

Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Pencantuman Label Pangan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Paulus Manggala Putera Pandie

Fakultas Hukum, Universitas Nusa Cendana

Email korespondensi: pauluspandie26@gmail.com

Sukardan Aloysius

Fakultas Hukum, Universitas Nusa Cendana

Yossie M. Y. Jacob

Fakultas Hukum, Universitas Nusa Cendana

Abstract. *The purpose of this research is to analyze the legal protection for consumers in the inclusion of food labels according to Law Number 8 of 1999 concerning consumer protection. This research is an empirical juridical research. This research framework departs from the conception of the law on consumer protection which contains legal protection for consumers in the inclusion of food labels according to Law No. 8 on consumer protection. This research is an empirical juridical research on five resource persons. The data is analyzed descriptively-qualitatively. Based on the results of the research, the criteria for food label violations according to Law Number 8 of 1999 concerning consumer protection are label falsification, false information, expiration, incomplete labels, inappropriate quality, unsubstantial health claims, illegal labels, lack of compliance with regulations, and health hazards. Legal protection for consumers in food labeling violations according to Law No. 8/1999 on consumer protection, which aims to protect the rights and interests of consumers and encourage healthy and fair business practices. Violation of this law can result in legal action and sanctions against business actors who violate consumer rights. If you have a problem or dispute as a consumer, you can utilize the mechanisms provided in this Act to protect consumer rights.*

Keywords: *Legal Protection for Consumers, Inclusion of Food Labeling*

Abstrak. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam pencantuman label pangan menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris. Kerangka pemikiran penelitian ini berangkat dengan konsepsi tentang undang-undang tentang perlindungan konsumen yang memuat tentang perlindungan hukum bagi konsumen dalam pencantuman label pangan menurut undang-undang nomor 8 tentang perlindungan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris terhadap lima narasumber. Data dianalisis secara deskriptif-kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kriteria pelanggaran label pangan menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yakni pemalsuan label, keterangan palsu, kadaluwarsa, label tidak lengkap, kualitas yang tidak sesuai, klaim kesehatan yang tidak substansial, label ilegal, ketidakpatuhan terhadap regulasi, bahaya kesehatan. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam pelanggaran label pangan menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 bertujuan untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen serta mendorong praktik bisnis yang sehat dan adil. Pelanggaran terhadap UU ini dapat mengakibatkan tindakan hukum dan sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen. Jika Anda memiliki masalah atau sengketa sebagai konsumen, Anda dapat memanfaatkan mekanisme yang disediakan dalam Undang-Undang ini untuk melindungi hak konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum bagi Konsumen, Pencantuman Label Pangan

LATAR BELAKANG

Setiap manusia sebagai makhluk hidup pada suatu waktu, dalam posisi tunggal atau sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun selalu memerlukan makanan dan minuman untuk melangsungkan hidupnya, disamping pakaian dan perumahan manusia juga memerlukan jasa yang berfungsi sebagai penggerak perekonomian terhadap pelaksanaan Pembangunan Nasional dalam rangka pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan masyarakat Indonesia seluruhnya untuk mewujudkan yang sejahtera, adil, makmur, yang merata, baik material maupun spiritual (Lupiyoadi & Hamdani, 2006).

Berdasarkan pembukaan Undang-undang Dasar 1945 pada alinea keempat menyebutkan bahwa: “Melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan perdamaian abadi dan keadilan sosial.” Dari kalimat tersebut dapat kita artikan bahwa termasuk di dalamnya perlindungan konsumen. Kebutuhan akan barang dan jasa dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara senantiasa berkembang dinamis sejalan dengan perkembangan pembangunan bangsa di segala bidang sesuai dengan tahapan Pembangunan Nasional, kini kita melihat dan merasakan kemajuan yang cukup besar di bidang teknologi, industri, dan perdagangan. Sementara dibalik itu kedudukan konsumen masih sangat lemah, pembangunan yang kita lakukan akan membawa dampak negatif yang semakin kompleks yang memerlukan penanganan serius khususnya masalah perlindungan konsumen (Kotler, 2002).

Ditengah kondisi persaingan disetor barang dan jasa yang semakin meningkat memang mendapat sorotan yang sangat luas dalam masyarakat, karena di negara kita akhir-akhir ini memang mendapat sorotan yang luas dalam masyarakat telah tergugah pandangan tentang perlunya konsumen dilindungi oleh hukum. Di negara-negara lain seperti Amerika Serikat dan Negara-negara Eropa, sejak lama seiring sejalan dengan perkembangan industri dan jasa, gerakan perlindungan konsumen memperoleh posisi yang sangat kuat dalam masyarakat. Ada beberapa alasan mengapa pentingnya didunia dewasa ini, tanpa melihat kedudukan resmi dan status sosial seseorang seluruhnya anggota masyarakat adalah konsumen barang dan jasa yang diberikan oleh pengusaha (produsen).

Perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa adalah pada pemasarannya, dimana jasa lebih dituntut memberikan kualitas yang optimal dari layanan konsumennya. Ditengah kondisi persaingan di sektor jasa

yang semakin meningkat, perusahaan hendaknya terus meningkatkan layanan konsumennya (Achmad, 2013).

Perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa adalah pada pemasarannya, dimana jasa lebih dituntut memberikan kualitas yang optimal dari layanan konsumennya. Ditengah kondisi persaingan di sektor jasa yang semakin meningkat, perusahaan hendaknya terus meningkatkan layanan konsumennya (Maslow, 2003).

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2006) pelayanan konsumen yang dimaksud meliputi berbagai aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan mulai dari:

1. Pemesanan.
2. Pemrosesan.
3. Memberikan hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerjasama dengan konsumen.

Pelayanan konsumen bukan sekedar maksud melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan (Dominik, 2005). Proses ini sudah dimulai sejak sebelum terjadi transaksi. Pelayanan konsumen yang baik adalah bagaimana mengerti keinginan konsumen dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata konsumen.

Perkembangan dunia usaha dan perdagangan jelas merupakan pendorong bagi perkembangan perekonomian suatu negara. Untuk mencapai tingkat kemajuan ekonomi nasional ini, biasanya berbagai kebutuhan serta fasilitas diberikan oleh pemerintah untuk merangsang hidup bisnis dan perdagangan di berbagai sektor pemenuhan kebutuhan manusia akan barang dan jasa (Novita, 2018).

Sebagai pemakai barang dan jasa tersebut, kita semua berkepentingan akan perlindungannya sehubungan dengan kualitas barang dan jasa yang diberikan produsen kepada masyarakat tanpa memahami mutu hasil produk yang diedarkan. Kualitas yang tidak memenuhi syarat atau kualitas buruk barang dan jasa dihasilkan oleh para produsen atau yang diedarkan oleh para perantara dibidang perdagangan, demikian pula mutu jasa yang diberikan secara kurang bertanggung jawab atau mutu jasa yang rendah dapat menimbulkan kerugian bagi pihak pemakai barang dan jasa.

Bahkan ada kalanya kualitas rendah tidak dipenuhinya persyaratan barang dan jasa dapat berakibat fatal bagi para pemakai barang dan jasa tersebut yang pada umumnya awam terhadap kualitas serta akibat yang timbul baik segera setelah penggunaan maupun jangka panjang, hal ini disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen.

Secara umum dan mendasar hubungan antara produsen (perusahaan penghasil barang dan jasa) dengan konsumen merupakan hubungan yang saling terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan tanpa dukungan konsumen tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan usahanya. Sebaliknya konsumen kebutuhannya sangat tergantung dari hasil produksi produsen (Maslow,2003).

Kotler (2002) mengemukakan bahwa: “Perusahaan yang cerdas akan menciptakan tingkat kepuasan karyawan yang cukup tinggi sehingga mendorong karyawan untuk kerja keras, hasilnya adalah kualitas produk dan pelayanan yang tinggi pada akhirnya menciptakan kepuasan pelanggan yang tertinggi. Kepuasan pelanggan akan menyebabkan kepuasan ulang dan dengan demikian menciptakan pertumbuhan dan laba (keuntungan) yang lebih tinggi. Dengan adanya hubungan saling ketergantungan antara produsen dan konsumen di sektor barang dan jasa dapat menjadi masukan bagi perkembangan perekonomian di negara Indonesia, terutama untuk kesejahteraan masyarakat diharapkan menjadi bertambah besar, serta dunia usaha dan perdagangan dapat berkembang dan tingkat taraf hidup masyarakat dapat ditingkatkan. Namun acap kali kita dihadapkan dengan kenyataan, bahwa kegiatan perluasan dan pemantapan pemasaran suatu usaha karena didorong oleh keinginan mendapatkan jumlah konsumen yang sebesar-besarnya, serta untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya, menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat tanpa memperhatikan akibat yang dapat merugikan pihak konsumen. Karena itu disebabkan oleh konsumen dan produsen saling ketergantungan karena kebutuhan tersebut dapat menciptakan suatu hubungan yang terus-menerus dan berkesinambungan sepanjang masa, sesuai dengan tingkat ketergantungan yang akan dicapai.

Pada dewasa ini telah ada usaha diberbagai bidang untuk memberikan perlindungan kepada para konsumen mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan masing-masing atas hak dan kewajiban (Maslow, 2003).

Pemerintah berperan mengatur, mengawasi dan mengontrol sehingga terciptanya sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain, dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas akan tercipta, maka konsumen dan produsen saling ketergantungan untuk menciptakan suatu hubungan yang terus-menerus dan

berkesinambungan sepanjang masa dan tidak terputus-putus sesuai dengan tingkat ketergantungan akan dapat tercapai.

Hubungan produsen dan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi, pemasaran dan penawaran. Sampai pada tahap hubungan penyaluran atau distribusi tersebut menghasilkan suatu hubungan yang bersifat massal. Karena sifatnya yang massal tersebut maka peran negara sangat dibutuhkan dalam rangka melindungi kebutuhan konsumen dalam pengaturan hukum yang memuat kaidah umum yang dapat dilakukan terhadap seluruh aspek perlindungan konsumen.

Menurut pendapat Maslow tentang kebutuhan yaitu : “Kuatnya suatu kebutuhan tergantung pada situasi yang sedang berjalan dengan pengalaman individu itu baik dari pihak produsen dan konsumen”.

Mengenai kepentingan dan perlindungan konsumen ini sudah diamanatkan dalam Garis-garis Besar Haluan Negara (GBHN), mengarahkan pada kebijakan di sektor ekonomi dan sektor perdagangan, yang mengamanatkan bahwa pembangunan perdagangan ditujukan untuk meningkatkan pendapatan produsen sekaligus menjamin kepentingan konsumen. Sasaran untuk mencapai tujuan tersebut dijabarkan dalam Repelita VI yang semakin tertibnya usaha niaga agar terciptanya iklim usaha dan kepastian berusaha yang semakin mantap, serta terlindunginya kepentingan konsumen dan perwujudan tertib usaha dibidang perdagangan melalui perlindungan konsumen (Kristiyanti, 2008).

Dari uraian diatas, nampak pemerintah telah menetapkan bahwa perlindungan konsumen merupakan bagian dari Pembangunan Nasional. Kunci pokok terhadap masalah perlindungan konsumen adalah bahwa konsumen dan produsen (penggerak produk atau pengusaha) saling membutuhkan. Sebab dari hasil produksi produsen tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsikannya, dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut maka dalam mencapai tujuan inilah peranan hukum sangat penting dalam usaha perlindungan konsumen. Pembangunan dan perkembangan perekonomian umum dan khususnya dibidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Disamping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan telekomunikasi telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa yang ditawarkan melintasi batas-batas wilayah suatu negara sehingga barang dan jasa tetapi hal tersebut selalu menimbulkan adanya persaingan yang menang dan yang kalah disebabkan adanya berbagai variasi baik produksi luar negeri maupun dalam negeri. Kondisi ini disatu pihak bermanfaat bagi konsumen karena semakin

terbukanya kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Akan tetapi disisi lain kondisi dan fenomena tersebut diatas mengakibatkan kedudukan konsumen dan pelaku usaha menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Dengan adanya upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk sengaja dicari solusinya, terutama di Indonesia mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, terlebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang. Kondisi ini menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan serta penerapan standar yang baik bagi konsumen. Dengan perjuangan yang cukup panjang dan ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi pelaku usaha ini jelas sangat merugikan kepentingan masyarakat. Pada umumnya masyarakat berlindung dibalik perjanjian baku yang ditandatangani oleh kedua belah pihak (antara pelaku usaha dan konsumen) ataupun melalui berbagai informasi yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen, maka salah satu hal yang menonjol yaitu dalam rangka mencegah terjadinya peristiwa yang tidak diinginkan maka alternatif buat perlindungan konsumen di Indonesia (Kristiyanti, 2008).

Pencantuman label pangan menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen harus menjadi tameng dalam pencantuman label. Proses pencantuman label sejatinya dilakukan oleh badan pengawas obat dan makanan sebagai implementasi dari proses administrasi dan hukum yang berlaku kepada lembaga yang berwenang. Masalahnya adalah bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dan bukan kepada pelaku usaha yang mempunyai label pangan atau tidak memiliki label pangan serta apa saja kriteria pelanggaran label pangan menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perlindungan hukum bagi konsumen dalam pencantuman label pangan menurut Undang-Undang NO. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

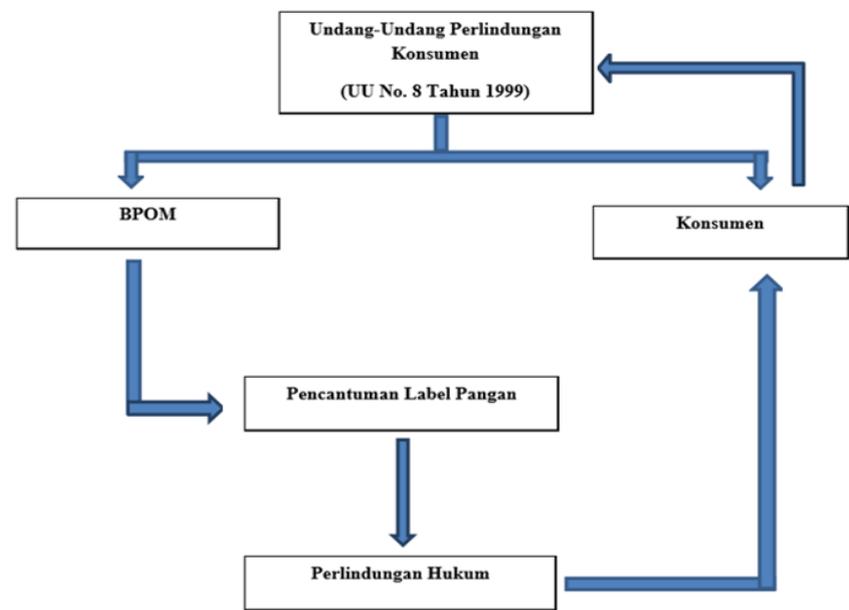
METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode atau cara, sistematika dan pemikiran-pemikiran tertentu yang mempelajari terkait dengan gejala hukum yang terjadi dalam masyarakat. Jenis penelitian yang digunakan oleh calon peneliti adalah penelitian Hukum Empiris.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Balai POM di Kupang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data yang dipakai dalam penelitian berdasarkan relevansi data sumbernya yaitu data primer, sekunder, dan tersier. Sumber data Primer adalah data-data yang bersifat mengikat dan merupakan sumber dasar dalam setiap pembahasan, dalam hal mengacu pada fakta di lapangan berdasarkan observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan bahan hukum yang di dapat dari peraturan perundang-undangan yang relevan. Data sekunder yaitu penjelasan-penjelasan atau penafsiran yang mendukung data primer untuk mendapatkan pengertian, pemahaman dan analisis yang utuh. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari bahan hukum yang didapat dari wawancara, kuesioner, dan observasi di lapangan. Sedangkan data tersier adalah tersier, yaitu merupakan bahan hukum pendukung bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum, ensiklopedia, dan lainnya (Abu bakar, 2021).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan pengeditan data (*Editing*) dan pengkodean (*Coding*). Teknik pengolahan data dilakukan dengan menerapkan metode analisis isi (*content analysis*) terhadap bahan tekstular untuk selanjutnya dikonstruksikan kedalam suatu kesimpulan (Abu bakar, 2021).

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kriteria Pelanggaran Label Pangan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Kriteria pelanggaran label pangan merujuk pada aturan dan regulasi yang harus diikuti oleh produsen makanan dalam pengemasan dan pelabelan produk makanan. Ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dengan memberikan informasi yang jujur, akurat, dan lengkap tentang produk makanan yang mereka beli. Pelanggaran label pangan dapat bervariasi berdasarkan yurisdiksi dan negara, tetapi umumnya mencakup hal-hal berikut:

1. Informasi Nutrisi yakni pelabelan pangan harus menyediakan informasi nutrisi yang akurat, termasuk jumlah kalori, lemak, protein, karbohidrat, serat, gula, dan nutrisi lainnya per porsi atau per sajian yang direkomendasikan. Ini harus disajikan dalam format yang mudah dipahami.
2. Daftar Bahan yaitu daftar bahan yang digunakan dalam produk makanan harus tercantum dalam urutan menurun jumlahnya, sehingga bahan utama muncul lebih awal dalam daftar. Ini membantu konsumen mengidentifikasi komposisi produk.
3. Alergen, yakni Produk yang mengandung alergen umum seperti gluten, susu, telur, kacang-kacangan, dan lain-lain harus dengan jelas menunjukkan keberadaan alergen tersebut dalam label. Hal ini penting untuk melindungi individu yang memiliki alergi makanan.
4. Tanggal Kadaluarsa dan Penyimpanan sehingga Label harus mencantumkan tanggal kadaluarsa atau tanggal produksi, serta informasi tentang cara menyimpan produk dengan benar.
5. Klaim Gizi atau Kesehatan yakni klaim kesehatan atau gizi pada label harus didukung oleh bukti ilmiah yang cukup. Klaim semacam ini sering kali diatur secara ketat dan harus memenuhi standar tertentu.
6. Label Organik atau Non-GMO yaitu Jika produk dijual dengan klaim organik atau non-GMO (tanpa modifikasi genetik), label harus sesuai dengan definisi dan persyaratan yang berlaku.
7. Label Halal atau Kosher yaitu Produk yang dijual dengan label halal atau kosher harus memenuhi persyaratan sesuai dengan keyakinan agama tertentu.
8. Kode Batch yaitu Untuk kepentingan pelacakan dan pengambilan kembali, produk makanan harus memiliki kode batch yang jelas.
9. Pemberitahuan Alergen yaitu Produk yang mengandung alergen harus menampilkan peringatan yang mencolok untuk memperingatkan konsumen yang memiliki alergi.

10. Label Iklan dan Promosi yakni klaim atau pernyataan promosi pada label harus akurat dan tidak menyesatkan.

Pelanggaran label pangan dapat mengakibatkan sanksi hukum, denda, atau penarikan produk dari pasar. Oleh karena itu, produsen makanan harus mematuhi aturan dan regulasi yang berlaku di wilayah mereka untuk memastikan label produk mereka sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur berbagai ketentuan terkait dengan perlindungan konsumen, termasuk juga terkait dengan pelanggaran label pangan. Kriteria pelanggaran label pangan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam pasal 8 ayat (1) dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Pemalsuan Label, pelanggaran terjadi jika produsen atau penjual makanan memalsukan label produk pangan. Pemalsuan label dapat mencakup informasi palsu tentang komposisi, kandungan gizi, tanggal kadaluarsa, atau sumber produk.
- b) Keterangan Palsu, jika ada informasi yang diberikan pada label pangan yang tidak akurat atau menyesatkan konsumen, hal ini dapat dianggap sebagai pelanggaran. Informasi yang harus benar dan akurat meliputi komposisi, jumlah, kandungan gizi, dan klaim kesehatan.
- c) Kadaluarsa, barang-barang makanan yang telah melewati tanggal kadaluarsa tidak boleh dijual atau diberikan kepada konsumen. Ini termasuk di dalam kriteria pelanggaran label pangan.
- d) Label yang tidak lengkap, Produk makanan harus memiliki label yang lengkap dengan informasi yang diperlukan. Ini mencakup informasi tentang komposisi, tanggal kadaluarsa, instruksi penggunaan, dan izin edar dari otoritas terkait.
- e) Kualitas yang tidak sesuai, Jika produk makanan tidak memenuhi standar kualitas yang ditetapkan atau diharapkan oleh konsumen, hal ini dapat dianggap sebagai pelanggaran label pangan.
- f) Klaim kesehatan yang tidak substansial, Jika produk makanan mengklaim manfaat kesehatan tanpa bukti yang kuat atau mengelirukan konsumen, hal ini juga dapat dianggap sebagai pelanggaran label pangan.
- g) Label Ilegal, penggunaan label yang tidak sah atau tidak memiliki izin edar juga merupakan pelanggaran label pangan.
- h) Ketidakpatuhan terhadap regulasi, pelanggaran juga terjadi jika produsen atau penjual makanan tidak mematuhi regulasi dan standar yang berlaku terkait dengan label pangan.

- i) Bahaya Kesehatan, Jika produk makanan mengandung bahan-bahan yang berpotensi membahayakan kesehatan konsumen dan informasi ini tidak diungkapkan dengan jelas pada label, maka ini merupakan pelanggaran serius.

Pihak yang terbukti melanggar ketentuan-ketentuan ini dapat dikenai sanksi yang diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999, termasuk denda dan tindakan hukum lainnya sesuai dengan beratnya pelanggaran. Tujuan dari peraturan ini adalah untuk melindungi konsumen dari produk pangan yang tidak aman atau menyesatkan dan untuk memastikan bahwa informasi yang ada pada label pangan adalah akurat dan jujur.

Pihak yang melakukan pelanggaran terhadap label pangan berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 bisa dikenai sanksi hukum, termasuk denda atau tindakan hukum lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di wilayah tersebut. Penting untuk memastikan bahwa produk pangan memenuhi semua persyaratan label yang berlaku untuk melindungi hak konsumen dan memastikan kualitas dan keamanan produk pangan.

Dinamika pelanggaran label pangan di Indonesia adalah perubahan atau perkembangan yang terjadi dalam hal pelanggaran terhadap regulasi label pangan yang diatur dalam undang-undang, peraturan pemerintah, dan peraturan lainnya. Di Indonesia, pelanggaran label pangan adalah pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan turunannya, serta peraturan lain yang berkaitan dengan pangan. Beberapa dinamika terkait pelanggaran label pangan di Indonesia dapat meliputi Perkembangan Regulasi yakni dinamika yang mencakup perubahan atau pembaruan dalam regulasi label pangan di Indonesia. Pemerintah bisa saja mengeluarkan peraturan baru atau mengubah peraturan yang ada untuk mengakomodasi perkembangan dalam industri pangan atau menyesuaikan dengan standar internasional.

Penulis berharap bahwa adanya penyuluhan dan edukasi dari Pemerintah dan lembaga terkait dapat aktif dalam melakukan kampanye penyuluhan dan edukasi kepada produsen pangan dan konsumen tentang pentingnya mematuhi regulasi label pangan. Hal ini dapat membantu mengurangi pelanggaran yang disebabkan oleh ketidaktahuan. Penegakan hukum terkait dengan penegakan hukum termasuk penindakan terhadap pelanggaran label pangan. Pemerintah dan badan penegak hukum dapat meningkatkan pengawasan dan penindakan terhadap pelanggaran ini untuk memberikan efek jera kepada pelaku pelanggaran.

Kontroversi terkait label dalam beberapa kasus, terjadi kontroversi terkait label pangan, seperti klaim kesehatan yang dituduh tidak benar, atau perselisihan antara produsen dan otoritas terkait. Dinamika semacam ini dapat menciptakan perubahan dalam pemahaman dan pelaksanaan regulasi label pangan. Perkembangan Teknologi dalam industri pangan,

seperti munculnya makanan berbasis teknologi tinggi atau platform e-commerce, dapat memunculkan tantangan baru terkait label pangan. Regulasi harus mampu beradaptasi dengan perkembangan ini. Pemberitaan Media Pemberitaan media tentang kasus pelanggaran label pangan dapat mempengaruhi opini publik dan mendorong otoritas untuk mengambil tindakan lebih tegas sehingga Pengawasan pasar oleh otoritas terkait juga menjadi bagian penting dalam mengidentifikasi dan mencegah pelanggaran label pangan. Ketersediaan produk ilegal atau yang tidak mematuhi peraturan harus diawasi secara ketat serta Perubahan dalam preferensi konsumen terhadap produk pangan yang lebih sehat atau berkelanjutan dapat mempengaruhi produsen untuk memasarkan produk dengan klaim yang sesuai, dan ini harus mematuhi regulasi label pangan yang berlaku.

Berdasarkan data di atas maka, penulis menganalisa peran BPOM dalam pemberian ijin pencantuman label pangan di Kota Kupang masih memerlukan evaluasi secara menyeluruh dengan berdasarkan pada peraturan yang berlaku yakni Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Proses tersebut yakni untuk membentuk kriteria pemberian label pangan yang wajib diberikan sesuai dengan peraturan yang berlaku di bawah pengawasan dan pengelolaan BPOM.

Dinamika ini menunjukkan pentingnya kesadaran, penegakan hukum yang ketat, dan kerja sama antara pemerintah, produsen, dan konsumen dalam memastikan kepatuhan terhadap regulasi label pangan yang ada di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk melindungi hak konsumen, memastikan keamanan pangan, dan mendukung perkembangan industri pangan yang berkelanjutan.

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Pelanggaran Label Pangan Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah undang-undang yang berlaku di Indonesia untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen, termasuk dalam kasus pelanggaran label pangan. Di bawah undang-undang ini, terdapat beberapa ketentuan yang mengatur perlindungan hukum bagi konsumen dalam kasus pelanggaran label pangan berupa hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan benar: Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk menerima informasi yang jelas, benar, dan tidak menyesatkan tentang produk pangan yang mereka beli. Label pangan harus menyediakan informasi yang akurat mengenai komposisi produk, tanggal kadaluarsa, cara penggunaan, dan hal-hal lain yang relevan serta larangan praktik penipuan dimana Undang-Undang ini melarang praktik-praktik penipuan, termasuk label palsu atau

informasi yang menyesatkan yang dapat merugikan konsumen. Ini termasuk penggunaan label palsu, mengklaim manfaat palsu, atau memberikan informasi yang salah tentang produk.

Hak untuk mengajukan keluhan konsumen yang merasa dirugikan oleh pelanggaran label pangan dapat mengajukan keluhan kepada produsen atau distributor produk tersebut. Produsen atau distributor harus memberikan tanggapan yang memadai terhadap keluhan konsumen sehingga kewajiban produsen dan distributor produsen dan distributor produk pangan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang mereka pasarkan memenuhi standar keamanan dan kualitas yang ditetapkan. Mereka juga harus memastikan bahwa label pangan yang mereka gunakan sesuai dengan ketentuan hukum. Sanksi dan penegakan hukum Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk memberikan sanksi kepada pelaku pelanggaran label pangan, seperti penarikan produk dari pasar atau denda. Konsumen juga dapat mengajukan tuntutan hukum terhadap pelaku pelanggaran.

Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen adalah sebagai berikut :

1. Perlindungan atas keamanan konsumen. Keamanan yang dimaksudkan di sini adalah keamanan bagi masyarakat dalam artian bahwa makanan/minuman yang dibeli dan apabila dikonsumsi tidak membahayakan kesehatan dan keselamatan jiwa raganya.
2. Perlindungan atas haknya untuk mendapatkan informasi. Masyarakat sebagai konsumen harus diberikan informasi secara lengkap, jelas, jujur atas barang yang dibelinya untuk kemudian dikonsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidup dirinya dan keluarganya.
3. Perlindungan akan haknya didengar. Masyarakat sebagai konsumen juga mempunyai keluhan dan saran atas suatu barang, sehingga keluhan/komplain sarannya wajib didengar oleh pelaku usaha. Hal ini disebabkan karena terdapat hubungan timbal balik antara produsen dan konsumen. Dalam hal ini, slogan yang menyatakan bahwa pembeli adalah raja benar-benar diimplementasikan secara nyata oleh pelaku usaha.
4. Perlindungan atas hak untuk memilih produk. Konsumen berhak memilih produk yang akan dibelinya sesuai dengan kemampuan keuangan, kebutuhan dan seleranya.
5. Perlindungan atas haknya untuk mendapatkan advokasi. Konsumen juga memerlukan advokasi dari pihak-pihak yang berkompeten apabila mengalami masalah dalam menggunakan barang.
6. Perlindungan atas haknya untuk dilayani atau diperlakukan secara benar, jujur serta tidak diskriminatif, ini terkait dengan kedudukan konsumen yang sangat diperlukan oleh produsen. Kalau tidak ada konsumen yang mau mengkonsumsi barang/produk yang dijual produsen, maka perdagangan tidak akan terjadi, berarti produsen akan bangkrut.

7. Perlindungan atas hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Perlindungan terhadap kesehatan dan keselamatan konsumen Undang-Undang ini juga memiliki ketentuan yang mengatur perlindungan terhadap kesehatan dan keselamatan konsumen. Produk pangan yang tidak aman atau tidak sesuai dengan labelnya dapat dianggap melanggar undang-undang ini. Penting untuk diingat bahwa pelaksanaan undang-undang ini menjadi tanggung jawab pemerintah, terutama Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan lembaga terkait lainnya. Konsumen juga memiliki peran dalam melindungi hak-hak mereka dengan memahami hak-hak konsumen yang diatur dalam undang-undang ini dan melaporkan pelanggaran yang mereka temui kepada otoritas yang berwenang. Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bab XIII mencantumkan Sanksi Administrasi dalam pasal 60 yang berbunyi:

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.
- (2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- (3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Selain sanksi administrasi, dalam peraturan tersebut juga mengatur mengenai sanksi Pidana dalam pasal 61 Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya. Serta dalam Pasal 62 disebutkan secara rinci yang berbunyi:

- a) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- b) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16 dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- c) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku. Pasal 63 berbunyi: Terhadap

sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijadikan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

Perlindungan hukum bagi konsumen adalah konsep yang penting dalam hukum di banyak negara. Ini bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi bisnis dan memastikan bahwa mereka tidak dieksploitasi oleh produsen atau penjual. Perlindungan hukum bagi konsumen dapat berbeda-beda di berbagai yurisdiksi, tetapi prinsip-prinsip umumnya mencakup hal-hal berikut:

- a) Hak atas Informasi Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan jujur tentang produk atau layanan yang mereka beli. Ini termasuk informasi tentang harga, kualitas, fitur, dan risiko yang terkait. Perlindungan dari praktik penipuan dan tindakan tidak adil sehingga konsumen dilindungi dari praktik penipuan, pernyataan palsu, atau tindakan tidak adil lainnya yang dapat merugikan mereka. Hukum sering mengatur praktik-praktik bisnis yang tidak etis.
- b) Hak atas Keselamatan dan Kesehatan sehingga konsumen memiliki hak untuk mendapatkan produk atau layanan yang aman dan tidak membahayakan kesehatan mereka. Produsen biasanya harus mematuhi standar keselamatan tertentu. Hak untuk mengajukan keluhan konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan jika mereka merasa tidak puas dengan produk atau layanan yang mereka beli. Ini dapat mencakup hak untuk pengembalian uang atau penggantian serta perlindungan privasi konsumen memiliki hak untuk privasi dalam transaksi mereka dan tidak boleh disalahgunakan atau dicurigai. Hak atas ganti rugi jika konsumen mengalami kerugian karena produk atau layanan yang cacat atau tindakan yang salah dari produsen atau penjual, mereka memiliki hak untuk mendapatkan ganti rugi. Konsumen memiliki hak untuk perjanjian yang adil dan jelas, yang berarti bahwa ketentuan dalam kontrak atau perjanjian harus dapat dimengerti oleh konsumen rata-rata.
- c) Perlindungan terhadap praktik monopoli dimana konsumen dilindungi dari praktik monopoli atau dominasi pasar yang dapat merugikan mereka. Hukum biasanya

menetapkan sanksi atau hukuman bagi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Ini bisa berupa denda, larangan berbisnis, atau tindakan hukum lainnya.

Perlindungan hukum bagi konsumen biasanya diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen yang ada di banyak negara. Contohnya adalah Federal Trade Commission (FTC) di Amerika Serikat, yang bertugas melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil atau menipu. Di Indonesia, misalnya, ada Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta peraturan bisnis yang melindungi mereka. Namun, peraturan dan tingkat perlindungan hukum bagi konsumen dapat bervariasi, jadi penting bagi konsumen untuk memahami hak-hak mereka sesuai dengan hukum yang berlaku menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Jika konsumen merasa hak-hak mereka telah dilanggar, mereka dapat mengajukan keluhan atau tindakan hukum yang sesuai.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah peraturan hukum di Indonesia yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Definisi konsumen dalam Undang-Undang ini mendefinisikan konsumen sebagai seseorang atau kelompok yang memperoleh barang atau jasa yang tersedia dalam peredaran atau dipergunakan dalam kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga. Hak Konsumen memberikan berbagai hak kepada konsumen, antara lain hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan tentang barang atau jasa yang akan dibeli, hak untuk mendapatkan barang atau jasa yang aman, hak untuk mendapatkan ganti rugi jika terdapat kerugian akibat barang atau jasa yang tidak sesuai dengan persyaratan atau jaminan, hak untuk melindungi diri dan keluarga dari barang atau jasa yang berbahaya, dan hak untuk berpartisipasi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Perlindungan terhadap praktik bisnis tidak sehat yang melarang praktik bisnis yang tidak sehat, seperti penipuan, penjualan paksa, atau praktik yang merugikan konsumen.

Mekanisme Penyelesaian Sengketa yang mengatur mekanisme penyelesaian sengketa antara konsumen dan produsen atau penjual, termasuk melalui musyawarah atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Peraturan ini juga mengatur sanksi terhadap pelanggaran ketentuan perlindungan konsumen, termasuk denda dan tindakan hukum lainnya. Sehingga perlunya organisasi konsumen untuk memberikan pengakuan dan dukungan kepada organisasi konsumen untuk melindungi hak-hak konsumen dan berpartisipasi dalam pengambilan kebijakan terkait perlindungan konsumen sehingga diperlukan Pengawasan yang

menetapkan kewenangan Badan pengawas perdagangan berjangka komoditi (Bappebti) untuk mengawasi pelaksanaan ketentuan perlindungan konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 bertujuan untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen serta mendorong praktik bisnis yang sehat dan adil. Pelanggaran terhadap UU ini dapat mengakibatkan tindakan hukum dan sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen. Jika Anda memiliki masalah atau sengketa sebagai konsumen, Anda dapat memanfaatkan mekanisme yang disediakan dalam Undang-Undang ini untuk melindungi hak konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diperoleh bahwa kriteria pelanggaran label pangan merujuk pada aturan dan regulasi yang harus diikuti oleh produsen makanan dalam pengemasan dan pelabelan produk makanan. Oleh karena itu, produsen makanan harus mematuhi aturan dan regulasi yang berlaku di wilayah mereka untuk memastikan label produk mereka sesuai dengan standar yang ditetapkan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur berbagai ketentuan terkait dengan perlindungan konsumen, termasuk juga terkait dengan pelanggaran label pangan

Bentuk- bentuk perlindungan konsumen adalah: (a) perlindungan atas keamanan konsumen; (b) perlindungan atas haknya untuk mendapatkan informasi; (c) perlindungan akan haknya untuk didengar; (d) perlindungan atas hak untuk memilih produk; (e) perlindungan atas haknya untuk mendapatkan advokasi; (f) perlindungan atas haknya dilayani atau diperlakukan secara benar, jujur serta tidak diskriminatif; dan (g) perlindungan atas hak untuk mendapat ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bab XIII mencantumkan Sanksi Administrasi dalam pasal 60 yang berbunyi: (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26. Serta dalam Pasal 62 disebutkan secara rinci yang berbunyi: Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Perlindungan hukum bagi konsumen dapat berbeda-beda di berbagai yurisdiksi, tetapi prinsip-prinsip umumnya mencakup hal-hal berikut: Hak atas Informasi Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang jelas dan jujur tentang produk atau layanan yang mereka beli.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Kadir, Muhammad. 2014. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Achmad, Miru. 2013. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Press
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Dominik, S. 2005. *Ekonomi Manajerial Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba Empat
- Fransiska Novita E. 2018. *Prinsip Tanggung jawab perdata pelaku usaha*. Jurnal Kertha Bhayangkara, Volume 12 No. 2.
- Irwansyah, Ahsan Yunus. 2021. *Metode Penelitian Hukum dan teknik penulisan Artikel*. Yogyakarta: Mirra Buana Media
- Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Lupiyoadi, R., A. Hamdani. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba empat
- Maslow. 2003. *Manajemen Edisi ketiga*. Jakarta: Intermedia
- M. Sadar dkk. 2012. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Akademia
- Miru Ahmad, Sutarman Yodo. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafika Persada
- Ristiyanti, P. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sidharta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo
- Shofie Yusuf. 2000. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen - Instrumen Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Subekti. 2006. *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Subekti. 2002. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.