

### BAB III

## PENGERTIAN DARI UU NO.8 TAHUN 1999, DASAR HUKUM LABEL HALAL DAN DAMPAK POSITIF (MANFA'AT) DARI ADANYA LABEL HALAL PADA PRODUK BERDASARKAN UU NO. 8 TAHUN 1999 DAN KEWENANGAN LABEL HALAL PADA PRODUK

### A. Pengertian perlindungan konsumen

Hukum perlindungan konsumen menurut Nasution adalah “*keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, didalam pergaulan hidup*”.<sup>75</sup>

Sedangkan hukum perlindungan konsumen diartikan sebagai: “*keseluruhan asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengataur dan melindungi konsumen dalam hubungan masalahnya para menyedia barang atau jasa konsumen*”.<sup>76</sup>

Pada dasarnya, baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan yang sama yaitu kepentingan hukum (hak-hak konsumen) bagaimana hak-hak konsumen itu diakui dan diatur didalam hukum serta bagai mana ditegakkan diperaktek hidup bermasyarakat, itulah yang menjadi materi pembahasannya dengan demikian, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan

---

<sup>75</sup> Az. Nasution, *Konsumen Dan Hukum*,(Jakarta: Sinar Harapan, 1995), 64.

<sup>76</sup> *Ibid*, 66.

hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya.

Kata keseluruhan dimaksudkan untuk menggambarkan bahwa didalamnya termasuk seluruh perbedaan hukum menurut jenisnya. Jadi, termasuk didalamnya, baik peraturan perdata, pidana, administrasi Negara maupun hukum internasional. Sedangkan cakupannya adalah; hak dan kewajiban serta cara-cara pemenuhannya dalam usaha untuk dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu bagi konsumen mulai dari usahanya untuk mendapatkan kebutuhannya dari produsen, meliputi; informasi memilih, harga sampai pada akibat-akibat yang timbul karna penggunaan kebutuhan itu.

Dengan demikian, jika perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin segala kepastian pemenuhan hak-hak konsumen sebagai wujud perlindungan kepada konsumen, maka hukum perlindungan konsumen tiada lain adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap pentingnya konsumen.

Undang-undang perlindungan konsumen terealisasi pada 1999 melalui undang-undang nomor 8 yang di undangkan pada tanggal 20 april dalam lembaran Negara Nomer 42 dan berlaku efektif satu tahun setelah diundangkan yaitu sejak tanggal 20 april 2000.

Dalam berbagai literatur ditemukan sekurang-kurangnya dua istilah mengenai hukum yang mempersoalkan konsumen, yaitu “hukum konsumen“ dan

“hukum perlindungan konsumen“. Istilah “hukum konsumen“ dan “ hukum perlindungan konsumen“ sudah sangat sering terdengar. Namun, belum jelas benar apa saja yang masuk ke dalam materi keduanya. Juga, apakah kedua “cabang“ hukum itu identik.<sup>77</sup>

Karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Jadi, sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya.

Oleh Az. Nasution dijelaskan bahwa kedua istilah itu berbeda, yaitu bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen. Hukum konsumen menurut beliau adalah :

Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup.

Sedangkan hukum perlindungan konsumen diartikan sebagai :

Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa konsumen.

---

<sup>77</sup> Shidarta, Ibid, 9.

Pada dasarnya, baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum (hak-hak) konsumen. Bagaimana hak-hak konsumen itu diakui dan diatur di dalam hukum serta bagaimana ditegakkan di dalam praktik hidup bermasyarakat, itulah yang menjadi materi pembahasannya. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya.

Dengan demikian, jika perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian pemenuhan hak-hak konsumen sebagai wujud perlindungan kepada konsumen, maka hukum perlindungan konsumen tiada lain adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.

Pasal 1 angka 1 UU No. 8 Tahun 1999 memberi pengertian perlindungan konsumen sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen tersebut antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab (konsideran huruf d, UU).

Khusus mengenai perlindungan konsumen, menurut Yusuf Shofie, undangundang perlindungan konsumen di Indonesia mengelompokkan norma-norma perlindungan konsumen ke dalam 2 (dua) kelompok, yaitu:

1. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.
2. Ketentuan tentang pencantuman klausula baku.

Dengan adanya pengelompokan tersebut ditujukan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dari atau akibat perbuatan yang dilakukan pelaku usaha. Berkenaan dengan perlindungan konsumen dapat dirinci bidang-bidang perlindungan konsumen, yaitu sebagai berikut :<sup>78</sup>

1. keselamatan fisik;
2. peningkatan serta perlindungan kepentingan ekonomis konsumen;
3. standar untuk keselamatan dan kualitas barang serta jasa;
4. pemerataan fasilitas kebutuhan pokok;
5. upaya-upaya untuk memungkinkan konsumen melaksanakan tuntutan ganti kerugian;
6. program pendidikan dan penyebaran informasi;
7. pengaturan masalah-masalah khusus seperti makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik.

---

<sup>78</sup> Taufik Simatupang, Ibid, 11-13.

Sementara itu, Janus Sidabalok mengemukakan ada 4 (empat) alasan pokok mengapa konsumen perlu dilindungi, yaitu sebagai berikut<sup>79</sup>:

1. Melindungi konsumen sama artinya dengan melindungi seluruh bangsa
2. sebagaimana diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional menurut UUD 1945;
3. Melindungi konsumen perlu untuk menghindarkan konsumen dari dampak negative penggunaan teknologi;
4. Melindungi konsumen perlu untuk melahirkan manusia-manusia yang sehat rohani dan jasmani sebagai pelaku-pelaku pembangunan, yang berarti juga untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional;
5. Melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen.

Sedangkan menurut Setiawan, perlindungan konsumen mempunyai 2 (dua) aspek yang bermuara pada praktik perdagangan yang tidak jujur (*unfair trade practices*) dan masalah keterikatan pada syarat-syarat umum dalam suatu perjanjian. Dalam pandangan ini secara tegas dinyatakan bahwa upaya untuk melakukan perlindungan konsumen disebabkan adanya tindakan-tindakan atau perbuatan para pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas bisnisnya yang tidak jujur sehingga dapat merugikan konsumen, praktek-praktek yang dijalankan

---

<sup>79</sup> Janus Sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (PT. Citra Aditya Bakti, Bandung), 6.

salah satunya menggunakan bahan kimia sebagai bahan campuran dalam pengawetan makanan, misalnya formalin.

Menurut Ali Mansyur, kepentingan konsumen dapat dibagi menjadi empat macam kepentingan, yaitu sebagai berikut<sup>80</sup> :

1. Kepentingan fisik;

Kepentingan fisik berkenaan dengan badan atau tubuh yang berkaitan dengan keamanan dan keselamatan tubuh dan jiwa dalam penggunaan barang dan/atau jasa. Kepentingan fisik ini juga berkaitan dengan kesehatan dan keselamatan jiwa. Kepentingan fisik konsumen ini harus diperhatikan oleh pelaku usaha.

2. Kepentingan sosial dan lingkungan;

Kepentingan sosial dan lingkungan konsumen adalah terwujudnya keinginan konsumen untuk memperoleh hasil yang optimal dari penggunaan sumber-sumber ekonomi mereka dalam mendapatkan barang dan jasa yang merupakan kebutuhan hidup, sehingga konsumen memerlukan informasi yang benar mengenai produk yang mereka konsumsi, sebab jika tidak maka akan terjadi gejolak sosial apabila konsumen mengkonsumsi produk yang tidak aman.

---

<sup>80</sup> M. Ali Mansyur, 2007, *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, (Genta Press, Yogyakarta), 81.

3. Kepentingan ekonomi;

Kepentingan ekonomi para pelaku usaha untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya adalah sesuatu yang wajar, akan tetapi dayabeli konsumen juga harus dipertimbangkan dalam artian pelaku usaha jangan memikirkan keuntungan semata tanpa merinci biaya riil produksi atas suatu produk yang dihasilkan.

4. Kepentingan perlindungan hukum.

Kepentingan hukum konsumen adalah akses terhadap keadilan (*access to justice*), konsumen berhak untuk dilindungi dari perlakuan-perlakuan pelaku usaha yang merugikan.

## B. Dasar Hukum Label Halal

Hukum hidup, tumbuh dan berkembang di dalam masyarakat sebagai sarana menciptakan ketentraman dan ketertiban bagi kedamaian dalam hidup sesama warga masyarakat. Hukum akan tumbuh dan berkembang bila masyarakat menyadari makna kehidupan hukum dalam kehidupannya. Sedangkan tujuan hukum sendiri ialah untuk mencapai kedamaian di dalam masyarakat.<sup>81</sup> Hukum juga dituntut untuk memenuhi nilai-nilai dasar hukum yang meliputi keadilan, kerugian/ kemanfaatan dan kepastian hukum. Hukum yang mengatur perlindungan konsumen tentu saja di tuntutan pula untuk

---

<sup>81</sup> Yusuf Sofie II, *Ibid.*, 26.



memenuhi nilai keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum, walaupun kadang-kadang bila salah satu nilai tersebut tercapai nilai yang lain menjadi terabaikan.

Keefektivan hukum bila di kaitkan dengan badan-badan penegak hukumnya, maka menurut G.G Howard dan R.S Summers ada faktor yang mempengaruhinya :

- a. Undang-undangnya harus dicanangkan dengan baik. Kaidah-kaidah yang bekerja mematuhi tingkah laku itu harus ditulis dengan jelas dan dapat dipahami dengan penuh kepastian;
- b. Mereka yang bekerja sebagai pelaksana hukum harus menunaikan tugasnya dengan baik dan harus menafsirkan peraturan tersebut secara seragam dan sedapat mungkin senafas dengan bunyi penafsiran yang mungkin dicoba dilakukan oleh warga masyarakat yang terkena;
- c. Aparat penegak hukum harus bekerja tanpa jenuh untuk menyidik dan menuntut pelanggar-pelanggar.

Keterlibatan negara atau pemerintah saja belum dapat menjamin terpenuhinya atau berjalannya suatu sistem hukum karena ddalam suatu sistem hukum menurut Lawrence M. Friedman meliputi tiga hal yaitu substansi hukum, struktur hukum dan kultural hukum, *a legal system is actual operation is complex organism in which sructure, substance and culturale interaction.*

Dalam kaitannya fungsi hukum sebagai sarana rekayasa sosial (*social engineering*) agar hukum (termasuk Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999) bisa

menentukan corak hidup masyarakat (yang dalam hal ini corak hidup masyarakat selaku konsumen maupun pelaku usaha) bukanlah hal yang mudah, sebab banyak faktor yang mempengaruhinya, di samping bahwa dalam setiap individu akan tergantung pada pilihan-pilihan individu secara rasional untuk taat atau tidak taat kepada ketentuan hukum yang berlaku (Undang-undang No 8 Tahun 1999). *The law, for Pound should act so to assure the maximum amount of fulfillment of interests in a society.*<sup>82</sup> Individu akan selalu memilih aktifitas yang menguntungkan baginya dan menghindari yang paling merugikan baginya di dalam *area of choice* menuntut tingkat rasional (yang paling baik). Perilaku rasional ini paling tidak berorientasi pada perilaku kebiasaan, nilai-nilai etik dan kebutuhan-kebutuhan individu. Agar hukum dapat berfungsi sebagai sarana rekayasa sosial bagi masyarakat konsumen dan pelaku usaha maka dapat dipakai pula pendekatan dengan mengambil teori Robert Seidman, yaitu bahwa bekerjanya hukum dalam masyarakat itu melibatkan tiga komponen dasar yakni pembuat hukum/ Undang-undang, birokrat pelaksana dan pemegang peran.

Bekerjanya hukum dapat dikatakan baik dan efektif bila melibatkan tiga komponen dasar yaitu pembuat hukum, birokrat pelaksana dan pemegang peran. Setiap anggota masyarakat (para konsumen dan pelaku usaha) sebagaimana pemegang peran, perilakunya ditentukan oleh pola peranan yang

---

<sup>82</sup> Dragan Milovanovic, *A Primer in the Sociology of Law Second Edition*, Harrow and HestonMPublishers, New York, 89.

diharapkan darinya, namun bekerjanya harapan itu ditentukan faktor-faktor lainnya. Faktor-faktor tersebut adalah<sup>83</sup>:

- a. Sanksi yang terdapat dalam peraturan;
- b. Aktivitas dari lembaga atau badan pelaksana hukum;
- c. Seluruh kekuatan sosial, politik dan yang lainnya yang bekerja atas diri pemegang peran.

Perilaku konsumen dan pelaku usaha tentu saja juga tidak lepas dari tingkat pengetahuan, sikapnya terhadap Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, sehingga kemudian menimbulkan niat untuk berperilaku. Fishbein dan Ajzen mengenalkan model hubungan antara pengetahuan, sikap, niat dan perilaku. Menurut Hobbs dan Freud, bahwa pada dasarnya perilaku individu manusia adalah egoistis dan karenanya cenderung memuaskan kepentingannya sendiri. Akibat dari sifat manusia yang cenderung ingin memuaskan kepentingannya sendiri itu, maka sering menimbulkan benturan-benturan dengan pihak lain yang apabila hal ini dibiarkan terus berlangsung akan menciptakan penyimpangan sosial (deviasi sosial). Dalam hal ini peranan hukum sebagai upaya pembentukan perilaku sosial dalam diri seseorang untuk mampu berbagi kepentingan dengan orang lain diperlukan.

Ketaatan yang rendah terhadap hukum juga dimungkinkan karena warga masyarakat konsumen kurang memahami norma-norma tersebut,

---

<sup>83</sup> Satjipto Rahardjo, 1977, *Pemanfaatan Ilmu-ilmu Sosial bagi Pengembangan Ilmu Hukum*, Alumni, Bandung, (selanjutnya disebut Satjipto Rahardjo II), 36.

sehingga mereka sama sekali tidak mengetahui akan manfaatnya untuk mematuhi akidah tersebut. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Gastra Van Loon, bahwa efektifnya suatu perundang-undangan secara sederhana berarti tujuannya tercapai. Hal ini sangat tergantung berbagai faktor, antara lain tingkat pengetahuan tersebut dan pelebagaan dari Undang-undang pada bagian-bagian masyarakat sesuai dengan ruang lingkup undang-undang tadi.

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, bahwa perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon terbagi atas dua, yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Perlindungan hukum preventif yaitu perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu sengketa. Perlindungan hukum jenis ini misalnya sebelum Pemerintah menetapkan suatu aturan/keputusan, rakyat dapat mengajukan keberatan, atau dimintai pendapatnya mengenai rencana keputusan tersebut. Perlindungan hukum represif yaitu perlindungan hukum yang dilakukan dengan cara menerapkan sanksi terhadap pelaku agar dapat memulihkan hukum kepada keadaan sebenarnya. Perlindungan jenis ini biasanya dilakukan di Pengadilan.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan, PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Keputusan Menteri Kesehatan No. 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang Pencantuman Tulisan “ Halal “ pada Label Makanan, Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 180/Menkes. Per/IV/1985 tentang Makanan Daluwarsa yang

telah dirubah dengan Keputusan Dirjen POM No. 02591/B/SK/VIII/91 dimaksudkan dalam upaya memberikan perlindungan hukum kepada masyarakat konsumen. Oleh karena itu tanggung jawab pelaku usaha atas informasi yang tidak memadai dalam label menjadi kebutuhan yang mutlak. Tuntutan tanggung jawab merupakan perlindungan hukum represif sebagaimana dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon.

Tanggungjawab yang dimiliki oleh suatu pihak dalam interaksinya dengan pihak lain seharusnya dipenuhi manakala akibat dari kesalahan dari perbuatannya menyebabkan kerugian bagi pihak lain. Tanggungjawab ini harus dipenuhi tidak saja atas kesalahan perbuatan dari orang yang menjadi tanggungannya atau kerugian yang ditimbulkan akibat dari barang yang berada di bawah pengawasannya, hal ini dapat dicermati dari ketentuan Pasal 1367 Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perdata).

Dalam ketentuan pidana masalah perlindungan konsumen juga memperoleh perhatian sebagaimana diatur dalam Pasal 204 dan 205 Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP). Ketentuan ini terutama berkaitan dengan hak konsumen untuk memperoleh informasi secara benar.

Dari uraian tersebut maka dimensi perlindungan hukum bagi konsumen dapat meliputi berbagai aspek dan dapat dilakukan dengan berbagai instrumen, yaitu instrumen hukum perdata, instrumen hukum pidana dan juga instrumen hukum administrasi.

**c. Dampak Positif (manfa'at) Dari Adanya Label Halal Pada Produk Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999.**

Ketentuan hukum mengenai pelabelan tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan, diantaranya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan, PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Permendag No.22/M-DAG/PER/5/2010 tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang, UU No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, Keputusan Menteri Kesehatan No. 924/Menkes/SK/VIII/1996 tentang Perubahan Atas Keputusan Menteri Kesehatan RI No, 82/Menkes/SK/I/1996 tentang Pencantuman Tulisan “ Halal “ pada Label Makanan, Peraturan Menteri Kesehatan RI No.180/Menkes/Per/IV/1985 tentang Makanan Daluwarsa yang telah dirubah dengan Keputusan Dirjen POM No. 02591/B/SK/VIII/91.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sebagai undang-undang payung tidak mengatur secara spesifik mengenai pelabelan khususnya produk pangan. Pengaturan secara lebih spesifiknya ada dalam PP No. 69 Tahun 1999. Sebelum PP tersebut lahir, pengaturan pelabelan secara singkat ada dalam UU No. 7 Tahun 1996 tentang pangan. Pasal 1 (3) dari PP No. 69 Tahun 1999 menentukan bahwa yang dimaksud dengan label pangan adalah : setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam,

ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan. Pengertian yang sama juga ada dalam ketentuan pasal 1 angka 15 UU No 7 Tahun 1996.

Lebih lanjut didalam pasal 2 PP No. 69 Tahun 1999 ditentukan bahwa :

- 1) Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemas pangan.
- 2) Pencantuman Label sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.

Kemudian didalam pasal 3 dari PP No. 69 Tahun 1999 tersebut ditentukan bahwa :

- 1) Label sebagaimana dimaksud pada 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 memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.
  - e. tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa.

Dari penjelasan pasal-pasal diatas, dapatlah dilihat bahwa label itu berbeda dengan merek. Menurut pasal 1 angka 1 Undang-Undang NO. 15 Tahun 2001 tentang Merek, merek adalah suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Merek memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain.<sup>84</sup>

Ditinjau dari fungsi, merek dapat berfungsi sebagai tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama sama atau badan hukum dengan produksi seseorang/beberapa orang atau badan hukum lain, sebagai alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya serta sebagai jaminan atas mutu barangnya.<sup>85</sup>

Merek yang kuat ditandai dengan dikenalnya suatu merek dalam masyarakat, asosiasi merek yang tinggi pada suatu produk, persepsi positif dari pasar dan kesetiaan konsumen terhadap merek yang tinggi.

Dengan adanya merek yang membuat produk yang satu beda dengan yang lain, diharapkan akan memudahkan konsumen dalam menentukan produk

---

<sup>84</sup> Rachmad Usman, 2003, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual : Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*,( PT. Citra Aditya Bakti, Bandung), 48.

<sup>85</sup> Abdulkadir Muhammad, 2001, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 89.



yang akan dikonsumsi berdasarkan berbagai pertimbangan serta menimbulkan kesetiaan terhadap suatu merek (*brand loyalty*). Kesetiaan konsumen terhadap suatu merek atau brand yaitu dari pengenalan, pilihan dan kepatuhan pada suatu merek.<sup>86</sup>

Sehingga jelas, dalam hal ini label dan merek itu berbeda, merek semata-mata lebih difungsikan sebagai tanda pengenal, pembeda, alat promosi suatu produk, sedangkan label sebagai sumber informasi yang lebih lengkap bagi konsumen karena didalamnya termuat representasi, peringatan, maupun instruksi dari suatu produk. Informasi sebagai pengertian merupakan stimuli yang secara konsisten menggerakkan perilaku (*behavior*) antara si pengirim dan penerima informasi.<sup>87</sup> Selanjutnya Vincent Gaspersz, mengatakan informasi adalah data yang telah diolah menjadi suatu yang berguna bagi si penerima dan mempunyai nilai yang nyata atau yang dapat dirasakan dalam keputusan-keputusan yang sekarang dan keputusan-keputusan yang akan datang.<sup>88</sup>

Pada dasarnya informasi adalah data yang penting yang memberikan pengetahuan yang berguna. Apakah suatu informasi itu berguna atau tidak tergantung kepada :

---

<sup>86</sup> Ahmad Fauzan, 2006, *Perlindungan Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Yama Widya, Bandung), 127.

<sup>87</sup> Widyahartono, 1983, *Industri Informasi dalam Dekade 80-an (Informatie Industrie In de Jarem Tachtig D. Overkleef)*, Alumni, Bandung, V.

<sup>88</sup> Vincent Gaspersz, 1988, *Sistem Informasi Manajemen (Suatu Pengantar)*, Armico, Bandung, 15.

1) Tujuan Si Penerima

Apabila informasi itu tujuannya untuk member bantuan, maka informasi itu harus membantu si penerima dalam apa yang ia usahakan untuk memperolehnya.

2) Ketelitian penyampaian dan pengolahan data Dalam menyampaikan dan mengolah data, inti pentingnya informasi harus dipertahankan. Jadi dengan informasi orang akan memperoleh keterangan yang jelas mengenai sesuatu hal.

Bagi konsumen, informasi tentang barang dan/atau jasa merupakan kebutuhan pokok, sebelum ia menggunakan sumber dananya (gaji, upah, honor atau apa pun nama lainnya) untuk mengadakan transaksi konsumen tentang barang/jasa tersebut. Dengan transaksi konsumen dimaksudkan diadakannya hubungan hukum (jual beli, sewa-menyewa, pinjam-meminjam, dan sebagainya) tentang produk konsumen dengan pelaku usaha itu.

Informasi-informasi tersebut meliputi tentang ketersediaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat konsumen, tentang kualitas produk, keamanannya, harga, tentang persyaratan dan/atau cara memperolehnya, terutama jaminan atau garansi produk, persediaan suku cadang, tersedianya pelayanan jasa purna jual, dan lain-lain yang berkaitan dengan itu.

Menurut sumbernya, informasi barang dan/atau jasa tersebut dapat dibedakan menjadi tiga. **Pertama**, informasi dari kalangan Pemerintah dapat

diserap dari berbagai penjelasan, siaran, keterangan, penyusun peraturan perundang-undangan secara umum atau dalam rangka deregulasi, dan/atau tindakan Pemerintah pada umumnya atau tentang sesuatu produk konsumen.

Dari sudut penyusunan peraturan perundang-undangan terlihat informasi itu termuat sebagai suatu keharusan. Beberapa di antaranya, ditetapkan harus dibuat, baik secara dicantumkan pada maupun dimuat di dalam wadah atau pembungkusnya (antara lain label dari produk makanan dalam kemasan sebagaimana diatur dalam PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan). Sedang untuk produk hasil industry lainnya, informasi tentang produk itu terdapat dalam bentuk standar yang ditetapkan oleh Pemerintah, standar internasional, atau standar lain yang ditetapkan oleh pihak yang berwenang.

**Kedua**, informasi dari konsumen atau organisasi konsumen tampak pada pembicaraan dari mulut ke mulut tentang suatu produk konsumen, surat-surat pembaca pada media massa, berbagai siaran kelompok tertentu, tanggapan atau protes organisasi konsumen menyangkut sesuatu produk konsumen. Siaran pers organisasi konsumen, seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tentang hasilhasil penelitian dan/atau riset produk konsumen tertentu, dapat ditemukan pada harian-harian umum, majalah dan/atau berita resmi YLKI, yaitu warta konsumen.

**Ketiga**, informasi dari kalangan pelaku usaha (penyedia dana, produsen, importir, atau lain-lain pihak yang berkepentingan), diketahui sumber-sumber informasi itu umumnya terdiri dari berbagai bentuk iklan baik melalui media nonelektronik atau elektronik, label termasuk pembuatan berbagai selebaran, seperti brosur, pamflet, catalog, dan lain-lain sejenis itu. Bahan-bahan informasi ini pada umumnya disediakan atau dibuat oleh kalangan usaha dengan tujuan memperkenalkan produknya, mempertahankan, dan/atau meningkatkan pangsa pasar produk yang telah dan/atau ingin lebih lanjut diraih.

Diantara berbagai informasi tentang barang atau jasa konsumen yang diperlukan konsumen, tampaknya yang paling berpengaruh pada saat ini adalah informasi yang bersumber dari kalangan pelaku usaha. Terutama dalam bentuk iklan dan label, tanpa mengurangi pengaruh dari berbagai bentuk informasi pengusaha lainnya.<sup>89</sup> Adapun label merupakan informasi yang diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan sebagaimana diatur dalam PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Permendag No.22/M-DAG/PER/5/2010 tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang. Informasi dapat memberikan dampak signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiiaannya terhadap produk

---

<sup>89</sup> Celine Tri Siwi Kristiyanti, *Ibid*, 71

tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya.<sup>90</sup>

Ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi) yang akan sangat merugikan konsumen. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi.<sup>91</sup>

#### **D. kewenangan label halal pada produk**

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, maka produsen dan importir pangan berkewajiban untuk memberikan keterangan dan atau pernyataan yang benar dan tidak menyesatkan tentang pangan dalam label. Akan tetapi jika diperhatikan label pangan yang beredar saat ini terdapat beragam informasi di dalamnya, mulai dari nama produk tersebut hingga katakata/ kalimat bombastis yang biasanya hanya untuk kepentingan promosi semata.

Untuk itu sebagai konsumen yang cerdas, maka kita harus membiasakan diri membaca/mengecek label dengan cermat. Sayangnya, dari

---

<sup>90</sup> Ibid.,

<sup>91</sup> Agnes M. Toar, 1998, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah, dan Perkembangannya*,( PT. Citra Aditya Bakti, Bandung), 55.

hasil kajian yang dilakukan BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) ditemukan bahwa masalah label kurang mendapat perhatian dari konsumen dimana hanya 6,7% konsumen yang memperhatikan kelengkapan pada label. Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, bahwa yang dimaksud dengan label pangan sesuai ketentuan pasal 1 angka 3 PP No. 69 Tahun 1999 adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan.

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

Label berupa stiker banyak ditemukan pada produk-produk impor. Hal ini pernah dikeluhkan oleh Ketua bidang Regulasi Gabungan Perusahaan Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi) Franky Sibarani.<sup>92</sup>

Pelabelan kembali dengan cara mencabut, mengganti label tempelan sangat mudah untuk dilakukan, bila dibandingkan jika produk itu labelnya

---

<sup>92</sup> Label Juga Harus Berbahasa Indonesia “ diakses 21 Juni 2010, available from : <http://www.hukumonline.com>.

disertakan pada kemasan pangan atau yang dimasukkan ke dalam kemasan pangan. Kecenderungan untuk mencapai untung yang tinggi secara ekonomis ditambah dengan persaingan yang ketat di dalam berusaha dapat mendorong sebagian pelaku usaha untuk bertindak curang dan tidak jujur. Kecurangan tidak hanya akan merugikan konsumen saja, tetapi juga akan merugikan pelaku usaha yang jujur dan bertanggungjawab.

Kesempatan untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha bagi pelaku usaha yang bertanggung jawab dapat diwujudkan tidak dengan jalan merugikan kepentingan konsumen, tetapi dapat dicapai melalui penindakan terhadap pelaku usaha yang melakukan kecurangan dalam kegiatan usahanya.

Asas manfaat dalam hukum perlindungan konsumen, menekankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

Asas keamanan dan keselamatan konsumen menekankan bahwa keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan dijamin oleh Undang-Undang.

Guna terpenuhinya asas manfaat, asas keamanan dan keselamatan konsumen, tidakkah baiknya penggunaan kata ditempel pada pengertian label dihilangkan saja, karena dengan menghilangkan kata ditempelkan, maka dapat

membuat label menjadi satu dengan kemasan. Penghilangan kata ditempelkan pada pengertian label setidaknya juga akan meminimalisir terjadi kecurangan-kecurangan seperti yang telah disebutkan diatas. Dari hasil kajian Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) ditemukan bahwa penyimpangan terhadap peraturan pelabelan yang paling banyak terjadi salah satunya adalah label yang ditempel tidak menyatu dengan kemasan.

Pasal 2 PP No. 69 Tahun 1999 menyebutkan :

- 1) Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan.
- 2) Pencantuman Label sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.

Kemudian didalam pasal 3 dari PP No. 69 Tahun 1999 tersebut ditentukan bahwa :

- 1) Label sebagaimana dimaksud pada 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 memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia.
- e. tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa.

Hal yang sama juga ditentukan dalam pasal 111 ayat (3) Undang-Undang Kesehatan No. 36 Tahun 2009.

Point a, c, d dalam pasal 3 ayat (2) dalam pasal 12 PP No. 69 Tahun 1999 disebut sebagai bagian utama dari label. Yang dimaksud dengan bagian utama yaitu bagian yang memuat keterangan paling penting untuk diketahui konsumen.

Nama produk penting karena nama produk menunjukkan identitas mengenai produk pangan. Padanya harus memberi penjelasan mengenai produk yang bersangkutan, tidak menyesatkan dan harus menunjukkan sifat dan atau keadaan yang sebenarnya. Bila terdapat gambar dalam label produk, gambar ini harus menunjukkan keadaan yang sebenarnya. Misalnya, disuguhkan gambar buah-buahan, sayur, daging, ikan atau lainnya harus benar mengandung bahan-bahan itu.

Fungsi label halal pada produk berdasarkan UU No. 8 tahun 1999, Label halal merupakan suatu produk barang yang dikonsumsi bisa dikategorikan sebagai barang yang meragukan. Jadi dalam hal ini diharapkan moralitas dari pihak produsen untuk memberikan perlindungan yang baik terhadap konsumen

dengan bentuk kerelaan produsen dalam mencantumkan label halal bagi produk yang dikeluarkannya. Dengan demikian, konsumen menjadi lebih nyaman dan terhindar dari rasa khawatir, mengingat bahwa bagi umat Islam kehalalan pangan sangatlah prinsipil karena berkaitan dengan keyakinan agamanya.

Penggunaan nama produk pangan tertentu yang sudah terdapat dalam Standar Nasional Indonesia, dapat diberlakukan dengan wajib dengan Keputusan Menteri Teknis. Dengan perkembangan teknologi di bidang pangan maka terdapat produk pangan tertentu yang tidak atau belum memiliki nama produk, misalnya makanan ringan yang dikenal dengan dengan istilah snack seperti chiki, tazzoz, dan lain-lain. Oleh karena itu cukup dicantumkan nama jenis produk pangan yang bersangkutan, seperti makanan ringan. Nama produk berbeda dengan nama dagang. Nama dagang adalah merek. Merek sebagaimana diterangkan adalah suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur yang merupakan tanda pembeda produk yang satu dengan produk lain. Misal, nama produk : minyak goreng, nama dagang/merek : sania.

Berat bersih (isi bersih) adalah pernyataan yang memberikan keterangan mengenai kuantitas atau jumlah produk pangan yang terdapat di dalam kemasan atau wadah. Penggunaan ukuran isi (liter dan sejenisnya) untuk makanan cair, ukuran berat (kg dan sejenisnya) untuk makanan padat. Dan ukuran isi atau berat untuk makanan semi padat atau kental. Khusus pangan

yang menggunakan medium cair maka berat bersih harus diukur dengan medium cair (setelah ditiriskan, *drained weight*), dan disebut sebagai berat tiris. Contoh berat bersih 680 g.

Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia juga merupakan bagian utama dari label. Dalam hal pihak yang memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia berbeda dengan pihak yang mengedarkan, maka nama dan alamat pihak yang mengedarkan (distributor) juga harus dicantumkan dalam label. Pentingnya mencantumkan nama dan alamat ini adalah untuk memudahkan konsumen jika dikemudian hari produk yang dihasilkan menimbulkan kerugian pada konsumen. Nama dan alamat ini paling tidak menginformasikan nama kota, kode pos dan nama Negara.

Daftar bahan yang digunakan (*ingredient list*) adalah daftar yang memuat setiap jenis bahan yang diformulasikan untuk produk pangan, kecuali vitamin, mineral, dan zat penambah gizi lainnya. Dicantumkan berurutan secara menurun mulai dari bahan yang dominan digunakan berdasarkan berat. Untuk air, bila dalam proses pengolahan ditambahkan maka harus dicantumkan sebagai bahan yang digunakan, sedangkan bila merupakan kandungan suatu bahan atau mengalami penguapan selama proses pengolahan, maka air tidak perlu dicantumkan. Penyebutan nama bahan baku harus dalam nama umum/nama yang lazim digunakan/ nama yang telah ditetapkan dalam Standar Nasional

Indonesia. Misalnya untuk bahan gula, tidak dicantumkan sebagai sukrosa. Dengan dicantulkannya daftar bahan yang digunakan dalam label, konsumen dapat mengetahui apakah produk tersebut aman untuk dikonsumsi, hal ini penting karena mungkin saja konsumen ada alergi pada suatu bahan makanan tertentu.

Tanggal kadaluarsa adalah batas akhir suatu makanan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen (pasal 1 huruf d Permenkes RI No. 180/1985), sedangkan makanan kadaluarsa adalah makanan yang telah lewat tanggal kadaluarsa (pasal 1 huruf c Permenkes RI No. 180/1985). Makanan yang rusak baik sebelum dan maupun sesudah tanggal kadaluarsa dinyatakan sebagai bahan berbahaya (pasal 3 Permenkes RI No. 180/1985).

Dari tanggal kadaluarsa yang tercantum pada label, konsumen dapat mengetahui batas tanggal suatu produk makanan masih layak dikonsumsi. Akan tetapi dari pengertian yang diberikan dalam pasal 3 Permenkes RI No. 180/1985, dapat diketahui bahwa belum tentu juga makanan yang masih dalam batas kadaluarsa aman untuk dikonsumsi.

Jalan yang harus dilalui suatu produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen terkadang melalui mata rantai yang panjang. Panjangnya mata rantai yang harus dilalui mengakibatkan banyak gangguan yang membuat makanan tak layak dikonsumsi sampai ke tangan konsumen meski secara de jure

masih aman. Pencantuman masa kadaluarsa ini didasarkan pada aspek keamanan (parameter utamanya adalah cemaran mikrobiologi, seperti jamur dan bakteri pembusuk makanan) serta kelayakan konsumsi (parameter utamanya adalah organoleptik: penampakan, rasa, tekstur, bau, kandungan kimiawi). Jangan pernah mengonsumsi produk yang telah melewati masa kadaluarsanya. Dikhawatirkan ini menjadi pencetus timbulnya gejala keracunan atau jika bakteri yang berkembang seperti *Clostridium botulinum* maka dapat menyebabkan kematian. Gejala awal umumnya muntah-muntah maupun mual. Oleh sebab itu masyarakat sebagai konsumen harus proaktif dan kritis dalam menanggapi hal ini.

Semua produk pangan yang akan dijual di wilayah Indonesia, baik produksi lokal maupun impor, harus didaftarkan dan mendapatkan nomor pendaftaran dari Badan POM, sebelum boleh diedarkan ke pasar (pasal 30 PP No. 69 Tahun 1999). Selain nomor pendaftaran, kode produksi pangan pun wajib dicantumkan pada label, wadah atau kemasan pangan. Kode produksi dicantumkan pada bagian yang mudah dibaca dan dilihat.

Peraturan ini berlaku bagi semua produk pangan yang dikemas dan menggunakan label sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Bagi Badan POM, nomor pendaftaran ini berguna untuk mengawasi produk-produk yang beredar di pasar, sehingga apabila terjadi suatu kasus akan mudah ditelusuri siapa produsennya dan akan mudah pula menarikannya.

Apabila kita melihat pada produk-produk makanan dan minuman yang beredar di supermarket, toko, warung dan pasar, maka nomor pendaftaran dapat kita temukan di bagian depan label produk pangan tersebut dengan kode SP, MD atau ML yang diikuti dengan sederetan angka. Nomor SP adalah Sertifikat Penyuluhan, merupakan nomor pendaftaran yang diberikan kepada pengusaha kecil dengan modal terbatas dan pengawasan diberikan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten/Kodya, sebatas penyuluhan.

Nomor MD diberikan kepada produsen makanan dan minuman bermodal besar yang diperkirakan mampu untuk mengikuti persyaratan keamanan pangan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Sedangkan nomor ML, diberikan untuk produk makanan dan minuman olahan yang berasal dari produk impor, baik berupa kemasan langsung maupun dikemas ulang.

Bagi produsen yang mempunyai beberapa lokasi pabrik yang berlainan, namun memproduksi produk yang sama, maka nomor MD yang diberikan adalah berdasarkan kode lokasi produk. Sehingga dapat terjadi suatu produk pangan yang sama, akan tetapi mempunyai nomor MD yang berbeda karena diproduksi oleh pabrik yang berbeda.

Hal ini dimaksudkan untuk meringankan produsen bila terjadi suatu kasus terhadap suatu produk dari merek tertentu, yang mengharuskan terjadinya penghentian produksi atas produk tersebut. Maka yang terkena penghentian produksi hanyalah di lokasi yang memproduksi produk MD yang terkena

masalah. Nomor pendaftaran tetap berlaku sepanjang tidak ada perubahan yang menyangkut komposisi, perubahan proses maupun perubahan lokasi pabrik pengolahan dan lain-lain. Apabila terjadi perubahan dalam hal-hal tersebut di atas, maka produsen harus melaporkan perubahan ini kepada Badan POM, dan bila perubahan ini terlalu besar, maka harus diregistrasi ulang.<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> YLKI Minta BPOM Tindaklanjuti Temuan Pangan Tanpa Label “, diakses 26 Oktober 2010, available from : <http://m.antaranews.com>