

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN PRODUK PANGAN DALAM KEMASAN TANPA LABEL HALAL

Nama : Gilang Ramadhan

E-mail : gilangnor@gmail.com

No HP : 085349818000

ABSTRAK

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen produk pangan dalam kemasan tanpa label halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaturan produk pangan berlabel halal dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen, dan upaya hukum apa yang dapat dilakukan konsumen dalam memperoleh perlindungan terhadap haknya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah hokum normatif dengan pendekatan perundang undangan, dan pendekatan konsep. Informasi didapatkan dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan non hukum. Adapun bahan hukum, baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder maupun bahan non hokum diuraikan dan dihubungkan sedemikian rupa, sehingga ditampilkan dalam penulisan yang lebih sistematis untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Dari hasil penelitian tersebut diatas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa kewajiban yang harus dilakukan dan dilaksanakan oleh pelaku usaha. Untuk mencantumkan label halal pada kemasan pada setiap produk yang diproduksi sesuai dengan Pasal 8 Ayat (1) huruf h UUPK, dan upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen sesuai dengan UUPK yaitu, dapat menyelesaikan sengketa secara langsung kepada pelaku usaha, pengaduan melalui YLKI, Penyelesaian melalui BPOM, melapor ke BPSK dan penyelesaian melalui Peradilan Umum.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Konsumen, Label Halal

ABSTACT

The main problem in this study is how legal protection for consumers of food products in packaging without halal labels. This study aims to find out how to regulate halal food products in relation to consumer protection, and what legal efforts can be made by consumers in obtaining protection for their rights. The research method used in the study is normative law with a legislative approach, and a conceptual approach. Information is obtained from primary legal materials, secondary legal materials and non-legal materials. As for legal materials, both primary legal materials, secondary legal materials and non-legal materials are described and linked in such a way that they are displayed in a more systematic writing to address the problems that have been formulated. From the results of the above research, it can be concluded that the obligations that must be carried out and carried out by business actors. To put a halal label on the packaging of each product produced in accordance with Article 8 Paragraph (1) letter h UUPK, and legal remedies that can be carried out by consumers in accordance with the UUPK, namely, can resolve disputes directly to business actors, complaints through YLKI, Settlement through BPOM, reports to BPSK and the settlement through General Justice.

Keywords: Legal Protection, Consumer, Halal Label

PENDAHULUAN

Konsumen memiliki resiko yang lebih besar daripada pelaku usaha, dengan kata lain hak-hak konsumen sangat rentan. Disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah, maka hak-hak konsumen sangat sering dan mudah untuk dilanggar.

Terhadap posisi konsumen tersebut, ia harus dilindungi oleh hukum karena salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Perlindungan terhadap masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk kepastian hukum yang menjadi hak konsumen.

Pada tahun 1999 telah lahir Undang-Undang perlindungan konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Dalam undang-undang ini juga dijelaskan mengenai tanggung jawab pelaku usaha yang tentunya hal ini diatur untuk memberikan kepastian hukum serta melindungi hak para konsumen tersebut. Hal demikian memang perlu diatur karena untuk menghindari sikap negatif pelaku usaha terhadap konsumen.

Perlindungan konsumen ini adalah jaminan yang seharusnya didapatkan oleh para konsumen atas setiap produk bahan makanan yang dibeli dari produsen atau pelaku usaha. Namun dalam kenyataannya saat ini konsumen seakan-akan dianak tirikan oleh para pelaku usaha tersebut. Undang-undang tentang perlindungan konsumen ini memang telah di terbitkan namun dalam proses pelaksanaan atau aplikasi dari undang-undang itu sendiri belum maksimal atau dengan kata lain peraturan yang ada dalam undang-undang tidak sesuai dengan kenyataan.

Berkenaan dengan hal ini Indonesia telah mempunyai Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan dimana setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label halal pada, didalam dan atau dikemasan pangan, namun Undang-Undang ini dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 sepertinya tidak berjalan dengan baik, sehingga belum memberikan kepastian hukum untuk mengenal pangan dan produk lainnya yang halal.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Normatif. Tipe Penelitian ini adalah penelitian hukum Normatif dengan pendekatan Yuridis Normatif, dikatakan demikian karena dalam penelitian ini digunakan cara-cara pendekatan terhadap masalah yang diteliti dengan cara meninjau dari segi peraturan perundang-undangan yang berlaku atau meneliti bahan pustaka yang ada.

Mengingat tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif, yakni suatu penelitian yang meneliti suatu masalah dengan cara meninjau dari segi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam studi hukum, pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk meneliti aturan-aturan yang berkaitan dengan pengaturan perlindungan bagi konsumen, yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sedangkan pendekatan konseptual digunakan karena isu hukumnya menggunakan isu hukum pada level teori hukum (konsep). Dalam hal ini, konsep yang digunakan adalah tentang konsep dasar perlindungan konsumen, hak serta kewajiban atas konsumen dan pelaku usaha, sanksi-sanksi yang diberikan kepada para pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen dan lain-lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembangunan dan perkembangan perekonomian industri telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Globalisasi dan perdagangan bebas yang mendukung kemajuan teknologi memperluas ruang gerak transaksi barang dan jasa. Kondisi dan fenomena itu menyebabkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen tidak seimbang sehingga konsumen berada pada posisi yang lemah. Faktor utama kelemahan konsumen adalah tidak terpenuhinya hak-hak yang seharusnya didapatkan oleh konsumen. Oleh karena itu, seharusnya UUPK menjadi landasan hukum yang kuat bagi konsumen. Perlindungan hukum konsumen dapat dikatakan sebagai upaya pemerintah untuk memberikan kepastian dan melindungi konsumen agar terpenuhi seluruh hak-hak yang seharusnya mereka dapatkan.

Oleh karenanya pihak konsumen yang dipandang lebih lemah hukum perlu mendapat perlindungan lebih besar di banding masa-masa yang lalu. Sehubungan dengan itu di berbagai negara, khususnya di negara-negara maju dan di dunia internasional telah dilakukan pembaharuan-pembaharuan hukum yang berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha (*product liability*) terutama dalam rangka mempermudah pemberian kompensasi bagi konsumen yang menderita kerugian akibat produk yang diedarkan di masyarakat.

Secara khusus yang dimaksud dengan *product liability* adalah tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan hukum yang menghasilkan suatu produk, dan/atau pihak yang menjual produk tersebut dan/atau pihak yang mendistribusikan produk tersebut, termasuk juga disini pihak yang terlibat dalam rangkaian komersial tentang persiapan atau penyebaran dari suatu produk, dan juga termasuk para pengusaha bengkel, pergudangan, para agen dan pekerja dari badan-badan usaha di atas

Bahwa upaya-upaya perlindungan konsumen adalah lebih dimaksudkan untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen dan/atau sekaligus dimaksudkan dapat mendorong pelaku usaha didalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dilakukan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Adapun perlunya pengaturan tentang perlindungan konsumen dilakukan dengan maksud sbb :1) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum ; 2) Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada umumnya ;3) Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa ; 4). Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan ; dan 5).Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang bidang lain ;

Di dalam kehidupan masyarakat sangat banyak hak-hak konsumen sadar atau tidak sadar sering terabaikan atau dilanggar oleh para pelaku usaha, apakah itu terjadi disektor perbankan/di lembaga pembiayaan, jasa telekomunikasi dan transportasi,di SPBU / POM Bensin, maupun dalam penawaran produk barang dan jasa pada umumnya melalui praktek-praktek iklan yang menyesatkan, yang di dalamnya sering terjadi : 1) Iklan Pancingan (Bait and Switch adv) yang sekarang banyak dilakukan oleh pelaku usaha dengan mengedarkan undangan kecalon konsumen untuk mengambil hadiah secara gratis kemudian konsumen dirayu untuk membeli barang dengan discount yang spektakuler padahal harga dan mutu barang sudah dimanipulasi ; 2). Iklan Menyesatkan (Mock-up-adv), dimana pada isi iklan ini keadaan atau kemampuan produk digambarkan dengan cara berlebihan dan menjurus kearah menyesatkan, seperti terjadi pada produk jamu yang banyak diiklankan, umumnya hanya menunjukkan/ mengeksploitasi hal-hal yang bersifat kehebatan dan keberhasilan produk tanpa menginformasikan akibat-akibat buruk dan efek samping yang dapat merugikan konsumen.

Dan sudah menjadi rahasia umum konsumen yang merasa dirugikan enggan melakukan sesuatu atas kerugian yang dideritanya karena ketidak percayaan terhadap “Lembaga Pengadilan”, sekalipun di dalam Pasal 17 ayat (1) UUPK, yang ancaman hukumannya 5 (lima) tahun penjara atau denda Rp.2 Milyard, yang secara khusus mengatur tentang perbuatan yang diberikan pelaku usaha periklanan dengan memproduksi iklan yang dapat : a) Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa ;b) Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa; c). Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa; d).Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa; e). Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan; dan f).Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan Perundang-undangan mengenai periklanan. Namun dalam kenyataannya masyarakat konsumen yang dirugikan banyak yang belum tau/mau bagaimana menggunakan haknya.

Dalam UU Perlindungan Konsumen ada tiga lembaga yang berperan dan ber-tanggungjawab dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, yaitu : 1). Menteri dan/atau Menteri teknis terkait yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan; 2).Badan Perlindungan Konsumen Nasional ; dan 3). LSM yaitu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Pada poin 1 dan 2 mewakili pemerintah sedangkan LSM pada poin 3 mewakili kepentingan masyarakat. Untuk penyelesaian sengketa dimungkinkan tanpa melalui Lembaga Peradilan yaitu melalui Lembaga Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang terdiri atas unsur-unsur pemerintah, Konsumen, dan Pelaku Usaha.

Sudah barang tentu keperluan adanya hukum untuk memberikan perlindungan konsumen Indonesia merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindarkan, sejalan dengan tujuan pembangunan nasional kita, yaitu pembangunan manusia Indonesia yang seutuhnya.

Di Indonesia, dasar hukum yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan adalah:

- a. Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33.
- b. Undang Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 No. 42 Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821)
- c. Undang Undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Usaha Tidak Sehat.
- d. Undang Undang No. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- e. Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
- f. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 Tentang Penangan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota
- g. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795 /DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen .

Berdasarkan hal di atas, dapat dilihat bahwa peran label halal dalam kemasan sangat penting yaitu dalam hal pemberian informasi produk tersebut dan dalam hal penuntutan bila terjadi kerugian pada pihak konsumen (terdapat nama dan alamat yang jelas dari pelaku usaha pada label kemasan produk pangan).



PENUTUP

Berdasarkan penjelasan dan pembahasan di atas maka kesimpulan yang dapat penulis paparkan adalah sebagai berikut:

1. Pengaturan produk pangan berlabel halal dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen bahwa para pelaku usaha harus mencantumkan label halal pada setiap produk pangan yang diproduksi dan diperdagangkan. Hal ini sesuai dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang terdapat pada Pasal 8 Ayat (1) huruf (h) adalah sebagai berikut: Pasal 8(1)Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang: (h.)Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam Label. Dengan adanya pengaturan tersebut para pelaku usaha tidak boleh melanggar peraturan yang telah ada, agar para konsumen khususnya konsumen muslim tidak dirugikan oleh pelaku usaha dan dapat memilih produk pangan yang diinginkan dengan jelas dan nyaman karena adanya pencantuman label halal pada kemasan, maka tidak ada keraguan lagi mengenai kehalalannya.

2. Upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen dalam memperoleh perlindungan terhadap haknya yang dilanggar oleh pelaku usaha akibat mengkonsumsi pangan tanpa label halal dalam kemasan pada usaha kecil telah mendapat pengaturan dalam UUPK. UUPK memberikan kesempatan bagi konsumen dan pelaku usaha untuk menyelesaikan sengketa konsumen tersebut melalui 2 cara, yaitu dengan cara damai atau melalui gugatan ke pengadilan atau BPSK. Cara-cara penyelesaiannya yaitu sebagai berikut :

- a. Penyelesaian secara langsung kepada pelaku usaha.

b. Pengaduan melalui YLKI, yang dapat dilakukan secara langsung baik secara lisan maupun tertulis, melalui surat, telepon, e-mail, fax, media cetak dan elektronik. Selanjutnya YLKI dapat menempuh penyelesaian pengaduan konsumen melalui beberapa cara, yaitu mediasi, atau penyelesaian dengan cara ke pengadilan yang dikenal dengan gugatan lembaga konsumen.

c. Penyelesaian melalui BPOM.

d. BPSK juga menerima pengaduan dan pengajuan penyelesaian sengketa dari konsumen, tetapi disyaratkan bahwa konsumen telah melakukan upaya penyelesaian secara langsung kepada pelaku usaha tetapi tidak mendapat tanggapan dari pelaku usaha. Dengan demikian atas pengaduan konsumen ke BPSK tersebut dapat diselesaikan melalui BPSK juga.

e. Penyelesaian melalui lembaga peradilan umum, yaitu dengan mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri (PN).

Dari kesimpulan di atas maka penulis mempunyai beberapa saran yaitu:

1. Untuk lebih memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam masalah pencantuman label halal pada kemasan, maka pertanggung jawaban pelaku usaha khususnya usaha kecil terhadap konsumen harus ditingkatkan dengan memberikan informasi produk terkait label halal dengan benar, jelas dan jujur. Kepada konsumen harus teliti terlebih dahulu dalam membeli produk khususnya produk halal yang tertera pada kemasan demi keamanan dan keselamatan konsumen.

2. Memberdayakan BPSK yang lebih profesional dan lebih netral tidak memihak kepihak manapun, baik pelaku usaha maupun konsumen. Agar para pelaku usaha dan konsumen yang bersengketa puas dengan hasil keputusan BPSK sehingga tidak perlu menyelesaikan sengketa tersebut lewat Peradilan Umum.

3. Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat disarankan: Pemerintah dan lembaga terkait haruslah memberikan pembinaan sosialisasi secara maksimal untuk konsumen dan pelaku usaha mengenai pentingnya memberikan informasi yang jelas terkait produk yang dijual. Perlunya akses yang menunjang, aturan dan tatacara yang kuat bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat, usul dan keluhan terhadap ketidakjujuran informasi oleh pelaku usaha. Peran MUI sebagai pelaksana sertifikasi halal haruslah memaksimalkan pelaksanaannya agar tidak pasif. Bagi pelaku usaha janganlah menjadi pelaku usaha "nakal" dengan memasukan bahan olahan daging babi dan tidak mencantumkan informasi yang jelas terkait komposisi produk tersebut. Pemerintah harus lebih mempublikasikan bahwa produk olahan tersebut mengandung babi pada media. Jadilah konsumen yang cerdas dengan teliti atau bertanya sebelum membeli produk.

REFERENSI

Buku

Abdul Halim Barkatullah, Hak-Hak Konsumen (Bandung: Nusa Media, 2010) cetakan ke 1,

Abdul Mujib, Kamus Istilah Fiqih, (Jakarta: PT. Pustaka Firdaus, 1994)

Ade Maman Suherman, Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global Edisi Revisi, Ghalia Indonesia, Bogor, 2005

Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004)

Ahmadi Miru, Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2008,

Ahmadi Miru dan Sutaman, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004)

AZ Nasution, Hukum perlindungan konsumen suatu pengantar, (Jakarta: Diadit Media, 2006) cetakan ke 2

Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Diadit Media, Jakarta: 2014

Dedy Sugiono, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa, Jakarta

Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, (Jakarta: PT. Grasindo, 2006)

Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Grasindo, Jakarta, 2006

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, Cetakan ke – 11.
(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2009)

Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Dasar 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata (HIR/RBG)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal

Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan pangan.

Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 519 Tahun 2001 tentang Lembaga Pelaksana
Pemeriksaan Pangan Halal

Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 518 Tahun 2001 tentang Pedoman Dan Tata Cara
Pemeriksaan Dan Penetapan Pangan Halal

SK LPPOM MUI Nomor: SK11/Dir/LPPOM MUI/II/14 tentang Revisi Ketentuan

Kelompok Produk Bersertifikat Halal MUI berdasarkan SK08/Dir/LPPOM MUI/II/13

SK LPPOM MUI Nomor: SK50/Dir/LPPOM MUI/XII/13 tentang Penetapan Pedoman Pemenuhan Kriteria
Sistem Jaminan Halal di Industri Pengolahan (HAS 23101)

SK LPPOM MUI Nomor: SK13/Dir/LPPOM MUI/III/13 tentang Ketentuan Sistem Jaminan Halal

Website

Dikutip <http://www.ylki.or.id/hak-dan-kewajiban-konsumen>, Hak dan Kewajiban Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, diunduh 10 Agustus 2018, Pukul 19.35 WIB

<http://id.wikipedia.org/produksi> di akses pada tanggal 10 Agustus 2018 waktu 22.10 WIB

<http://www.sangkoeno.com/2013/09/hak-dan-kewajiban-konsumen-serta-pelaku.html>, Sangkoeno, Hak Dan Kewajiban Konsumen Serta Pelaku Usaha, Diunduh Hari Kamis Tanggal 10 Agustus 2018 Pukul 23.20 WIB

Retno Sulistyowati “Labelisasi Halal” artikel ini diakses pada tanggal 11 Agustus 2018, pukul 13.00, dari <http://www.esq.magazine.com>

https://id.wikipedia.org/wiki/Perlindungan_konsumen di akses pada tanggal 12 Agustus 2018 jam 17:40

http://perpustakaan.ekonomi.lipi.go.id/lib/pdf/1346737915_PELUANG%20USAHA%20PRODUK%20%20HALAL.pdf di akses pada tanggal 12 Agustus 2018 waktu 19:10

Astih “Sistem Pengawasan BPOM Dalam Mengawasi Makanan yang Beredar” Artikel ini diakses pada tanggal 12 Agustus 2018, Pukul 22.30, dari <http://www.opini.wikipedia.org>

http://id.wikipedia.org/wiki/Badan_Penyelesaian_Sengketa_Konsumen di akses pada tanggal 12 Agustus 2018 waktu 23:10

www.halalmui.org diakses pada tanggal 21 Agustus 2018 pukul 16:00 wib

Artikel

<https://artikel.kantorkukum-lhs.com/quo-vadis-perlindungan-konsumen-indonesia/> Penulis Drs. M. Sofyan Lubis, SH. MM diakses pada tanggal 15 Agustus 2018 waktu 14:10

Artikel ini diakses pada tanggal 15 Agustus 2018, Pukul 14.30, dari http://id.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI