



Perlindungan Konsumen terhadap Makanan Tanpa Label dan Penyelesaiannya Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999

Rahmad Hidayattulloh

Mahasiswa Prodi Ilmu Hukum Universitas Terbuka, Indonesia

E-mail: rahmathidayatullah.2700@gmail.com

**corresponding author*

Abstract

In the current era, many food products, particularly those from micro-businesses or street vendors, are sold without including informational labels about the products, whether related to food ingredients, prepared foods, or beverages. This situation has the potential to harm the community as consumers who purchase and consume these products. This research aims to (1) Provide knowledge and understanding regarding legal protection for consumers concerning issues arising from the absence of informational labels on food products. (2) Educate consumers about the negative impacts of the lack of informational labels on marketed products. (3) Offer solutions to emerging problems through consumer dispute resolution efforts based on applicable legal provisions. In this scientific paper, the author applies the normative legal research method. The approach used in this study is the statute approach, which involves examining and analyzing laws and regulations relevant to the legal issues under study. The findings of this research reveal numerous violations of the provisions concerning informational labels on food products circulating in the community. Therefore, preventive and remedial measures are required, both from consumers and authorities, to uphold consumer rights in accordance with the prevailing regulations.

Keywords: *Legal Protection; Label; Consumer; Food Products.*

Abstrak

Pada era saat ini, banyak ditemukan produk makanan, terutama dari usaha mikro atau pedagang kaki lima, yang dijual tanpa mencantumkan label informasi tentang produk tersebut, baik berupa bahan pangan, makanan, maupun minuman. Kondisi ini

berpotensi merugikan masyarakat sebagai konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk (1) memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai perlindungan hukum bagi konsumen terkait masalah yang timbul akibat ketiadaan label informasi pada produk makanan. (2) mengedukasi konsumen tentang dampak negatif dari tidak adanya label informasi pada produk yang dipasarkan. (3) Memberikan solusi atas permasalahan yang muncul melalui upaya penyelesaian sengketa konsumen berdasarkan ketentuan undang-undang yang berlaku. Dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis menerapkan metode penelitian hukum normatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan undang-undang (*statute approach*). Hasil penelitian ini mengungkapkan banyaknya pelanggaran terhadap ketentuan mengenai label informasi pada produk makanan yang beredar di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah preventif dan penanggulangan, baik dari konsumen maupun pihak berwenang, untuk menegakkan hak-hak konsumen sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Kata kunci: Perlindungan Hukum; Label; Konsumen; Produk Makanan.

Pendahuluan

Ikatan pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya adalah ikatan yang saling ketergantungan (Afidah & Anang Dony Irawan, 2021). Pelaku usaha memerlukan konsumen sebagai pembeli barang dan atau jasa yang mereka produksi atau mereka buat, demi keberlanjutan bisnis dari usaha mereka (Martono anggusti & Ridwan, 2022). Di lain sisi konsumen memerlukan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Ikatan inilah yang menciptakan keterkaitan antara pelaku usaha selaku pembuat barang atau jasa dan konsumen selaku pembeli dari

barang atau jasa yang diproduksi (Fridayangga & Kongres, 2022). Oleh sebab itu, atas dasar keterkaitan inilah seharusnya konsumen dan pelaku usaha mempunyai kedudukan yang setara. Namun, sangat disayangkan seringkali pelaku usaha dengan posisi dominannya dalam memasarkan produknya, senantiasa mengabaikan atau tidak memenuhi beberapa hak-hak konsumen, di mana secara universal terdapat 4 hak dasar konsumen yang diakui secara intelektual, yaitu: hak untuk mendapatkan keamanan, mendapatkan informasi, hak untuk memilih dan hak untuk didengar (Eleanora, 2023).

Salah satu bentuk pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang sering kali dilakukan oleh pelaku usaha ialah tidak mencantumkan label keterangan atas produk yang ia pasarkan (Hermanto, 2020). Tidak adanya label keterangan produk pada produk makanan yang mereka pasarkan akan berpotensi menjadi masalah besar dimana hal tersebut akan merugikan para konsumen, khususnya dalam hal keselamatan dan keamanan. Hal ini dikarenakan banyaknya kasus ketidaksesuaian antara peraturan dengan implementasi terkait pencantuman label keterangan pada produk makanan yang beredar di pasaran yang tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Oleh sebab itu, diperlukan adanya perlindungan hukum bagi konsumen untuk menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen tersebut (Nurchayani & Wahyudi, 2024).

Perlindungan hukum adalah tindakan yang dapat dilakukan guna melindungi masyarakat dari dampak perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh penguasa, dengan tujuan menciptakan ketertiban dan ketentraman, dimana hal tersebut akan membuat manusia dapat menikmati harkat dan martabatnya (Chandra Adi Gunawan Putra et al., 2023). Selain berfungsi untuk melindungi masyarakat selaku konsumen terhadap produk makanan yang dipasarkan, perlindungan hukum juga berfungsi untuk menjamin kepastian hukum serta akses untuk memberikan pengetahuan mengenai aturan-aturan yang berlaku. Salah satunya yaitu bagaimana peraturan mengenai pencantuman label pada suatu produk makanan yang dipasarkan berdasarkan hukum yang berlaku, serta apa saja tindakan atau upaya yang dapat dilakukan untuk mencegah dan

mengatasi masalah yang timbul akibat tidak adanya label pada produk makanan yang dipasarkan. Hal ini bertujuan produk yang dipasarkan ialah produk yang baik untuk dikonsumsi, dan demi terwujudnya rasa aman dan tidak merugikan masyarakat baik dari segi kesehatan maupun keuangan(Hakim, 2020).

Penelitian mengenai perlindungan hukum bagi konsumen tanpa mencantumkan label pada suatu produk yang dipasarkan dinilai sangat bermanfaat khususnya bagi masyarakat awam yang belum mengetahui dan memahami pentingnya mengenai perlindungan hukum konsumen. Meskipun banyak penelitian yang meneliti tema yang sama, namun dalam pembahasan mendalam hanya berfokus pada seperangkat peraturan yang mengatur mengenai pelabelan saja. (NURSUKMA, 2022) dalam penelitiannya menjelaskan perlindungan konsumen terhadap peredaran produk makanan dan minuman tanpa label. Penelitian ini mempunyai perbedaan terhadap penelitian yang sudah ada sebelumnya, dimana dalam penelitian ini tidak hanya membahas mengenai peraturan atau regulasi mengenai pencantuman label pada makanan, tetapi penelitian ini juga membahas mengenai masalah-masalah yang timbul akibat tidak adanya pencantuman label pada suatu produk makanan berdasarkan observasi dan fakta dilapangan, serta memberikan upaya dan solusi atas masalah yang ditimbulkan.

Dengan merangkum pembahasan mendalam fokus penelitian membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk makanan tanpa label keterangan, serta upaya yang dapat dilakukan terhadap masalah yang timbul akibat tidak adanya label keterangan pada suatu produk makanan maupun minuman yang dipasarkan. Hal ini penting menurut peneliti dikarenakan penelitian ini akan memberikan pengetahuan, pemahaman, mengenai perlindungan hukum bagi konsumen terhadap masalah-masalah yang timbul dari produk makanan tanpa adanya label keterangan mengenai informasi pada produk yang dipasarkan. Memberikan edukasi terhadap para konsumen mengenai dampak dari tidak adanya suatu

lebal keterangan pada produk yang dipasarkan, serta memberikan solusi terhadap permasalahan yang muncul, melalui penyelesaian sengketa konsumen berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Metode

Dalam penulisan karya ilmiah ini penulis menerapkan metode penelitian hukum normatif. Metode penelitian hukum normatif adalah metode penelitian yang dilakukan dengan menganalisis peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta bahan hukum lainnya, guna mendapatkan jawaban dan menghasilkan sebuah argumentasi hukum sebagai dasar dalam menentukan apakah masalah yang terjadi sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau justru berlawanan dengan peraturan yang ada. Jenis pendekatan yang diterapkan penulis dalam pembuatan karya ilmiah ini yaitu pendekatan undang-undang (*statute approach*). Pendekatan undang-undang adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara mengkaji dan menganalisis peraturan dan regulasi yang berhubungan dengan masalah hukum yang sedang diteliti. Hal tersebut dikarenakan, dalam penelitian ini hukum dipandang sebagai aturan-aturan tertulis yang bersifat mengikat dan berlaku bagi semua orang yang dibuat oleh lembaga dan otoritas yang mempunyai wewenang. Adapun bahan hukum yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah hukum yang terjadi yaitu bahan hukum primer yang bersifat autoritatif (mempunyai otoritas) yakni Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tahapan analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah (1) Menjelaskan mengenai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. (2) Menganalisis penerapan atas peraturan yang berlaku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, apakah sesuai atau tidak. (3) Mendapatkan kesimpulan atau hasil atas analisis mengenai masalah yang diteliti. (4) Dan memberikan upaya penyelesaian guna mengatasi masalah yang sedang terjadi dikemudian hari.

Hasil dan Pembahasan

Regulasi tentang Pencantuman Label Informasi pada Produk yang Akan Dipasarkan Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan

Berkembangnya industri perdagangan yang digerakkan oleh pelaku UMKM dan pedagang kaki lima sudah semestinya memperhatikan pemenuhan hak-hak konsumen. Salah satu hak konsumen yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha adalah hak atas informasi yang jelas mengenai produk yang dipasarkan. Hak ini dapat diwujudkan melalui pencantuman label yang memuat informasi produk secara lengkap, yang wajib dilampirkan pada produk makanan dan minuman yang akan dipasarkan (Nurchayani & Wahyudi, 2024).

Label pada produk makanan memiliki fungsi penting dalam memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang dipasarkan. Pemberian label ini harus dilakukan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini sejalan dengan peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, yang mewajibkan bahwa Setiap produk pangan yang akan dipasarkan wajib mencantumkan label informasi mengenai produk tersebut (Rosalia & Wulandari, 2021). Selain itu, Pasal 97 Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 menyatakan bahwa, Setiap orang yang memproduksi pangan di dalam negeri untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam atau pada kemasan pangan. Ketentuan ini diperkuat oleh Pasal 7 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang mengatur kewajiban pelaku usaha untuk "Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan (Yessy & Sharon, 2022).

Ketentuan-ketentuan tersebut menunjukkan bahwa pencantuman label informasi pada produk makanan bukan hanya kewajiban pelaku usaha, tetapi juga merupakan bentuk campur tangan pemerintah dalam memberikan perlindungan kepada konsumen melalui regulasi (Riantika Pratiwi, 2019). Dengan demikian,

tidak adanya label informasi pada produk makanan yang dipasarkan merupakan pelanggaran terhadap hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 ayat (3) UUPK, yang menyatakan bahwa Konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa (Hidayat & Latumahina, 2022).

Namun, dalam praktiknya, banyak pelaku usaha, khususnya di pasar tradisional atau lokal, seperti pedagang kaki lima dan UMKM, yang masih mengabaikan kewajiban ini. Banyak produk makanan maupun bahan pangan yang dijual tanpa mencantumkan label informasi. Bahkan, beberapa pelaku usaha masih memasarkan produk yang tidak memenuhi standar kelayakan konsumsi, seperti daging, ayam, makanan, atau sayuran yang tidak layak untuk dikonsumsi. Hal ini jelas berpotensi merugikan konsumen, terutama mereka yang tidak memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam membeli produk di pasar lokal atau tradisional (Hakim, 2020).

Selain itu, masih banyak pelaku usaha yang enggan bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat produk yang tidak sesuai standar. Contohnya adalah kasus penjualan makanan atau bahan pangan yang tidak layak konsumsi, yang lambat laun dapat menimbulkan sengketa konsumen. Oleh karena itu, diperlukan upaya dari konsumen dan pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum. Upaya ini dapat berupa langkah preventif, seperti edukasi kepada konsumen, serta tindakan tegas terhadap pelaku usaha yang melanggar regulasi. Semua ini dilakukan demi memastikan terpenuhinya hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pencantuman label informasi pada produk makanan dan minuman merupakan hak konsumen yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Label berfungsi sebagai sumber informasi penting yang memberikan kejelasan mengenai produk yang dipasarkan, seperti bahan, kandungan, dan keamanan konsumsinya. Regulasi seperti Peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018 dan Pasal 97 UU No. 18 Tahun 2012 secara tegas mengatur kewajiban ini untuk melindungi konsumen dari

potensi risiko yang dapat timbul akibat kurangnya informasi pada produk. Ketentuan ini menunjukkan pentingnya label sebagai bagian dari perlindungan konsumen yang diatur secara legal.

Sayangnya, dalam praktiknya, pelaksanaan kewajiban ini masih banyak diabaikan oleh pelaku usaha, terutama pedagang kaki lima dan pelaku UMKM. Produk makanan yang dijual tanpa label informasi menjadi masalah yang kerap ditemukan di pasar tradisional. Selain melanggar hak konsumen atas informasi yang jelas, kondisi ini juga membuka peluang terjadinya kerugian, baik secara finansial maupun kesehatan, bagi konsumen. Produk tanpa label berisiko mengandung bahan yang tidak layak konsumsi atau tidak sesuai standar keamanan, yang membahayakan konsumen yang kurang memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam memilih produk.

Oleh karena itu, diperlukan langkah tegas untuk memastikan implementasi regulasi yang mewajibkan pencantuman label pada produk makanan. Pemerintah harus memperkuat pengawasan dan memberikan sanksi kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan. Di sisi lain, edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya label produk juga perlu ditingkatkan, agar konsumen lebih kritis dalam memilih produk yang aman dan sesuai standar. Upaya kolaboratif ini dapat menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih adil dan melindungi konsumen secara optimal.

Masalah-Masalah yang Timbul Akibat Tidak Adanya Label Keterangan pada Produk Makanan yang Dipasarkan

Dalam dunia perekonomian, khususnya di pasar tradisional dan usaha pinggir jalan, masih sering dijumpai bahan pangan maupun makanan yang dipasarkan tanpa mencantumkan label informasi. Ketidakhadiran label ini membuka peluang bagi pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab untuk mengabaikan hak-hak konsumen demi mengejar keuntungan maksimal. Banyak pelaku usaha memilih untuk tidak memberikan informasi yang jelas karena enggan

menanggung risiko kerugian terhadap bahan pangan atau makanan yang sebenarnya sudah tidak layak konsumsi.

Ketiadaan label pada produk makanan memunculkan beragam kekhawatiran dan ketidakpercayaan dari konsumen. Konsumen tidak dapat mengetahui informasi penting terkait produk tersebut, seperti tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, kandungan bahan, takaran isi, serta tingkat kelayakan dari aspek kualitas maupun kuantitas. Misalnya, bahan pangan dengan masa konsumsi singkat seperti daging, ayam, ikan, atau sayuran, jika dijual tanpa label yang jelas, dapat menimbulkan keraguan konsumen. Akibatnya, konsumen menjadi lebih selektif atau bahkan enggan membeli produk tersebut karena ketidakpastian mengenai keamanan dan kualitasnya.

Beberapa masalah nyata yang sering dialami konsumen akibat ketiadaan label keterangan meliputi: mendapatkan produk yang sudah tidak layak konsumsi. Seperti bahan pangan yang sudah kedaluwarsa; menerima produk dengan takaran atau jumlah yang tidak sesuai akibat ketidakjujuran pelaku usaha; mengalami gangguan kesehatan akibat mengonsumsi produk yang tidak jelas kandungannya; serta menderita kerugian finansial karena produk yang dibeli tidak dapat digunakan atau dikonsumsi. Situasi ini jelas merugikan konsumen karena hak-hak mereka atas informasi yang benar, jelas, dan jujur tidak terpenuhi. Oleh karena itu, pencantuman label keterangan pada produk makanan harus dipandang sebagai kewajiban utama pelaku usaha untuk memastikan perlindungan konsumen secara menyeluruh.

Ketiadaan label informasi pada produk makanan dan bahan pangan yang dipasarkan di pasar tradisional atau oleh pedagang kaki lima menciptakan celah yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Para pelaku usaha ini sering kali mengabaikan kewajibannya untuk memberikan informasi yang benar dan jelas demi mengejar keuntungan maksimal. Ketidakhadiran label tidak hanya melanggar hak konsumen atas informasi, tetapi juga menunjukkan kurangnya kepatuhan terhadap regulasi yang bertujuan untuk melindungi konsumen. Situasi ini mencerminkan adanya

kekosongan kontrol dan pengawasan yang efektif terhadap produk-produk yang beredar di pasar.

Bagi konsumen, ketiadaan label pada produk menimbulkan ketidakpercayaan dan kekhawatiran yang signifikan. Tanpa informasi seperti tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, kandungan bahan, dan ukuran takaran, konsumen berada dalam posisi yang dirugikan karena tidak memiliki dasar untuk mengevaluasi kualitas dan keamanan produk. Khususnya untuk produk dengan masa simpan singkat seperti daging, ikan, dan sayuran, ketiadaan label dapat menyebabkan konsumen enggan membeli produk tersebut, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya kepercayaan terhadap pasar tradisional sebagai sumber bahan pangan yang aman dan berkualitas.

Dampak buruk lainnya adalah kerugian langsung yang dialami konsumen, baik dari segi kesehatan maupun finansial. Produk yang tidak layak konsumsi dapat menyebabkan gangguan kesehatan yang serius, sedangkan takaran atau jumlah yang tidak sesuai dengan harga yang dibayar mengakibatkan kerugian ekonomi. Konsumen yang mengalami situasi ini kehilangan hak mereka atas informasi yang benar dan jujur, yang merupakan inti dari perlindungan konsumen. Oleh karena itu, pencantuman label informasi harus diwajibkan sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha, serta upaya tegas pemerintah dalam mengatur dan mengawasi implementasi regulasi demi memastikan hak-hak konsumen terpenuhi.

Upaya Yang Dapat Dilakukan Dalam Menyelesaikan Masalah Yang Timbul Akibat Tidak Adanya Label Keterangan Yang Dipasarkan.

Didalam aktivitas jual beli yang merupakan rutinitas berkelanjutan yang dijalani setiap hari oleh masyarakat baik sebagai konsumen maupun pelaku usaha, khususnya di ruang lingkup pasar tradisional maupun usaha UMKM di pinggir jalan, tentunya para konsumen sering mengalami masalah-masalah yang timbul dari permasalahan diatas. Oleh karena itu dengan adanya undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang merupakan

pedoman hukum bagi upaya memberikan perlindungan konsumen, memandang perlunya dilakukan upaya guna mengatasi permasalahan yang muncul, salah satunya yaitu masalah-masalah akibat tidak adanya label keterangan mengenai suatu produk yang dipasarkan.

Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut, pada penerapannya diperlukan peranan dari beberapa pihak, yang diantaranya yaitu: pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat selaku konsumen itu sendiri. Adapun upaya yang dilakukan pemerintah dalam mewujudkan tujuan dari undang-undang perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan pasal 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yaitu perlunya upaya pembinaan dan upaya pengawasan terhadap aktifitas ekonomi khususnya jual beli. Melalui upaya pembinaan, dan upaya pengawasan yang diterapkan oleh pemerintah ini diharapkan agar hak-hak konsumen dapat terlaksana dengan baik, dan pelaku usaha dalam menjalankan usahanya dapat memenuhi kewajibannya sesuai dengan peraturan yang ada (Aries Subiyakto, Markoni, Joko Widarto, 2023).

Upaya pembinaan tidak hanya dilakukan kepada pelaku usaha, tetapi kepada masyarakat selaku konsumen itu sendiri. Pembinaan yang ditujukan kepada pelaku usaha dapat dilakukan dan diwujudkan melalui upaya mendorong pelaku usaha guna mematuhi peraturan yang berlaku, baik peraturan undang-undang, hukum kebiasaan, maupun kepatutan, sedangkan pembinaan kepada konsumen dapat diwujudkan dengan memberikan sosialisasi, pemahaman, pengetahuan akan masalah yang muncul akibat tidak adanya label keterangan pada suatu produk yang dipasarkan. Hal ini bertujuan agar para konsumen memiliki kesadaran yang kuat atas hak-haknya dalam melakukan transaksi jual beli guna memenuhi kebutuhan hidupnya sehari hari.

Upaya kedua yang bisa dilakukan oleh pemerintah ialah dengan melakukan pengawasan. Pengawasan sendiri bertujuan guna memastikan hak dan kewajiban para pihak baik pelaku usaha maupun konsumen tetap terpenuhi dan terselenggara. Oleh sebab itu,

pengawasan menjadi hal penting dalam terwujudnya perlindungan konsumen. Hal ini dikarenakan, adanya kondisi yang memberikan peluang bagi pelaku usaha yang dengan posisi dominannya tidak mau melakukan kewajibannya, dan tentunya apabila hal ini terjadi, perbuatan pelaku usaha tersebut akan merugikan konsumen itu sendiri.

Upaya pengawasan sendiri telah diatur dalam pasal 30 ayat (1) UUPK, dan dalam melaksanakannya tidak saja dilaksanakan oleh pemerintah, tetapi juga dijalankan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen (Eleanora, 2023). Oleh sebab itu, disinilah letak peran serta masyarakat selaku konsumen, tidak hanya diharuskan untuk mempunyai pemahaman, pengetahuan akan masalah yang muncul, tetapi masyarakat diharapkan dapat meneliti, menguji, dan mendata terhadap barang-barang yang dipasarkan, jika perlu masyarakat dapat membuat himbauan mengenai informasi tentang resiko penggunaan barang tanpa label keterangan produk, ataupun hal-hal lain yang akan bermanfaat dalam mencegah masalah yang muncul. Adapun mengenai informasi yang didapat dan diperoleh dapat diteruskan ke pihak yang memiliki wewenang seperti: kepolisian dan lembaga perlindungan konsumen.

Dalam hal menciptakan dan menjamin perlindungan hukum bagi konsumen, tentunya dapat disadari bahwa tidak cukup hanya dengan pembinaan dan pengawasan saja, hal ini disebabkan adanya pihak-pihak yang tidak selalu konsisten dalam melakukan pembinaan maupun pengawasan yang mana hal tersebut akan menciptakan peluang bagi pelaku usaha yang tidak mau mematuhi peraturan yang ada dalam memenuhi hak-hak konsumen. Maka dari itu, pemerintah melalui UUPK menetapkan sanksi bagi pelaku usaha yang dalam menjalankan usahanya melakukan perbuatan-perbuatan yang merugikan konsumen dengan menetapkan ancaman pidana maupun denda (pasal 62 UUPK).

Disamping melakukan upaya pembinaan dan pengawasan serta pemberian sanksi kepada para pelaku usaha, tentunya masyarakat

selaku konsumen juga harus mengimbangi dan mengiringi dengan kewajiban yang harus dijalankan sebagai bentuk tanggung jawab dari konsumen itu sendiri guna mencegah masalah-masalah yang berpotensi muncul pada aktifitas jual beli. Adapun kewajiban yang harus dijalankan oleh konsumen telah dijelaskan didalam pasal 5 UUPK yang pada intinya menganjurkan kepada konsumen untuk membaca dan memahami panduan penggunaan barang maupun jasa yang dibeli, berperilaku dan bersikap baik dalam melaksanakan transaksi pembelian, membayar sesuai dengan kesepakatan yang disetujui, serta menempuh cara penyelesaian hukum secara baik bila mengalami sengketa yang terjadi (Yessy & Sharon, 2022).

Penyelesaian Sengketa Konsumen Terhadap Masalah Yang Ditimbulkan.

Dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen tentunya para pelaku usaha maupun konsumen harus berpedoman kepada peraturan yang berlaku. Hal ini dimaksudkan supaya para pihak yang bersengketa bisa memperoleh kepastian hukum, sehingga tidak adanya perbedaan pendapat dari para pihak yang disebabkan tidak adanya payung hukum yang manadahi sengketa yang terjadi. Dalam peraturan perundangan-undangan upaya penyelesaian sengketa konsumen telah diatur dalam pasal 45 UUPK Bab X tentang penyelesaian sengketa konsumen yang menjelaskan bahwa:

- a. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- b. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- c. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

- d. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa (Presiden Republik Indonesia, 1999).

Dari ketentuan pasal 45 ayat (2) dan ayat (3) UUPK di atas menjelaskan bahwa pada dasarnya upaya dalam menyelesaikan suatu sengketa konsumen bisa ditempuh melalui tiga (3) cara yang di antaranya melalui:

1. Penyelesaian sengketa secara damai
Penyelesaian ini pada prinsipnya ialah penyelesaian yang dilakukan dengan cara bermusyawarah dan berdiskusi oleh pihak yang bersengketa dengan tujuan mencari solusi atas masalah yang terjadi baik kepada pelaku usaha maupun kepada konsumen tanpa harus menempuh jalur litigasi atau pengadilan. Maka dari itu, jika ditinjau lebih dalam, penyelesaian sengketa secara damai dapat digolongkan sebagai upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, atau singkatnya upaya yang dilakukan tanpa harus menempuh jalur litigasi atau badan penyelesaian sengketa konsumen, namun dengan cara dan prosedur yang tidak melanggar peraturan perundang-undangan.
2. Penyelesaian sengketa konsumen melalui badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK).
Dalam melakukan upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, disamping dilakukan melalui upaya penyelesaian secara damai, pemerintah juga membuat suatu badan baru yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK dibentuk guna menangani masalah-masalah kecil dengan alasan karena kebanyakan kasus sengketa konsumen yang terjadi bukanlah masalah serius melainkan sederhana. Adapun yang menjadi faktor utama pemerintah membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

dikarenakan pada upaya penyelesaian sengketa yang ditempuh di pengadilan, konsumen seringkali selalu dihadapkan pada persoalan waktu yang panjang serta memakan biaya yang cukup besar. Hal ini jelas akan merugikan konsumen, jika sengketa harus dibawa ke pengadilan, karena biaya perkara yang harus dikeluarkan konsumen lebih besar dari tuntutan kerugiannya. Disamping adanya persoalan waktu dan biaya perkara yang tidak sedikit, konsumen juga sering kali dihadapkan pada posisi yang kurang menguntungkan jika berhadapan dengan para pelaku usaha yang pada dasarnya mempunyai keunggulan baik dari aspek keuangan maupun sumber daya manusia yang lebih mendukung. Oleh karena itu, pemerintah memberikan alternatif solusi yang dapat ditempuh kepada konsumen untuk menyelesaikan sengketa yang dihadapinya.

Dalam melakukan penyelesaian sengketa melalui badan penyelesaian sengketa konsumen biasanya cara yang digunakan ialah melalui:

- a. Pertama, Konsiliasi. Konsiliasi ialah metode penyelesaian sengketa dengan menghadapkan kedua pihak yang bersengketa guna mencari upaya penyelesaian, yang mana upaya penyelesaian tersebut sepenuhnya berada ditangan kedua belah pihak. Meskipun demikian, dalam melakukan penyelesaiannya para pihak yang bersengketa tetap ditemani dan dipandu oleh Majelis yang bertindak pasif yang berperan menjadi konsiliator.
- b. Kedua, Mediasi. Mediasi ialah metode penyelesaian sengketa dengan menghadapkan kedua pihak yang bersengketa guna mencari upaya penyelesaian, yang mana upaya penyelesaian tersebut sepenuhnya berada ditangan kedua belah pihak. Meskipun demikian, dalam proses mediasi para pihak akan ditemani dan

- dipandu oleh Majelis yang bertindak aktif yang berperan menjadi mediator.
- c. Ketiga, Arbitrase. Arbitrase ialah metode penyelesaian sengketa dengan menghadapkan kedua pihak yang bersengketa dengan dibantu oleh Majelis dengan keputusan yang sepenuhnya diberikan dan ditentukan oleh Majelis yang bertindak menjadi arbiter.
3. Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Pengadilan.
- Pada dasarnya upaya penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi atau pengadilan mengacu pada *Herziene Indonesisch Reglement* (HIR) atau *Rechtsreglements Buitengewesten* atau reglement daerah seberang (RBg). Selain HIR/RBg hukum acara yang digunakan juga berpedoman kepada UUPK dan PERMA No. 1 Tahun 2002 tentang acara gugatan perwakilan kelompok. Pihak-pihak yang dapat mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha atas pelanggaran yang dilakukannya juga terbatas, hanya pihak-pihak tertentu saja sebagaimana diatur dalam 46 UUPK yaitu:
- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris bersangkutan. Dalam hal ini baik konsumen maupun ahli waris yang bersangkutan mempunyai hak dalam mengajukan gugatan ke pengadilan. Menurut Ahmad Miru dan Sutarman Yado (2004: 234) pengajuan gugatan ke pengadilan oleh konsumen ataupun ahli waris yang bersangkutan hanya diperbolehkan jika:
 1. Para pihak belum memutuskan menempuh upaya penyelesaian di luar pengadilan, atau
 2. Upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, tidak memperoleh hasil yang memuaskan baik salah satu pihak maupun para pihak yang bersengketa. Dengan demikian, apabila seorang konsumen atau ahli warisnya sudah

menjalani upaya penyelesaian di luar pengadilan, maka konsumen tersebut tidak dibenarkan mengajukan gugatan secara bersamaan di pengadilan, kecuali upaya penyelesaian yang ditempuh di luar pengadilan telah mendapatkan hasil yang tidak memuaskan bagi para pihak:

- a. Sekelompok konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan dapat dilakukan oleh sekelompok konsumen yang merasa dirugikan dikarenakan adanya suatu permasalahan yang sama. Yang berarti penyelesaian tersebut hanya ditujukan pada peristiwa yang menyebabkan kerugian konsumen yang berdampak pada orang banyak atau bersifat massal. Oleh karena itu, dalam melakukan gugatan kepada pelaku usaha hanya dikhususkan oleh sekelompok konsumen yang mengalami permasalahan yang serupa atau dikenal dengan gugatan perwakilan kelompok (*class action*) sebagaimana ketentuan dalam pasal 46 ayat (1) huruf B UUPK (Eleanora, 2023). Hal tersebut bukan tanpa alasan, karena apabila penyelesaiannya dilakukan sendiri-sendiri maka sangat tidak efektif dan efisien dan hanya akan memberikan beban pekerjaan pada pengadilan yang menanganinya.
- b. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). LPKSM dapat mengajukan gugatan ke pengadilan dengan tujuan mewakili kepentingan konsumen secara umum (kepentingan publik), namun dengan syarat LPKSM yang akan mengajukan gugatan telah berbentuk badan hukum atau yayasan. Hal ini dikarenakan tujuan utama didirikannya organisasi tersebut yaitu mendapatkan

- kepastian hukum dalam menjamin kepentingan perlindungan konsumen.
- c. Pemerintah atau Instansi Terkait. Pemerintah ataupun instansi terkait dapat melayangkan suatu gugatan terhadap pelaku usaha manakala barang atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan oleh para konsumen menimbulkan suatu kerugian besar dan telah menimbulkan banyak korban. Dalam hal ini kerugian yang dimaksud dapat berupa materi maupun kesehatan yang dialami para konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pencantuman label informasi pada produk bahan pangan, makanan, atau minuman merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha sebelum memasarkan produknya. Kewajiban ini juga merupakan bentuk pemenuhan hak-hak konsumen, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Ketidakpatuhan pelaku usaha dalam mencantumkan label informasi pada produk yang dipasarkan dapat menimbulkan berbagai masalah yang pada akhirnya merugikan konsumen di kemudian hari.

Oleh karena itu, konsistensi dari konsumen maupun pemerintah sangat penting dalam upaya pembinaan, pengawasan, serta pemberian sanksi kepada pelaku usaha yang tidak mematuhi peraturan yang berlaku. Pemerintah harus berperan aktif dalam memastikan bahwa setiap pelaku usaha memahami dan menerapkan kewajiban pencantuman label produk sebagai bagian dari tanggung jawab mereka. Sementara itu, konsumen juga perlu lebih sadar akan hak-hak mereka dan aktif melaporkan ketidaksesuaian atau pelanggaran yang ditemukan. Upaya yang berkelanjutan ini sangat

penting untuk memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen. Melalui tindakan pembinaan dan penegakan hukum yang tegas, diharapkan berbagai masalah yang merugikan konsumen dapat dicegah. Dengan demikian, hak-hak konsumen dapat terlindungi secara maksimal, menciptakan kepercayaan dan keamanan dalam aktivitas perdagangan di masyarakat.

Daftar Pustaka

- Afidah, W., & Anang Dony Irawan. (2021). Perlindungan Konsumen Terkait Peredaran Produk Impor Tanpa Label Halal Di Indonesia. In *Perlindungan Konsumen Terkait Peredaran Produk Impor Tanpa Label Halal Di Indonesia: Vol. Vol. 19* (Issue 2, p. 267). journal.untar.ac.id.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/hukum/article/view/12188/7792>
- Aries Subiyakto, Markoni, Joko Widarto, N. (2023). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Kandungan Bahan Makanan Dan Minuman Berbahaya Ditinjau Dari Peraturan Bpom Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4), 5408-5428.
- Chandra Adi Gunawan Putra, I Nyoman Putu Budiarta, & Ni Made Puspasutari Ujianti. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 4(1), 13-19.
<https://doi.org/10.22225/jkh.4.1.6180.13-19>
- Eleanora, F. N. (2023). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*.
- Fridayangga, M. E. R., & Kongres, E. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Minuman Kopi Yang Mengandung Paracetamol Dan Viagra. *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 2(2), 575-602. <https://doi.org/10.53363/bureau.v2i2.89>
- Hakim, aulia rahman. (2020). Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Produk Makanan dan Minuman Tanpa Label. *Jurnal*

- YUSTITIABELEN, 98–110.
<https://journal.unita.ac.id/index.php/yustitia/article/view/248>
- Hermanto, S. K. (2020). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarasa. In *Jurnal Surya Kencana Satu : Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan* (Vol. 10, Issue 2, pp. 165–177). core.ac.uk.
<https://doi.org/10.32493/jdmhkdmmhk.v10i2.5465>
- Hidayat, A. F., & Latumahina, R. E. (2022). Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Tanpa Sertifikasi Halal Yang Dijual Melalui Media Layanan Gofood. *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 2(1), 468–483.
<https://doi.org/10.53363/bureau.v2i1.145>
- Martono anggusti, & Ridwan. (2022). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Produk Pangan Dalam Kemasan Tanpa Label Halal Pada Usaha Kecil. In *Nommensen Journal of Legal Opinion*. repository.uir.ac.id. <https://doi.org/10.51622/njlo.v3i2.2374>
- Nurchahyani, N., & Wahyudi, E. (2024). Pelaksanaan Perlindungan Hukum Atas Hak Informasi yang Jelas Terhadap Makanan Kiloan Tanpa Label oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Kiloan Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 4(3), 337–342.
- NURSUKMA, A. (2022). *Produk Makanan Tanpa Label Halal Pada Industri Rumah Tangga Krupuk Rambak Di Desa Pecangakan, Kabupaten Pematang*. etheses.uingusdur.ac.id.
<http://etheses.uingusdur.ac.id/6317/%0Ahttp://etheses.uingusdur.ac.id/6317/1/1217051-bab1%265.pdf>
- Presiden Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*, 2003(1), 1–46.
- Rosalia, Y., & Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak. In *Jurnal Penelitian Ekonomi ...*

(pp. 68-75). jurnalpatronisntitute.org.

<https://jurnalpatronisntitute.org/index.php/jurpem/article/view/31%0Ahttps://jurnalpatronisntitute.org/index.php/jurpem/article/download/31/24>

Yessy, K., & Sharon, dan G. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta.