BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Manusia pada dasarnya memiliki tiga kebutuhan dasar yang perlu dipenuhi dalam kelangsungan hidupnya. Kebutuhan tersebut terdiri dari kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier. Dari ketiga kebutuhan tersebut kebutuhan primer adalah kebutuhan yang paling utama yang harus dipenuhi oleh manusia. Kebutuhan primer atau yang disebut juga dengan kebutuhan pokok tersebut terdiri dari sandang, pangan, dan papan.

Pangan merupakan segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukan sebagai makanan atau minuman bagi manusia. Termasuk didalamnya bahan tambahan pangan (BTP), bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman.[1] Dari ketiga kebutuhan pokok tersebut kebutuhan pangan adalah kebutuhan utama manusia yang harus dipenuhi terlebih dahulu karena pangan adalah sumber tenaga bagi manusia dan juga pangan diperlukan untuk memenuhi zat-zat yang diperlukan oleh tubuh serta untuk mengganti sel tubuh yang rusak.

[1] Tejasari, *Nilai –Gizi Pangan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2005, hlm. 1.

Pangan olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan. Pada produk pangan olahan umumnya pangan tersebut dikemas dalam sebuah kemasan yang menarik agar pembeli menjadi tertarik pada produk tersebut. Selain dikemas dalam sebuah kemasan yang menarik, pada sebagian produk pangan olahan terdapat label informasi nilai gizi pada kemasan produk yang menandakan bahwa makanan atau minuman tersebut memiliki kandungan gizi seperti karbohidrat, protein, lemak, vitamin, atau mineral yang dapat memenuhi kebutuhan gizi bagi pembelinya.

Informasi nilai gizi atau yang disebut dengan *nutritionfacts* adalah label yang biasanya ada pada kemasan makanan atau minuman yang berisi informasi mengenai kandungan nutrisi pada makanan tersebut. Label informasi nilai gizi berguna sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu barang. Informasi nilai gizi yang dicantumkan bermanfaat bagi seseorang dengan kondisi medis tertentu atau seseorang yang sedang membatasi jumlah asupan tertentu. Informasi nilai gizi ini sangat diperlukan untuk mengetahui nutrisi dari produk yang akan dibeli oleh konsumen.

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

[2] Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Pasal 96 ayat (1) dan (2).

Adanya pemberian informasi tertentu pada label pangan olahan tersebut merupakan suatu keharusan. Pasal 97 ayat (3) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, mengatur tentang "Pencantuman label di dalam dan/atau pada Kemasan Pangan ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia serta memuat paling sedikit keterangan mengenai : nama produk; daftar bahan yang digunakan; berat bersih atau isi bersih; nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor; halal bagi yang dipersyaratkan; tanggal dan kode produksi; tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa; nomor izin edar bagi Pangan Olahan; dan asal usul bahan Pangan tertentu". Namun keharusan mencantumkan beberapa informasi menurut Undang-Undang Pangan tersebut tidak mencakup diwajibkannya mencantumkan informasi nilai gizi, akan tetapi pada peraturan pelaksanaannya yakni Pasal 32 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan yang selanjutnya disebut PP Label dan Iklan Pangan, mengatur bahwa "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 dibidang mutu dan zat gizi lainnya". Dengan demikian mencantumkan label informasi nilai gizi pada produk pangan olahan yang terdapat klaim adanya manfaat gizi tertentu merupakan kewajiban produsen.

Sebagian pangan olahan yang mencantumkan informasi nilai gizi biasanya merupakan produk-produk yang baik dikonsumsi bagi kesehatan tubuh manusia

seperti susu, multivitamin, minuman berbahan dasar buah dan sayur, jamu, dll. Manfaat dari masing-masing pangan olahan tersebut memiliki khasiat yang berbeda tergantung dari jenis bahan dasar yang digunakan. Bagi konsumen yang ingin mendapatkan manfaat gizi dengan cara yang praktis, pangan olahan dalam kemasan ini dapat menjadi pilihan. Selain untuk menghemat waktu, pangan olahan dalam kemasan ini dipilih untuk memenuhi kandungan gizi tertentu yang berguna bagi metabolisme.

Pada kemasan pangan olahan, umumnya tercantum label gizi pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca yang menandakan adanya klaim bahwa pangan olahan tersebut bergizi.[3] Pemberian label gizi pada produk pangan olahan tersebut merupakan informasi yang bermanfaat bagi konsumen dengan kondisi medis tertentu, dan bermanfaat juga sebagai informasi bagi seseorang yang ingin memenuhi kebutuhan vitamin, protein, kalsium dan berbagai gizi lainnya.

Masyarakat sebagai Konsumen umumnya percaya dengan informasi gizi yang tercantum pada kemasan produk pangan olahan, padahal hal tersebut tidak menjamin kesesuaian nilai gizi yang tercantum pada label dengan mutu yang ada pada pangan olahan. Seperti contoh kasus yang terjadi yaitu dialami oleh Dedi Tanoekusumah berusia 62 Tahun yang merasa tertipu atas kandungan gizi yang tercantum pada label beras merek Maknyuss dan Cap Ayam Jago yang diproduksi PT. Indo Beras Unggul. Dia mengaku sudah hampir tiga tahun lebih

[3] Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 12.

mengkonsumsi nasi yang berasal dari beras Maknyuss dan Cap Ayam Jago. Selama ini Dedi membeli beras Maknyus dan Cap Ayam Jago karena di kemasan tertulis beras baik untuk kesehatan yang mengandung karbohidrat rendah dan protein tinggi, apalagi Dedi sedang diet gula karena mengidap diabetes. Tapi ternyata informasi diberita ada kesalahan pencantuman label tidak benar, ada ahli gizi menjelaskan bahwa bukan itu (kandungan) isinya. Dedi menduga ada kesalahan komposisi dalam label kemasan beras. Menurutnya, beras tersebut harus dimasak lagi. Artinya itu bukan AKG (Angka Kecukupan Gizi) yang harus dicantumkan dalam beras itu, tetapi adalah komposisi dari isinya tersebut.

Menurut Dedi, dia adalah orang yang disiplin terutama masalah makan, yaitu harus membaca label kemasan produk yang akan dikonsumsi. Dedi berharap setelah mengonsumi beras tersebut bepengaruh positif pada kesehatan. Namun berdasarkan hasil dari pemeriksaan darah dan pemeriksaan dokter setelah mengonsumsi beras dari dua beras tersebut mulai September 2016 hingga Maret 2017, gula darah Dedi semakin bertambah. Dia mengaku bahwa setelah mengkonsumsi nasi dari beras tersebut merasa lemas, dan kondisi kesehatannya memburuk.[4]

Dalam kasus diatas, ternyata pada kenyataannya masih terdapat adanya ketidaksesuaian terhadap pemberian informasi yang menandakan bahwa tidak semua pelaku usaha atau produsen berperilaku jujur dan bertanggungjawab atas produk yang akan dijualnya. Adanya ketidaksesuaian pada label kemasan tersebut membuat konsumen harus lebih berhati-hati dalam memilih produk yang akan dikonsumsinya, karena jika label gizi yang diyakininya bermanfaat ternyata tidak

[4] Suara.com, "Diabetes Makin Parah, Dedi Tanoe Lapor Beras Maknyuss ke Polisi", diakses dari https://www.suara.com/news/2017/08/04/204117/diabetes-makin-parah-dedi-tanoe-beras-maknyuss-lapor-polisi?page=2 pada tanggal 19 Agustus 2020 pukul 13.42 WIB,

sesuai dengan mutu dari produk yang dibeli maka konsumen tersebut akan dirugikan karena tidak adanya manfaat dari apa yang dikonsumsinya.

Ketidaksesuaian mutu dengan label pada kemasan pangan olahan termasuk kedalam perbuatan yang dilarang bagi produsen karena berdasarkan Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK yang menentukan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Pada Pasal 8 ayat (1) huruf e UUPK, produsen dilarang melakukan produksi jika barang yang diproduksinya tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.

Undang–Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut dengan UUPK, dibuat untuk menjamin bahwa hak konsumen mengenai informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha tersebut adalah benardan UUPK berupaya melindungi konsumen dari berbagai macam upaya kecurangan yang akan dilakukan oleh produsen yang membawa akibat negatif bagi konsumen dari pemakaian barang dan tersebut, khususnya kerugian yang ditimbulkan dari adanya informasi yang tidak benar.

Salah satu acuan bagi konsumen untuk lebih selektif dalam memilih produk olahan tersebut adalah dengan membaca label, khususnya label gizi yang tercantum pada kemasan makanan. Sifat yakin yang dimiliki konsumen tersebut

terjadi karena konsumen sebagai pengguna dari suatu produk memiliki keterbatasan, salah satu keterbatasan tersebut adalah keterbatasan untuk mengetahui kebenaran atas informasi yang tercantum pada label yang ada pada kemasan makanan. Oleh karena itu untuk menghindari hal tersebut perlu dilindungi hak konsumen tersebut melalui UUPK dan peraturan terkait lainnya.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai perlindungan hukum terhadap pemberian label gizi pada produk pangan olahan yang tidak sesuai dengan mutu yang akan diuraikan dalam bentuk skripsi yang 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".**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Bagaimana tanggung jawab produsen terhadap konsumen atas produk pangan olahan yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label gizi?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label gizi yang tidak sesuai dengan mutu produk pangan olahan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah :

a. Untuk mengetahui tanggung jawab produsen terhadap konsumen atas produk pangan olahan yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label gizi.
b. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label gizi yang tidak sesuai dengan mutu produk pangan olahan.

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sebagai masukan sarana untuk menambah perkembangan di bidang ilmu pengetahuan yang telah penulis peroleh selama di bangku kuliah, khususnya dalam bidang Hukum Keperdataan.
b. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi masyarakat luas sebagai konsumen mengenai perlindungan konsumen atas masalah yang timbul dari pemberian label gizi pada kemasan produk pangan olahan; sebagai bahan rujukan dan informasi untuk menyusun penulisan hukum bagi mahasiswa Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen Medan.
c. Sebagai salah syarat dalam mencapai gelar sarjana di bidang Ilmu Hukum, bagian Hukum Perdata pada Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. TINJAUAN UMUM TENTANG HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kalimat yang menyatakan "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum", diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan konsumen hanya untuk kepentingan pelaku usaha. Meskipun Undang-Undang ini disebut sebagai Undang-Undang Perlindungan Konsumen namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian karena keberadaan perekonomian nasional banyak di tentukan oleh pelaku usaha.[5]

Kesewenang-wenangan akan mengakibatkan ketidakpastian hukum. Oleh karena itu, agar segala upaya memberikan jaminan akan kepastian hukum, ukurannya secara kualitatif ditentukan dalam UUPK dan undang-undang lainnya yang juga dimaksudkan masih berlaku untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen,baik dalam bidang Hukum Privat (Perdata) maupun hukum publik (Hukum Pidana dan Hukum Adminisrasi Negara).[6]

Berdasarkan ketentuan UUPK ada dua persyaratan utama dalam perlindungan konsumen yaitu:

a) Adanya jaminan hukum (*law guarantee*), peraturan yang melindungi hak konsumen terhadap perilaku dari pelaku usaha, peraturan tersebut menjamin para subjek hukum.

[5] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo*, Hukum Perlindungan Kosumen*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 1.
[6] *Ibid*., hlm. 2.

b) Adanya kepastian hukum, perlindungan hukum pada tingkat normatif dan empiris. [7]

2. Subyek Hukum Perlindungan Konsumen

Dalam Hukum Perlindungan Konsumen memiliki pihak-pihak sebagai subyek hukum. Pihak-pihak tersebut menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ialah sebagai berikut:

1) Pelaku Usaha

Pelaku Usaha menurut Pasal 1 angka (3) UUPK, ialah : "Pelaku Usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi". Dalam penjelasan disebutkan bahwa pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Dalam Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha memiliki Hak dan Kewajiban antara lain sebagai berikut :

Hak Pelaku Usaha adalah :

a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

[7] Wahyu Sasongko, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen,* Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2016, hlm. 33.

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 perundangundangan lainnya.

Kewajiban Pelaku usaha adalah :

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) Memberi 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) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
g) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.[8]

2) Konsumen

Menurut Pasal 1 angka (2) UUPK "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun mahluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".

[8] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6 dan Pasal 7.

Pengertian konsumen sebagaimana pengertian tersebut ditegaskan lagi di dalam Penjelasan Pasal 1 angka (2) UUPK yang memberikan penjelasan bahwa "Di dalam keputakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam Undang-undang ini adalah Konsumen akhir".

Dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa Konsumen memiliki hak dan kewajiban sebagai berikut :

Hak Konsumen adalah :

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

Kewajiban Konsumen adalah :

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.[9]

3. Hubungan Hukum Pelaku Usaha dan Konsumen

Hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen tentunya menunjukkan adanya suatu hubungan antara pihak tersebut, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya adalah tindakan konsumen untuk melakukan transaksi ekonomi atau bisnis dengan pelaku usaha. Transaksi tersebut dapat berbentuk pembelian barang, penggunaan jasa layanan, transaksi keuangan seperti pinjaman atau kredit. Transaksi di atas dapat terwujud jika telah terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak yang menyebabkan timbulnya hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Kesepakatan antara dua subyek hukum atau lebih itu memuat janji-janji dari kedua belah pihak yang bersifat mengikat, dan selanjutnya disebut perjanjian.[10]

Hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dibedakan menjadi dua, yakni sebagai berikut:

a. Hubungan Langsung

Hubungan langsung yang dimaksudkan pada bagian ini adalah hubungan antara produsen dengan konsumen yang terikat secara langsung dengan perjanjian. Perjanjian yang banyak ditemukan dalam praktik pada dasarnya dilakukan berdasarkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yaitu semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sedangkan pengertian sah adalah memenuhi syarat sahnya perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata, sebagai berikut:[11]

1. Kata sepakat mereka yang mengikatkan diri;

2. Adanya kecakapan untuk mengadakan perikatan;

---

[9] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 dan Pasal 5.
[10] *Ibid*., hlm. 60.
[11] R. Subekti, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek)*, Balai Pustaka, Jakarta, 2009, hlm. 57.

3. Mengenai suatu objek tertentu; dan
4. Mengenai kausa yang dibolehkan.

Namun, dipenuhinya keempat syarat di atas belum menjamin sempurnanya perjanjian yang dimaksud, ketentuan mengenai kesempurnaan kata sepakat juga penting karena apabila kata sepakat diberikan dengan adanya paksaan, kekhilafan atau penipuan, maka perjanjian tersebut tidak sempurna sehingga masih ada kemungkinan dibatalkan. Perjanjian demikian biasa disebut perjanjian yang mengandung cacat kehendak.

b. Hubungan Tidak Langsung

Hubungan tidak langsung yang dimaksudkan pada bagian ini adalah hubungan antara produsen dengan konsumen yang tidak secara langsung terikat dengan perjanjian. Ketiadaan hubungan langsung dalam bentuk perjanjian antara pihak produsen dengan konsumen ini tidak berarti bahwa pihak konsumen yang dirugikan tidak berhak menuntut ganti kerugian kepada produsen, dalam hal ini konsumen memiliki hubungan tidak langsung dan pelaku usaha dapat diikat dengan perbuatan melanggar hukum atas produknya.

Perbuatan melanggar hukum dalam KUH Perdata diatur dalam Pasal 1365, yaitu sebagai berikut. “Tiap perbuatan melanggar hukum yang menyebabkan kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena sikapnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.”

Berdasarkan ketentuan tersebut, maka bagi konsumen yang dirugikan karena mengkonsumsi suatu produk tertentu, tidak perlu harus terikat perjanjian untuk dapat menuntut ganti kerugian, akan tetapi dapat juga menuntut dengan alasan bahwa produsen melakukan perbuatan melanggar hukum, dan dasar tanggung gugat produsen adalah tanggung gugat yang didasarkan pada adanya kesalahan produsen.

4. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Asas hukum menurut Paul Scholten adalah kecenderungan yang memberikan suatu penilaian yang bersifat etis terhadap hukum. Begitu pula menurut H.J. Hommes, asas hukum bukanlah norma hukum yang konkrit, melainkan sebagai dasar umum atau petunjuk bagi hukum yang berlaku. Mirip dengan pendapat itu, menurut Satjipto Rahardjo asas hukum mengandung tuntutan etis, merupakan jembatan antara peraturan dan cita-cita sosial dan pandangan etis masyarakat.[12]

Ada lima asas perlindungan konsumen dalam Pasal 2 UUPK, yaitu :[13]

a. Asas manfaat

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. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak diatas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, produsen dan konsumen, apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.[14]

b. Asas keadilan

---

[12] Wahyu Sasongko, *Op.Cit.,* hlm. 36.
[13] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821, Pasal 2.
[14] Janus Sidabolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 31.

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan produsen dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Karena itu, undang-undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha (produsen).[15]

c. Asas keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha (produsen), dand. Asas keamanan dan keselamatan konsumen pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, produsen dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan atas kepentingannya yang lebih besar dari pihak lain sebagai komponen bangsa dan negara.[16]

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaiknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Karena itu, undang-undang ini membebankan sejumlah kewajiban yang harus dipatuhi oleh produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.[17]

e. Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung didalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh pengadilan.

---

[15] *Ibid.*, hlm. 32.
[16] *Ibid.*
[17] *Ibid.*

Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya.[18]

Setiap peraturan perundang-undangan yang mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen harus mengacu dan mengikuti kelima asas tersebut, karena dijunjung tinggi dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen.

B. TINJAUAN UMUM TENTANG PELABELAN

1. Pengertian dan Istilah Label

Menurut Tjiptono label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk. Sedangkan Kotler menyatakan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.[19]

Di samping itu ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

a) Label produk *(product label)* adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
b) Label merek *(brandlabel)* adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
c) Label tingkat *(gradelabel)* mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.

---

[18] *Ibid.,* hlm. 33.
[19] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, Prenhallindo, Jakarta, 2000, hlm. 477.

d) Label diskriptif *(descriptive label)* mendaftar isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftar ciri-ciri produk yang lainya. Pemberian label *(labeling)* merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

2. Fungsi dan Tujuan Label

Menurut Kotler, fungsi label adalah:

a) Label mengidentifikasi produk atau merek
b) Label menentukan kelas produk
c) Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman)
d) Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Pemberian label dipengaruhi oleh penetapan, yaitu:

a) Harga unit *(unitpricing)*; menyatakan harga per unit dari ukuran standar.
b) Tanggal kadaluarsa *(opendating);* menyatakan berapa lama produk layak dikonsumsi.
c) Label keterangan gizi *(nutritionallabeling);* menyatakan nilai gizi dalam produk.[20]

Tujuan Pelabelan antara lain :

a) Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
b) Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
c) Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yangoptimum.
d) Sarana periklanan bagi produsen.
e) Memberi rasa aman bagi konsumen. [21]

---

[20] *Ibid.,* hlm. 478.

[21] Pelajaran.co.id, "Pengertian Label, Fungsi, Tujuan, Jenis dan Ketentuan Label Produk Menurut Para Ahli Lengkap", diakses dari https://www.pelajaran.co.id/2019/02/pengertian-label-fungsi-tujuan-jenis-dan-ketentuan-label-produk-menurut-para-ahli.html pada tanggal 27 Juli 2020 Pukul 17.20 WIB.

Mengingat label adalah alat penyampai informasi, sudah selayaknya informasi yang termuat pada label adalah sebenar-benarnya dan tidak menyesatkan. Hanya saja, mengingat label juga berfungsi sebagai iklan, disamping sudah menjadi sifat manusia untuk mudah jatuh dalam kekhilafan dengan berbuat kecurangan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, maka perlu dibuat rambu-rambu yang mengatur. Dengan adanya rambu-rambu ini diharapkan fungsi label dalam memberi rasa aman pada konsumen dapat tercapai.

3. Tipe-Tipe Label

Secara umum label label dapat didefinisikan atas beberapa bagian, yaitu :

a) *Brand label* adalah label yang semata-mata sebagai *brand*. Misalnya pada bahan kain atau tekstil, kita dapat mencari tulisan berbunyi: "*sanforized, berkolin, tetoron",* dan sebagainya. Nama-nama tersebut digunakan oleh semua perusahaan yang memproduksinya. Selain *brand label* ini, masing-masing perusahaan juga mencantumkan merek yang dimilikinya pada tekstil yang diproduksi.
b) *Grade label* adalah label yang menunjukkan tingkat kualitas tertentu dari suatu barang. Label ini dinyatakan dengan suatu tulisan atau kata-kata.
c) *Descriptive Label* adalah merupakan informasi objektif tentang penggunaaan, kontruksi, pemeliharaan penampilan dan ciri-ciri lain dari produk. [22]

4. Pengaturan Pelabelan di Indonesia

Label memiliki kegunaan untuk memberikan infomasi yang benar, jelas dan lengkap baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukan mengenai barang yang diperdagangkan. Dengan adanya label konsumen akan memperoleh informasi yang benar, jelas dan baik mengenai

[22] Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 192.

kuantitas, isi, kualitas mengenai barang / jasa beredar dan dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa.

Label bisa berupa gantungan sederhana yang ditempelkan pada produk atau gambar yang direncanakan secara rumit dan menjadi bagian kemasan. Label bisa membawa nama merek saja, atau sejumlah besar informasi.[23]

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menetapkan tujuan untuk melindungi kepentingan konsumen dari dampak buruk pemakaian barang dan/atau jasa. Berdasarkan pasal 8 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang :

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, timbagan, 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;
e) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan komposisi, proses pengolahan, gaya, model atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keteranganbarang 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 palingbaik 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, namadan alamat pelaku usaha serta

[23] Philip Kotler, *Op.Cit*, hlm. 498.

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[24]

Larangan-larangan tersebut dimaksudkan untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.

Pemberian label pada barang pengaturannya dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan melalui Peraturan Menteri Perdagangan No.62/MDAG/PER/12/2009 tentang Kewajiban Pemberian Label Pada Barang (Permendag No. 62/M-DAG/PER/12/2009). Sedangkan pengaturan mengenai label pangan diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan yang telah diganti menjadi Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan disebutkan dalam Pasal 97 ayat (3) bahwa bagi setiap orang yang memproduksi atau memasukan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan, wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan, yang sekurang- kurangnya memuat:

a) Nama Produk;

b) Daftar Bahan yang Digunakan;

c) Berat Bersih atau Isi Bersih;

[24] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 Angka (1).

d) Nama dan Alamat Pihak yang memproduksi atau memasukan pangan ke dalam wilayah Indonesia;
e) Keterangan tentang Halal;
f) Tanggal, Bulan dan Tahun kadaluwarsa.

Pengaturan pelaksana dari Undang-Undang Pangan yang mengatur lebih lanjut dan terperinci mengenai pelabelan termuat di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Dalam PP tersebut diatur mengenai persyaratan label yang harus berisikan keterangan sekurangkurangnya:

a) Nama produk;
b) Daftar bahan yang digunakan;
c) Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukan pangan ke wilayah Indonesia;
d) Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

Dalam pencantuman keterangan pada label, pemberian keterangan tersebut harus berbahasa Indonesia, selain itu keterangan harus benar dan tidak menyesatkan, baik mengenai tulisan, gambar atau bentuk apapun lainnya. Pengaturan pemberian pernyataan tentang manfaat pangan bagi kesehatan dalam label menurut Pasal 6 ayat (1) PP Label dan Iklan Pangan hanya dapat dilakukan apabila didukung oleh fakta ilmiah yang dapat di pertanggungjawabkan dan mewajibkan agar label ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia, angka Arab dan atau huruf latin.

Ketentuan ini berlaku mengikat tidak hanya terhadap pangan yang diproduksi di dalam negeri, namun berlaku juga terhadap pangan yang dimasukkan kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan. Atas dasar pengaturan dalam UU Pangan dan PP Label dan Iklan Pangan inilah Pemerintah membuat ketentuan mengatur mengenai label yang mulai diberlakukan sejak tanggal 21 Juli 1999.

5. Label Informasi Nilai Gizi

Salah satu informasi yang terdapat pada label pangan adalah informasi nilai gizi yang akan bermanfaat untuk konsumen dalam memilih dan memutuskan konsumen dalam membeli produk sesuai yang mereka butuhkan dalam memenuhi kebutuhan gizinya. Di Indonesia Informasi Nilai Gizi atau dikenal juga dengan *Nutrition Information* atau *Nutrition Fact atau Nutrition labeling* merupakan salah satu informasi yang wajib dicantumkan apabila label pangan memuat sejumlah keterangan tertentu. Secara definisi lnformasi Nilai Gizi diartikan sebagai daftar kandungan zat gizi pangan pada label pangan sesuai dengan format yang telah ditetapkan.[25]

Sesuai dengan Pasal 32 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan bahwa keterangan kandungan gizi pada label wajib dicantumkan apabila 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 gizi pangan. Pada ayat (3) pelabelan kandungan gizi, informasi yang wajib dicantumkan adalah ukuran takaran saji, jumlah sajian per kemasan, kandungan energi per takaran saji, kandungan protein per sajian, kandungan karbohidrat per sajian, kandungan lemak per sajian, persentase dari angka kecukupan gizi yang dianjurkan.[26]

Label gizi (*Nutrition labeling)* adalah suatu standar yang menampilkan kandungan gizi dari suatu makanan berdasarkan pada kandungan zat gizi spesifik pada makanan. Konsumen akan menentukan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak setelah meneliti informasi yang termuat pada label. Informasi

[25] BPOM,2009

[26] Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Pasal 32 ayat (1) dan (3).

nilai gizi memiliki manfaat dari sisi kesehatan diperlukan oleh konsumen terutama bagi konsumen dengan kondisi medis tertentu yang memerlukan pengendalian zat gizi. Misalnya, penderita diabetes melitus dapat mengatur jumlah asupan kalori dengan memperhatikan jumlah energi suatu produk pangan.

C. TINJAUAN TENTANG PRODUK PANGAN

1. Pengertian Pangan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dinyatakan bahwa pangan adalah makanan yang merupakan harapan bagi setiap orang. Secara formal, pengertian pangan dimuat dalam Pasal 1 Angka (1) UU Pangan bahwa pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman.

Pengertian yang sama tentang pangan tersebut di atas termuat pula di dalam Pasal 1 Ayat (1) PP Label dan Iklan Pangan serta Pasal 1 Ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan. Pangan yang aman, bermutu, bergizi, beragam dan tersedia secara cukup merupakan prasyarat utama yang harus dipenuhi dalam upaya terselenggaranya suatu sistem pangan yang memberikan perlindungan bagi kepentingan kesehatan

serta semakin berperan dalam meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat.

Berdasarkan Pasal 1 Ayat (23) PP Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan dan Pasal 1 Ayat (14) UU Pangan, Gizi Pangan adalah zat atau senyawa yang terdapat dalam pangan yang terdiri atas karbohidrat, protein, lemak, vitamin dan mineral serta turunanya yang bermanfaat bagi pertumbuhan dan kesehatan manusia. Berdasarkan Pasal 1 Ayat (21) PP Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan dan Pasal 1 Ayat (13) UU Pangan, mutu pangan adalah nilai yang ditentukan atas dasar kriteria keamanan pangan, kandungan gizi dan standar perdagangan terhadap bahan makanan, dan minuman.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dinyatakan bahwa pangan adalah kebutuhan pokok manusia yang diperlukan untuk kelangsungan hidup manusia. Dengan demikian, pangan yang dikonsumsi adalah pangan yang aman, bermutu dan bergizi. Pangan yang aman akan memberikan dampak yang baik bagi kesehatan, bermutu artinya pangan yang dikonsumsi mempunyai kandungan gizi yang bermanfaat bagi tubuh manusia, sedangkan pangan yang bergizi adalah pangan tersebut bermanfaat bagi pertumbuhan manusia dan kesehatan manusia.

2. Jenis-jenis Pangan

Kehidupan manusia tidak mungkin tanpa adanya ketersediaan bahan pangan. Jadi untuk mempertahankan kehidupan manusia, maka manusia harus makan secukupnya dan memenuhi gizi. Jenis - jenis pangan dibedakan atas 2 yaitu :

a) Pangan segar adalah pangan yang belum mengalami pengolahan, yang dapat dikonsumsi langsung atau dijadikan bahan baku pengolahan, yang dapat dikonsumsi langsung atau dijadikan bahan baku pengolahan pangan. Misalnya beras, gandum, segala macam buah, ikan, air segar, dan sebagainya.
b) Pengertian pangan olahan adalah pangan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu, dengan atau tanpa bahan tambahan. Pangan olahan dibedakan lagi yaitu : Pangan olahan tertentu adalah pangan olahan yang diperuntukkan bagi kelompok tertentu, dalam upaya memelihara dan meningkatkan kualitas kesehatan kelompok tersebut. Pangan siap saji adalah makanan atau minuman yang sudah diolah dan bisa langsung disajikan ditempat usaha atau di luar tempat usaha atas dasar pesanan. Pangan tidak siap saji adalah makanan atau minuman yang sudah mengalami proses pengolahan, akan tetapi masih memerlukan tahapan pengolahan lanjutkan untuk dapat dimakan atau minuman.[27]

Adapula beberapa jenis pangan sebagaimana diatur dalam UU Pangan yang mana dapat dilihat pada ketentuan umum, yaitu:

a) Pangan Pokok adalah Pangan yang diperuntukkan sebagai makanan utama sehari-hari sesuai dengan potensi sumber daya dan kearifan lokal (Pasal 1 angka 15).
b) Pangan Lokal adalah makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat setempat sesuai dengan potensi dan kearifan lokal (Pasal 1 angka 17).
c) Pangan Segar adalah Pangan yang belum mengalami pengolahan yang dapat dikonsumsi langsung dan/atau yang dapat menjadi bahan baku pengolahan Pangan (Pasal 1 angka 18).
d) Pangan Olahan adalah makanan atau minuman hasil proses dengan cara atau metode tertentu dengan atau tanpa bahan tambahan (Pasal 1 angka 19).

[27] Cahyo Saparinto & Diana Hidayati, *Bahan Tambahan Pangan*, Kanisius, Yogyakarta, 2006, hlm. 54.

e) Pangan Produk Rekayasa Genetik adalah Pangan yang diproduksi atau yang menggunakan bahan baku, bahan tambahan Pangan, dan/atau bahan lain yang dihasilkan dari proses rekayasa genetik (Pasal 1 angka 34).

3. Pengaturan tentang Mutu dan Gizi Pangan

Dalam Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Keamanan, Mutu Dan Gizi Pangan Pasal 1 Angka 21 menyebutkan bahwa "Mutu pangan adalah nilai yang ditentukan atas dasar kriteria keamanan pangan, kandungan gizi, dan standar perdagangan terhadap bahan makanan, makanan dan minuman". Tampak jelas bahwa nilai-gizi pangan *(nutritional value of food)* merupakan salah satu kriteria mutu pangan yang penting. Selanjutnya pada Pasal 1 Angka 23 menyebutkan bahwa "Gizi pangan adalah zat atau senyawa yang terdapat dalam pangan yang terdiri atas karbohidrat, protein, lemak, vitamin dan mineral serta turunannya yang bermanfaat bagi pertumbuhan dan kesehatan manusia."

Nilai-gizi pangan, atau mutu pangan dalam dimensi gizi, yaitu nilai kemanfaatan suatu pangan terhadap kebutuhan baku tubuh akan energi dan zat gizi. Lebih rinci, Nilai-gizi pangan diartikan sebagai asupan energi dan zat gizi yang dapat memenuhi kebutuhan tubuh untuk beraktivitas, pertumbuhan, pemeliharaan, dan pengaturan reaksi biokimiawi tubuh. Oleh karena itu, nilai-gizi pangan perlu dipertahankan dan diperbaiki agar bermanfaat bagi keseimbangan proses biokimiawi dalam tubuh manusia.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan jalan menganalisisnya dan dilakukan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut untuk kemudian memecahkan permasalahan yang timbul di dalam gejala bersangkutan.[28]

Adapun ruang lingkup penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah sebatas untuk mengetahui bagaimana tanggung jawab produsen terhadap konsumen atas produk pangan olahan yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label gizi dan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label gizi yang tidak sesuai dengan mutu produk pangan olahan.

B. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan normatif, yang merupakan pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah dan menginterpretasikan hal-hal yang bersifat teoritis berkenaan dengan asas,

---

[28] Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1997, hlm. 39.

konsepsi, doktrin, dan norma hukum yang berkaitan dengan ketentuan aturan bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label informasi nilai gizi dapat terjadi. Berdasarkan dengan pendekatan tersebut, pelaksanaannya akan didukung dengan teknik analisa kualitatif yang memiliki peran memberikan data yang berupa catatan pengamatan.

C. Sumber Data

Berkaitan dengan permasalahan dan pendekatan masalah yang digunakan maka penelitian ini menggunakan sumber data kepustakaan. Jenis datanya adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui bahan pustaka dengan cara mengumpulkan dari berbagai sumber bacaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.[29] Data sekunder yang digunakan terdiri dari:

1) Bahan Hukum Primer : yaitu bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum tetap dan mengikat yaitu meliputi :
   a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
   b) Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
   c) Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan
   d) Peraturan Pemerintah RI No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan
   e) Peraturan Perundang-Undangan lainnya yang memiliki kaitan dengan objek penelitian
2) Bahan Hukum Sekunder : yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Dalam penelitian ini, sumber sekunder tersebut adalah buku-buku mengenai hukum perlindungan konsumen serta sumber tertulis lainnya yang berkaitan

[29] *Ibid.,* hlm. 52.

erat dengan permasalahan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap pemberian label informasi nilai gizi.

3) Bahan Hukum Tersier : yaitu segala bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder atau disebut juga sebagai bahan hukum penunjang dalam penelitian seperti kamus, dan juga ensiklopedia.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dalam suatu penelitian.[30] Berdasarkan sumber data yang diperlukan, maka pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode kepustakaan *(library research)* yaitu studi yang dilakukan untuk mengumpulkan bahan hukum primer, dan sekunder yang membantu mengembangkan pembahasan konsep perlindungan hukum terhadap pemberian label informasi nilai gizi. Bahan hukum yang diperoleh diinventarisasi dan diidentifikasi serta kemudian dilakukan pengklasifikasian bahan-bahan sejenis, mencatat dan mengolahnya secara sistematis sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian.

E. Metode Analisis Data

Bahan hukum (data) hasil pengolahan tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisis secara kualitatif, yaitu menguraikan data secara bermutu dalam bentuk kalimat yang tersusun secara teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih dan efektif. Sehingga memudahkan interpretasi data dan pemahaman hasil analisis.

Data dalam penelitian ini akan diuraikan ke dalam kalimat-kalimat yang tersusun secara sistematis, sehingga diperoleh gambaran yang jelas dan pada akhirnya dapat ditarik kesimpulan secara induktif yaitu penarikan kesimpulan dari sistematika pembahasan yang

[30] Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum* Cet. 1, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 83.

sifatnya khusus dan telah diakui kebenarannya secara ilmiah menjadi sebuah kesimpulan yang bersifat umum sebagai jawaban singkat dari permasalahan yang diteliti.