



Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Tampilan Pangan Pada Label Produk

Bernadeta Alvina Diva¹, Danty Helmalia Putri², Eddy Setiawan³, Firmansyah Putra Abbasi⁴, Hayqal Aditya Putra⁵, Nurul Rommadhani⁶, Piere Dawi Angelo⁷, Permata Cinta⁸, Yolanda Putri⁹

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 Universitas Pancasila

Abstract

Received: 11 Juni 2023
Revised: 12 Juli 2023
Accepted: 23 Juli 2023

Konsumen merupakan salah satu pihak yang paling menentukan dalam hal pembinaan modal dan pergerakan roda perekonomian negara. Dengan begitu, diperlukanlah perlindungan untuk hak-haknya dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) demi meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri. Diantara banyaknya hal yang diatur, salah satunya adalah hak konsumen untuk mendapatkan produk yang sesuai seperti yang diperlihatkan dalam label, khususnya pada produk pangan. Nyatanya, masih banyak produk pangan yang memiliki ketidaksesuaian tampilan dengan apa yang ditunjukkan pada label sehingga diperlukannya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam memenuhi haknya sesuai dengan UUPK. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk perlindungan konsumen dalam hal ketidaksesuaian tampilan pangan pada label produk.

Kata Kunci: Label; Perlindungan Konsumen; UUPK.

(*) Corresponding Author: permatacintaagf@gmail.com

How to Cite: Diva, B. A., Putri, D. H., Setiawan, E., Abbasi, F. P., Putra, H. A., Rommadhani, N., Angelo, P. D., Cinta, P., & Putri, Y. (2023). Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Tampilan Pangan Pada Label Produk. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8199245>

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Pada kehidupan sehari-hari, banyak sekali peristiwa pelanggaran hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Namun, masih banyak konsumen tidak menyadari akan hal tersebut dan menganggap bahwa pelanggaran hak konsumen adalah hal sudah biasa terjadi. Tetapi semenjak Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) disahkan, kesadaran akan hukum perlindungan konsumen, pemenuhan hak serta kewajiban konsumen maupun pelaku usaha terus meningkat. Mengingat bahwa salah satu rasio diperlukannya hukum perlindungan konsumen adalah sesuai dengan alinea ke-empat UUD 1945 yakni “...Melindungi segenap Bangsa Indonesia” maka dari itu, hukum perlindungan konsumen mendapat banyak perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan konsumen.¹

¹ Dr. Niru Anita Sinaga, S.H., M.H. Nunuk Sulisrudatin, S.H., SIP., Msi, “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia,” Vol. 5 No. 2 (2015).

Walaupun Indonesia telah mengesahkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen lebih dari 20 tahun yang lalu, nyatanya masih banyak pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Salah satunya adalah mengenai label. Label pangan menurut PP Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan 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. Pelanggaran mengenai label tersebut diantaranya adalah ketidaksesuaian tampilan produk pangan dengan apa yang ditunjukkan/diperlihatkan pada label.

Hal ini sangatlah bertolak belakang dengan tujuan pelabelan, yaitu sebagai penyampai informasi yang tidak menyesatkan dan/atau mengelabui konsumen. Padahal, iklan/label yang baik adalah iklan/label yang memuat mengenai informasi yang benar, jujur, apa adanya, atau sesuai kenyataannya.² Mengingat masih banyak konsumen yang mendapatkan pengalaman ketidaksesuaian tersebut, maka dari itu, diperlukanlah perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidaksesuaian tampilan pangan pada label produk.

b. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah, *“Bagaimana bentuk perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian tampilan pangan pada label produk menurut UUPK?”*

c. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian empiris dengan pengambilan data kuantitatif dimana peneliti menyebarkan angket dalam bentuk *google form* dan diperoleh data sebanyak 58 responden. Angket yang peneliti sebarkan berisi tentang apakah responden (konsumen akhir) pernah mendapatkan pengalaman ketika menggunakan produk pangan yang mana tampilan produk tersebut tidak sesuai dengan tampilan yang tertera pada label. Peneliti menggunakan metode penelitian tersebut dengan tujuan untuk mengetahui dan membuktikan bahwa peristiwa yang diangkat dalam penelitian ini merupakan peristiwa faktual.

d. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan konsumen terhadap peristiwa ketidaksesuaian tampilan produk pangan pada label sehingga konsumen mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap dirinya serta mengetahui bahwa terdapat haknya yang dilanggar dan kewajiban pelaku usaha yang tidak dipenuhi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Angket *Google Form*

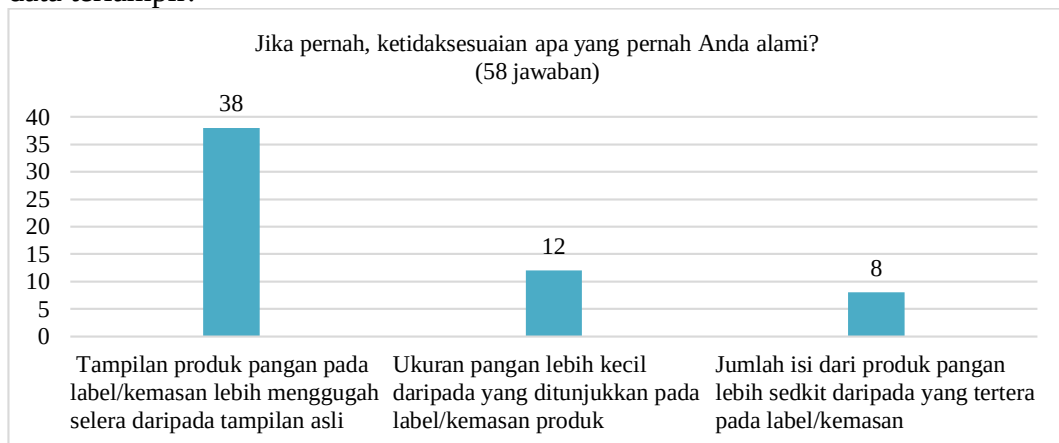
Dari rekapitulasi data yang sudah terekam melalui *Google Form*, terdapat 58 responden yang terdiri dari rentang usia 19-42 tahun. Dari jumlah total 58 responden, 58 orang (100%) mengaku pernah membeli/menggunakan/mendapatkan makanan atau minuman yang tampilannya tidak sesuai dengan yang ada di dalam label. Berikut data terlampir.

² Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Apakah Anda pernah membeli/menggunakan/mendapatkan produk pangan yang tampilannya tidak sesuai dengan apa yang tertera pada label/kemasan produk?
(58 jawaban)



Mengingat data menunjukkan 100% atau 58 dari 58 responden menjawab bahwa mereka pernah mengalami peristiwa tersebut, maka dalam angket yang telah disebar, terdapat pertanyaan lanjutan mengenai detail dari peristiwa tersebut. Berikut data terlampir.



Pada rekapitulasi data tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari total 58 responden:

- Sebanyak 38 (tiga puluh delapan) responden menjawab bahwa mereka pernah membeli/menggunakan/mendapatkan produk pangan yang tampilan pada label/kemasannya lebih menggugah selera daripada tampilan asli
- Sebanyak 12 (dua belas) responden menjawab bahwa mereka pernah membeli/menggunakan/mendapatkan produk pangan yang ukurannya lebih kecil daripada apa yang diperlihatkan pada label/kemasan
- Sebanyak 8 (delapan) responden menjawab bahwa mereka pernah membeli/menggunakan/mendapatkan produk pangan yang isinya lebih sedikit daripada jumlah yang tertera pada label/kemasan

2. Pembahasan

Sebelum membahas mengenai perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian tampilan produk pangan pada label produk, diperlukan pemahaman mendalam mengenai apa yang disebut dengan konsumen yang dilindungi dan dimaksud oleh UUPK.

a. Definisi Konsumen

Menurut Pasal 1 (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Dari bunyi pasal

tersebut, subjek yang dikatakan sebagai konsumen menurut UUPK adalah setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa dan tidak untuk diperdagangkan lagi. Dengan demikian, jika ada orang yang memakai/memanfaatkan/menggunakan barang dan/atau jasa dengan tujuan untuk diperdagangkan kembali, maka dengan begitu, orang tersebut bukanlah konsumen dan tidaklah dilindungi oleh UUPK.

Setelah mengetahui apa itu konsumen dan siapakah yang mendapatkan perlindungan hukum oleh UUPK, terdapat istilah lain yang juga harus dipahami, yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Menurut A.Z. Nasution, dua istilah ini memiliki perbedaan, yaitu sebagai berikut.

b. Definisi Hukum Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen

A.Z. Nasution (2011: 37) membedakan definisi antara hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen, yakni sebagai berikut³:

- Hukum Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaanya, dalam kehidupan masyarakat.
- Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaanya dalam kehidupan bermasyarakat.

Maka, dari dua istilah tersebut dapat dipahami bahwa hukum konsumen mengatur tentang hubungan antara konsumen dan pelaku usaha sedangkan hukum perlindungan konsumen mengatur tentang bagaimana perlindungan terhadap konsumen ketika terjadi permasalahan/sengketa antara pelaku usaha.

c. Definisi Pelaku Usaha

Pelaku usaha menurut Pasal 1 (3) UUPK adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

d. Macam-macam Pelaku Usaha Menurut ISEI

Menurut Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI), kelompok pelaku usaha menurut ISEI dibagi menjadi tiga, terdiri atas⁴:

- Investor yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai kepentingan usaha seperti perbankan, usaha leasing dan lain-lain
- Produsen yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan/atau jasa-jasa lain (bahan baku, bahan tambahan/penolong dan lain-lain);
- Distributor yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan memperdagangkan barang dan/atau jasa kepada masyarakat seperti pedagang retail, pedagang kaki lima, supermarket, toko dan lain-lain.

e. Definisi Label

³ Agus Suwandono, S.H., LL.M, "*Ruang Lingkup Perlindungan Konsumen*", Perpustakaan Universitas Terbuka

⁴ ISEI, "*Penjabaran Demokrasi Ekonomi*", Sumbangan Pikiran memenuhi Harapan Presiden Soeharto, (Jakarta: ISEI, 1990), hal. 8

Definisi label tidaklah termuat dalam UUPK. Namun, dalam PP Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan, Label pangan didefinisikan sebagai 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. Label dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat lebih dikenal dengan sebutan kemasan ini bertujuan adalah patokan/pedoman informasi mengenai produk yang diperdagangkan oleh para pelaku usaha.

f. Analisis

Setelah mengetahui mengenai definisi konsumen, pelaku usaha, hukum konsumen, dan hukum perlindungan konsumen, maka diperlukan analisis terhadap peristiwa ketidaksesuaian tampilan tampilan pangan pada label produk dengan data angket sebagai objek penelitian ini. Berikut adalah beberapa pelanggaran pasal pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

- Pasal 4 (a) UUPK: Hak konsumen atas kenyamanan dalam mengonsumsi barang. Dalam data angket yang telah disebar, terdapat 58 responden yang menjawab dan mengaku bahwa mereka pernah membeli/mendapatkan/menggunakan produk pangan yang tampilannya tidak sesuai dengan label. Terlebih lagi terhadap 38 responden yang mengaku bahwa produk pangan yang mereka beli tidak se-menggugah selera sesuai dengan apa yang diperlihatkan pada label. Hal itu menimbulkan ketidaknyamanan para responden sebagai konsumen karena mereka merasa telah dibohongi. Bahkan dalam beberapa hal, konsumen tergiur untuk membeli produk pangan karena tampilan pada label produk terlihat sangat baik. Hal ini tidak hanya menimbulkan ketidaknyamanan, tetapi juga kekecewaan konsumen.
- Pasal 4 (b) UUPK: Hak konsumen atas mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Dalam halnya terjadi ketidaksesuaian tampilan produk pangan dengan label merupakan pelanggaran hak konsumen karena keadaan dan kondisi produk pangan yang tidak sesuai. Label secara tidak langsung merupakan “alat” yang dijadikan sebagai janji dan jaminan bagi pelaku usaha bahwa produk yang akan diterima/didapatkan konsumen adalah sesuai dengan apa yang tertera/terlihat pada label. Namun, nyatanya, sejumlah 12 responden yang mengaku bahwa mereka pernah mendapatkan produk pangan dengan ukuran yang lebih kecil daripada label. Dengan ketidaksesuaian tersebut maka konsumen juga tidak mendapatkan hak untuk memperoleh barang sesuai nilai tukar mengingat ukuran suatu produk pangan menjadi hak penentu harga.
- Pasal 4 (c) UUPK: Hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang. Terhadap total 58 responden angket yang mana diantaranya, 12 responden yang mengaku pernah mengonsumsi atau mendapatkan produk pangan yang tidak ukurannya lebih kecil daripada tampilan label dan 8 responden yang mengaku bahwa mereka pernah mendapatkan atau mengonsumsi produk pangan yang isinya lebih sedikit daripada apa yang tertera pada label, maka hal tersebut melanggar konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai bagaimana tampilan/kondisi yang sebenarnya didapatkan oleh konsumen.

- Pasal 7 (a) UUPK: Kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Dengan diperolehnya data empiris bahwa 58 responden pernah mendapatkan produk pangan yang tidak sesuai dengan label merupakan pelanggaran kewajiban konsumen untuk beritikad baik dalam menjalani usahanya. Hal ini ditunjukkan oleh kesengajaan pelaku usaha untuk tidak menyesuaikan tampilan produk sesuai dengan labelnya. Dengan begitu, pelaku usaha tidaklah memiliki kesadaran/niat baik dalam berusaha karena mengelabui konsumen atas tampilan produk pangan yang tidak sesuai pada label.
- Pasal 8 (1) butir b UUPK: Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut. Dalam halnya 12 responden yang mengaku bahwa mereka pernah mengonsumsi produk pangan yang ukurannya lebih kecil dan 8 responden yang mengaku bahwa mereka pernah mengonsumsi produk pangan yang isi/kuantitasnya lebih sedikit dibandingkan pada label tentulah melanggar pasal ini. Hal tersebut karena dengan ukuran yang lebih kecil dan juga jumlah/kuantitas yang lebih sedikit akan memengaruhi berat bersih sehingga berat bersih yang didapatkan konsumen tidak sesuai dengan berat produk pangan pada label.
- Pasal 8 (1) butir c UUPK: Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah hitungan menurut ukuran yang sebenarnya. Sama halnya pada butir b, mengetahui bahwa 12 responden pernah mengonsumsi produk pangan yang tidak sesuai dengan ukuran dan 8 responden tercatat pernah mengonsumsi produk pangan yang jumlah hitungan atau isi (kuantitas) tidaklah sama dengan label merupakan bentuk pelanggaran terhadap Pasal 8 (1) butir c UUPK.

g. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Setelah mengetahui dan menganalisis pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha pada UUPK, maka pelaku usaha dapat dijatuhi sanksi pidana. Dalam hal terjadinya pelanggaran terhadap Pasal 8 UUPK, maka terdapat sanksi pidana penjara atau pidana denda. Hal tersebut mengingat bahwa dalam bagian analisis, pelaku usaha terbukti melanggar Pasal 8 (1) butir b dan c UUPK sehingga menurut Pasal 62 UUPK, pelaku usaha dapat dikenakan sanksi berupa pidana penjara paling lama tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah).

KESIMPULAN PENUTUP

Ketidaksesuaian tampilan pangan pada label produk melanggar Pasal 4 (a), Pasal 4 (b), Pasal 4 (c), Pasal 7 (a) UUPK, Pasal 8 (1) butir b UUPK, dan Pasal 8 (1) butir c UUPK. Dalam hal perlindungan hukum, pelaku usaha dapat dijatuhi sanksi berupa pidana penjara paling lama tahun atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000 (dua miliar rupiah) sesuai pada Pasal 62 UUPK jika ia melanggar ketentuan Pasal 8 UUPK. Maka dari itu, pelaku usaha sudah seharusnya menjalani usahanya dengan itikad baik dan meningkatkan kesadaran untuk memenuhi hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha sesuai dengan UUPK.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dan Buku

Agus Suwandono, S.H., LL.M, “*Ruang Lingkup Perlindungan Konsumen*”, Perpustakaan Universitas Terbuka.

Dr. Niru Anita Sinaga, S.H., M.H. Nunuk Sulisrudatin, S.H., SIP.,Msi, “Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia,” Vol. 5 No. 2 (2015).

ISEI, “*Penjabaran Demokrasi Ekonomi*”, Sumbangan Pikiran memenuhi Harapan Presiden Soeharto, (Jakarta: ISEI, 1990).

Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Peraturan Perundang-Undangan

Republik Indonesia, Undang-Undang Dasar Tahun 1945

Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 22. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 131. Sekretariat Negara. Jakarta.