

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kesehatan adalah salah satu sendi terpenting kehidupan. Ada tiga aspek penting dalam kesehatan. Pertama, adalah konsep bahwa menjaga yang sehat menjadi tetap sehat merupakan prinsip utama. Kedua, yang namanya sehat itu bukan hanya kesehatan fisik, tetapi juga kesehatan mental dan kesehatan sosial. Aspek ketiga, kalau memang sudah sakit maka diperlukan usaha untuk menjadi sehat kembali. Dalam ketiga aspek di atas, maka jamu punya peran penting tersendiri bagi masyarakat Indonesia. Ada jamu yang membuat orang tetap sehat, ada jamu yang dapat membantu penyembuhan penyakit, dan jamu juga punya konsep holistik, menyeluruh, tidak hanya mengurus kesehatan fisik saja.<sup>1</sup>

Definisi jamu menurut pasal 1 Peraturan Kepala Badan POM Nomor : HK.00.05.41.1384 Tahun 2005 tentang Kriteria dan Tata Laksana Pendaftaran Obat Tradisional, Obat Herbal Terstandar dan Fitofarmaka, jamu adalah obat tradisional Indonesia. Kemudian obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik) atau campuran dari bahan tersebut, yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman.

---

<sup>1</sup> Tjandra Yoga Aditama, 2014, *Jamu & Kesehatan*, Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, hal. 1.

Pada tahun 2007, Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan Kementerian Kesehatan RI memprakarsai isian kuesioner riskesdas 2007 tentang pemanfaatan jamu oleh masyarakat Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa 35,7% masyarakat menggunakan jamu dan lebih dari 85% di antaranya mengakui bahwa jamu bermanfaat bagi kesehatan.<sup>2</sup> Riskesdas 2010 ternyata menunjukkan peningkatan hasil yaitu 59,12% dari 35,7% dan 95,6% dari 85%.<sup>3</sup>

Berdasarkan riset tersebut penggunaan jamu dikalangan masyarakat Indonesia mengalami peningkatan, begitu pula tanggapan manfaat jamu bagi kesehatan. Oleh karenanya harus didukung pula akan informasi atas produk jamu. Di dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terdapat hak atas informasi yang merupakan salah satu dari sekian banyak hak-hak yang dimiliki konsumen.

Bagi konsumen, informasi tentang barang dan/atau jasa memiliki arti yang sangat penting. Informasi-informasi tersebut meliputi tentang ketersediaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat konsumen, tentang kualitas produk, keamanannya, harga, tentang berbagai persyaratan dan/atau cara memperolehnya, tentang jaminan atau garansi produk, persediaan suku cadang, tersedianya pelayanan jasa purna purna-jual, dan lain-lain yang berkaitan dengan itu.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> *Ibid*, hal.2.

<sup>3</sup> *Ibid*

<sup>4</sup> A.Z. Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, hal. 76.

Menurut sumbernya, informasi barang dan/atau jasa tersebut dapat dibedakan menjadi tiga.<sup>5</sup> Pertama, informasi dari kalangan Pemerintah dapat diserap dari berbagai penjelasan, siaran, keterangan, penyusun peraturan perundang-undangan secara umum atau dalam rangka deregulasi, dan/atau tindakan Pemerintah pada umumnya atau tentang sesuatu produk konsumen. Dari sudut penyusunan peraturan perundang-undangan terlihat informasi itu termuat sebagai suatu keharusan. Beberapa di antaranya, ditetapkan harus dibuat, baik secara dicantumkan pada maupun dimuat di dalam wadah atau pembungkusnya (antara lain label dari produk makanan dalam kemasan sebagaimana diatur dalam PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan). Sedang untuk produk hasil industri lainnya, informasi tentang produk itu terdapat dalam bentuk standar yang ditetapkan oleh Pemerintah, standar internasional, atau standar lain yang ditetapkan oleh pihak yang berwenang. Kedua informasi dari konsumen atau organisasi konsumen tampak pada pembicaraan dari mulut ke mulut tentang suatu produk konsumen, surat-surat pembaca pada media massa, berbagai siaran kelompok tertentu, tanggapan atau protes organisasi konsumen menyangkut sesuatu produk konsumen. Siaran pers organisasi konsumen, seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tentang hasil-hasil penelitian dan/atau riset produk konsumen tertentu, dapat ditemukan pada harian-harian umum, majalah dan/atau berita resmi YLKI, yaitu warta konsumen. Ketiga, informasi dari

---

<sup>5</sup> Taufik Simatupang, 2004, *Aspek Hukum Periklanan*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, hal. 13.

kalangan pelaku usaha (penyedia dana, produsen, importir, atau lain-lain pihak yang berkepentingan), diketahui sumber-sumber informasi itu umumnya terdiri dari berbagai bentuk iklan baik melalui media non elektronik atau elektronik, label termasuk pembuatan berbagai selebaran, seperti brosur, pamflet, catalog, dan lain-lain sejenis itu. Bahan-bahan informasi ini pada umumnya disediakan atau dibuat oleh kalangan usaha dengan tujuan memperkenalkan produknya, mempertahankan, dan/atau meningkatkan pangsa pasar produk yang telah dan/atau ingin lebih lanjut diraih.

Diantara berbagai informasi tentang barang atau jasa konsumen yang diperlukan konsumen, tampaknya yang paling berpengaruh pada saat ini adalah informasi yang bersumber dari kalangan pelaku usaha. Terutama dalam bentuk iklan dan label, tanpa mengurangi pengaruh dari berbagai bentuk informasi pengusaha lainnya.<sup>6</sup>

Dari hasil pengolahan data tentang signifikansi atribut atau tingkat kepentingan suatu atribut yang harus dimiliki oleh produk jamu berdasarkan persepsi responden baik konsumen maupun non konsumen cenderung seragam, terutama urutan 4 (empat) teratas yaitu atribut kandungan alami (nilai mean 4,50), atribut tersedianya informasi yang jelas seperti dosis, kadaluarsa, dan sebagainya (4,41), atribut manfaat bagi kesehatan/kecantikan (4,40), dan atribut kualitas tinggi (4,30). Urutan yang sama untuk responden non konsumen namun dengan nilai mean yang

---

<sup>6</sup> Celine Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, hal. 71.

berbeda yaitu atribut kandungan alami (nilai mean 4,42), atribut tersedianya informasi yang jelas seperti dosis, kadaluarsa, dan sebagainya (4,39), atribut manfaat bagi kesehatan/kecantikan (4,33), dan atribut kualitas tinggi (4,23).<sup>7</sup> Dari data ini disimpulkan bahwa atribut tersedianya informasi yang jelas yang bisa tertera dalam label jamu merupakan salah satu hal terpenting yang harus dimiliki oleh produk jamu.

Dalam rangka menghindari timbulnya kerugian pada konsumen terhadap pencantuman label produk obat tradisional/jamu, perataruran perundang-undangan mengatur tentang ketentuan pencantuman label jamu diantaranya:

1. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan yang diatur dalam pasal 111 ayat (3) yang berbunyi:

“Setiap makanan dan minuman yang dikemas wajib diberi tanda atau label yang berisi:

- a. Nama produk;
- b. Daftar bahan yang digunakan;
- c. Berat bersih atau isi bersih;
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan makanan dan minuman kedalam wilayah Indonesia; dan
- e. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.”

2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen termuat dalam Pasal 8 Ayat (1) Huruf (g), (i) dan (j) Undang-Undang Perlindungan Konsumen tentang larangan-larangan bagi pelaku usaha, yang berbunyi:

“Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

---

<sup>7</sup> Pusat Penelitian dan Pengembangan Perdagangan dalam Negeri Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan, 2009, “*Kajian Potensi Pengembangan Pasar Jamu*”

- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
  - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama, alamat pelaku usaha dan keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang atau dibuat.
  - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
3. Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Mengenai ketentuan pelabelan yang berkaitan dengan jamu diatur dalam:

Pasal 3 ayat (2):

Keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekurang-kurangnya.

- a. nama produk;
  - b. daftar bahan yang digunakan;
  - c. berat bersih atau isi bersih;
  - d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia;
  - e. tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa.
4. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 246/Menkes/Per/V/1990 tentang Izin Usaha Industri Obat Tradisional dan Pendaftaran Obat Tradisional, yang diatur dalam pasal 33 dan pasal 34, berbunyi:

Pasal 33:

- (1) Pada pembungkus, wadah atau etiket dan brosur Obat Tradisional Indonesia harus dicantumkan kata "JAMU" yang terletak dalam lingkaran dan ditempatkan pada bagian atas sebelah kiri;
- (2) Kata "JAMU" yang dimaksud dalam ayat (1) harus jelas dan mudah dibaca, dan ukuran huruf sekurang-kurangnya tinggi 5 (lima) milimeter dan tebal 1/2 (setengah) milimeter dicetak

dengan warna hitam di atas warna putih atau warna lain yang menyolok.

- (3) Pada pembungkus, wadah atau etiket dan brosur Obat Tradisional Lisensi harus dicantumkan lambang daun yang terletak dalam lingkaran dan ditempatkan pada bagian atas sebelah kiri.
- (4) Lambang daun yang dimaksud dalam ayat (3) harus jelas dengan ukuran sekurang-kurangnya lebar 10 (sepuluh) milimeter dan tinggi 10 (sepuluh) milimeter, warna hitam di atas dasar putih atau warna lain yang menyolok dengan bentuk dan rupa seperti tercantum dalam Lampiran 46 Peraturan ini.

#### Pasal 34:

Penandaan yang tercantum pada pembungkus, wadah, atiket dan atau brosur harus berisi informasi tentang:

- a. Nama obat tradisional atau nama dagang;
- b. Komposisi;
- c. Bobot, isi atau jumlah obat tiap wadah;
- d. Dosis pemakaian;
- e. Khasiat atau kegunaan;
- f. Kontra indikasi (bila ada);
- g. Kedaluwarsa;
- h. Nomor pendaftaran;
- i. Nomor kode produksi;
- j. Nama industri atau alamat sekurang-kurangnya nama kota dan kata "INDONESIA";
- k. Untuk Obat Tradisional Lisensi harus dicantumkan juga nama dan alamat industri pemberi lisensi; sesuai dengan yang disetujui pada pendaftaran.

5. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK. 03.1.23.06.10.5166 Tentang Pencantuman Informasi Asal Bahan Tertentu, Kandungan Alkohol, dan Batas Kedaluwarsa Pada Penandaan/Label Obat, Obat Tradisional, Suplemen Makanan, Dan Pangan yang mengatur dalam pasal:

#### Pasal 3 ayat (1):

“Penandaan/label obat, obat tradisional, suplemen makanan, dan pangan, selain harus memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan, juga harus mencantumkan informasi asal bahan tertentu, kandungan alkohol, dan batas kedaluwarsa sebagaimana diatur dalam Peraturan ini.”

Merujuk dari peraturan yang mengatur tentang pelabelan produk jamu maka dapat disimpulkan bahwa label jamu wajib memuat ketentuan:

- a. nama produk
- b. komposisi
- c. berat bersih
- d. nama dan alamat pelaku usaha
- e. kadaluarsa
- f. aturan pakai/petunjuk pemakaian
- g. tanggal produksi
- h. akibat sampingan
- i. lambang jamu
- j. dosis pemakaian
- k. khasiat dan kegunaan
- l. kontra indikasi (bila ada)
- m. nomor pendaftaran
- n. nomor kode produksi
- o. informasi bahan tertentu (bila ada)
- p. kandungan alkohol (bila ada)

Namun dalam prakteknya masih ditemukan adanya masalah pelabelan dari suatu produk jamu. Permasalahan yang sering dijumpai oleh regulator, dalam hal ini Badan Pengawas Obat dan Makanan (BP POM) dan Departemen Kesehatan beserta Dinas Propinsi adalah peredaran jamu BKO yang melibatkan produsen jamu khususnya UKM dan rumah tangga, sebagian perusahaan belum melaksanakan standar yang sudah ditetapkan yaitu Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB), serta penggunaan label yang belum standar.<sup>8</sup>

Secara yuridis normatif, semua peraturan tentang pelabelan jamu sudah memenuhi standard. Tetapi dalam proses penegakan peraturan itu, dapat dikatakan, bahwa dalam banyak kasus, peraturan-peraturan tersebut bersifat nominal dan semantik. Aturan-aturan tertulis sebagai hukum positif sering sekali dilanggar atau tidak dilaksanakan secara konsekuen, banyak bukti yang terjadi di peredaran-peredaran produk jamu yang pencantuman label tidak sesuai dengan ketentuan yang membatasi hak informasi konsumen sebagaimana yang diatur di dalam peraturan perundang-undangan, maka dari itu penulis tertarik untuk menuliskan

---

<sup>8</sup> *Ibid*

skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Label Jamu (studi Pasar Nguter Sukoharjo)”.

## **B. Pembatasan dan Rumusan Masalah**

### 1. Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya cakupan masalah pelanggaran terhadap label jamu, maka ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini dibatasi, yakni yang dilihat hanya perlindungan terhadap konsumen mengenai pelabelan yang tercantum dalam produk jamu yang dijual di pasar Nguter Sukoharjo yang disesuaikan dengan peraturan yang ada.

### 2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, penulis dapat merumuskan perumusan masalah yang akan dibahas pada skripsi ini yaitu:

- a. Bagaimana profil label produk jamu yang beredar di Pasar Nguter sukoharjo ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan pokok permasalahan yang ada, maka adapun tujuan dari penulisan penelitian ini antara lain:

- a. Untuk mengetahui profil label dari produk jamu yang beredar di Pasar Nguter sukoharjo.
- b. Untuk mengetahui ketentuan pencantuman label yang terdapat dalam produk jamu.

### 2. Manfaat Penelitian

Adapun penulisan dari penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk :

a. Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberi masukan sekaligus menambah khazanah ilmu pengetahuan mengenai perlindungan hukum konsumen terhadap label jamu dalam memperoleh perlindungan terhadap haknya yang dilanggar oleh pelaku usaha akibat label yang tidak sesuai peraturan.

b. Manfaat Praktis

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi masukan terhadap

- 1) Para pelaku usaha dalam memproduksi suatu produk jamu harus sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- 2) Disamping itu hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi Pemerintah dalam membentuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen yang lebih baik.

**D. Kerangka Pemikiran**

Label adalah tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya yang disertakan pada wadah atau kemasan suatu produk dengan cara dimasukkan kedalam, ditempelkan atau dicetak dan merupakan bagian kemasan tersebut untuk memberikan informasi menyeluruh dan secara utuh dari isi wadah/kemasan produk tersebut. Pelabelan pada kemasan produk harus dipersyaratkan sedemikian rupa, sehingga tidak mudah lepas dari

kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak serta terletak pada bagian kemasan yang mudah untuk dilihat dan dibaca dengan jelas.

Label itu ibarat jendela, konsumen yang jeli bisa mengintip suatu produk dari labelnya. Dari informasi pada label, konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi pangan. Tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan-kecurangan dapat terjadi. Salah satu manfaat pencantuman informasi yang benar pada label dan iklan adalah untuk memberikan pendidikan kepada konsumen tentang hal yang berkaitan dengan pangan. Informasi penting yang umum disampaikan melalui label dan iklan tersebut antara lain berupa bagaimana cara menyimpan pangan, cara pengolahan yang tepat, kandungan gizi pada pangan tertentu, fungsi zat gizi tersebut terhadap kesehatan, dan sebagainya.<sup>9</sup>

Dalam hubungannya dengan masalah label, khususnya label jamu maka masyarakat perlu memperoleh informasi yang benar, jelas, dan lengkap, baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukannya mengenai jamu yang beredar di pasar. Masalah pelabelan produk jamu juga memerlukan perlindungan hukum agar konsumen tidak dirugikan terhadap pelabelan yang tidak sesuai peraturan.

Dalam transaksi perdagangan konsumen mutlak untuk diberi perlindungan. Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah. Perlindungan hukum terhadap

---

<sup>9</sup> Purwiyatno Hariyadi, 2005, “ *Mencermati Label dan Iklan Pangan* “, diakses 3 Maret 2016, available from URL : <https://www.researchgate.net/publication/259478723>

konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada posisi tawar yang lemah (konsumen).<sup>10</sup>

Teori perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon, menyebutkan bahwa perlindungan hukum terbagi atas dua, yaitu perlindungan hukum represif dan perlindungan hukum preventif.<sup>11</sup> Perlindungan hukum represif yaitu perlindungan hukum yang dilakukan dengan cara menerapkan sanksi terhadap pelaku agar dapat memulihkan hukum kepada keadaan sebenarnya. Perlindungan jenis ini biasanya dilakukan di Pengadilan. Perlindungan hukum preventif yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu sengketa. Perlindungan hukum jenis ini misalnya sebelum Pemerintah menetapkan suatu aturan/keputusan, rakyat dapat mengajukan keberatan, atau dimintai pendapatnya mengenai rencana keputusan tersebut.

Perlindungan hukum bagi konsumen adalah dengan melindungi hak-hak konsumen. Walaupun sangat beragam, secara garis besar hak-hak konsumen dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:<sup>12</sup>

1. hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
2. hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar; dan
3. hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

---

<sup>10</sup> Shidarta, 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi, Jakarta: Grasindo, hal.5

<sup>11</sup> Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, hal. 3

<sup>12</sup> Ahmadi Miru, 2000, "*Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*," Surabaya: Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, hal. 140.

Apabila konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak-hak konsumen harus dipenuhi, baik oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek.

## **E. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu metode cara kerja untuk dapat memahami obyek yang menjadi sasaran yang menjadi ilmu pengetahuan yang bersangkutan. Metode adalah pedoman cara seorang ilmuwan mempelajari dan memahami lingkungan-lingkungan yang dipahami.<sup>13</sup>

Untuk melengkapi penulisan skripsi ini dengan tujuan agar dapat lebih terarah dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka metode penulisan yang digunakan antara lain;

### **1. Metode Pendekatan**

Penelitian ini mendasarkan pada penelitian hukum yang dilakukan dengan pendekatan doktrinal, karena dalam penelitian ini hukum dikonsepsikan, sebagai norma-norma tertulis yang dibuat dan diundangkan oleh lembaga atau oleh pejabat negara yang berwenang. Hukum dipandang sebagai suatu lembaga yang otonom, terlepas dari lembaga-lembaga lainnya yang ada di masyarakat. Oleh karena itu pengkajian yang dilakukan, hanyalah "terbatas" pada peraturan perundang-undangan (tertulis) yang terkait dengan objek yang diteliti. Dari berbagai jenis metode pendekatan yuridis normatif yang dikenal, penulis memilih bentuk pendekatan normatif yang berupa,

---

<sup>13</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, 1986, hal. 67.

inventarisasi peraturan perundang-undangan dan pengkajian terhadap penemuan hukum *in-concreto*.<sup>14</sup>

## 2. Spesifikasi Penelitian

Tipe kajian dalam penelitian ini lebih bersifat deskriptif, karena bermaksud menggambarkan secara jelas, tentang berbagai hal yang terkait dengan objek yang diteliti, yaitu mendeskripsikan profil label jamu yang beredar di Pasar Nguter dan juga mendeskripsikan perlindungan hukum konsumen jamu terhadap label yang tidak sesuai ketentuan.

## 3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pasar Nguter. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive* yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan, yaitu **pertama** karena Nguter merupakan daerah yang dikenal sebagai sentra produksi jamu di Sukoharjo. **Kedua** Pasar jamu nguter merupakan pasar jamu pertama di Indonesia. Sehingga memungkinkan peneliti mudah memperoleh data yang dibutuhkan.

## 4. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data yang berasal dari dua sumber yang berbeda, yaitu:

### a. Data Sekunder

---

<sup>14</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Pamuji, 1986, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: CV Rajawali, hal. 13.

Penelitian ini menggunakan jenis sumber data sekunder yang merupakan data utama yang diperoleh melalui kajian bahan pustaka, dalam hal ini berupa label produk jamu yang terdapat di Pasar Nguter Sukoharjo.

b. Data Primer

Yaitu data-data yang berupa keterangan-keterangan yang berasal dari pihak-pihak yang terlibat dengan objek yang diteliti yang dimaksudkan untuk dapat lebih memahami maksud, tujuan dan arti dari data skunder yang ada. Data primer ini pada pelaksanaannya hanya berfungsi sebagai penunjang dari data skunder.

5. Metode Pengumpulan Data

a. Studi Kepustakaan

Metode ini dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder, yang dilakukan dengan cara, mencari, menginventarisasi dan mempelajari peraturan perundang-undangan, doktrin-doktrin, dan data-data sekunder yang lain, yang terkait dengan objek yang dikaji. Adapun instrumen pengumpulan yang digunakan berupa form dokumentasi, yaitu suatu alat pengumpulan data sekunder, yang berbentuk format-format khusus, yang dibuat untuk menampung segala macam data, yang diperoleh selama kajian dilakukan.

b. Wawancara

Metode ini dipergunakan untuk mengumpulkan data primer, yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara bebas terpimpin, dengan berbagai pihak yang dipandang memahami objek yang diteliti.

#### 6. Metode Analisis Data

Data yang telah terkumpul dan telah diolah akan dibahas dengan menggunakan metode normatif kualitatif, yakni suatu pembahasan yang dilakukan dengan cara menafsirkan dan mendiskusikan data-data yang telah diperoleh dan diolah, berdasarkan (dengan) norma-norma hukum, doktrin-doktrin hukum dan teori ilmu hukum yang ada.

Pembahasan pada tahap awal dilakukan dengan cara melakukan inventarisasi terhadap peraturan perundang-undangan yang terkait dengan persoalan yang menjadi objek kajian. Data yang terkumpul akan diidentifikasi secara analitis doktrinal, dengan menggunakan teori Hukum Murni dari Hans Kelsen.

Sedangkan untuk tahap kedua akan dilakukan pembahasan yang berupa pendikusan, antara berbagai data sekunder serta data primer yang terkait, dengan berbagai peraturan perundang-undangan yang telah diinventarisir, sehingga pada tahap akhir, akan ditemukan hukum *in-concreto*-nya.

## **F. Sistematika Penulisan Hukum**

Untuk memberikan gambaran singkat dari keseluruhan penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

**BAB I** berisi tentang Pendahuluan, yang mencakup latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian yang kemudian diakhiri dengan sistematika penelitian.

**BAB II** berisi tentang Landasan Teori, yang mencakup tentang Tinjauan umum perlindungan konsumen, tinjauan umum mengenai label produk jamu.

**BAB III** berisi tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan yang menguraikan mengenai hasil penelitian yaitu mengenai profil label jamu di pasar jamu Nguter Sukoharjo.

**BAB IV** tentang Penutup, berisikan simpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian, saran sebagai tindak lanjut dari simpulan tersebut, dan daftar pustaka.