapangan bahwa yang dapat

[11] Nenny Febriyanti. 2012. *Analisis Yuridis Terhadap Iklan yang Menyesatkan Pada Produk Multivitamin*. (Skripsi) Fakultas Hukum Universitas Indonesia Depok, halaman 49

dimintakan pertanggungjawaban dalam iklan yang memuat informasi yang tidak sesuai adalah pihak penyedia jasa dan pemesan jasa tergantung kesepakatan diantara mereka, tanggung renteng merupakan pertanggungjawaban yang dikenakan dalam kontrak, satu pihak bertanggungjawab atas pihak lainnya yang merupakan pihak terkait.

Potensi pasar obat tradisional dan suplemen kesehatan yang besar tersebut harus diimbangi dengan pemenuhan persyaratan keamanan, mutu, dan khasiat/manfaat produk pada konsumen. Salah satu bentuk perlindungan pada konsumen yaitu melalui pengawasan iklan. Penggunaan *tagline* berlebihan dan menyesatkan menjadi pendorong bagi konsumen untuk membuat keputusan membeli suatu produk secara tidak rasional pada pengobatan sendiri (swamedikasi). Namun, pengobatan yang tidak sesuai aturan akan membahayakan kesehatan yang disebabkan karena informasi yang diperoleh tidak benar. Langkah Badan POM untuk mendukung pengawasan iklan yang semakin dinamis, maka diterbitkan Peraturan BPOM Nomor 34 Tahun 2022 tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi dan Suplemen Kesehatan sebagai upaya untuk melindungi masyarakat dari iklan yang tidak obyektif, tidak lengkap, dan menyesatkan.