

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PELABELAN PRODUK PANGAN

oleh
Gusti Ayu Sri Agung Arimas
I Nengah Suharta
Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Udayana

ABSTRAK

Pasal 1 (3) dari Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan menentukan bahwa yang dimaksud dengan Label Pangan adalah: setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan. Dari pengertian label diatas dapat diketahui bahwa didalam label itu termuat informasi. Ketiadaan informasi yang benar, jelas dan jujur yang seharusnya tercantum dalam label bisa menyesatkan konsumen dan tentunya berakibat hukum pada pelaku usaha untuk bertanggungjawab apabila sampai merugikan konsumen. Untuk itu menarik untuk dikaji apakah pelabelan produk pangan sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 telah memenuhi asas-asas perlindungan konsumen.

Kata kunci : Label, Informasi, Hak konsumen dan Perlindungan Konsumen.

ABSTRACT

Article 1 (3) of the Government Regulation 69 of 1999 on Food Labels and Advertising is meant to determine that food labels are : every description of food in the form of drawing, writings, a combination of both or any other form supplied with food, put in, affixed to or a part of food packaging. From the above definition, label can be seen that the information contained on the label. The absence of correct information, clear and honest that should be listed in the labels could mislead consumers and course the legal consequences on actors in the business to be responsible if to harm consumers. It is interesting to examine whether the labeling of food products as stipulated in Government Regulation 69 of 1999 has been compliance with the principles of consumer protection.

Key words : Labels, Information, Consumer Rights and Consumer Protection.

I. PENDAHULUAN

Pentingnya informasi yang akurat dan lengkap atas suatu barang dan/atau jasa mestinya menyadarkan pelaku usaha untuk menghargai hak-hak konsumen, memproduksi barang dan jasa berkualitas, aman dikonsumsi atau digunakan, mengikuti standar yang berlaku, dengan harga yang wajar (*reasonable*). 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-jual, dan lain-lain yang berkaitan dengan itu.¹ 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.²

Banyak masalah mengenai pangan terjadi di Indonesia. Hingga kini masih banyak kita temui pangan yang beredar di masyarakat yang tidak mengindahkan ketentuan tentang pencantuman label, sehingga meresahkan masyarakat. Perdagangan pangan yang kedaluarsa, pemakaian bahan pewarna yang tidak diperuntukkan bagi makanan, makanan berformalin, makanan mengandung bahan pengawet, atau perbuatan-perbuatan lain yang akibatnya sangat merugikan masyarakat, bahkan dapat mengancam kesehatan dan keselamatan jiwa manusia, terutama bagi anak-anak pada umumnya dilakukan melalui penipuan pada label pangan. Label yang tidak jujur dan atau menyesatkan berakibat buruk terhadap perkembangan kesehatan manusia.

Hak atas informasi adalah salah satu dari sekian banyak hak-hak yang dimiliki konsumen, sebagaimana dirumuskan didalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Adapun hak-hak konsumen tersebut antara lain:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

¹ A.Z. Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, hal. 76.

² Yusuf Shofie, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, (selanjutnya disebut Yusuf Shofie II), hal. 15.

i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Disamping hak-hak dalam pasal 4 UUPK, juga terdapat hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, khususnya dalam pasal 7 UUPK yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan antinomy dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen.³

Sebagaimana dalam UUPK, pengaturan pelabelan produk pangan tidak diatur secara spesifik. Pengaturan secara lebih spesifiknya adalah Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (PP No. 69 tahun 1999). Sebelum Peraturan Pemerintah tersebut lahir, pengaturan pelabelan secara singkat ada dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan. Didalam pasal 1 (3) dari PP No. 69 tahun 1999 ditentukan bahwa yang dimaksud dengan label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut Label.

Dalam hubungannya dengan masalah label, khususnya label pangan maka masyarakat perlu memperoleh informasi yang benar, jelas, dan lengkap, baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukannya mengenai pangan yang beredar di pasar. Perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab bukan semata-mata untuk melindungi kepentingan masyarakat yang mengkonsumsi pangan. Melalui pengaturan yang tepat berikut sanksi-sanksi hukum yang berat, diharapkan setiap orang yang memproduksi pangan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dapat memperoleh perlindungan dan jaminan kepastian hukum. Oleh karena itu, tujuan dari penulisan ini akan membahas tentang apakah ketentuan label produk pangan sebagaimana diatur dalam PP No. 69 tahun 1999 telah memenuhi asas-asas perlindungan konsumen.

II. ISI MAKALAH

2.1. Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran dari ilmu pengetahuan yang bersangkutan. Untuk dapat memahami objek dari karya ilmiah ini maka dibuat dengan menggunakan pendekatan dan metode tertentu sehingga dapat dihasilkan

³ Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, hal. 18.

suatu karya ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni penelitian hukum normatif, yaitu suatu penelitian yang menempatkan norma sebagai obyek penelitian. Pendekatan yuridis normatif ini merupakan penelitian yang menekankan pada data sekunder yang terdiri dari sumber bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Pengumpulan bahan hukum diawali dengan inventarisasi dengan pengoleksian dan pengorganisasian bahan hukum. Analisa bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan komprehensif.⁴

2.2. Hasil dan Pembahasan

Ketentuan Label Produk Pangan Dalam Kaitannya Dengan Asas Perlindungan Konsumen

Ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat Informasi) yang akan sangat merugikan konsumen. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi.⁵

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, bahwa yang dimaksud dengan label pangan sesuai ketentuan Pasal 1 angka 3 PP No. 69 tahun 1999 adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan.

Penggunaan kata ditempel pada pengertian label, menurut hemat penulis menimbulkan persoalan. Kata ditempelkan menimbulkan kesan bahwa label dapat ditempel kapan pun, padahal pada dasarnya label merupakan bagian tak terpisah dari kemasan. Penggunaan kata ditempel juga terkesan terpisah dan bisa dipalsukan. Selain bisa dipalsukan, label yang hanya berupa tempelan/stiker dapat dengan mudah dicabut, diganti kemudian dilabeli kembali oleh pelaku usaha yang curang.

Di dalam usaha memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, terdapat beberapa asas yang terkandung di dalamnya. Perlindungan konsumen dilakukan sebagai bentuk usaha bersama antara masyarakat (konsumen), pelaku usaha dan Pemerintah sebagai pembentuk

⁴ Alimudin Tuwu, 1993, *Pengantar Metode Penelitian*, Cet. I, Universitas Indonesia, Jakarta, hal. 73.

⁵ Agnes M. Toar, 1998, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah, dan Perkembangan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hal. 55.

Peraturan Perundang-Undangan yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen, hal ini terkandung dalam ketentuan pasal 2 UUPK. Kelima asas tersebut adalah:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak yang lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, pelaku usaha (produsen) dan konsumen, apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan pelaku usaha (produsen) dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Karena itu, UUPK mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha (produsen), dan Pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, pelaku usaha (produsen) dan Pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan atas kepentingannya yang lebih besar dari pihak lain sebagai komponen bangsa dan Negara.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Karena itu Undang-Undang ini membebankan sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi dan menetapkan sejumlah larang yang harus dipatuhi oleh produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya Undang-Undang ini mengharuskan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, Negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya.

Memperhatikan substansi pasal 2 UUPK demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Negara Republik Indonesia. Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu Asas kemanfaatan yang didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen, Asas keadilan yang didalamnya meliputi asas keseimbangan, dan Asas kepastian hukum.

Dengan adanya peluang untuk berbuat curang dalam pelabelan karena ketentuan yang ada terlalu mudah, maka potensi kerugian bagi konsumen dan pelaku usaha yang jujur semakin besar. Sehingga jelas dalam hal ini asas manfaat dan asas keselamatan dan keamanan konsumen tidak terpenuhi.

Guna terpenuhinya asas manfaat, asas keamanan dan keselamatan konsumen, tidakkah baiknya penggunaan kata ditempel pada pengertian label dihilangkan saja, karena dengan menghilangkan kata ditempelkan, maka dapat membuat label menjadi satu dengan kemasan. Penghilangan kata ditempelkan pada pengertian label setidaknya juga akan meminimalisir terjadi kecurangan-kecurangan seperti yang telah disebutkan diatas. Dari hasil kajian Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) ditemukan bahwa penyimpangan terhadap peraturan pelabelan yang paling banyak terjadi salah satunya adalah label yang ditempel tidak menyatu dengan kemasan.

Berbagai peraturan yang berkaitan dengan upaya perlindungan konsumen pada dasarnya sama dengan peraturan-peraturan lain yang ketentuannya mengandung ide-ide atau asas-asas yang boleh digolongkan abstrak, yang idealnya meliputi ide tentang keadilan, kepastian dan kemanfaatan. Akan tetapi setelah dicermati ketentuan-ketentuan yang ada di dalam PP No. 69 tahun 1999, rupanya asas-asas perlindungan konsumen sebagaimana ditetapkan dalam pasal 2 UUPK belum sepenuhnya memenuhi kelima asas-asas yang dimaksud. Mulai dari pengertian label sendiri yang masih memberi peluang terjadinya pelanggaran, masih adanya pengecualian penggunaan bahasa Indonesia, serta tidak adanya keseragaman tentang ketentuan penulisan masa kadaluarsa.

III. KESIMPULAN

Dari apa yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ketentuan pelabelan produk pangan sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 belum memenuhi asas-asas perlindungan konsumen yakni asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keselamatan dan kepastian hukum. Hal mana dapat dilihat dari pengertian label sendiri yang masih menimbulkan persoalan. Penggunaan kata ditempel pada pengertian label, menimbulkan kesan bahwa label dapat ditempel kapan pun, padahal pada dasarnya label merupakan bagian tak terpisah dari kemasan. Penggunaan kata ditempel juga terkesan terpisah dan bisa dipalsukan. Selain bisa dipalsukan, label yang hanya berupa tempelan/stiker dapat dengan mudah dicabut, diganti kemudian dilabeli kembali oleh pelaku usaha yang curang. Masih dimungkinkannya pengecualian terhadap penggunaan bahasa Indonesia juga menyebabkan asas-asas perlindungan konsumen menjadi terabaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes M. Toar, 1998, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah, dan Perkembangannya*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Alimudin Tuwu, 1993, *Pengantar Metode Penelitian*, Cet. I, Universitas Indonesia, Jakarta.
- A.Z. Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta.
- Yusuf Shofie, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, (selanjutnya disebut Yusuf Shofie II).
- Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.