

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL
INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI**

SKRIPSI



Oleh:

ADHYASTA DWI PANGESTU

No. Mahasiswa: 19410013

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL
INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI**

SKRIPSI



OLEH:

ADHYASTA DWI PANGESTU

NIM: 19410013

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL
INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh gelar
Sarjana (STRATA-1) Pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta**

Oleh:

ADHYASTA DWI PANGESTU

No. Mahasiswa: 19410013

**PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL
INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI**

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk diajukan
ke depan Tim penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendadaran



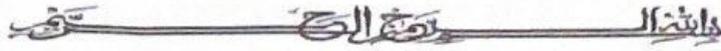
Pada tanggal:

Yogyakarta, 5 Januari 2024

Dosen Pembimbing Tugas Akhir,

Siti Hapsah Isfardiyana, S.H., M.H.

NIK : 134101104



HALAMAN PENGESAHAN

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL INFORMASI
NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI**

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir /

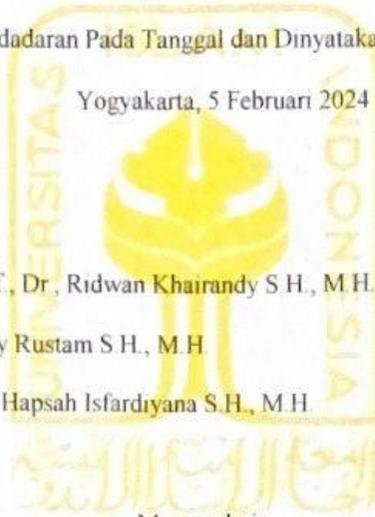
Pendadaran Pada Tanggal dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 5 Februari 2024

Tim Penguji

1. Ketua : Prof. Dr. Ridwan Khairandy S.H., M.H.
2. Anggota : Riky Rustam S.H., M.H.
3. Anggota : Siti Hapsah Isfardiyana S.H., M.H.

Tanda Tangan



Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia

Fakultas Hukum

Dekan,

(Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum.)

NIK: 014100109

SURAT PERNYATAAN

ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Adhyasta Dwi Pangestu

Nomor Mahasiswa : 19410013

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa skripsi dengan judul: **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI**. Karya ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika, dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Bahwa saya menjamin hasil karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar asli (orisinil) bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai melakukan perbuatan “penjiplakan karya ilmiah (plagiat)”.
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan Perpustakaan di lingkungan Universitas

Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pada butir 1 dan 2), saya sanggup menerima sanksi, baik administratif, akademik, bahkan pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak dan kewajiban saya, di depan Majelis atau Tim Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh Pimpinan Fakultas, apabila tanda-tanda plagiat disinyalir/terjadi pada karya ilmiah saya oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun oleh siapapun.

Yogyakarta, 11 Januari 2024

Yang memberikan pernyataan



ADHYASTA DWI PANGESTU

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Adhyasta Dwi Pangestu
2. Tempat Lahir : Balikpapan
3. Tanggal Lahir : 08 Mei 2001
4. Jenis kelamin : Laki-laki
5. Golongan Darah : AB
6. Alamat Terakhir : Jln. Prapatan RT.32 NO.58
7. Identitas Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Mujianto
 - b. Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
 - c. Nama Ibu : Tri Wulan Ningsih
 - d. Pekerjaan Ibu : Ibu umah Tangga
8. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Kemala Bhayangkari Balikpapan
 - b. SMP : SMP Negeri 1 Balikpapan
 - c. SMA : SMA Negeri 1 Balikpapan
9. Hobi : Basket

MOTTO

Sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

-QS. Al-Insyirah: 6-7.

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”.

-Umar bin Khattab.

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang”.

-Imam Syafi'i.

“Believe and act as if it were impossible to fail”

-Charles Kettering

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya yang selalu mengiringi kehidupan penulis hingga saat ini, yang tidak akan bisa terhitung dan berhenti sampai akhir hayat. Penulisan hukum ini penulis persembahkan untuk :

1. Panutanku, Bapak Mujianto, terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya.
2. Ibuku, ibu Tri Wulan Ningsih, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta doa hingga penulis mampu menyelesaikan studinya.
3. Saudara dan saudari kandung saya, Aditya Pratama Putra, Adhisty Pramesti Putri, Ardika Putra Pradista yang menjadi salah satu alasan semangat tinggi saya untuk menyelesaikan tulisan ini agar menjadi contoh teladan yang baik dan menjadi kebanggaan bagi mereka.
4. Keluarga besar penulis yang telah memberikan banyak doa untuk penulis agar penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat seperjuangan yang senantiasa menghibur selama berada di Jogja, yaitu Ilham, Bagas, Farhan, Giovanni, Rayna, dan Desvira.
6. Sahabat KANDAZBROTHER teman seperjuangan yang senantiasa menghibur dan memberikan pembelajaran dan arti hidup kepada penulis.

7. Sahabat-sahabat saya sejak kecil yaitu, Bidin, Deva, Adam, Taufik, Egi, Oky, Deden, dan Febri yang selalu memberikan hiburan.
8. Teman-teman selama masa perkuliahan yang selalu berbagi tawa dan kisah, serta bermain bersama penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
9. Seluruh pihak yang telah memberikan kontribusinya baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.
10. Kepada diri saya sendiri Adhyasta Dwi Pangestu, terima kasih sudah berjuang dan mempercayai diri sendiri, sudah memilih untuk bertahan sejauh ini, dan selalu berusaha untuk mencoba segala hal dengan sebaik-baiknya demi menjadi pribadi yang lebih baik.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan Syukur akan kehadiran Allah SWT, serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan berkat, ridha, dan kasih sayang dari Allah SWT, Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul, **“PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI.”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Penulis juga berterimakasih kepada pihak – pihak yang telah banyak memberikan bantuan, support, motivasi dan dorongan kepada penulis dari awal hingga akhir dalam menyelesaikan skripsi ini. Pihak – pihak yang dimaksud penulis yaitu :

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan kepada penulis dari awal hingga akhir penulisan penelitian ini.
2. Ibu Siti Hapsah Isfardiyana S.H., M.H. selaku dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu, tenaga, dan saran serta kritik yang membangun dalam menyelesaikan tugas akhir.
3. Bapak Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
4. Dr. Suparman Marzuki, S.H., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penulis menimba ilmu di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
5. Prof. Fathul Wahid, ST., M.sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
6. Kedua Orang Tua penulis, yaitu ibu dan bapak yang selalu tulus memberikan

dukungan dan juga banyak doa sehingga penulis bisa sampai di tahap ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi pembelajaran di kemudian hari.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Januari 2024

Penulis,

ADHYASTA DWI PANGESTU

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	v
CURRICULUM VITAE.....	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Orisinalitas Penelitian	9
E. Kerangka Teori	11
F. Metode Penelitian.....	20
G. Kerangka Penulisan	22
BAB II TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI....	24
A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen	24
B. Tinjauan Umum Label Makanan	36
BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI.....	41
BAB IV PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69

ABSTRAK

Dalam transaksi jual-beli sering kali konsumen memperoleh produk yang tidak sesuai dengan nilai gizi yang tertera pada kemasan. Pemberian informasi nilai gizi terhadap produk pangan memiliki peranan yang penting dalam terwujudnya keamanan pangan bagi konsumen dan jaminan atas informasi yang benar. Permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai perlindungan konsumen terhadap pemberian label gizi yang tidak sesuai dengan mutu produk pangan olahan. Penelitian ini menggunakan penelitian normatif, yang difokuskan untuk mengkaji penerapan norma-norma hukum positif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Perundang-Undangan Pendekatan konseptual, dan pendekatan kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha masih belum memperhatikan dan terjadi ketidaksesuaian terkait hak atas informasi dan kenyataan. Pelaku usaha yang tidak memberikan informasi yang jelas dan benar kepada konsumen terkait kandungan yang terdapat dalam makanan yang diproduksinya sehingga pelaku usaha melanggar ketentuan yang berada pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha akibat isi kandungan pada label tidak sesuai dengan mutu produk maka Pelaku usaha dapat dimintai pertanggung jawaban. Pelaku usaha sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau diperdagangkan berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya. Konsumen yang merasa dirugikan dapat melakukan upaya hukum sesuai dengan penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau diluar pengadilan. Pemberian label informasi harus memenuhi hak atas informasi yang telah tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Oleh sebab itu dengan adanya label informasi yang telah diberikan oleh pelaku usaha, konsumen bisa memanfaatkannya untuk mengetahui terkait informasi mengenai produk yang akan dibelinya

Kata-Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Produk pangan, Label Informasi Nilai Gizi (*Nutrition facts*).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu dari tiga kebutuhan dasar yang perlu dipenuhi dalam berlangsungnya hidup manusia adalah kebutuhan primer. Kebutuhan primer atau disebut juga kebutuhan pokok tersebut terdiri dari sandang, pangan, papan. Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber daya hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukan sebagai makanan dan minuman bagi manusia.¹

Pangan memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Pada kehidupan yang modern, filosofi pangan telah mengalami perubahan, dimana makan bukan hanya sekedar untuk kenyang, melainkan yang lebih utama adalah untuk mencapai tingkat Kesehatan dan kebugaran yang optimal.² Makanan menjadi kebutuhan dasar yang harus terpenuhi oleh setiap individu, oleh karena itu, pemerintah dan masyarakat harus memastikan bahwa pangan yang dikonsumsi aman, sehat, dan memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Hal ini bisa dilakukan dengan cara memperhatikan bahan baku pangan, proses produksi, pengolahan, dan

¹ Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

² I Ketut Suter, “Pangan Fungsional dan Prospek Pengembangannya”, *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, Vol. 1 No. 1, 2014, hlm 2.

pengemasan serta penanganan pangan yang baik agar pangan yang dikonsumsi berkualitas dan aman bagi kesehatan manusia.³

Pangan olahan adalah salah satu jenis pangan yang telah melalui proses pengolahan atau pemrosesan dari bahan mentah menjadi produk jadi yang siap dikonsumsi. Pangan olahan sering menjadi pilihan karena lebih praktis dan mudah disimpan daripada bahan makanan mentah. Pangan olahan umumnya dikemas dalam sebuah kemasan yang menarik dan juga pada sebagian produk pangan olahan terdapat label informasi nilai gizi. Informasi nilai gizi yang biasa juga disebut dengan *nutritionfacts* adalah label yang berisi informasi mengenai kandungan nutrisi pada pangan tersebut. Label informasi nilai gizi berguna sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu barang.⁴

Menurut Pasal 96 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan, pemberian label pangan bertujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat tentang setiap produk pangan yang dikemas sebelum membeli dan mengkonsumsi dan/atau mengonsumsi pangan. Informasi yang dimaksud adalah informasi terkait dengan asal, keamanan, mutu, dan keterangan lain yang diperlukan.⁵

Berdasarkan informasi pada Undang-Undang pangan tersebut tidak mencangkup diwajibkannya mencantumkan informasi nilai gizi, akan tetapi pada peraturan pelaksanaannya yakni pada Pasal 32 ayat (1) peraturan pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, mengatur bahwa

³ Edy Nurcahyo, "Pengaturan dan Pengawasan Produk Pangan Olahan Kemasan" *Jurnal Magister Hukum Udayana* Vol. 7 No. 3, 2018, hlm. 403.

⁴ Tejarsari, *Nilai-Gizi Pangan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2005, hlm. 2.

⁵ Pasal 96 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

Pencantuman keterangan tentang kandungan gizi pangan pada label wajib dilakukan bagi pangan yang disertai pernyataan bahwa pangan tersebut mengandung vitamin, mineral, dan atau zat gizi lainnya yang ditambahkan atau dipersyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku di bidang mutu dan zat gizi lainnya.⁶ Oleh sebab itu mencantumkan label informasi nilai gizi pada produk pangan olahan yang terdapat klaim adanya manfaat gizi tertentu merupakan kewajiban produsen.⁷

Secara umum, hubungan pihak produsen dengan pihak konsumen merupakan hubungan yang secara terus menerus saling berkesinambungan. Produsen sangat bergantung terhadap dukungan konsumen sebagai pelanggan. Dengan dukungan dari konsumen, kelangsungan usaha produsen lebih terjamin. Sebaliknya, konsumen kebutuhannya sangatlah bergantung dari hasil produsen.⁸

Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sangat besar bagi produsen melalui kiat cara penjualan, promosi, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. Penyebab utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah kurangnya kesadaran konsumen akan haknya yang terbilang rendah, hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya Pendidikan konsumen. Oleh sebab itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan Lembaga perlindungan konsumen untuk melaksanakan upaya pemberdayaan konsumen

⁶ Pasal 32 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan

⁷ Puteri, Melawati, Panji, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No, 1, Juli 2021, hlm 16.

⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm 9.

melalui pembinaan dan Pendidikan konsumen.⁹ Upaya pemberdayaan ini sangat penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran produsen yang memiliki prinsip dasar ekonomi sebagai pelaku usaha yang dimana untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat berpotensi merugikan konsumen, baik secara langsung maupun tidak.¹⁰

Perlindungan konsumen saat ini sangat dibutuhkan dalam kegiatan perdagangan. Dalam kegiatan perdagangan ini sangat diharapkan memiliki keseimbangan hak dan kewajiban antara pihak produsen dengan pihak konsumen, karena dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki salah satu asas keseimbangan, asas ini dalam penjelasan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, produsen, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas inilah yang menjadi dasar terciptanya keseimbangan antara produsen dan konsumen.¹¹

Meskipun sudah terdapat Undang-Undang Perlindungan Konsumen, namun pelaksanaannya belum berjalan dengan lancar, dikarenakan adanya pandangan pemerintah bahwa apabila perlindungan konsumen diterapkan, maka banyak pihak produsen yang tidak akan mampu melaksanakan kegiatan usahanya,

⁹ Wahyu Simon, Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, *Jurnal Hukum*, Vol. 4 No. 1, 2016, hlm 61.

¹⁰ Adrian Sutedi, Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Ghalia Indonesia, 2008, hlm 2.

¹¹ Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

sementara kebijakan yang dibuat pemerintah sangat digantungkan oleh produsen.¹² Pada satu sisi, keberpihakan pemerintah kepada pihak produsen disebabkan karena pemerintah mengedepankan pada upaya pemulihan dan penyehatan ekonomi Indonesia yang sedang tidak baik-baik saja. Dampak dari hal tersebut banyak pihak konsumen mengalami kerugian besar akibat dari cacat produk barang, yang tidak hanya merugikan dalam segi materiil, tetapi dapat menyebabkan cacat tubuh hingga kematian.¹³

Masyarakat sebagai konsumen umumnya percaya dengan informasi gizi yang tercantum pada kemasan produk pangan olahan, namun sebenarnya hal tersebut tidak menjamin kesesuaian nilai gizi yang tercantum pada label pangan tersebut telah sesuai dengan mutu yang ada pada pangan olahan. Seperti contoh kasus yang ramai beberapa bulan lalu di media sosial khususnya Instagram dan Tiktok, ada beberapa akun seperti @canggihfit, @stevendarma, dan @fakboiberkelas melakukan uji laboratorium secara acak kepada beberapa susu protein terkhususnya produk lokal dan hasil dari uji laboratorium tersebut ada beberapa susu protein yang memiliki kandungan gizi yang tidak sesuai dengan label pangan yang tercantum pada kemasannya. Salah satu produk mengklaim bahwa kandungan protein yang terkandung dalam produk tersebut sebanyak 25gram protein, tetapi setelah dicek di laboratorium kandungan protein pada produk tersebut hanya separuhnya, yaitu hanya 13gram protein.

¹² Mirwansyah, "Perlindungan Hukum Kejahatan Konsumen Terhadap Makanan dan Minuman di Tinjau Dari Aspek Kesehatan", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 07 No. 01, Juni, 2022, hlm 158.

¹³ Aulia Rahma, "Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Produk Makanan dan Minuman Tanpa Label", *Jurnal Hukum*, Vol 6 No. 2, 2020, Hal 100.



Gambar 1. Hasil uji laboratorium

Pada kasus tersebut, pada kenyataannya masih terdapat adanya ketidaksesuaian terhadap pemberian informasi yang menandakan bahwa tidak semua pelaku usaha atau produsen berperilaku jujur dan bertanggung jawab atas produk akan dijualnya. Adanya ketidaksesuaian tersebut membuat konsumen harus lebih pintar dan berhati-hati dalam memilih produk yang akan dikonsumsi, karena jika label pangan yang diyakini bermanfaat ternyata tidak sesuai mutu dari produk yang dibeli maka konsumen tersebut akan dirugikan karena tidak adanya manfaat dari apa yang dikonsumsi.¹⁴

¹⁴ <https://www.intipseleb.com/amp/lokal/56895-geger-soal-whey-protein-palsu-kandungan-asli-jauh-berbeda-dari-label-yang-tertera-di-kemasan> , Diakses terakhir tanggal 30 Mei 2023, Pukul 23.15

Berbeda dengan kasus di atas, Adrianus Agal seorang mantan atlet tinju melaporkan produk susu protein ke polda metro jaya. Laporan tersebut tercatat dalam laporan polisi LP/B/5485/XI/2021/SPKT/POLDA METRO JAYA pada tanggal 2 November 2021. Adrianus mengungkapkan sejak awal mengkonsumsi susu tersebut dirinya merasakan perih di bagian lambung. Semenjak Adrianus mengkonsumsi susu tersebut, ia merasakan efek samping setelah mengkonsumsi produk tersebut, ia membawa produk tersebut ke salah satu laboratorium gizi. Adrianus dibuat terkejut setelah melihat hasil uji laboratorium menunjukkan hasil yang tidak sesuai dengan apa yang tertera di label pangan yang tercantum pada kemasan produk tersebut.¹⁵

Pada kasus diatas, pada kenyataannya masih ada ketidaksesuaian terhadap pemberian informasi yang menandakan bahwa terdapat produsen yang masih belum jujur dan bertanggung jawab atas produk yang dijualnya. Adanya ketidaksesuaian pada label kemasan tersebut membuat konsumen harus lebih berhati-hati dalam memilih produk yang akan dikonsumsinya, karena jika label gizi yang diyakini bermanfaat ternyata tidak sesuai dengan mutu produk yang dibeli maka konsumen tersebut akan dirugikan karena tidak adanya manfaat dari yang dikonsumsinya. Pihak produsen, penyalur dan penjual sering tidak mengindahkan ketentuan hukum perlindungan konsumen.¹⁶

¹⁵ <https://wartakota.tribunnews.com/2021/12/07/kandungan-nutrisi-diduga-tak-sesuai-mantan-atlet-tinju-laporkan-produk-susu-protein-ke-polisi> , diakses terakhir 25 September 2023, pukul 13.20

¹⁶ John Pieris dan Wiwik Sri Widiarty, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluarsa*, Jakarta; Pelangi Cendikia, 2007, hlm 22.

Salah satu yang menjadi acuan bagi pihak konsumen, khususnya konsumen akhir untuk lebih selektif dalam memilih produk olahan tersebut adalah dengan membaca label, khususnya label gizi yang berada pada kemasan makanan atau minuman. Para konsumen memiliki sifat yakin dikarenakan konsumen memiliki keterbatasan, salah satu keterbatasan tersebut ialah keterbatasan untuk mengetahui kebenaran atas informasi yang tercantum pada label yang berada pada kemasan makanan atau minuman. Oleh sebab itu, untuk menghindari hal tersebut perlu adanya perlindungan hak konsumen melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan terkait lainnya.¹⁷

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label gizi yang tidak sesuai dengan mutu produk pangan olahan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label gizi yang tidak sesuai dengan mutu produk pangan olahan.

¹⁷ Gusti Ayu dan I Nengah Suharta, "Perlindungan Konsumen Dalam Pelabelan Produk Pangan", *Journal Ilmu Hukum*, Vol. 2, No. 2, Februari 2014, hlm 3.

D. Orisinalitas Penelitian

Beberapa karya ilmiah berupa skripsi yang penulis temukan melalui penelusuran internet yang memiliki korelasi atau kemiripan dengan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Jurnal berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pemberian Label Gizi Yang Tidak Sesuai Dengan Mutu Pada Produk Pangan Olahan” ditulis oleh Martono Anggusti, Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen, Tahun 2018. Jurnal tersebut ditulis dengan permasalahan bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label gizi yang tidak sesuai dengan mutu produk pangan olahan. Penelitian ini berbeda dengan tema penulis teliti karena penelitian ini membahas tanggung jawab produsen terhadap konsumen atas produk pangan olahan yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label gizi.
2. Skripsi berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Beredarnya Produk Beras Dengan Pemakaian Label Palsu” ditulis oleh Puji Nugraha Siahaan, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Tahun 2018. Dengan rumusan masalah bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas beredarnya beras dengan pemakaian label palsu. Penelitian ini berbeda dengan tema penulis teliti karena penelitian ini membahas mengenai akibat hukum bagi pelaku usaha yang memproduksi beras dengan label palsu.
3. Skripsi berjudul “Perlindungan Hukum bagi Konsumen Dari Perbuatan Curang Pencantuman Label Pangan Yang Tidak sesuai Dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” ditulis oleh

Defiyya Erlin, Fakultas Hukum Universitas Pasundan, Tahun 2018. Permasalahan yang diteliti terkait bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dari perbuatan curang pencantuman label pangan yang tidak sesuai dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini berbeda dengan tema penulis teliti karena penelitian ini membahas kualifikasi delik perbuatan curang terhadap pencantuman label pangan yang tidak sesuai oleh pelaku usaha sebagai tindak pidana.

4. Skripsi berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pemberian Label Gizi Yang Tidak Sesuai Dengan Mutu Pada Produk Pangan Olahan Menurut Undang-Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” ditulis oleh Rico Evandi Harsandi, Fakultas Hukum, Universitas Lampung, Tahun 2019. Permasalahan yang diteliti adalah bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label informasi nilai gizi yang tidak sesuai dengan mutu pada kemasan pangan olahan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini berbeda dengan tema penulis teliti karena penelitian ini membahas mengenai tata cara pemberian label gizi pada kemasan produk pangan olahan.
5. Skripsi berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pemberian Label Gizi Yang Tidak Sesuai Dengan Mutu Pada Produk Pangan Olahan Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” ditulis oleh Debora Lumban Tobing, Fakultas Hukum, Universitas

HKBP Nommensen. Permasalahan yang diteliti terkait bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label gizi yang tidak sesuai dengan mutu produk pangan olahan. Penelitian ini berbeda dengan tema penulis teliti karena penelitian ini membahas mengenai bagaimana tanggung jawab produsen terhadap konsumen atas produk pangan olahan yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label gizi.

E. Kerangka Teori

1. Perlindungan Konsumen

Pada Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah ditentukan bahwa 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. Pengertian dari konsumen menurut AZ. Nasution, konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah dan tidak untuk memproduksi barang/jasa lain atau menjualnya kembali.¹⁸

Berdasarkan pengertian di atas, subyek yang disebut konsumen ialah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan jasa. Orang yang dimaksudkan adalah orang alami bukan badan hukum. Karena yang menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa untuk kepentingan

¹⁸ Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Unila, Bandar Lampung, 2007, hlm. 54.

sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain tidak untuk diperjualbelikan hanyalah orang alami atau manusia.¹⁹

Melihat lemahnya kedudukannya pihak konsumen harus dilindungi oleh hukum karena banyak hak-hak konsumen yang diabaikan maupun dilanggar sehingga membutuhkan perlindungan hukum, yaitu dengan melalui hukum perlindungan konsumen. Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen memiliki fungsi untuk menjamin adanya kepastian hukum sehingga dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen.²⁰ Mengingat lemahnya kedudukan konsumen jika dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha yang relatif kuat dalam banyak hal, maka pembahasan terkait perlindungan konsumen selalu penting untuk dikaji.²¹

Berdasarkan pendapat Az. Nasution, hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang mencakup asas-asas atau kaidah-kaidah yang memiliki sifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen itu sendiri. Makna dari hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara pihak satu dengan pihak lain yang berkaitan dengan barang maupun jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.²²

¹⁹ Salamiah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Kegiatan Jual Beli", *Jurnal Al' Adl*, Vol. VI No. 12, 2014, hlm 42.

²⁰ Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

²¹ Abdul Halim Baratulah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm 19.

²² Shidarta, *Revisi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi 2006*, Gramedia, Jakarta, 2006, hlm 11.

Perlindungan hukum menjadi upaya yang penting untuk menjamin adanya kepastian hukum yang melindungi konsumen. Hal tersebut disebabkan karena kedudukan konsumen lebih mudah untuk dijadikan sasaran itikad buruk dari para pelaku usaha. Keberadaan perlindungan hukum bagi konsumen dimaksudkan agar konsumen terhindar dari perbuatan para pelaku usaha yang merugikan pihak konsumen.²³

Setelah diterbitkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka hak-hak konsumen serta produsen harus dilindungi. Tujuan dari perlindungan konsumen berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:²⁴

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;

²³ Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikat & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 90.

²⁴ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Menurut ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak sebagai berikut:²⁵

- 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 sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, 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;

²⁵ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan 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;
- i. hak hak yang diatur dalam ketentuan Perundang-Undangan lainnya.

Konsumen juga memiliki kewajiban yang tercantum dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:²⁶

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Semenjak adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak dan kewajiban yang berimbang dengan pelaku usaha. Mereka (konsumen) dapat menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dilanggar atau dirugikan oleh pelaku usaha.²⁷

²⁶ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

²⁷ Niru Anita, Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Vol. 5 No. 2, Maret 2015, hlm 86.

2. Label Pangan

Pengertian label berdasarkan pada Pasal 1 ayat (3) Peraturan Pemerintah Label dan Iklan Pangan menyebutkan bahwa label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya yang dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian dari kemasan pangan. Pelaku usaha wajib mematuhi ketentuan terkait label dalam menjalankan usahanya untuk menjaga perlindungan konsumen serta adanya kepastian hukum.²⁸

Terdapat beberapa jenis label yang memiliki pengertian berbeda antara lain:

- a. Label Produk (*product label*) adalah salah satu bagian dari pengemasan sebuah produk yang menjelaskan informasi mengenai produk atau penjualan produk.
- b. Label Merek (*brand label*) adalah nama merek dari produk yang diletakan pada kemasan.
- c. Label tingkat (*grade label*) berfungsi untuk mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau cara lainnya untuk menunjukkan kualitas dari produk tersebut.
- d. Label deskriptif (*descriptive label*) merupakan informasi objektif tentang cara penggunaan, konstruksi, dan mendaftar ciri-ciri produk yang lainnya.²⁹

²⁸ Pasal 1 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan

²⁹ Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Raja Grafindo, Jakarta, 2002, hlm. 192.

Label memiliki fungsi untuk memberikan konsumen informasi yang benar, jelas, dan lengkap baik terkait kuantitas, isi, kualitas ataupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai barang yang diproduksi oleh pelaku usaha. Label juga berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen terkait hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut dan konsumen dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengonsumsi barang atau jasa.³⁰

Berdasarkan Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha dilarang untuk memproduksi dan atau memperdagangkan barang atau jasa yang:³¹

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan Perundang-Undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan atau jasa tersebut;

³⁰ Dina dan Widiawati, “Gambaran Tingkat Kepatuhan Membaca Label Pangan Pada mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Al Azhar Indonesia”, *Jurnal Al Azhar*, Vol.5 No.3, Maret 2020, hlm 152.

³¹ Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan komposisi, proses pengolahan, gaya, model atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan iklan atau promosi penjualan barang dan atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara,
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan Perundang-Undangan yang berlaku.

Larangan-larangan tersebut bertujuan untuk mengupayakan agar barang yang beredar di masyarakat adalah produk yang layak untuk diedarkan. Berdasarkan Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan, persyaratan label yang harus berisikan keterangan sekurang-kurangnya:

- a. Nama produk;
- b. Daftar bahan-bahan yang digunakan;

- c. Nama dan alamat pihak yang memproduksi;
- d. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa.

Pencantuman keterangan dalam label, harus memberikan keterangan dalam Bahasa Indonesia, selain itu isi dari keterangan tersebut harus benar dan tidak menyesatkan. Pada Pasal 6 ayat (1) Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan menyatakan pemberian pernyataan tentang manfaat pangan bagi Kesehatan harus didukung oleh fakta ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan dan mewajibkan agar ditulis dalam Bahasa Indonesia, angka Arab dan atau huruf latin.³²

Informasi yang terdapat pada label pangan adalah informasi nilai gizi (ING) yang sangat bermanfaat bagi konsumen dalam memilih dan memutuskan konsumen untuk membeli produk sesuai yang mereka inginkan dalam memenuhi kebutuhan gizinya.³³ Berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2019 tentang Informasi Nilai Gizi Pada Label Pangan Olahan Pasal 5 ayat (2) informasi yang terkandung dalam label informasi nilai gizi adalah:

- a. Takaran saji;
- b. Jumlah sajian per kemasan;
- c. jenis dan jumlah kandungan zat Gizi;
- d. jenis dan jumlah kandungan zat non Gizi;
- e. persentase AKG;

³² Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 6.

³³ Riantika Pratiwi, "Pencantuman Komposisi bahan Pada Label Makanan Sebagai Hak Hukum di Kota Pekanbaru", *Jurnal Gagasan Hukum*, Vol. 1 No. 1, 2019, Hlm 66.

f. catatan kaki.³⁴

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif, yaitu penelitian yang difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah-kaidah atau norma-norma hukum positif.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan konseptual, pendekatan kasus dan Perundang-Undangan yaitu melalui cara pandang dengan melihat ketentuan maupun peraturan Perundang-Undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. Bahan Hukum

Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang terdiri dari:

a. Bahan hukum primer, yaitu bahan yang memiliki kekuatan hukum mengikat secara yuridis yang terdiri atas:

1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;

³⁴ Pasal 5 Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2019 tentang Informasi Nilai Gizi Pada Label Pangan Olahan

- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - 3) Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan;
 - 4) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan;
 - 5) Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2019 tentang Informasi Nilai Gizi Pada Label Pangan Olahan;
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang tidak memiliki kekuatan mengikat secara yuridis. Meliputi buku, media sosial, surat kabar, literatur, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan perlindungan konsumen.
 - c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan hukum yang dapat melengkapi sumber bagi penelitian ini seperti internet, kamus, dan ensiklopedia hukum.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi kepustakaan (*library research*), Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mengkaji buku-buku literatur, serta peraturan Perundang-Undangan yang berlaku dan berkaitan dengan masalah yang diteliti.

5. Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan (*library research*) serta penelitian dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif,

dengan cara mengklarifikasi data yang diperoleh sesuai dengan permasalahan yang kemudian disistematiskan dan dianalisis untuk menjadi dasar dalam mengambil kesimpulan dalam bentuk kalimat yang tersusun secara teratur, logis, runtun, dan efektif.

G. Kerangka Penulisan

Untuk lebih memudahkan dalam pembahasan maka dalam penyusunan skripsi ini akan diberikan gambaran garis besar mengenai penelitian skripsi ini secara keseluruhan. Secara sistematis kerangka skripsi ini dibagi menjadi 4 bab pembahasan, sebagai berikut:

Pada Bab I tentang pendahuluan dijabarkan pokok-pokok bahasan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kerangka Teori dan Metode Penelitian.

Pada uraian Bab II tentang Tinjauan Pustaka dijabarkan pokok-pokok bahasan mengenai tinjauan umum Perlindungan Konsumen, Pengertian Label Informasi Nilai Gizi. Dari paparan tersebut diharapkan dapat mengantarkan penulis untuk memahami teori-teori yang berkaitan dengan pokok permasalahan sebagaimana fokus kajian penelitian.

Pada uraian Bab III tentang hasil penelitian dan pembahasan dijabarkan pokok-pokok bahasan mengenai perlindungan konsumen terhadap pemberian label informasi nilai gizi yang tidak sesuai dengan kandungan dalam produk pangan olahan pangan.

Pada uraian Bab IV tentang Kesimpulan dan Saran dijabarkan pokok-pokok bahasan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran terkait dengan perumusan masalah yang sudah dikaji.

BAB II

**TINJAUAN UMUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
PEMBERIAN LABEL INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI**

A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah istilah yang menggambarkan perlindungan hukum untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Karena posisi konsumen yang kurang menguntungkan atau lemah maka harus dilindungi oleh hukum. Hukum memiliki tujuan untuk memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Perlindungan hukum menjadi upaya penting untuk menjamin adanya kepastian hukum yang melindungi konsumen, karena konsumen memiliki kedudukan sebagai saran itikad buruk bagi pelaku usaha. Diharapkan dengan adanya perlindungan hukum bagi konsumen dapat menghindari dari praktik-praktik yang dapat merugikan konsumen.³⁵

Pada ketentuan Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen ialah segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Adanya Pasal tersebut diharapkan menjadi benteng untuk meniadakan tindakan

³⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hlm. 13.

dan menjamin atau memberikan kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen.³⁶

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Pada Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan perlindungan konsumen memiliki beberapa asas-asas yaitu: perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Berdasarkan penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- a. Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- b. 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;
- c. Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual;

³⁶ Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Delapan, Rajawali Pres, Jakarta, 2014, hlm. 1

- d. 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;
- e. Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Adanya lima asas tersebut terdapat komitmen untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen sebagaimana pada Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu;³⁷

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk memperoleh informasi.

³⁷ Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002, hlm. 31.

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Beberapa asas dan tujuan di atas sebagaimana tercantum didalam Pasal 2 dan 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menunjukkan bahwa asas dan tujuan dari adanya perlindungan hukum bagi konsumen tersebut mempunyai misi yang sangat besar serta mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran konsumen atas Tindakan-tindakan pelaku usaha yang merugikan akibat produk barang dan/atau jasa yang diperdagangkan di masyarakat. Konsumen sangat berharap dengan adanya peraturan yang mengatur secara tegas terkait perlindungan konsumen itu, baik pelaku usaha maupun konsumen dapat menyadari akan hak dan kewajiban mereka masing-masing, sehingga tidak akan nada dari kedua belah pihak yang merasa dirugikan oleh pihak tertentu.³⁸

3. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari ahli Bahasa dari kata *consumen* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsumment* (Belanda). *Consument* atau *consumer* memiliki pengertian sesuai pada posisi mana ia berada. Secara harfiah

³⁸ Eli Wuria, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Jakarta, 2015, hlm. 15.

konsumen merupakan setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa. Tujuan penggunaan barang atau jasa menentukan termasuk konsumen mana penggunaan tersebut.³⁹ Dalam KBBI mengartikan konsumen sebagai pemakai bahan-bahan hasil produksi berupa pakaian, makanan, dan sebagainya.⁴⁰

Pada Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa 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.⁴¹ Menurut pendapat Sutedi, terdapat tiga pengertian konsumen yang ingin mendapatkan perlindungan, yaitu:⁴²

- a. Konsumen dalam artian umum, yaitu konsumen sebagai pemakai, pengguna, dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara, yaitu konsumen sebagai pemakai, pengguna dan /atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk memproduksi menjadi barang/jasa lain (pelaku usaha) atau untuk menjualnya Kembali (distributor), dengan tujuan komersial.
- c. Konsumen akhir, yaitu pengguna, pemakai dan/atau pemanfaat barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, atau rumah tangganya dan tidak untuk dijual Kembali.

³⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hlm.22.

⁴⁰ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1993, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, DEPDIKBUD, Jakarta, hlm. 458.

⁴¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1

⁴² Adrian Sutedi *Op.Cit.*, hlm. 10.

Menurut Az Nasution pengertian umum dari konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang atau jasa untuk kegiatan tertentu. Az. Nasution juga menegaskan beberapa Batasan terkait konsumen, yaitu:

1. Konsumen komersial (*commercial consumer*), adalah orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang dimanfaatkan atau digunakan untuk memproduksi barang dan/ jasa tertentu demi mendapat keuntungan.
2. Konsumen antara (*intermediate consumer*), orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa demi untuk diperdagangkan Kembali untuk mencari keuntungan.
3. Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*), orang yang menggunakan barang dan/atau jasa demi memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, orang lain, dan tidak untuk diperdagangkan Kembali.

4. Hak dan Kewajiban konsumen

Pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen sudah dirumuskan apa yang menjadi hak dan kewajiban, yang ditunjukkan baik untuk konsumen maupun pelaku usaha. sebagaimana tercantum didalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menjelaskan hak konsumen sebagai berikut:

1. berhak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. berhak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. berhak untuk mendapatkan pembinaan dan Pendidikan konsumen;
7. berhak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. berhak yang diatur dalam ketentuan peraturan Perundang-Undangan lainnya.

Secara universal, hak-hak konsumen yang harus dilindungi dalam perlindungan hukum yaitu:⁴³

1. Hak keamanan dan keselamatan:
2. Hak atas informasi;

⁴³ Husni syawalidan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 39.

3. Hak untuk memilih;
4. Hak untuk didengar;
5. Hak atas lingkungan hidup.

Kewajiban-kewajiban yang dimiliki konsumen seperti yang dijelaskan dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

5. Pengertian Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha berdasarkan Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha 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 menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁴⁴ Pada pengertian ini yang termasuk sebagai pelaku usaha adalah perusahaan, pedagang, koperasi, korporasi, BUMN, importir, distributor dan lain-lain.

⁴⁴ Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak-hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi:⁴⁵

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari Tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan Perundang-Undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:⁴⁶

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;

⁴⁵ Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁴⁶ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian;
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Hak dan kewajiban pelaku usaha ini bertimbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hal ini merupakan upaya menciptakan hubungan yang seimbang dan serasi antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini juga memastikan bahwa pelaku usaha dan konsumen saling membutuhkan.⁴⁷

7. Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam

Sejarah perlindungan konsumen dalam islam terjadi sejak saat perdagangan dilakukan oleh Rasulullah dengan prinsip kejujuran dan keadilan. Prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dalam praktik-praktik

⁴⁷ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 141.

perdagangan yang dilakukan oleh Rasulullah. Menurut Al-Quran perdagangan yang adil dan jujur adalah yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah: 279 yang artinya:

“maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu. kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)”.

Beberapa praktik perdagangan yang dilarang Rasulullah pada asas pemerintahan rasulullah di Madinah diantaranya:⁴⁸

1. *Talaqqi Rukban*, adalah Tindakan mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar. Hal ini bertujuan untuk menghindari ketidaktahuan konsumen dari harga barang. Prakti ini menyebabkan kebutuhan dan permintaan barang tidak bertemu sehingga menyebabkan perdagangan tidak yang sehat.
2. *Gisyah*, adalah menyembunyikan atau memalsukan suatu barang yang cacat dan dijual Kembali, bisa juga dengan mencampurkan barang yang cacat ke dalam barang yang berkualitas baik, sehingga konsumen akan tertipu karena kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas barang yang diperdagangkan.

⁴⁸http://www.academia.edu/25847755/PERLINDUNGAN_KONSUMEN_DALAM_PERSPEKTIF_HUKUM_ISLAM_DAN_UNDANG-UNDANG_NOMOR_8_TAHUN_1999 , diakses pada tanggal 26 September 2023 pukul 20.40 WIB.

3. *Najasy*, adalah praktik perdagangan yang dimana seseorang berpura-pura sebagai pembeli dan menawar dengan harga yang tinggi secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.
4. *Produk haram*, adalah memperdagangkan barang-barang yang sangat jelas dilarang dan diharamkan oleh Al-Quran.
5. *Riba*, adalah mengambil tambahan dalam suatu transaksi jual beli atau simpan pinjam yang berlangsung secara zalim dan bertentangan dengan syariat islam.
6. *Tathfif*, adalah Tindakan yang mengurangi suatu berat atau timbangan barang yang diperdagangkan.

Islam juga memberikan ruang bagi pelaku usaha dan konsumen untuk mempertahankan hak-haknya dalam perdagangan yang dikenal dengan istilah khiyar yaitu:

1. *Khiyar Majelis*, hak memilih oleh penjual atau pembeli yang berakad untuk membatalkan akad jual beli selama keduanya masih dalam satu majelis (belum berpisah).
2. *Khiyar syarat*, adalah salah satu pihak berakad membeli sesuatu dengan ketentuan memiliki khiyar selama jangka waktu yang jelas
3. *Khiyar Aib*, diharamkannya bagi seseorang yang menjual barang dengan cacat (cacat produk) tanpa menjelaskan kepada konsumen.
4. *Khiyar Ta' yin*, diberikannya hak pilih pembeli dalam menentukan barang yang dia inginkan dari sejumlah barang yang diperdagangkan meskipun

barang tersebut berbeda harga, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dikehendaki.

5. *Khiyar Ru'yah*, hak ini dimiliki oleh salah satu pelaku akad untuk membatalkan atau melanjutkan akad pada suatu barang yang belum pernah dilihat sebelumnya atau barang tersebut tidak ada dalam majelis jual-beli.

B. Tinjauan Umum Label Makanan

1. Pengertian Label

Label adalah salah satu bagian dari sebuah produk yang memberikan informasi verbal tentang produk atau penjualnya.⁴⁹ Berdasarkan Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terkait kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta juga memberikan penjelasan terkait penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Menurut Kotler label merupakan tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang secara rumit dan menjadi satu kesatuan dengan kemasan. Dalam pemberian label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.⁵⁰

⁴⁹ Angipora, *Op.Cit.*, hlm 192

⁵⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, 2000, hlm. 477.

Terdapat beberapa jenis label yang memiliki pengertian berbeda antara lain:

- a. Label Produk (*product label*) adalah salah satu bagian dari pengemasan sebuah produk yang menjelaskan informasi mengenai produk atau penjualan produk.
- b. Label Merek (*brand label*) adalah nama merek dari produk yang diletakan pada kemasan.
- c. Label tingkat (*grade label*) berfungsi untuk mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau cara lainnya untuk menunjukkan kualitas dari produk tersebut.
- d. Label deskriptif (*descriptive label*) merupakan informasi objektif tentang cara penggunaan, kontruksi, dan mendaftar ciri-ciri produk yang lainnya.

2. Fungsi Label

Label memiliki fungsi tidak terlepas dari tujuan peraturan, pembinaan dan pengawasan pangan yang sesuai dengan Pasal 96 ayat 1 dan 2 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan yaitu:⁵¹

1. pemberian label pangan bertujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat tentang setiap produk pangan yang dikemas sebelum membeli dan/atau mengkonsumsi pangan.

⁵¹ Pasal 96 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

2. Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terkait dengan asal, keamanan, mutu, kandungan gizi, dan keterangan lain yang diperlukan.

Menurut Kotler, label memiliki beberapa fungsi yaitu:

1. Mengidentifikasi produk atau merek;
2. Label menentukan kelas produk;
3. Label menggambarkan beberapa hal terkait produk;
4. Label berfungsi untuk mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Melihat fungsi label yang sangat penting, maka produk pangan yang berbentuk kemasan diwajibkan memberikan label sebagaimana yang telah diatur di dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan yang menyatakan:⁵²

1. Label sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) berisikan keterangan mengenai pangan yang bersangkutan;
2. Keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekurang-kurangnya.
 - a. Nama Produk;
 - b. Daftar bahan yang digunakan;
 - c. Berat bersih atau isi bersih;
 - d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan ke dalam wilayah Indonesia;

⁵² Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan

- e. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa;

Label juga memiliki beberapa tujuan antara lain:

- a. Memberi informasi terkait isi produk yang diberi label tanpa membuka segel kemasan produk tersebut;
- b. Sebagai sarana komunikasi pelaku usaha kepada konsumen terkait hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk itu sendiri;
- c. Memberi petunjuk yang tepat kepada konsumen sehingga memperoleh fungsi produk secara optimum;
- d. Sebagai sarana periklanan;
- e. Memberikan rasa aman bagi konsumen dalam menggunakan produk tersebut.

3. Label Informasi Nilai Gizi (nutrition facts)

Informasi nilai gizi atau yang biasa disebut nutrition facts adalah label yang berada pada kemasan makanan atau minuman yang memberikan informasi mengenai kandungan nutrisi pada makanan tersebut. Label ini berfungsi sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Informasi nilai gizi ini sangat diperlukan untuk memberikan informasi terkait nutrisi dari produk yang akan dibeli oleh konsumen.⁵³

Menurut Pasal 96 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang pangan, pemberian label pangan bertujuan untuk memberikan

⁵³ Debora, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pemberian Label Gizi Yang Tidak Sesuai Dengan Mutu Pada Produk Pangan Olahan", *Jurnal Hukum*, Vol. 7 No. 3, 2018, hlm. 168.

informasi yang benar dan jelas kepada konsumen terkait setiap produk pangan yang dikemas sebelum membeli pangan. Informasi yang dimaksud adalah informasi terkait dengan asal, keamanan, mutu, dan keterangan lain yang diperlukan.⁵⁴

⁵⁴ Pasal 96 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang pangan

BAB III

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL

INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI

Perlindungan hukum secara etimologi, berasal dari bahasa Belanda yaitu *theorie van de wettelijke bescherming*. Kata tersebut memiliki arti bahwa hukum itu melindungi sesuatu. Yaitu kepentingan manusia, karena pada dasarnya hukum itu dibuat oleh dan untuk manusia atau masyarakat. Berdasarkan pemahaman ini, kata perlindungan hukum memiliki kaitan dengan fungsi hukum dan tujuan hukum. Mengenai apa fungsi hukum pada umumnya, bahwa fungsi hukum merupakan perlindungan kepentingan manusia. Hal tersebut sudah disepakati oleh ahli hukum.⁵⁵

Pada prinsipnya, tujuan dari perlindungan hukum adalah untuk memberikan rasa aman, kepastian dan keadilan bagi masyarakat. Berdasarkan kata “perlindungan” itu sendiri memiliki makna memberikan pengayoman kepada pihak yang lemah sehingga perlindungan hukum memiliki artian sebagai pengayoman yang diberikan pemerintah kepada seseorang untuk memberikan rasa aman, kepastian dan keadilan terhadap hak-haknya dalam lingkungan bermasyarakat.⁵⁶

⁵⁵ Sudikno Mertokusumo, *Bunga Rampai Ilmu Hukum*, Yogyakarta, Liberty, 1984, hlm. 107.

⁵⁶ *Ibid*, hlm. 107.

Pada konteks hukum perlindungan konsumen terdapat prinsip yang berlaku pada bidang hukum ini. Prinsip yang timbul terkait kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha berasal dari doktrin atau teori yang sudah dikenal selama perjalanan sejarah hukum perlindungan konsumen. Prinsip-prinsip tersebut adalah:⁵⁷

a. *Let The Buyer Beware*

Doktrin ini sebagai embrio lahirnya sengketa pada bidang transaksi konsumen. Asas ini berasumsi, pelaku usaha dan konsumen sebagai pihak yang seimbang sehingga tidak perlu adanya proteksi apapun terhadap konsumen. Pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen prinsip ini sudah tidak digunakan lagi, tetapi sebaliknya menggunakan prinsip kehati-hatian dari pelaku usaha atau disebut juga *caveat venditor*, hal tersebut dapat dilihat pada bab tersendiri terkait perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha,

b. *The Due Care Theory*

Doktrin ini menyatakan, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk berhati-hati dalam memproduksi serta menyalurkan sebuah produk, baik barang dan/atau jasa, selama melakukannya dengan berhati-hati, maka pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan. Pelaku usaha harus bisa membuktikan bahwa pelaku usaha tidak melanggar prinsip kehati-hatian.

⁵⁷ Shidrata, *Op.Cit.*, hlm. 61.

c. *The Primitif of Contract*

Doktrin ini menyatakan pelaku usaha memiliki kewajiban untuk melindungi konsumen, namun hal tersebut baru bisa dapat dilakukan jika di antara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak bisa dipersalahkan atas hal-hal di luar perjanjian, artinya konsumen boleh menggugat berdasarkan wanprestasi.

Kecacatan produk (cacat informasi) yang disebabkan kurangnya informasi yang diberikan oleh pelaku usaha dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Pentingnya pemberian informasi yang benar dan jelas terhadap konsumen mengenai suatu produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu.

Pada kasus susu protein yang telah diuji laboratorium secara acak kepada beberapa susu protein terkhususnya produk lokal dan hasil dari uji laboratorium tersebut, kemudian ada beberapa susu protein yang memiliki kandungan gizi yang tidak sesuai dengan label pangan yang tercantum pada kemasannya. Salah satu produk mengklaim bahwa kandungan protein yang terkandung dalam produk tersebut sebanyak 25gram protein, tetapi setelah dicek di laboratorium kandungan protein pada produk tersebut hanya separuhnya, yaitu hanya 13gram protein.⁵⁸

Hal tersebut juga dilakukan oleh Adrianus Agal seorang mantan atlet tinju melaporkan produk susu protein ke polda metro jaya. Laporan tersebut tercatat

⁵⁸<https://www.intipseleb.com/amp/lokal/56895-geger-soal-whey-protein-palsu-kandungan-asli-jauh-berbeda-dari-label-yang-tertera-di-kemasan> , Diakses terakhir tanggal 30 Mei 2023, Pukul 23.15

dalam laporan polisi LP/B/5485/XI/2021/SPKT/POLDA METRO JAYA pada tanggal 2 November 2021. Adrianus Agal juga membawa produk susu protein ke salah satu laboratorium gizi. Adrianus dibuat terkejut setelah melihat hasil uji laboratorium menunjukkan hasil yang tidak sesuai dengan apa yang tertera di label pangan yang tercantum pada kemasan produk tersebut.⁵⁹

Sebagaimana sudah diuraikan pada ketentuan Pasal 1 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999, 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 dari kemasan pangan.⁶⁰

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur terkait pencantuman informasi pada produk makanan. Berdasarkan asas dan tujuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud tidak hanya sebatas dalam wujud label tetapi juga mencakup segala hal yang berkaitan mengenai informasi Kesehatan, keamanan dan kepastian hukum dari produk makanan tersebut. Pelabelan sebuah produk memiliki tiga manfaat utama, yaitu:⁶¹

1. Sebagai alat pemasaran (*as a market tool*)
2. Sebagai media penyampaian informasi

⁵⁹ <https://wartakota.tribunnews.com/2021/12/07/kandungan-nutrisi-diduga-tak-sesuai-mantan-atlet-tinju-laporkan-produk-susu-protein-ke-polisi> , diakses terakhir 25 September 2023, pukul 13.2

⁶⁰ Pasal 1 ayat (3) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan

⁶¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

3. Sebagai syarat terselenggaranya perdagangan yang adil

Penggunaan fungsi label, pelaku usaha dapat menjelaskan keunggulan produk yang mereka hasilkan. Hal tersebut untuk menarik minat konsumen untuk mengkonsumsinya. Sebagai contoh adalah label informasi nilai gizi (*nutrition facts*) terkait kandungan protein yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk pangan olahan lain.

Sebagai media penyampaian informasi kepada konsumen, label memberikan manfaat bagi konsumen untuk memberikan pilihan atas produk yang akan dikonsumsinya. Misalnya konsumen yang gemar berolahraga akan lebih memilih untuk mengkonsumsi produk dengan kandungan protein yang tinggi. Demi mencapai perdagangan yang adil, label memiliki standar atau ketentuan-ketentuan tertentu yang diatur oleh suatu peraturan, sehingga pelaku usaha dapat menghasilkan produk yang aman bagi konsumen dan dapat bersaing dengan produk-produk lain di pasaran.

Komposisi kandungan dalam makanan menjadi salah satu hal utama yang perlu diketahui oleh konsumen untuk mengetahui keamanan produk yang dikonsumsi. Hal tersebut sangat penting bagi konsumen karena suatu produk pangan olahan pasti memiliki komposisi yang beraneka ragam. Oleh sebab itu sudah seharusnya konsumen mengetahui informasi terkait dengan makanan yang akan dikonsumsi agar konsumen dapat memilih produk sesuai dengan yang ia butuhkan.

Informasi produk yang ditemukan dalam informasi lain seperti label, iklan, etiket dilakukan dengan batas minimal tertentu, sehingga tidak menyesatkan atau menipu (melawan hukum) yang dimana pemberian informasi bersifat wajib dilakukan dengan sanksi-sanksi administratif dan/atau pidana tertentu apabila tidak dipenuhinya persyaratan label tersebut. Pemberian informasi jika dilihat dari sudut peraturan Perundang-Undangan adalah sebagai suatu keharusan.

Sebagaimana telah disebutkan dalam hasil penelitian terdapat beberapa peraturan Perundang-Undangan yang berhubungan dengan pencantuman informasi produk pangan, yaitu:

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan;
- c. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.

Berdasarkan peraturan Perundang-Undangan diatas, dapat dikatakan bahwa masalah pemberian pelabelan/informasi produk pangan olahan telah diatur pemerintah secara rinci. Ketiga perangkat peraturan ini pada dasarnya saling mendukung satu sama lain dan tidak bertentangan. Oleh sebab itu peraturan Perundang-Undangan tersebut sudah terdapat harmonisasi, baik secara vertikal maupun horizontal dan secara yuridis normatif telah dapat memberikan perlindungan kepada konsumen.

Pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat sejumlah asas yang terkandung di dalam usaha memberikan perlindungan hukum terhadap

konsumen. Perlindungan konsumen tersebut dilakukan sebagai bentuk usaha antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam bentuk peraturan Perundang-Undangan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen. Asas-asas tersebut terkandung di dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu:⁶²

- a. 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;
- b. 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;
- c. Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual;
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan oemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;

⁶² pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

e. Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Kelima asas di atas, bila diperhatikan memiliki substansi yang dapat dibagi menjadi tiga asas utama yaitu asas kemanfaatan yang didalamnya terkandung asas keamanan dan keselamatan konsumen, asas keadilan yang didalamnya terdapat asas keseimbangan, dan asas kepastian hukum.⁶³

Terdapat banyak peluang untuk pelaku usaha berbuat curang dalam pelabelan karena ketentuan yang ada terlalu mudah, maka menimbulkan potensi kerugian bagi konsumen dan pelaku usaha yang jujur semakin besar. Sehingga menjelaskan bahwa dalam hal ini asas manfaat dan asas keselamatan dan keamanan konsumen tidak terpenuhi.⁶⁴

Pada kasus yang diuraikan di atas bahwa pelaku usaha telah melanggar kewajibannya yang telah diatur dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan tidak memberikan informasi yang benar dan jujur mengenai kondisi dari barang yang dijualnya, serta melanggar hak yang dimiliki konsumen dalam Pasal 4 ayat (3) yaitu hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang yang dikonsumsi.

⁶³ Gusti Ayu Sri Agung Arimas, "Perlindungan Konsumen Dalam Pelebelan Produk Pangan", *Jurnal Hukum*, Vol. 2, Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2014, hlm. 6.

⁶⁴ *Ibid*, hlm. 6.

Pada perlindungan konsumen, pelaku usaha mempunyai hal yang penting yaitu tanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh pihak konsumen. Dari kebanyakan kasus-kasus yang sudah terjadi, pihak konsumen lah yang paling banyak mengalami kerugian yang disebabkan oleh produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha dan pihak konsumen saling memiliki ketergantungan, pihak konsumen membeli dan memanfaatkan produk dari pelaku usaha karena kebutuhan, sedangkan pelaku usaha membutuhkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan.

Konsumen berhak mendapatkan informasi terkait barang dan/atau jasa. Informasi barang dan/atau jasa menjadi kebutuhan yang sangat penting Sebelum konsumen melaksanakan transaksi jual beli atas apa yang ingin konsumen lakukan terkait barang dan/atau jasa tersebut. Informasi menjadi salah satu hak yang dimiliki konsumen sebagaimana diatur dalam peraturan Perundang-Undangan. Hak- hak tersebut terdapat pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:⁶⁵

- a. Berhak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Berhak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

⁶⁵ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- d. Berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Berhak untuk mendapatkan pembinaan dan Pendidikan konsumen;
- g. Berhak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Berhak yang diatur dalam ketentuan peraturan Perundang-Undangan lainnya.

Perlindungan hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diantaranya, hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta memperoleh barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan hak konsumen atas informasi yang benar, didalamnya mencakup hak atas informasi yang proporsional dan diberikan secara tidak diskriminatif. Hak atas informasi ini meliputi hak untuk memperoleh fakta yang diperlukan untuk menentukan pilihan atas produk atau jasa dan hak untuk dilindungi terhadap periklanan yang tidak jujur dan menyesatkan.⁶⁶

⁶⁶ Cindy Aulia, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online", *Business Law Review*, Vol. 1, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, 2016, hlm. 15.

Hak konsumen merupakan aspek penting dari kepentingan konsumen, yang meliputi pengamanan, melindungi dan melaksanakan hak konsumen, atas transaksi jual beli untuk memastikan konsumen menerima kualitas barang atau jasa yang diharapkan pada harga yang sesuai. Hal ini tentunya terkait dengan arti dari “perlindungan konsumen” itu sendiri, yang dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen didefinisikan sebagai berikut: “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.⁶⁷

Pada kaitanya dengan hak konsumen atas informasi yang jujur dan benar sebagaimana terdapat pada Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka perlindungan bertujuan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses dalam mendapatkan informasi.⁶⁸ Pemberian informasi yang benar mengenai produk akan membantu konsumen menentukan pilihannya secara benar dan bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhannya. Maka sebagai konsumen memiliki berbagai hak dalam Tindakan pembelian barang serta adanya berbagai perlindungan hukum terhadap konsumen.

⁶⁷ Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁶⁸ Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kewajiban konsumen yaitu:⁶⁹

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya juga memiliki hak yang harus dilaksanakan seperti yang diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:⁷⁰

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari Tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

⁶⁹ Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁷⁰ Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan Perundang-Undangan lainnya.

Kewajiban Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya yang harus dilaksanakan seperti yang diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:⁷¹

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian;
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

⁷¹ Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Berdasarkan peraturan di atas, maka hak dan kewajiban pelaku usaha berbanding terbalik dengan hak dan kewajiban konsumen. Ini menandakan hak bagi konsumen adalah suatu kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha. Demikian juga kewajiban bagi konsumen adalah hak yang harus diterima oleh pelaku usaha. Dari kewajiban pelaku usaha di atas maka dapat dikatakan pelaku usaha juga harus memenuhi apa yang menjadi kewajibannya, dan Ketika pelaku usaha tidak bisa memenuhi kewajiban tersebut sehingga menyebabkan pelanggaran, maka dapat menimbulkan kerugian yang diderita oleh pihak konsumen.⁷²

Sebagai pemilik pelaku usaha dalam memperdagangkan dagangannya perlu memperhatikan aturan-aturan yang berlaku. Pasal 8 ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah menjelaskan mengenai perbuatan-perbuatan yang dilarang sebagai pelaku usaha. Pelaku usaha dilarang untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:⁷³

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan Perundang-Undangan;
- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;

⁷² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit.*, hlm. 33.

⁷³ Pasal 8 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau pengguna tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, aibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan Perundang-Undangan yang berlaku.

Pelaku usaha selama melakukan usahanya memiliki kewajiban yang harus dilakukannya seperti yang tertulis pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pada Pasal 7 huruf b pelaku usaha berkewajiban memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang

dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Pada huruf f dan g menjelaskan bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan ganti rugi akibat barang yang diperdagangkan.

Informasi terkait suatu produk pangan merupakan hal yang penting bagi pihak konsumen, sehingga pelaku usaha sudah seharusnya memberikan informasi yang jelas, benar, dan jujur terkait produk yang diperdagangkan. Apabila informasi pada produk tidak benar, produk tersebut akan menimbulkan kerugian kepada pihak konsumen. Hal tersebut akan dianggap melanggar hak-hak konsumen. Penyampaian informasi tersebut dilakukan untuk meyakinkan konsumen agar tidak salah mengenai suatu produk. Informasi tersebut berupa representasi, peringatan, dan instruksi.⁷⁴

Larangan yang ditujukan untuk pelaku usaha memiliki tujuan agar mewujudkan perdagangan yang tertib dan iklim usaha yang sehat untuk memastikan bahwa produk yang diperjual belikan tersebut tidak melanggar aturan hukum yang berlaku. Pelaku usaha berkewajiban memberikan representasi yang benar dan jelas mengenai barang dan/atau jasa yang mereka perdagangkan. Pemilik usaha yang tidak jujur mengenai informasi dagangannya tentunya menimbulkan kerugian bagi konsumen yang mengkonsumsi atau memanfaatkan dagangannya dan juga menandakan masih terdapat persaingan usaha yang tidak sehat antara pelaku usaha.

⁷⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit.*, hlm. 44.

Kerugian konsumen akibat Tindakan pelaku usaha yang tidak memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur dapat meminta dan menerima ganti kerugian seperti dijelaskan pada Pasal 4 huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen dapat meminta ganti kerugian kepada pelaku usaha, pelaku usaha bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang diderita pihak konsumen.⁷⁵

Konsumen yang telah merasa dirugikan akibat perbuatan pelaku usaha yang tidak memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur dapat meminta ganti rugi seperti yang telah dijelaskan pada Pasal 4 ayat (8) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen dapat meminta ganti kerugian kepada pelaku usaha.⁷⁶

Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan penjelasan mengenai tanggung jawab dari pelaku usaha yang berbunyi:⁷⁷

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya,

⁷⁵ N.H.T. Siahaan, *Op. Cit.*, hlm. 138.

⁷⁶ Pasal 4 ayat (8) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁷⁷ pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

atau perawatan Kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.

- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pada ketentuan Pasal 19 yang kemudian dikembangkan pada Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan:⁷⁸Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Berdasarkan Pasal 19 sampai Pasal 28 Undang- Undang Perlindungan Konsumen, pihak konsumen yang merasa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha dan menyebabkan kerugian dapat menuntut pertanggungjawaban dari pelaku usaha. Konsumen dapat menggugat pelaku usaha seperti yang tertera pada

⁷⁸ Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi sebagai berikut:⁷⁹

- 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 tanggung jawab 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.

Berdasarkan contoh kasus yang dialami oleh Adrianus Agal yang merasa tertipu dan mengalami kerugian atas ketidaksesuaian pemberian label gizi pada whey protein yang diproduksi oleh pelaku usaha, maka atas perbuatannya pelaku usaha tersebut telah melanggar ketentuan yang terdapat pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pada permasalahan yang telah diuraikan, Ketika konsumen mengalami kerugian akibat hasil perbuatan pelaku usaha, pelaku usaha harus mengganti kerugian sesuai yang ditetapkan undang-undang. Untuk

⁷⁹ Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

mendapat ganti rugi harus melalui proses hukum, tidak bisa serta merta meminta ganti kerugian terhadap pelaku usaha. Dalam hukum, untuk melapor dan menuntut pertanggungjawaban harus memiliki dasar yaitu hal apa yang harus menyebabkan seseorang harus bertanggung jawab. Dasar pertanggungjawaban terkait dengan hubungan hukum yang timbul antara pihak yang menuntut pertanggungjawaban dengan pihak yang dituntut untuk bertanggung jawab. Berdasarkan peristiwa hukum atas produk yang merugikan konsumen.⁸⁰

Apabila dikaitkan dengan perbuatan melawan hukum, karena terdapat cacat produk, maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen menggunakan dasar atau asas tanggung jawab mutlak (*strict liability*). *Product liability* merupakan tanggung jawab atau kewajiban yang dimiliki individu maupun badan yang menghasilkan sebuah produk untuk diperjualbelikan. Pertanggungjawaban pada prinsip ini dibebankan secara penuh kepada pelaku usaha, dalam kasus ini konsumen yang merasa dirugikan karena merasa tertipu oleh label informasi nilai gizi yang tidak sesuai dengan mutu produk yang diproduksi oleh pelaku usaha. Prinsip tanggung jawab mutlak, menitik beratkan konsumen hanya perlu memberikan bukti atas barang yang diterima dalam keadaan tidak sesuai kepada pelaku usaha. Bukti yang diserahkan konsumen menjadi bukti yang sangat kuat untuk meminta ganti rugi, Ketika pelaku usaha dapat memberikan pembuktian unsur kesalahan konsumen maka ganti rugi tidak perlu diberikan.⁸¹

⁸⁰<https://www.hukumonline.com/berita/a/perbuatan-melawan-hukum-dan-wanprestasi-sebagai-dasar-gugatan-hol3616> , diakses pada tanggal 28 Oktober 2023, pukul 02.15 WIB

⁸¹ Nadila Manda Sari, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Kerusakan Produk”, *Jurnal Perspektif*, Vol 28 No. 3, 2023, hlm. 161.

Product liability menurut Johannes Gunawan adalah lembaga hukum keperdataan yang menjadi bagian dari Lembaga perbuatan melawan hukum sering disebut pula sebagai Lembaga hukum pertanggungjawaban atas dasar kesalahan (*liability based on fault*), karena Ketika konsumen ingin menggugat ganti rugi dari pelaku usaha, maka konsumen berkewajiban membuktikan 4 hal yaitu:⁸²

- a. Pelaku usaha telah melakukan perbuatan melawan hukum;
- b. Pelaku usaha telah melakukan kesalahan;
- c. konsumen telah mengalami kerugian;
- d. kerugian yang dialami konsumen merupakan akibat dari perbuatan melawan hukum yang telah dilakukan oleh pelaku usaha.

Kerugian yang ditimbulkan dalam perbuatan pelaku usaha haruslah kerugian yang ditimbulkan oleh perbuatan itu bukan karena sebab yang lain, atau dengan kata lain hubungan sebab akibat antara kerugian yang timbul dengan perbuatan yang dilakukan oleh si pelaku usaha itu sendiri.

Setelah lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pembuktian terkait ada tidaknya kesalahan pelaku usaha dibebankan kepada pelaku usaha. Praktek perdagangan modern memiliki proses distribusi dan pengiklanan yang ditujukan langsung kepada konsumen melalui media massa serta pemasangan label, sehingga tidak perlu adanya hubungan kontraktual sebagai tanda terikatnya orang secara hukum. Ketentuan dalam Pasal 19 Undang-Undang

⁸² Johannes Gunawan, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia dan perdagangan bebas*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 116.

Perlindungan Konsumen yang menyatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian yang dialami oleh konsumen akibat mengkonsumsi atau memanfaatkan barang yang dihasilkan atau diperdagangkan. Pertanggungjawaban tersebut merupakan tanggung jawab dalam bentuk *product liability* yaitu tanggung jawab perdata secara langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan pelaku usaha.⁸³

Berdasarkan Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha yang telah melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud 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).⁸⁴

Berkaitan kasus tersebut, dengan adanya aturan yang sudah dibuat pelaku usaha setidaknya mentaati aturan yang sudah ditentukan oleh Undang-Undang yang berlaku. Hal ini bertujuan agar konsumen yang mengkonsumsi bisa memperoleh informasi yang benar dan jelas terkait informasi dari produk pangan yang dikemas, baik mengenai asal, keamanan, mutu, kandungan gizi,

⁸³ Syukni Tumi Pengata, “Apa Saja Bentuk-Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen? Ini Jawabannya”, terdapat dalam [Apa Saja Bentuk-bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha terhadap Konsumen? Ini Jawabannya - Media Konsumen](#) Diakses tanggal 29 September 2023 pukul 21.20 WIB

⁸⁴ Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

maupun keterangan lain yang diperlukan pihak konsumen untuk memutuskan akan membeli dan/atau mengkonsumsi produk pangan olahan tersebut.

Pelaksanaan peraturan terkait perlindungan konsumen menjadi hal yang penting dalam pemberian hukuman atas setiap pelanggaran suatu ketentuan yang berlaku. Pemberian hukuman ini menjadi suatu keharusan untuk meminimalisir terulang lagi atau pihak lain tidak mengulanginya Kembali. Sanksi atau hukuman yang diberikan dalam bentuk sanksi administratif dapat dilakukan secara berjenjang mulai dari teguran/peringatan, denda, hingga pada pencabutan izin usaha.

Pada perspektif islam terdapat 4 sumber yang dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan hukum perlindungan menurut islam yang disepakati oleh fuqaha yaitu berdasarkan Al-Quran, Sunnah, ijma, dan qiyas. Pelaksanaan perekonomian dalam islam sepenuhnya mengikuti ajaran yang terkandung dalam Al-Quran, sunnah Rasul SAW, dan ajaran para sahabatnya. Adanya perlindungan hukum maka masyarakat diharapkan terhindar dari Tindakan yang merugikan dan juga memberikan kepastian hukum dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Hal ini tidak jauh dari adanya kesadaran pelaku usaha sehingga kedua belah pihak tidak saling dirugikan.⁸⁵

⁸⁵Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Intergrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, Lkis Printing Cemerlang, Yogyakarta, 2009, hlm. 354.

Perdagangan yang adil dan jujur berdasarkan Al-Quran adalah perdagangan yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 279 yang memiliki arti:

“maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertobat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu. kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)”.

Beberapa praktik perdagangan yang dilarang Rasulullah pada asas pemerintahan rasulullah di Madinah diantaranya:⁸⁶

1. *Talaqqi Rukban*, adalah Tindakan mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar. Hal ini bertujuan untuk menghindari ketidaktahuan konsumen dari harga barang. Prakti ini menyebabkan kebutuhan dan permintaan barang tidak bertemu sehingga menyebabkan perdagangan tidak yang sehat.
2. *Gisyah*, adalah menyembunyikan atau memalsukan suatu barang yang cacat dan dijual Kembali, bisa juga dengan mencampurkan barang yang cacat ke dalam barang yang berkualitas baik, sehingga konsumen akan tertipu karena kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas barang yang diperdagangkan.

⁸⁶http://www.academia.edu/25847755/PERLINDUNGAN_KONSUMEN_DALAM_PERSP_EKTIF_HUKUM_ISLAM_DAN_UNDANG-UNDANG_NOMOR_8_TAHUN_1999 , diakses pada tanggal 26 September 2023 pukul 20.40 WIB.

3. *Najasy*, adalah praktik perdagangan yang dimana seseorang berpura-pura sebagai pembeli dan menawar dengan harga yang tinggi secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.
4. *Produk haram*, adalah memperdagangkan barang-barang yang sangat jelas dilarang dan diharamkan oleh Al-Quran.
5. *Riba*, adalah mengambil tambahan dalam suatu transaksi jual beli atau simpan pinjam yang berlangsung secara zalim dan bertentangan dengan syariat islam.
6. *Tathfif*, adalah Tindakan yang mengurangi suatu berat atau timbangan barang yang diperdagangkan.

Dari beberapa perdagangan yang telah dilarang tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa praktik yang diajarkan mengandung nilai-nilai perlindungan konsumen atas hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam melakukan jual beli. Dalam melakukan perdagangan harus menerapkan kejujuran, keadilan, dan transparansi yang dilandasi nilai-nilai keimanan.

Pada islam juga memberikan ruang bagi pelaku usaha dan konsumen untuk mempertahankan hak-haknya dalam perdagangan yang dikenal dengan istilah *khiyar* yaitu:

1. *Khiyar Majelis*, hak memilih oleh penjual atau pembeli yang berakad untuk membatalkan akad jual beli selama keduanya masih dalam satu majelis (belum berpisah).

2. *Khiyar syarat*, adalah salah satu pihak berakad membeli sesuatu dengan ketentuan memiliki khiyar selama jangka waktu yang jelas
3. *Khiyar Aib*, diharamkannya bagi seseorang yang menjual barang dengan cacat (cacat produk) tanpa menjelaskan kepada konsumen.
4. *Khiyar Ta' yin*, diberikannya hak pilih pembeli dalam menentukan barang yang dia inginkan dari sejumlah barang yang diperdagangkan meskipun barang tersebut berbeda harga, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dikehendaki.
5. *Khiyar Ru' yah*, hak ini dimiliki oleh salah satu pelaku akad untuk membatalkan atau melanjutkan akad pada suatu barang yang belum pernah dilihat sebelumnya atau barang tersebut tidak ada dalam majelis jual-beli.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Label pangan menjadi salah satu informasi yang berhubungan dengan suatu produk pangan yang diberikan oleh pelaku usaha (produsen). Adanya label pangan menjadi salah satu pemenuhan hak konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi produk yang dikonsumsi atau dimanfaatkan. Hal ini disebutkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pada kenyataannya, hak-hak konsumen tersebut belum dapat dipenuhi secara optimal yang disebabkan masih adanya pelaku usaha yang melakukan perbuatan yang merugikan konsumen dengan memberikan label pangan yang tidak sesuai dengan mutu produk. Maka pelaku usaha tersebut melanggar ketentuan pada Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha yang memberikan label pangan yang tidak sesuai pada produk pangan dapat dinyatakan telah melanggar ketentuan peraturan Perundang-Undangan di atas maka akibat-akibat hukum yang timbul bagi pelaku usaha yang melakukan pencantuman label pangan yang tidak sesuai pada sebuah produk dari ketentuan-ketentuan yang berada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan terdapat 3 (tiga) kategori yaitu pelaku usaha tersebut dapat dikenai sanksi pidana, sanksi perdata maupun sanksi administrasi.

B. Saran

Pelaku usaha harus menyadari pentingnya keberadaan informasi yang terdapat dalam label pangan suatu produk. Pemberian label informasi harus memenuhi hak atas informasi yang telah tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Oleh sebab itu dengan adanya label informasi yang telah diberikan oleh pelaku usaha, konsumen bisa memanfaatkannya untuk mengetahui terkait informasi mengenai produk yang akan dibelinya. Untuk mengingat pentingnya pengaruh pangan bagi Kesehatan tubuh kita, maka konsumen sebagai orang yang mengkonsumsi produk tersebut juga harus selalu waspada dan teliti sebelum membeli sebuah produk pangan tertentu. Sebagai konsumen harus selalu mencermati informasi yang terdapat dalam sebuah label pangan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Halim Baratulah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*, Nusa Media, Bandung, 2008.
- Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Ghalia Indonesia, 2008.
- Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Delapan, Rajawali Pres, Jakarta, 2014.
- Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Raja Grafindo, Jakarta, 2002.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017.
- Eli Wuria, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Jakarta, 2015.
- Endang Wahyuni, *Aspek Sertifikat & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Husni syawalidan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000
- John Pieris dan Wiwik Sri Widiarty, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluarsa*, Jakarta; Pelangi Cendikia, 2007.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.
- Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, Lkis Printing Cemerlang, Yogyakarta, 2009.
- N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Panta Rei, Jakarta, 2005.
- Shidarta, *Revisi Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi 2006*, Gramedia, Jakarta, 2006.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, 2000
- Tejarsari, *Nilai-Gizi Pangan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2005.
- Wahyu Sasongko, *Ketentuan-ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Unila, Bandar Lampung, 2007.

Jurnal

- Aulia Rahma, "Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Produk Makanan dan Minuman Tanpa Label", *jurnal hukum*, Vol 6 No. 2, 2020.
- Dina dan Widiawati, "Gambaran Tingkat Kepatuhan Membaca Label Pangan Pada mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Al Azhar Indonesia", *Jurnal Al Azhar*, Vol.5 No.3, Maret 2020.

- Debora, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pemberian Label Gizi Yang Tidak Sesuai Dengan Mutu Pada Produk Pangan Olahan", *Jurnal Hukum*, Vol. 7 No. 3, 2018.
- Edy Nurcahyo, "Pengaturan dan Pengawasan Produk Pangan Olahan Kemasan", *Jurnal Magister Hukum Udayana* Vol. 7 No. 3, 2018.
- Gusti Ayu dan I Nengah Suharta, "Perlindungan Konsumen Dalam Pelabelan Produk Pangan", *Journal Ilmu Hukum*, Vol. 2, No. 2, Februari 2014.
- I Ketut Suter, "Pangan Fungsional dan Prospek Pengembangannya", *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan*, Vol. 1 No. 1, 2014.
- Mirwansyah, "Perlindungan Hukum Kejahatan Konsumen Terhadap Makanan dan Minuman di Tinjau Dari Aspek Kesehatan", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 07 No. 01, Juni, 2022.
- Nadila Manda Sari, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Kerusakan Produk", *Jurnal Perspektif*, Vol 28 No. 3, 2023.
- Niru Anita, Nunuk Sulisrudatin, "Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia", *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, Vol. 5 No. 2, Maret 2015.
- Puteri, Melawati, Panji, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No. 1, Juli 2021.
- Riantika Pratiwi, "Pencantuman Komposisi bahan Pada Label Makanan Sebagai Hak Hukum di Kota Pekanbaru", *Jurnal Gagasan Hukum*, Vol. 1 No. 1, 2019.
- Salamiah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Kegiatan Jual Beli", *Jurnal Al' Adl*, Vol. VI No. 12, 2014.
- Sri Rejeki Slamet, "Tuntutan Ganti Rugi Dalam Perbuatan Melawan Hukum: Suatu Perbandingan Dengan Wanprestasi", *Lex Jurnalica*, Vol. 10 No. 2, Kantor Advokat Sri Redjeki Slamet, 2013.
- Wahyu Simon, Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Vol. 4 No. 1, 2016.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan.

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.

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

Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2019 tentang Informasi Nilai Gizi Pada Label Pangan Olahan.

Data Elektronik

<https://wartakota.tribunnews.com/2021/12/07/kandungan-nutrisi-diduga-tak-sesuai-mantan-atlet-tinju-laporkan-produk-susu-protein-ke-polisi>

<https://www.intipseleb.com/amp/lokal/56895-geger-soal-whey-protein-palsu-kandungan-asli-jauh-berbeda-dari-label-yang-tertera-di-kemasan>

http://www.academia.edu/25847755/PERLINDUNGAN_KONSUMEN_DALAM_PERSPEKTI_F_HUKUM_ISLAM_DAN_UNDANG-UNDANG_NOMOR_8_TAHUN_1999

<https://wartakota.tribunnews.com/2021/12/07/kandungan-nutrisi-diduga-tak-sesuai-mantan-atlet-tinju-laporkan-produk-susu-protein-ke-polisi>



FAKULTAS
HUKUM

Gedung Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 7070222
E. fh@uii.ac.id
W. law.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

No. : 15/Perpus-S1/20/H/I/2024

Bismillaahirrahmaanirrahaim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **M. Arief Satejo Kinady, A.Md.**
NIK : **001002450**
Jabatan : **Kepala Divisi Adm. Akademik Fakultas Hukum UII**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : ADHYASTA DWI PANGESTU
No Mahasiswa : 19410013
Fakultas/Prodi : Hukum
Judul karya ilmiah : PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
PEMBERIAN LABEL INFORMASI NILAI GIZI
YANG TIDAK SESUAI.

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi dengan hasil **18%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 11 Januari 2024 M
29 Jumadil Akhir 1445 H

Kepala Divisi Adm. Akademik

M. Arief Satejo Kinady, A.Md

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI

by 19410013 ADHYASTA DWI PANGESTU

Submission date: 11-Jan-2024 08:35AM (UTC+0700)

Submission ID: 2269156191

File name: hadap_Pemberian_Label_Informasi_Nilai_Gizi_Yang_Tidak_Sesuai.pdf (663.53K)

Word count: 15096

Character count: 98221

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL
INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI**

SKRIPSI



Oleh:

ADHYASTA DWI PANGESTU

No. Mahasiswa: 19410013

PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PEMBERIAN LABEL INFORMASI NILAI GIZI YANG TIDAK SESUAI

ORIGINALITY REPORT

18%	0%	18%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Agustina Balik, Vica Jilyan Edsti Saija. "Tanggungjawab Pemerintah Dan Pelaku Usaha Makanan Siap Saji Terkait Penggunaan Wadah Plastik Yang Berbahaya Bagi Konsumen Di Kota Ambon", SASI, 2018 Publication	4%
2	Nina Juwitasari, Diah Sulistyani Ratna Sediati, Muhammad Junaidi, Soegianto Soegianto. "PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNA JASA EKSPEDISI", JURNAL USM LAW REVIEW, 2021 Publication	3%
3	Ela Oktavia Putri, Yunita Reykasari. "Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Produk Kosmetik Mengandung Bahan Berbahaya yang Merugikan Konsumen (Studi Analisis Produk Kosmetik Temulawak New Day & Night Cream Beauty Whitening)", Indonesian Journal of Law and Justice, 2023 Publication	2%

- | | | |
|---|--|----|
| 4 | Syamsuddin, Zuhrah, Tia Haryati. "TINJAUAN KRIMINOLOGIS POLA PENJUALAN KOSMETIK ILLEGAL DI KOTA BIMA", FUNDAMENTAL : Jurnal Ilmiah Hukum, 2020
Publication | 2% |
| 5 | Asriwana Putri. "PENYALAHGUNAAN IDENTITAS DOKTER GIGI DALAM PELAYANAN KESEHATAN PADA SALON KECANTIKAN", Jurnal JURISTIC, 2022
Publication | 1% |
| 6 | Nomensen Freddy Siahaan. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP CALON PENUMPANG YANG MENGGUNAKAN DAUR ULANG ALAT RAPID TEST ANTIGEN COVID-19 DI BANDARA KUALANAMU", LEGALITAS, 2022
Publication | 1% |
| 7 | Herman, M. Sabri Noor. "Rekonstruksi Regulasi Perlindungan Hukum Bagi Penyedia Jasa Konstruksi Dalam Kasus Kegagalan Bangunan Yang Berbasis Nilai Keadilan", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023
Publication | 1% |
| 8 | Rusdiannor, Achmad. "Rekonstruksi Regulasi Perlindungan Debitur Atas Hak Pemailitan Kreditur Separatis Dalam Hukum Kepailitan Yang Berbasis Nilai Keadilan", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023 | 1% |

Publication

9 Sudjana Sudjana. "Tanggung Jawab Prinsipal Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Keagenan Dan Distributor", *Ajudikasi : Jurnal Ilmu Hukum*, 2022

1 %

Publication

10 Sebastian, Willy. "Rekonstruksi Regulasi Sanksi Tindak Pidana Pencurian Ikan yang Berbasis Nilai Keadilan", *Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia)*, 2023

1 %

Publication

11 Gumilar, Panji Rizki. "Perbuatan Melawan Hukum Yang Dilakukan Notaris Berupa Tidak Menyelesaikan Proses Hak Tanggungan Dan Proses Sertipikat Sesuai Dengan Perjanjian Yang Dibuat Dengan Pihak Bank (Studi Di Bank Perkreditan Rakyat Central Artha Cabang Brebes)", *Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia)*, 2022

1 %

Publication

12 Nikma Ruslian, Lili Naili Hidayah. "Tanggung Jawab Hukum Produsen Otomotif Terhadap Cacat Produk (Product Liability) Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, 2021

1 %

Publication

13 Dio Viragus Ikhsani, Diana Amir. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen atas Iklan yang Menyesatkan Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen", *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, 2022

Publication

1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On