

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan industri kesehatan masa sekarang, suplemen kesehatan di Indonesia cenderung mengalami peningkatan yang begitu pesat.¹ Hal tersebut terjadi karena kesadaran masyarakat untuk menjaga daya tahan tubuh dan kesehatan, sehingga permintaan terhadap produk suplemen yang diklaim memiliki berbagai manfaat bagi tubuh banyak diminati. Menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 19 Tahun 2022 tentang Pedoman Klaim Suplemen Kesehatan (Peraturan BPOM No. 19 Tahun 2022) menjelaskan pengertian dari suplemen kesehatan adalah produk yang dimaksudkan untuk melengkapi kebutuhan zat gizi, memelihara, meningkatkan dan/atau memperbaiki fungsi kesehatan, mempunyai nilai gizi dan/atau efek fisiologis, mengandung satu atau lebih bahan berupa vitamin, mineral, asam amino, dan/atau bahan lain bukan tumbuhan yang dapat dikombinasi dengan tumbuhan. Dari pengertian tersebut, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) menegaskan bahwa suplemen kesehatan bukan bertujuan untuk menyembuhkan penyakit, melainkan hanya sebagai pelengkap kebutuhan gizi bagi tubuh. Dengan begitu banyaknya konsumen terhadap suplemen kesehatan yang beragam saat ini, menimbulkan suatu kondisi yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk bersaing.

Pelaku usaha melakukan berbagai cara mulai dari strategi pemasaran dengan berfokus pada kelebihan suatu produk hingga dengan memanfaatkan pemasaran menggunakan iklan melalui sosial media yang sudah mulai banyak digunakan oleh masyarakat. Dalam memproduksi dan memperdagangkan suatu produk kesehatan, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk regulasi yang telah diundangkan oleh BPOM. Suplemen

¹ Nuzul Wahyuning Diyah *et.al.*, 2024, "Pemanfaatan Suplemen Makanan Secara Tepat Guna untuk Menjaga dan Meningkatkan Daya Tahan Tubuh", *Camellia (Clinical, Pharmaceutical, Analytical, and Pharmacy Community Journal)*, Vol. 3, No. 2, available from: <https://doi.org/10.30651/cam.v3i2.24882>, diakses tanggal 1 November 2025.

kesehatan yang akan dijual dan dipasarkan kepada masyarakat wajib memenuhi standar keamanan, mutu, serta manfaat bagi konsumen, serta telah melalui pengawasan dan izin dari BPOM. Pada praktiknya, tidak seluruh pelaku usaha yang memasarkan produk kesehatan saat ini menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Sehingga muncul fenomena praktik seperti *relabelling* (mengubah penandaan) dan *overclaim* (klaim berlebihan) dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak memperlihatkan tanggung jawab dalam menjalankan usahanya. Kondisi tersebut tentu bertentangan dengan prinsip-prinsip perlindungan terhadap konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen).

Kepala BPOM Taruna Ikrar menyatakan bahwa, “pertumbuhan industri suplemen kesehatan turut dijumpai di kawasan ASEAN (*Association of South-East Asian Nations*) yaitu sebagai organisasi kerja sama negara-negara di kawasan Asia Tenggara² dan tidak hanya ditemukan di Indonesia, seiring dengan peningkatan potensi pasarnya yang semakin besar.”³ Sehingga praktik *relabelling* serta *overclaim* terhadap suatu produk dapat menyesatkan bagi konsumen sudah menjadi permasalahan yang cukup banyak ditemukan di Indonesia. Praktik tersebut yang terjadi di Indonesia salah satunya adalah produk suplemen kesehatan yaitu White Tomato. Produk suplemen White Tomato sempat banyak diminati oleh masyarakat serta beredar luas di pasaran. Namun BPOM melakukan pemeriksaan terhadap produk White Tomato karena diduga melanggar izin edar yang telah disetujui oleh BPOM.

Produk tersebut diduga melakukan klaim manfaat yang tidak sesuai dengan klaim saat produk mendapatkan izin edar yang telah disetujui. Dengan kata lain White Tomato melakukan *overclaim* terhadap manfaat yang terkandung dalam produk suplemen White Tomato. Selain melakukan *overclaim* terkait manfaat dari

² Natasya Humaira, 2023, “Kepanjangan ASEAN: Sejarah, Tujuan, dan Daftar Lengkap Anggota”, detik.com, available from: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6780630/kepanjangan-asean-sejarah-tujuan-dan-daftar-lengkap-anggota>, diakses pada 6 Desember 2025.

³ Mohar Syarif, 2025, “BPOM Buat Pedoman Uji Stabilitas Suplemen Kesehatan Lindungi Publik”, Harian Ekonomi Neraca (Neraca.co.id), available from: <https://www.neraca.co.id/article/218584/bpom-buat-pedoman-uji-stabilitas-suplemen-kesehatan-lindungi-publik.id>, diakses pada 1 November 2025.

produk tersebut, White Tomato juga diketahui melakukan *relabelling* yang tidak sesuai dengan data pendaftaran resmi melalui izin edar BPOM. Praktik yang dilakukan White Tomato seperti inilah dapat menimbulkan potensi kerugian serta penyebaran informasi yang menyesatkan bagi konsumen.

BPOM memiliki kewenangan untuk mengawasi produk-produk yang akan dipasarkan, suplemen kesehatan yang telah mendapatkan izin edar.⁴ Meskipun suatu produk milik pelaku usaha telah mendapat izin edar dari BPOM, namun produk akan tetap diawasi oleh BPOM dengan tujuan memastikan bahwa yang produk diedarkan maupun kandungan pada produk tersebut tetap berdasarkan pada standar keamanan, mutu, dan manfaat yang telah diberlakukan. Selain itu, konsumen juga dilindungi dengan UU Perlindungan Konsumen. Apabila dikaji dari perspektif berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku, konsumen menempati kedudukan yang relatif lebih lemah apabila dibandingkan dengan pelaku usaha, namun konsumen tetap memperoleh perlindungan hukum, terutama dalam mengonsumsi suplemen kesehatan yang beredar di pasaran.

Berbagai regulasi yang mengatur dan memberikan perlindungan bagi konsumen, terutama bagi konsumen produk suplemen kesehatan. Tetapi dalam praktik, pemasaran produk suplemen White Tomato menunjukkan bahwa masih adanya celah yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk melakukan pemasaran suatu produk dengan klaim yang berlebihan serta menyesatkan bagi konsumen. Hal tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik secara ekonomi maupun dari aspek kesehatan. Selain itu tindakan pelaku usaha produk White Konsumen yang melakukan praktik *relabelling* tidak sesuai dengan izin resmi dari BPOM, menunjukkan ketidakpatuhan pelaku usaha pada prosedur perizinan dan pengawasan produk. *Relabelling* dapat menyebabkan berubahnya identitas suatu produk, informasi kandungan dalam produk, ataupun manfaat yang disampaikan

⁴ David Eko Prabowo, Dede Kurniawan, 2021, Pengaturan Pengawasan Badan Pengawas Obat Dan Makanan (Bpom) Dalam Perlindungan Konsumen Regulation Of Supervision Of The Drug And Food Control Agency (Bpom) In Consumer Protection, Jurnal Projudice, Vol. 2, No. 2, *available from:* <https://jurnal.pascasarjana.uniba-bpn.ac.id/index.php/JurnalProjudice/article/view/108/89>, diakses pada 1 November 2025.

pada kemasan. Sehingga tindakan seperti ini menimbulkan potensi konsumen yang tidak memiliki akses informasi memadai menjadi mengalami kerugian.

Dilihat dari sisi hukum, praktik *relabelling* dan *overclaim* yang dilakukan pelaku usaha perlu ditinjau berdasarkan prinsip kejujuran dan keterbukaan informasi seperti yang telah diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Seperti yang dijelaskan pada Pasal 8 ayat (1) huruf f UU Perlindungan Konsumen yaitu mengatur mengenai kewajiban kesesuaian antara produk dan keterangan pada label. Serta Pasal 9 UU Perlindungan Konsumen, di mana pelaku usaha tidak diperbolehkan melakukan penawaran dan pemasaran produk suplemen White Tomato dengan informasi tidak benar dan tidak lengkap.

Pelaku usaha berkewajiban untuk mempertanggungjawabkan dalam memastikan setiap produk yang dipasarkan kepada masyarakat telah memenuhi standar keamanan, mutu, dan manfaat yang ditetapkan oleh BPOM. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk tetap patuh terhadap ketentuan tersebut, hal tersebut sudah seharusnya dilakukan oleh pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan konsumen dan agar tidak mengakibatkan kerugian terhadap konsumen, sebagaimana ketentuan dalam UU Perlindungan Konsumen. Namun dalam kenyataannya, pelaku usaha masih mengabaikan ketentuan yang ada dan melakukan pemasaran dengan berbagai cara untuk menarik minat masyarakat serta mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Tindakan tersebut akan berdampak buruk bagi konsumen, karena White Tomato merupakan suplemen kesehatan. Suplemen kesehatan termasuk jenis produk yang cukup rentan apabila terdapat penyalahgunaan klaim, terlebih lagi masyarakat cenderung mempercayai manfaat yang dijanjikan oleh produk tersebut sebagai sesuatu yang dapat memberikan efek positif bagi kesehatan. Ketika suatu produk dipasarkan dengan klaim berlebihan yang tidak sesuai dengan izin resmi dan beredar luas tanpa pengawasan yang memadai, maka konsumen akan menjadi pihak yang paling dirugikan.

Praktik *relabelling* dan *overclaim* yang dilakukan pada kasus produk White Tomato tidak hanya memberikan dampak buruk bagi masyarakat sebagai konsumen, melainkan dapat mengakibatkan menurunnya kepercayaan masyarakat

terhadap produk-produk suplemen kesehatan lain yang telah memenuhi ketentuan dan standar BPOM. Kekhawatiran publik akan timbul terhadap keamanan produk serupa yang beredar luas di pasaran. Jika dilihat dari sisi lain, pelaku usaha yang memasarkan produknya dengan jujur dan telah mematuhi ketentuan BPOM secara tidak langsung ikut terdampak. Hal tersebut terjadi karena kepercayaan masyarakat yang menurun terhadap industri suplemen kesehatan secara menyeluruh. Jadi praktik *relabelling* dan *overclaim* dari produk White Tomato sangat berdampak bagi seluruh pihak, baik pihak konsumen yang secara langsung mengalami kerugian dan pihak pelaku usaha lain yang telah memenuhi ketentuan tetapi secara tidak langsung kehilangan kepercayaan dari masyarakat untuk membeli produk suplemen kesehatan.

Permasalahan produk White Tomato ini menunjukkan bahwa pengawasan disertai penegakan hukum di sektor perlindungan konsumen perlu diperkuat agar tidak ada lagi pelaku usaha yang memanfaatkan praktik-praktik yang merugikan bagi konsumen. Meskipun sudah cukup banyak regulasi yang menyerluruh memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, namun perlu didukung dengan penerapan yang konsisten, salah satunya yaitu pengawasan yang lebih ketat dari BPOM untuk mengawasi pelaku usaha dalam melakukan produksi dan pemasaran produk suplemen kesehatan. Peran pemerintah dalam melakukan pengawasan sangat penting baik sebelum maupun saat produk White Tomato dipasarkan kepada masyarakat.

BPOM memiliki peran dalam mendorong tingkat kepatuhan dan tanggung jawab pelaku usaha ketika melakukan aktivitas usahanya. Selain itu pelaku usaha sudah seharusnya mengetahui bahwa kepatuhan terhadap ketentuan BPOM bukan sekedar formalitas administratif, tetapi sebagai perwujudan pertanggungjawaban secara hukum dalam rangka melindungi konsumen dari potensi kerugian. Kesadaran hukum yang dimiliki pelaku usaha menjadi bagian yang penting agar mencegah terjadinya pelanggaran yang dapat memberikan kerugian yang dialami oleh konsumen. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab atas moral dan hukum untuk menyampaikan keterangan yang akurat, jelas dan lengkap kepada konsumen sebagaimana yang ditetapkan dalam UU Perlindungan

Konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen akan sulit terwujud apabila pelaku usaha tidak memahami ataupun mengabaikan kewajiban sesuai aturan yang berlaku.

Persoalan yang muncul akibat praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan seperti White Tomato, dapat terlihat bahwa perlindungan konsumen masih menghadapi kendala dalam pelaksanaannya. Meskipun peraturan dan mekanisme pengawasan telah tersedia, tetapi dalam praktiknya masih ada celah yang memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan tindakan yang berindikasi menyesatkan dan berpotensi merugikan konsumen. Kondisi tersebut menimbulkan kekhawatiran terhadap perlindungan hukum bagi masyarakat sebagai konsumen yang menjadi pihak yang paling dirugikan.

Perlindungan terhadap konsumen perlu diterapkan, karena konsumen memiliki kedudukan yang paling lemah antara pemerintah, produsen atau pelaku usaha, dengan konsumen. Pengertian dari konsumen adalah setiap orang, baik secara perorangan maupun kelompok, sebagai pengguna atau memperoleh barang, jasa, maupun hasil kegiatan tertentu untuk kepentingan akhir. Namun tidak memperhatikan berasal dari pelaku usaha perorangan, badan usaha, maupun instansi publik, serta tidak bergantung apakah tindakan tersebut dilakukan sendiri atau secara bersama-sama.⁵ Perlindungan hukum tidak hanya menjadi kebutuhan, namun negara juga bertanggung jawab atas keselarasan antara kepentingan pelaku usaha dan pemenuhan hak-hak konsumen. Konsumen membutuhkan adanya perlindungan hukum akibat posisi konsumen yang dinilai lemah, hal tersebut menjadi tujuan hukum untuk memberikan jaminan perlindungan kepada masyarakat.⁶ Penegakan hukum yang tegas kepada pelaku usaha diperlukan agar pelanggaran tidak terjadi dan merugikan konsumen. Perlindungan tersebut juga penting karena dapat membangun kepercayaan masyarakat, terutama dalam transaksi digital. Dengan begitu UU Perlindungan Konsumen dapat menjadi sebuah

⁵ Rosmawati, 2018, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Depok, hlm. 4.

⁶ Shidarta, 2003, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT Grasindo, Jakarta, hlm. 11.

instrumen utama agar kepastian hukum dan rasa aman bagi konsumen dapat terjamin.

Penelitian ini memiliki kebaruan yang terletak pada fokus kajian terhadap praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan White Tomato, di mana selama ini belum dibahas secara komprehensif dalam penelitian terdahulu. Penelitian-penelitian terdahulu secara umum menyoroti aspek pelanggaran iklan yang menyesatkan atau tanggung jawab pelaku usaha secara umum dalam promosi di *e-commerce*, namun tidak membahas secara spesifik praktik perubahan label dan klaim yang berlebihan pada produk suplemen kesehatan. Dengan begitu, penelitian ini memberikan kontribusi baru berupa analisis yuridis mengenai praktik *relabelling* dan *overclaim* dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran hak konsumen serta perlindungan yang dapat diberikan kepada konsumen atas praktik tersebut yang berasal dari tindakan pelaku usaha.

Pada penelitian ini mengacu pada penelitian skripsi terdahulu yang menjadi acuan dalam penulisan penelitian ini, sebagai berikut:

1. “Analisis Perbuatan Melanggar Hukum Pelaku Usaha Terhadap Produk *Mislabeling* Pada Industri Kosmetik Di Indonesia Ditinjau Dari Hukum Perdata” yang disusun oleh Haliza Kanaya Rizky dalam Skripsi Fakultas Hukum di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya, pada tahun 2025. Persamaannya yaitu membahas isu pelanggaran dalam peredaran produk yang diawasi BPOM serta menyoroti pentingnya perlindungan akibat adanya ketidaksesuaian informasi, label, atau klaim yang dapat merugikan masyarakat. Perbedaannya yaitu penelitian ini secara khusus meneliti praktik *relabelling* dan *overclaim* pada suplemen kesehatan White Tomato yang bersifat analisis yuridis terhadap kasus tunggal spesifik, sedangkan skripsi pembandingan meneliti peredaran kosmetik ilegal secara umum bersifat lebih luas dan tidak fokus pada satu produk tertentu.
2. “Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Maqasid Syariah Terhadap *Overclaim Seller* TikTok Shop Pada Produk *Skincare*”, yang disusun oleh Moh. Sayfuddin dalam

Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, pada Tahun 2025. Persamaannya yaitu kedua penelitian sama-sama mengangkat isu pelanggaran informasi produk yang dapat merugikan konsumen, serta sama-sama menggunakan perspektif hukum perlindungan konsumen sebagai dasar analisis. Perbedaannya yaitu penelitian ini lebih menekankan analisis yuridis terhadap perubahan label dan klaim berlebihan setelah izin edar, sementara penelitian pembandingan menyoroti aspek etika dan kemaslahatan syariah dalam pemasaran *skincare* di media sosial.

3. “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Dirugikan Akibat *Overclaim* Pada Kandungan Zat Produk *Skincare*”, disusun oleh Difanda Cerio Putra dalam Skripsi Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, pada Tahun 2025. Persamaannya yaitu kedua penelitian sama-sama membahas pelanggaran informasi kepada konsumen melalui *overclaim* atau ketidaksesuaian label, serta sama-sama menggunakan UU Perlindungan Konsumen untuk menilai kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan. Perbedaannya yaitu penelitian ini fokus pada *relabelling* dan *overclaim* produk suplemen White Tomato serta pengawasan BPOM, sedangkan penelitian pembandingan membahas *overclaim skincare* di TikTok Shop dan memakai tambahan analisis Maqasid Syariah.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk mengkaji lebih lanjut atas permasalahan yang timbul dari praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan White Tomato dalam sebuah penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Praktik *Relabelling* dan *Overclaim* Produk Suplemen Kesehatan (Studi Kasus White Tomato)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan White Tomato menimbulkan kerugian bagi konsumen, karena informasi yang tercantum pada label produk menyesatkan dan tidak sesuai dengan fakta yang sebenarnya. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk White Tomato dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran hak konsumen menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan White Tomato?

C. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian menyangkut penjelasan sejauh mana cakupan permasalahan yang diteliti. Agar tercapainya tujuan dari penelitian maka perlu menentukan penetapan ruang lingkup yang bertujuan untuk memberikan batasan yang jelas terhadap objek serta fokus pembahasan dari penelitian ini, sehingga penelitian yang dilakukan dapat lebih terarah. Oleh karena itu, yang menjadi ruang lingkup pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Menguraikan praktik pelaku usaha yang termasuk *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan White Tomato serta menganalisis pelanggaran hak konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Membahas perlindungan hukum bagi konsumen atas praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan White Tomato, termasuk tanggung jawab pelaku usaha dan peran peraturan serta regulator dalam memberikan perlindungan.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas, adalah sebagai berikut:

a. Tujuan Umum

- 1) Untuk menganalisis praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan White Tomato serta mengkaji pelanggarannya terhadap hak konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- 2) Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen akibat praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan White Tomato.

b. Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah sebagai pemenuhan tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar derajat strata Sarjana Hukum (S.H.) pada Program Studi Hukum, Program Sarjana, Fakultas Hukum Universitas Kristen Indonesia.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, adapun manfaat dari penelitian yang dapat diperoleh dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini berguna untuk mengkaji kajian hukum, secara khusus pada bidang hukum perlindungan konsumen dalam sektor produk suplemen kesehatan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait pelanggaran dari praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk suplemen kesehatan White Tomato serta bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian dari praktik *relabelling* dan *overclaim* terhadap produk suplemen White Tomato.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi maupun masukan bagi konsumen, pelaku usaha, hingga pihak-pihak yang bersangkutan lainnya. Selain itu, dapat memberikan pemahaman bagi pelaku usaha terkait batas tanggung jawab dalam melakukan praktik jual beli suplemen kesehatan dengan *relabelling* dan *overclaim*. Dengan begitu, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya mencegah konsumen agar tidak mengalami kerugian, serta sebagai dasar pertimbangan bagi penegakan regulasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan praktik bisnis saat ini.

E. Kerangka Teori dan Kerangka Konsep

1. Kerangka Teori

a. Teori Kepastian Hukum

Menurut Gustav Radbruch kepastian hukum menjadi suatu tujuan hukum dari aspek juridis maupun normatif.⁷ Kepastian hukum merupakan suatu hal yang bersifat fundamental dan mendasar, sehingga menjadi hal yang diharapkan oleh tiap-tiap individu, yang dinilai memiliki kedudukan sama pentingnya dengan nilai keadilan. Adanya kepastian hukum penting untuk menjamin hak serta kewajiban yang melekat pada masyarakat, agar masyarakat mengetahui hak dan kewajiban yang melekat pada setiap individu.

Pada penelitian ini, konsumen maupun pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban yang telah ditentukan dalam UU Perlindungan Konsumen. Antara hak dan kewajiban tersebut sudah seharusnya dapat dipenuhi serta tidak dapat diabaikan oleh pelaku usaha dan konsumen. Dengan begitu, kepastian hukum dapat menjamin hak serta kewajiban yang dimiliki agar tidak merugikan pihak-pihak tertentu, dalam penelitian ini yaitu hak konsumen.

⁷ Hulman Panjaitan, 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jala Permata Aksara, Jakarta, hlm. 38.

b. Teori Perlindungan Hukum

Pada dasarnya, teori perlindungan hukum memiliki tujuan untuk memberikan rasa aman, kepastian, dan keadilan bagi masyarakat.⁸ Menurut Satjipto Rahardjo perlindungan hukum merupakan suatu upaya untuk melindungi hak asasi manusia dari tindakan pihak lain yang dapat menimbulkan kerugian, serta memberikan jaminan kepada masyarakat agar dapat menikmati seluruh hak yang telah ditentukan oleh hukum.⁹ Hukum yang ada dalam suatu negara diharapkan dapat menjamin perlindungan atas kepentingan serta hak yang dimiliki masyarakat.

Menurut Philipus M. Hadjon, menjelaskan bahwa terdapat 2 (dua) bentuk perlindungan hukum terhadap rakyat. Pertama, perlindungan hukum bersifat preventif, perlindungan hukum dalam bentuk ini memiliki tujuan untuk menghindari munculnya sengketa yang menjadi dasar bagi pemerintah untuk bersikap cermat dan melaksanakan kewenangan diskresi dengan penuh kehati-hatian dalam pengambilan keputusan. Kedua, perlindungan hukum bersifat represif, berbeda dari bentuk preventif tujuan dari perlindungan hukum ini yaitu untuk menangani sengketa yang timbul, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.¹⁰

Pada penelitian yang akan diteliti ini, konsumen menjadi pihak dalam posisi yang relatif lemah sehingga keberadaan perlindungan hukum menjadi penting bagi konsumen untuk menghindari terjadinya kerugian. Dengan begitu perlindungan konsumen dapat menjadi suatu upaya untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

2. Kerangka Konsep

Adapun kerangka konsep pada penelitian ini yang akan menguraikan definisi dari berbagai istilah menjadi dasar penelitian sesuai dengan judul dan rumusan masalah, antara lain:

⁸ *Ibid.* hlm. 49

⁹ Agustinus Sihombing *et.al*, *Hukum Perlindungan Konsumen*, CV. Azka Pustaka, 2023, Kab. Pasaman Barat, hlm. 2

¹⁰ Hulman Panjaitan, *Op.cit.* hlm. 49.

a. Perlindungan konsumen

Menurut UU Perlindungan Konsumen, Pasal 1 Angka 1 “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

b. Perlindungan Hukum

Menurut Satjipto Rahardjo, perlindungan hukum adalah upaya untuk melindungi hak asasi manusia yang dirugikan dari tindakan pihak lain dan perlindungan ini memberikan jaminan kepada masyarakat untuk dapat menikmati seluruh hak yang disediakan oleh hukum. Hal tersebut menekankan bahwa hukum dapat menjadi jaminan serta perlindungan bagi hak-hak asasi manusia terhadap tindakan yang membawa kerugian, sehingga hukum dapat memberikan rasa aman kepada masyarakat, dengan begitu hak-hak yang harus dimiliki oleh masyarakat dapat terlaksana sebagaimana yang diatur dalam hukum yang berlaku.

c. Konsumen

Menurut UU Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka 2, “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

d. Pelaku Usaha

Menurut UU Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka “pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

e. Praktik

Menurut Kamus Besar Berbahasa Indonesia (KBBI), praktik adalah pelaksanaan secara nyata apa yang disebut dalam teori; pelaksanaan pekerjaan; perbuatan menerapkan teori.

f. *Relabelling*

Relabelling tidak diatur secara eksplisit dalam peraturan perundang-undangan, namun dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 10 Tahun 2024 tentang Penandaan Obat Bahan Alam, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan (Peraturan BPOM No. 10 Tahun 2024) menjelaskan pada Pasal 2 Ayat (5), “penandaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) harus sesuai dengan Izin Edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan.” Pada ketentuan tersebut berarti *relabelling* atau perubahan penandaan yang tidak sesuai tidak diperbolehkan. Menurut Peraturan BPOM No. 10 Tahun 2024 Pasal 1 Angka 4 “penandaan adalah informasi lengkap mengenai keamanan, khasiat/manfaat, dan cara penggunaan serta informasi lain yang berhubungan dengan produk yang dicantumkan pada etiket dan/atau brosur yang disertakan pada kemasan Obat Bahan Alam, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan.”

g. *Overclaim*

Overclaim atau klaim berlebihan adalah istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan tindakan mengklaim sesuatu yang melebihi kebenaran. Pada hal klaim suatu produk, lampiran I Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 34 Tahun 2022 Tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, Dan Suplemen Kesehatan (Peraturan BPOM No. 34 Tahun 2022), menjelaskan hal yang tidak diperbolehkan dicantumkan dalam klaim yaitu klaim tidak boleh berlebihan dari manfaat yang sebenarnya. Menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 1 Tahun 2022 tentang Pengawasan Klaim Pada Label Dan Iklan Pangan Olahan (Peraturan BPOM N0. 1 Tahun 2022) Pasal 1 Angka 2 “klaim adalah segala bentuk uraian yang menyatakan, menyarankan atau secara tidak langsung menyatakan

perihal karakteristik tertentu suatu pangan yang berkenaan dengan asal usul, kandungan gizi, sifat, produksi, pengolahan, komposisi atau faktor mutu lainnya.”

h. Produk

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU No. 33 Tahun 2014) Pasal 1 Angka 1, “produk adalah barang dan/jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang guna yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat.”

i. Suplemen Kesehatan

Menurut Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 19 Tahun 2022 tentang Pedoman Klaim Suplemen Kesehatan (Peraturan BPOM No. 19 Tahun 2022) Pasal 1 Angka 1, “suplemen kesehatan adalah produk yang dimaksudkan untuk melengkapi kebutuhan zat gizi, memelihara, meningkatkan dan/atau memperbaiki fungsi kesehatan, mempunyai nilai gizi dan/atau efek fisiologis, mengandung satu atau lebih bahan berupa vitamin, mineral, asam amino, dan/atau bahan lain bukan tumbuhan yang dapat dikombinasi dengan tumbuhan.”

F. Metode Penelitian

Ketika ingin melakukan suatu penelitian hukum, penulis terlebih dahulu harus mengetahui serta menyesuaikan antara rumusan masalah dengan metode penelitian. Setelah ditemukannya rumusan masalah yang hendak diteliti pada penelitian, penelitian hukum akan dilakukan secara yuridis normatif. Penelitian yuridis normatif merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah bahan pustaka serta memanfaatkan data sekunder.¹¹ Penelitian hukum normatif disebut juga sebagai penelitian hukum doktrinal, penelitian ini menjadi suatu upaya untuk mencari dan mengkaji norma hukum, prinsip-prinsip hukum, serta doktrin

¹¹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, 2024, Rajawali Pers, Depok, hlm. 12.

hukum untuk memberikan solusi atas permasalahan hukum yang menjadi objek kajian dalam penelitian.¹²

1. Jenis Data dan Bahan Hukum

Bahan hukum yang menjadi acuan bagi penulis untuk melakukan penelitian yaitu berasal dari data sekunder. Menurut Soerjono Soekanto, penelitian hukum yuridis normatif yang bersumber dari data sekunder mencakup kajian dengan memanfaatkan bahan-bahan pustaka.¹³ Data sekunder yang akan digunakan dalam penelitian ini, terdiri atas:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan sumber hukum utama yang memiliki keterkaitan yang erat dalam penelitian ini. Bahan hukum ini juga terdiri dari bahan hukum yang bersifat mengikat, yang tidak dapat dilepaskan dalam suatu penelitian hukum. Bahan hukum primer yang digunakan, antara lain:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- 3) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 34 Tahun 2022 tentang Pengawasan Periklanan Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan
- 4) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 10 Tahun 2024 tentang Penandaan Obat Bahan Alam, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan
- 5) Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 16 Tahun 2023 tentang Pengawasan Peredaran Obat Tradisional, Obat Kuasi, dan Suplemen Kesehatan.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan yang diperoleh dari literatur seperti buku teks, yang memuat prinsip-prinsip dasar ilmu hukum

¹² Jonaedi Efendi, 2023, *Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, KENCANA, Jakarta, hlm. 124.

¹³ Soekanto dan Mamudji, *Op.cit.* hlm. 13.

serta gagasan klasik para pakar hukum yang memiliki otoritas keilmuan.¹⁴ Bahan hukum sekunder yang digunakan untuk menjadi acuan dalam penelitian antara lain:

- 1) Buku-buku hukum, yang menjadi acuan utama dalam penelitian ini antara lain:
 - a. Hulman Panjaitan, 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jala Permata Aksara, Jakarta.
 - b. Rosmawati, 2018, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Depok.
 - c. Aris Prio Agus Santoso, Ecclisia Sulistyowati, Tri Wisudawati, *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pendekatan Praktis dan Aplikatif)*, 2023, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
 - d. H. Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*, 2016, Rajawali Pers, Jakarta.h. salim
- 2) Jurnal hukum, yang digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian ini meliputi jurnal-jurnal hukum yang relevan, antara lain:
 - a. Itra Saleh, Nur Mohamad Kasim, Dolot Alhasni Bakung, 2023, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen”, Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara, Vol. 1, No. 3
 - b. Ayub A. Utomo, 2019, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen tentang Produk Cacat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, Jurnal Lex Privatum, Vol. VII, No. 6.
 - c. Wahyu Simon Tampubolon, 2016, “Upaya Perlindungan Hukum bagi Konsumen ditinjau dari Undang-Undang

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, 2019, *Penelitian Hukum*, KENCANA, Jakarta, hlm. 182-183.

Perlindungan Konsumen”, Jurnal Ilmiah “Advokasi”, Vol. 04, No. 01.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan penunjang yang digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Bahan hukum ini juga disebut sebagai bahan hukum penunjang yang mencakup bahan hukum tersier dalam penelitian ini, antara lain:

- 1) Kamus Besar Bahasa Indonesia

2. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian hukum yuridis normatif ini memanfaatkan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari studi literatur atau studi kepustakaan. Di mana penulis akan mengkaji melalui data sekunder berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, hingga bahan hukum tersier. Dengan pengumpulan data-data tersebut, maka penulis akan mengetahui hubungan antara topik penelitian dengan hukum yang berkaitan. Terutama yang menjadi objek dalam ilmu hukum adalah norma hukum, sehingga yang akan diteliti tentu harus berkaitan dan membuktikan hal-hal dalam penelitian dengan hukum yang berlaku.

3. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian hukum yuridis normatif pengolahan data merupakan proses menyusun dan menata data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data-data sekunder yang kemudian dapat digunakan ke tahap analisis data. Kegiatan ini juga mencakup penataan dan pemilahan data secara sistematis, agar dapat mempermudah proses analisis lebih lanjut.¹⁵

¹⁵ Suratman dan H. Philips Dillah, *Metode Penelitian Hukum*, 2013, Alfabeta, Bandung, hlm. 141.

Pengolahan data yang akan dilakukan melalui tahapan seleksi terhadap data sekunder atau bahan hukum yang telah diperoleh, kemudian dari hasil data yang didapatkan akan dilakukan klasifikasi berdasarkan jenisnya sesuai penggolongan bahan hukum. Kemudian data akan disusun secara sistematis dan logis, sehingga memperoleh hasil penelitian yang masih ada kaitannya antara norma hukum dengan topik penelitian ini.

4. Analisis Data

Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini kemudian dianalisis dengan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif memiliki pengertian yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk mengungkap dan memahami secara komprehensif berbagai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, atau tindakan, melalui deskripsi yang naratif, sesuai dengan konteks yang bersifat alamiah.¹⁶ Dengan menggunakan penelitian kualitatif tersebut, maka akan mendapatkan penjelasan termasuk jawaban dari pokok permasalahan dalam penelitian ini. Kemudian analisis data harus tetap berhubungan antara data-data yang diperoleh dengan topik dari penelitian.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), dalam penelitian yuridis normatif tentu pendekatan perundang-undangan menjadi yang utama. Karena penelitian ini memiliki fokus pada norma hukum yang bersangkutan, sehingga aturan hukum menjadi objek kajian yang merupakan pokok utama dalam melakukan analisis penelitian hukum tersebut.¹⁷ Pendekatan perundang-undangan dalam penelitian ini digunakan dengan cara mengkaji berbagai peraturan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan kewajiban pelaku usaha, serta kewenangan BPOM dalam pengawasan peredaran produk suplemen kesehatan. Pada perlindungan terhadap konsumen atas praktik *relabelling* dan *overclaim* produk suplemen kesehatan White Tomato, pendekatan ini digunakan untuk mengkaji

¹⁶ Mieke Yustia Ayu Ratna Sari *et.al*, *Metodologi Penelitian Hukum*, Nuta Media, 2021, Yogyakarta, hlm. 106.

¹⁷ Aarce Tehupeiory, 2021, *Metode Penelitian Hukum*, UKI Press, Jakarta, hlm. 113.

kesesuaian antara praktik dilakukan oleh pelaku usaha dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya terkait hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Selain itu, pendekatan perundang-undangan juga digunakan untuk menganalisis kewajiban pelaku usaha dalam mencantumkan label dan klaim produk sesuai dengan izin edar serta peran BPOM dalam melakukan pengawasan, penindakan, dan pemberian sanksi administratif terhadap pelanggaran yang terjadi. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk menilai sejauh mana norma hukum yang berlaku mampu memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen sekaligus menjamin adanya kepastian hukum dalam peredaran produk suplemen kesehatan, khususnya dalam kasus White Tomato.

Selain itu, analisis juga digunakan dengan pendekatan kasus (*case approach*), dalam penelitian normatif pendekatan ini memiliki tujuan untuk memahami norma atau kaidah hukum tersebut diterapkan pada praktik hukum.¹⁸ Melalui pendekatan kasus, penelitian ini menelaah secara mendalam tindakan pelaku usaha dalam memasarkan produk suplemen kesehatan White Tomato, khususnya terkait praktik *relabelling* dan *overclaim* yang berpotensi menyesatkan konsumen. Selain itu, pendekatan ini juga digunakan untuk menganalisis peran BPOM dalam menjalankan fungsi pengawasan, penindakan, serta pemberian sanksi administratif terhadap pelanggaran yang terjadi dalam peredaran produk tersebut. Dengan menelaah fakta-fakta yang terjadi dalam kasus White Tomato dan mengaitkannya dengan ketentuan hukum yang berlaku, penelitian ini dimaksudkan untuk menelaah keselarasan antara implementasi norma hukum perlindungan konsumen dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, serta mengidentifikasi efektivitas penegakan hukum dalam memberikan perlindungan hukum dan kepastian hukum kepada konsumen.

¹⁸ *Ibid*

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman terkait garis besar pembahasan pada penelitian ini, maka diperlukan adanya sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I memuat penguraian latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka teoritis dan kerangka konsep, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II memuat tinjauan pustaka serta landasan teori yang digunakan untuk merujuk pada kajian-kajian ilmiah yang memiliki relevansi dengan judul dan permasalahan hukum yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

BAB III PRAKTIK *RELABELLING* DAN *OVERCLAIM* PADA PRODUK WHITE TOMATO SEBAGAI PELANGGARAN HAK KONSUMEN MENURUT PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Pada bab III membahas praktik *relabelling* dan *overclaim* pada produk White Tomato serta analisis kualifikasinya sebagai pelanggaran hak konsumen. Pembahasan dilakukan dengan pendekatan normatif berdasarkan UU Perlindungan Konsumen, peraturan BPOM, dan ketentuan relevan lainnya. Bab ini menguraikan bentuk pelanggaran, dampaknya terhadap hak konsumen, serta alasan yuridis yang menunjukkan bahwa tindakan pelaku usaha bertentangan dengan kewajiban memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan.

BAB IV PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PRAKTIK *RELABELLING* DAN *OVERCLAIM* PADA PRODUK SUPLEMEN KESEHATAN WHITE TOMATO

Pada bab IV memuat pembahasan terkait perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam praktik jual beli suplemen kesehatan White Tomato yang dilakukan *relabelling* dan *overclaim*. Dengan pendekatan normatif dalam melakukan analisis, serta mengacu pada teori, asas, dan ketentuan hukum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan, serta ketentuan hukum yang relevan.

BAB V PENUTUP

Pada bab V memuat kesimpulan yang menjadi inti dari hasil penelitian dengan pernyataan singkat, padat, dan jelas. Selain itu, penulis akan menyampaikan saran sebagai bentuk rekomendasi yang didasarkan pada hasil pembahasan dalam penelitian ini, serta dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti berikutnya pada bidang sejenis.