

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP MINYAK
GORENGTANPA LABEL PADA KEMASAN YANG BEREDAR DI
PASARAN**

Skripsi

Diajukan Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh

Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Hukum

Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan oleh :

MUH. REZA PAHLAWAN YUSUF

30301900245

PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUMFAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNGSEMARANG

2024

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP MINYAK
GORENGTANPA LABEL PADA KEMASAN YANG BEREDAR DI
PASARAN**



Diajukan oleh :

Muh. Reza Pahlawan Yusuf

NIM : 30301900245

Telah disetujui :

Pada Tanggal,

Dosen Pembimbing :

Dr. Hj. Aryani Witasari,SH, M.Hum

NIDK. 0615106602

PENGESAHAN SKRIPSI



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- Barang siapa yang tidak berterima kasih kepada manusia, maka ia tidak bersyukur kepada Allah.”
(HR. Ahmad)
- “Dan barang siapa bertakwa kepada Allah, niscaya Dia akan menjadikan jalan keluar baginya dan memberinya rezeki dari arah yang tidak disangkangka.”
(Q.S. At-Talaq: 2-3)
- “Kesuksesan bukan tentang siapa yang terbaik, tetapi siapa yang terus berusaha dan bermanfaat bagi orang lain.”

PERSEMBAHAN

- Papa dan Mama tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan, inspirasi, dan cinta tanpa batas. Terima kasih atas doa yang tak pernah terputus, dukungan, serta pengorbanan yang telah diberikan dengan tulus sepanjang perjalanan hidup saya.
- Kakak dan adik saya tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan baik secara materiil maupun moril, serta motivasi yang tidak pernah henti untuk menyemangati saya dalam menyelesaikan tugas ini.
- Dosen Pembimbing saya, Ibu Dr. Hj. Aryani Witasari, SH, M.Hum, yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, memberikan ilmu, arahan, serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan dedikasi yang begitu besar.
- UNISSULA dan Fakultas Hukum, almamater tercinta, tempat di mana saya menimba ilmu dan mengembangkan diri, serta memperoleh banyak pengalaman berharga yang menjadi bekal untuk masa depan.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muh. Reza Pahlawan Yusuf
NIM. 30301900245
Program Studi : S-1 Ilmu Hukum
Fakultas : Hukum

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya dengan judul “PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP MINYAK GORENG TANPA LABEL PADA KEMASAN YANG BEREDAR DI PASARAN” benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bebas dari peniruan hasil karya orang lain. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Semarang, 2025
Yang Menyatakan

Muh. Reza Pahlawan Yusuf

NIM. 30301900245

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muh. Reza Pahlawan Yusuf
NIM. 30301900245
Program Studi : S-1 Ilmu Hukum
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul:

“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP MINYAK GORENG
TANPA LABEL PADA KEMASAN YANG BEREDAR DI PASARAN”

Dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediaka, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 2025

Yang Menyatakan

Muh. Reza Pahlawan Yusuf

NIM. 30301900245

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Alhamdulillah, dengan segala tantangan dan rintangan yang dihadapi, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan penuh usaha dan dedikasi.

Perjalanan penulisan skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah. Berbagai kesulitan, mulai dari tantangan dalam pengumpulan data, hingga keraguan pribadi, seringkali menguji ketahanan dan motivasi penulis. Namun, melalui proses ini, penulis belajar banyak tentang arti kesabaran, ketekunan, dan tekad yang kuat. Setiap tantangan menjadi pelajaran berharga yang membentuk karakter dan kepribadian penulis. Dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan inspirasi selama proses penyusunan skripsi ini:

1. Bapak Prof. Dr H. Gunarto, SH,SE,Akt, M.Hum., selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. H. Jawade Hafidz, S.H., M.H., Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.
3. Ibu Dr. Hj. Widayati S.H., M. Hum, selaku wakil Dekan I. Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang
4. Bapak Dr Denny Suwondo S.H., M.H., selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islamm Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.
5. Bapak Dr. Mohammad Ngaziz, S.H., M.H., selaku Ketua Prodi Sarjana (S1) Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang.
6. Ibu Dr. Hj. Aryani Witasari,SH, M.Hum selaku dosen pembimbing ucapan terima kasih yang mendalam saya sampaikan atas bimbingan dan arahan yang sangat berarti. Kesabaran, dedikasi, dan kritik konstruktif yang diberikan

sangat membantu penulis dalam menyempurnakan karya ini.

7. Bapak Dr. Rakhmat Bowo Suharto, S.H., M.H selaku wali dosen di Fakultas Hukum yang telah membimbing dan memberi saran, perhatian dan nasehat selama proses perkuliahan.
8. Seluruh dosen di Fakultas Hukum UNISSULA saya mengucapkan terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah Bapak/Ibu berikan selama masa studi. Setiap pelajaran dan pengalaman yang didapatkan selama perkuliahan sangat berpengaruh dalam penyusunan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu staf kampus, terima kasih atas bantuan administratif dan dukungan yang telah mempermudah proses penyelesaian skripsi ini. Kerja keras dan dedikasi Bapak/Ibu dalam melayani mahasiswa sangat kami hargai.
10. Mama Beby AK,S.Pd dan Papa Rabuddin Yusuf, S.E. , selaku orang tua saya menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas segala bentuk dukungan, doa, dan kasih sayang yang telah diberikan. Pengorbanan dan dukungan Anda merupakan sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah penulis.
11. Ketiga saudara saya kakak pertama saya Muh. Esra Yusuf, S.Kom, kakak kedua saya Muh. Dheden Dermawan Yusuf serta adik saya Syanala Khania Zalzabila Yusuf yang selalu memberikan dukungan moral, semangat, dan doa tanpa henti. Kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa perjuangan ini tidak hanya untuk diri saya sendiri, tetapi juga untuk membanggakan keluarga kita.
12. Keluarga besar saya, yang telah memberikan dukungan moral dan dorongan yang sangat berarti sepanjang perjalanan ini. Kehadiran dan kasih sayang kalian memberikan kekuatan tambahan dalam menghadapi setiap tantangan.
13. Dwi Sulistyowati, S.Psi yang selalu memberi dorongan, masukan, kritik dan selalu memberikan arahan kepada penulis terkait kendala-kendala yang di alami selama menyusun skripsi ini dan selalu menemani penulis dari awal menyusun skripsi hingga sekarang menjadi peran yang berarti bagi penulis dan tidak lah penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan saudara yang selalu jadi garda terdepan dalam menemani dan membantu penulis.

14. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman kos Norlina: Rian, Rifky, Muiz, Rey, Arif, Falah, Jefri, Ikham, dan Muss. Kehangatan dan kebersamaan kalian telah menjadi rumah kedua selama masa studi saya. Terima kasih atas dukungan, canda tawa, dan kerja sama yang tak terlupakan.
15. Teman-teman WARRFLY, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya dengan semangat persahabatan yang luar biasa. Kalian selalu memberikan dorongan dan motivasi di setiap langkah saya. Kehadiran kalian telah membuat banyak momen sulit terasa lebih ringan.
16. Teman-teman TOROTOAR 13, terima kasih atas kenangan indah dan solidaritas yang terus terjaga. Kebersamaan kita penuh dengan pelajaran berharga, canda, dan dukungan yang tak akan pernah saya lupakan. Semoga hubungan baik ini terus terjaga di masa depan.
17. Teman-teman Ikatan Pelajar Mahasiswa Sulawesi Tenggara. Terima kasih atas semangat kekeluargaan dan rasa saling mendukung di perantauan. Kalian telah menjadi pengingat tentang identitas dan kebanggaan sebagai bagian dari Sulawesi Tenggara.
18. Teman-teman kos Rest Area: Anwar, Rahman, Habib, Harun, dan lainnya, terima kasih atas kehangatan, persahabatan, dan dukungan kalian selama saya tinggal di sana. Kalian telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya yang penuh warna.
19. Terima kasih juga saya sampaikan kepada Bapak Wiyanto, yang telah membuka rumah dan hati untuk saya selama merantau di Jawa. Kebajikan Bapak telah memberikan rasa aman dan kenyamanan seperti keluarga sendiri. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak dengan keberkahan yang melimpah.
20. Kepada semua pihak yang telah membant baik secara langsung maupun tidak langsung, saya menyampaikan rasa terima kasih yang tulus. Setiap bantuan, baik kecil maupun besar, sangat berarti bagi penyelesaian skripsi ini.
21. Terakhir, saya mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri atas usaha, ketekunan, dan dedikasi yang telah dilakukan. Proses ini adalah hasil dari kerja keras dan komitmen pribadi yang tidak ternilai harganya.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif, baik bagi penulis maupun bagi pihak-pihak yang membacanya.

Semarang, 2025

Muh. Reza Pahlawan Yusuf

NIM. 30301900245



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Terminologi.....	6
F. Metode Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen.....	12
1. Pengertian Perlindungan Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen	12
2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen	14
3. Tujuan Perlindungan Konsumen.....	16
4. Pengertian Konsumen	17
5. Hak dan Kewajiban Konsumen	19
6. Pengertian Pelaku Usaha.....	21
7. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	22
B. Tinjauan Umum tentang Label	24
1. Pengertian Label	24
2. Jenis Label	25

3. Dasar Hukum Label.....	26
4. Lembaga Pemberi Label.....	27
C. Tinjauan Perlindungan Hukum Menurut Hukum Islam	27
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Perlindungan Hukum yang Diberikan kepada Konsumen terhadap Produk Minyak Goreng Tanpa Label Dipasarkan.....	30
B. Upaya yang Dapat Dilakukan oleh Pemerintah dan Pihak Terkait dalam Menangani Peredaran Minyak Goreng Tanpa Label.	38
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
A. Kesimpulan.....	47
C. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49



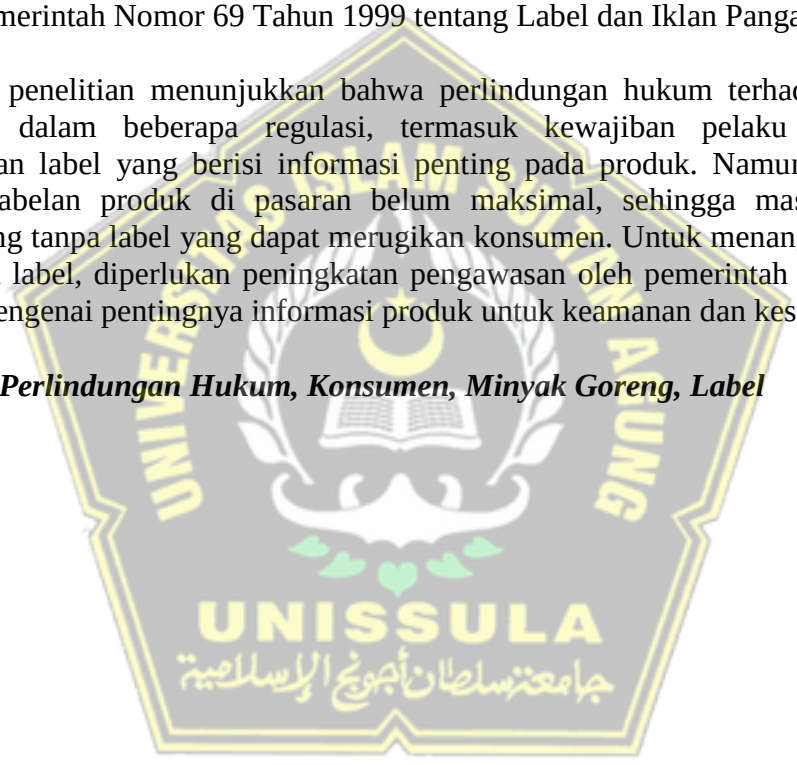
ABSTRAK

Minyak goreng merupakan kebutuhan pokok masyarakat Indonesia yang penggunaannya mencakup seluruh lapisan masyarakat. Namun, di pasaran masih banyak ditemukan minyak goreng tanpa label pada kemasannya, yang berpotensi merugikan konsumen karena kurangnya informasi terkait kualitas dan keamanan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap produk minyak goreng tanpa label dan untuk menganalisis upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah dan pihak terkait dalam menangani peredaran produk tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, yang berfokus pada kajian peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen telah diatur dalam beberapa regulasi, termasuk kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan label yang berisi informasi penting pada produk. Namun, pengawasan terhadap pelabelan produk di pasaran belum maksimal, sehingga masih ditemukan minyak goreng tanpa label yang dapat merugikan konsumen. Untuk menangani peredaran produk tanpa label, diperlukan peningkatan pengawasan oleh pemerintah dan kesadaran konsumen mengenai pentingnya informasi produk untuk keamanan dan kesehatan.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Minyak Goreng, Label



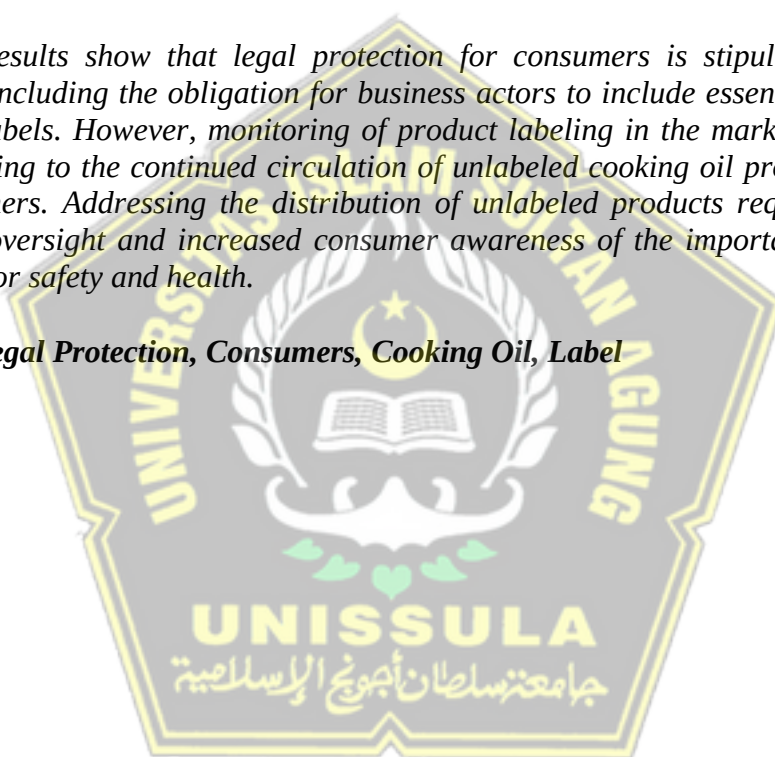
ABSTRACT

Cooking oil is a basic necessity for the Indonesian people, widely used across all social strata. However, many cooking oil products in the market still lack labels on their packaging, which poses potential risks to consumers due to insufficient information regarding product quality and safety. This study aims to examine the legal protection provided to consumers regarding unlabeled cooking oil products and analyze the efforts that can be undertaken by the government and related parties to address the circulation of such products.

The research adopts a normative juridical approach, focusing on the analysis of consumer protection regulations, such as Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection and Government Regulation Number 69 of 1999 on Food Labeling and Advertising.

The results show that legal protection for consumers is stipulated in several regulations, including the obligation for business actors to include essential information on product labels. However, monitoring of product labeling in the market has not been optimal, leading to the continued circulation of unlabeled cooking oil products that may harm consumers. Addressing the distribution of unlabeled products requires enhanced government oversight and increased consumer awareness of the importance of product information for safety and health.

Keywords: *Legal Protection, Consumers, Cooking Oil, Label*



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk minyak goreng memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, terutama dalam memasak dan pengolahan makanan. Sebagaisalah satu kebutuhan pokok, permintaan terhadap minyak goreng sangat tinggi dan mencakup seluruh lapisan masyarakat, dari pedagang kecil hingga rumah tangga. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan produk minyak goreng yang aman, berkualitas, dan dilengkapi dengan informasi yang jelas pada kemasan, seperti nama produk, komposisi, tanggal kadaluwarsa, serta produsen yang bertanggung jawab atas produk tersebut.¹

Sebagai landasan filosofis, Pasal 28H ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa "Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan." Hak ini mencakup akses masyarakat terhadap produk yang aman dan layak dikonsumsi, termasuk minyak goreng. Produk tanpa label pada kemasan berpotensi merugikan konsumen karena mereka tidak dapat mengetahui informasi penting tentang produk tersebut, seperti kandungan bahan, tanggal kedaluwarsa, dan identitas produsen. Hal ini bertentangan dengan hak dasar konsumen untuk hidup sehat dan mendapatkan jaminan atas barang yang berkualitas. Oleh karena itu, perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi esensial demi memastikan terpenuhinya hak-hak tersebut dan mendukung kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh.

Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting dilakukankarena berkaitan dengan upaya mensejahterakan masyarakat.

¹ Hadi Evianto, 1986, "Hukum Perlindungan Konsumen Bukanlah Sekedar Keinginan Melainkan Suatu Kebutuhan", *Jurnal Hukum Dan Pembangunan*, Vol.16 Nomor 6 Tahun ke – XVI, Desember 1986, h. 581.

Pengertian perlindungan konsumen Indonesia disebutkan dalam pasal 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya di sebut UUPK), yang berbunyi “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.²

Namun, fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan adanya peredaran minyak goreng tanpa label pada kemasan di pasaran. Minyak goreng tanpa label inisering ditemukan di pasar tradisional dan pedagang eceran, yang menawarkan harga lebih murah dibandingkan produk-produk berlabel di supermarket atau minimarket. Meskipun harga yang lebih terjangkau bisa menjadi daya tarik bagi konsumen, namun hal ini menimbulkan berbagai kekhawatiran terkait kualitas dan keamanan produk yang dikonsumsi. Ketiadaan label mengindikasikan adanya potensi pelanggaran terhadap regulasi yang berlaku.

Selain itu, minyak goreng tanpa label menyulitkan konsumen untuk mengetahui informasi penting terkait produk tersebut. Tanpa adanya informasi mengenai asal-usul produk, komposisi bahan, dan masa kadaluwarsa, konsumen berada dalam posisi yang rentan terhadap risiko kesehatan, seperti penggunaan bahan baku yang tidak sesuai standar atau produk yang sudah melewati masa layaknya konsumsi. Ketidakjelasan ini melanggar hak-hak konsumen untuk mendapatkan produk yang aman, sehat, dan layak dikonsumsi sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dalam konteks perlindungan konsumen, negara memiliki tanggung jawab untuk menjamin hak-hak konsumen, salah satunya melalui pengawasan terhadap pelabelan produk. Ketiadaan label pada minyak goreng yang beredar di pasaran menunjukkan bahwa pengawasan dari pihak berwenang belum berjalan secara maksimal. Pemerintah, melalui Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan instansi terkait lainnya, seharusnya memastikan bahwa seluruh produk pangan, termasuk minyak goreng, memenuhi standar yang ditetapkan

² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2008, h. 1.

sebelum dipasarkan kepada masyarakat. Jika regulasi ini tidak diterapkan dengan ketat, maka konsumen berpotensi dirugikan dan terancam kesehatannya.

Contoh kasus yang pernah terjadi adalah ditemukannya peredaran minyak goreng tanpa label di beberapa daerah, di mana produk tersebut tidak mencantumkan informasi penting seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, serta izin edar dari BPOM. Kasus ini menjadi perhatian serius karena ketiadaan label yang sesuai dapat menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen, seperti penggunaan bahan baku yang tidak sesuai standar atau produk yang sudah kedaluwarsa. Pada beberapa kasus, minyak goreng tersebut diproduksi oleh industrirumahan yang tidak melalui proses uji kelayakan yang memadai, sehingga meningkatkan potensi bahaya bagi konsumen. Hal ini memperlihatkan adanya kelalaian dalam proses pengawasan, baik di tingkat produsen maupun di tingkat pemerintah.

Selain peran pemerintah, kesadaran konsumen juga memegang peranan penting. Banyak konsumen yang cenderung mengutamakan harga murah tanpa mempertimbangkan aspek kualitas dan keamanan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen masih relatif rendah. Di sisi lain, pedagang atau produsen yang tidak bertanggung jawab memanfaatkan kelemahan ini untuk mendistribusikan produk yang tidak memenuhstandar, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan tanpa memperhatikan dampak yang mungkin timbul bagi konsumen.

Dengan demikian, peredaran produk minyak goreng tanpa label tidak hanyamenimbulkan masalah bagi konsumen dari segi informasi dan hak-hak mereka, tetapi juga mengundang pertanyaan mengenai efektivitas regulasi dan pengawasandi sektor pangan. Fenomena ini menjadi semakin kompleks mengingat pentingnya minyak goreng sebagai kebutuhan pokok yang dikonsumsi oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian yang

mendalam mengenai bagaimana hukum perlindungan konsumen dapat diterapkan untuk mengatasi peredaran produk minyak goreng tanpa label, serta bagaimana upaya pemerintah dan pihak-pihak terkait dalam melindungi konsumen dari produk yang tidak memenuhi standar tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian hukum dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP MINYAK GORENG TANPA LABEL PADA KEMASAN YANG BEREDAR DI PASARAN”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis akan membahas permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap produk minyak goreng tanpa label di pasaran?
2. Apa upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah dan pihak terkait dalam menangani peredaran minyak goreng tanpa label?

C. Tujuan Penulisan

Bahwasanya setiap karya ilmiah memiliki tujuan yang dapat diperoleh beraskan dan berdasarkan oleh suatu permasalahan yang ada. Adapun tujuan yang akan dicapai dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk minyak goreng yang beredar di pasaran tanpa label pada kemasan.
2. Untuk mengetahui dan memahami upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan lembaga terkait dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen atas produk minyak goreng tanpa label pada kemasan.

D. Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang hendak dicapai penulis dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis:

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian hukum perlindungan konsumen, khususnya dalam konteks produk pangan yang tidak memenuhi standar pelabelan. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai pentingnya pelabelan produk pangan dalam perspektif hukum dan bagaimana implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat memastikan keamanan dan hak-hak konsumen terpenuhi. Selain itu, penelitian ini juga memberikan analisis kritis terhadap regulasi yang ada dan efektivitas pengawasan hukum terhadap peredaran produk minyak goreng tanpa label. Hal ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan studi hukum konsumen di masa depan dan menambah literatur hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di sektor pangan.

b. Manfaat Praktis:

1) Bagi Jaksa:

Penelitian ini dapat memberikan panduan bagi jaksa dalam menegakkan hukum terkait kasus-kasus yang melibatkan produk tanpa label di pasar, khususnya dalam hal pelanggaran terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Rekomendasi dari penelitian ini diharapkan dapat membantu jaksa dalam merumuskan langkah-langkah hukum yang lebih efektif untuk menindaklanjuti pelanggaran yang dilakukan oleh produsen atau pedagang yang mengedarkan produk tanpa label.

2) Bagi Masyarakat:

Penelitian ini memberikan informasi dan kesadaran

kepada masyarakat mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen, terutama dalam memilih produk yang aman dan layak konsumsi. Masyarakat diharapkan lebih kritis dalam menilai produk yang mereka konsumsi dan lebih memahami pentingnya label sebagai sumber informasi yang akurat mengenai kualitas dan keamanan produk. Dengan meningkatnya kesadaran ini, konsumen diharapkan dapat menuntut hak-hak mereka dan berperan aktif dalam mendukung pengawasan produk di pasaran.

3) Bagi Akademisi:

Penelitian ini dapat menjadi bahan kajian dan referensi bagi akademisi yang tertarik dalam bidang hukum perlindungan konsumen dan regulasi produk pangan. Temuan dan analisis yang dihasilkan dapat memberikan wawasan baru bagi penelitian lanjutan yang berkaitan dengan implementasi regulasi pelabelan produk pangan. Selain itu, penelitian ini juga dapat memotivasi pengembangan penelitian interdisipliner yang menghubungkan

E. Terminologi

Untuk mempermudah dan tidak menimbulkan kekeliruan dalam hal memahami judul penelitian ini, maka penulis wajib memberikan penjelasan apa maksud dari judul penelitian **“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN TERHADAP MINYAK GORENG TANPA LABEL PADA KEMASAN YANG BEREDAR DI PASARAN”**

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum merujuk pada segala bentuk kebijakan, regulasi, dan tindakan yang diambil oleh pemerintah serta lembaga terkait untuk menjamin hak-hak konsumen dalam mendapatkan produk yang aman, berkualitas, dan

sesuai standar. Perlindungan hukum juga mencakup langkah-langkah untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak konsumen oleh pelaku usaha, seperti penipuan atau penyalahgunaan. Dalam konteks ini, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi dasar hukum utama yang mengatur hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha.

Regulasi perlindungan hukum bertujuan menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Dengan adanya perlindungan hukum, konsumen dapat merasa aman dalam bertransaksi, sementara pelaku usaha memiliki pedoman yang jelas untuk menjalankan aktivitas bisnisnya sesuai peraturan yang berlaku.

2. Konsumen

Konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk kepentingan pribadi, keluarga, atau makhluk hidup lain, bukan untuk diperdagangkan kembali. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan produk yang berkualitas, aman, serta informasi yang jelas terkait produk tersebut. Hak-hak konsumen ini menjadi bagian penting dalam menciptakan transaksi yang adil dan transparan.

Di sisi lain, konsumen juga memiliki tanggung jawab untuk mengikuti petunjuk penggunaan dan menjaga itikad baik dalam bertransaksi. Dengan demikian, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dapat berlangsung secara seimbang dan saling menguntungkan.

3. Minyak Goreng

Produk olahan minyak nabati yang digunakan untuk mengolah makanan melalui proses penggorengan. Minyak goreng umumnya berasal dari berbagai jenis tumbuhan, seperti kelapa sawit, kelapa, dan kedelai. Produk ini sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia sebagai salah satu bahan pangan pokok. Minyak goreng yang beredar di pasaran harus memenuhi standar kualitas dan keamanan, termasuk memiliki informasi yang jelas dan benar pada labelnya, agar konsumen dapat menilai kelayakan produk tersebut untuk dikonsumsi.

4. Label Produk

Label adalah informasi tertulis, cetak, atau grafis yang terdapat pada produk, komposisi bahan, masa kadaluwarsa, petunjuk penggunaan, nama dan

alamat produsen, serta sertifikasi yang relevan. Label berfungsi sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen, sehingga konsumen dapat memahami karakteristik produk yang akan digunakan.

Keberadaan label juga menjadi salah satu bentuk tanggung jawab produsen terhadap konsumen. Dengan memberikan informasi yang jelas dan akurat, produsen dapat memastikan konsumen menggunakan produk sesuai standar keamanan yang telah ditetapkan.

5. DI PASARAN\

Istilah "di pasaran" mengacu pada lingkungan tempat barang atau jasa diperjualbelikan, baik di toko fisik maupun platform daring. Dalam konteks penelitian ini, "di pasaran" merujuk pada distribusi dan keberadaan produk minyak goreng tanpa label yang beredar di berbagai tempat penjualan di Indonesia.

Produk yang beredar di pasaran memiliki tanggung jawab untuk memenuhi standar keamanan dan kelayakan konsumsi. Hal ini termasuk mencantumkan label yang informatif, sebagai wujud perlindungan konsumen dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.

F. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif, yang berfokus pada analisis terhadap norma-norma hukum yang relevan dengan isu yang dibahas. Pendekatan ini melibatkan telaah mendalam terhadap undang-undang dan peraturan yang berlaku, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, serta Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Melalui pendekatan undang-undang (statute approach), peneliti mengkaji substansi hukum untuk menemukan solusi atas permasalahan perlindungan konsumen terhadap minyak goreng tanpa label. Pendekatan ini digunakan untuk menghasilkan argumentasi hukum yang logis dan terukur berdasarkan kerangka hukum yang ada.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan konseptual (conceptual approach), yang beranjak dari kajian teori, doktrin, dan asas-asas hukum yang relevan. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali ide-ide dasar yang melandasi pengaturan hukum terkait perlindungan konsumen. Dengan memahami pandangan dan doktrin hukum yang berkembang, peneliti dapat membangun argumentasi hukum yang kuat untuk menyelesaikan isu perlindungan konsumen terhadap produk minyak goreng tanpa label. Oleh karena itu, kombinasi antara pendekatan undang-undang dan konseptual ini menegaskan bahwa penelitian ini bersifat yuridis normatif, karena berlandaskan pada kajian dokumen hukum tanpa melibatkan data empiris dari masyarakat.

2. Spesifikasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian hukum normatif (*normatif law research*). Penelitian hukum normatif adalah metode atau cara yang dipergunakan dalam penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada. Serta penelitian hukum normatif yang ditentukan atas suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi. Dalam penelitian ini yang menjadi isu hukumnya adalah Perlindungan Konsumen Terhadap Minyak Goreng Tanpa Label Pada Kemasan Di Pasaran.

3. Sumber Data

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan-bahan hukum tersier. Untuk memecahkan isu hukum sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa yang seyogyanya, diperlukan sumber- sumber penelitian. Yaitu:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoratif artinya otoritas. Bahan-bahan hukum primer antara lain terdiri atas peraturan perundang-undangan, catatan-catatan atau risalah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim. Adapun bahan hukum primer dalam

penelitian ini adalah:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- 3) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan.
- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan. Bahan hukum sekunder pula memiliki tingkatan yang didasarkan pada jenisnya. Hal tersebut dapat diketahui bahwa bahan hukum sekunder yang utama adalah buku teks karena buku teks berisi mengenai prinsip-prinsip dasar ilmu hukum dan pandangan-mempunyai kualifikasi pandangan klasik para sarjana yang tinggi. Adapun bahan-bahan sekunder dalam penelitian antara lain buku-buku hukum, kamus hukum, dan jurnal hukum yang relevan.

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan bahan hukum yang diperlukan oleh penulis berkaitan dengan penyelesaian skripsi ini adalah dengan cara penelitian kepustakaan (*library research*). Dalam hal ini, Penulis melakukan penelitian terhadap literatur-literatur untuk memperoleh bahan teoritis ilmiah yang dapat digunakan sebagai dasar analisis terhadap substansi penulisan ini. Tujuan dari tinjauan kepustakaan (*library research*) ini untuk memperoleh bahan-bahan hukum primer yang meliputi perundang-undangan, buku-buku, jurnal, makalah, situs internet, maupun bahan bacaan lainnya yang berhubungan dengan penulisan penelitian ini.

5. Metode Analisis Data

Melakukan analisis data merupakan suatu metode atau cara yang ditunjukkan untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang diangkat, analisis bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan metode

analisis preskriptif, dalam hal ini mengkaji secara mendalam bahan hukum yang ada kemudian digabungkan dengan bahan hukum yang lain.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis ke dalam beberapa bab untuk memberikan pemahaman yang runtut mengenai perlindungan hukum konsumen terhadap produk minyak goreng tanpa label pada kemasan yang beredar di pasaran. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan skripsi.

2. Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas teori dan konsep yang relevan, seperti pengertian perlindungan konsumen, hukum perlindungan konsumen, serta regulasi terkait label produk. Selain itu, disajikan landasan hukum yang digunakan dalam analisis penelitian. Kemudian bagian metode penelitian menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan, jenis dan sumber bahan hukum, teknik pengumpulan bahan hukum, serta teknik analisis bahan hukum untuk menyelesaikan permasalahan yang diangkat.

3. Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini memuat hasil penelitian mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen yang menggunakan produk minyak goreng tanpa label dan upaya pemerintah serta pihak terkait dalam menangani masalah tersebut.

4. Bab V: Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta saran-saran untuk perbaikan perlindungan hukum konsumen dan pengawasan terhadap peredaran produk tanpa label di masa mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen

Manusia memiliki berbagai macam kebutuhan hidup yang harus dipenuhi, baik berupa barang maupun jasa. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, pelaku usaha menyediakan berbagai barang dan jasa yang akhirnya menciptakan hubungan saling membutuhkan antara konsumen dan pelaku usaha. Hubungan ini bersifat timbal balik, di mana pelaku usaha menawarkan produk kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka.³

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* dalam bahasa Inggris-Amerika atau *consument/konsument* dalam bahasa Belanda. Secara harfiah, *consumer* berarti lawan dari produsen, yaitu orang yang menggunakan barang. Konsumen umumnya didefinisikan sebagai pengguna akhir dari suatu produk yang disediakan oleh pelaku usaha, yaitu seseorang yang memperoleh barang untuk digunakan, bukan untuk diperdagangkan kembali.⁴ Menurut Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperjualbelikan.

Perlindungan konsumen menurut Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah:

"Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen."

Kepastian hukum ini mencakup segala tindakan untuk memberdayakan konsumen agar dapat memilih atau menentukan barang dan/atau jasa sesuai kebutuhannya, serta mempertahankan hak-haknya jika dirugikan oleh pelaku

³ Purnadi Purbacaraka dan Soerjono Soekanto, *Sendi-Sendi Ilmu Hukum dan Tata Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung 1989 h. 43.

⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta 2009, h. 22.

usaha.⁵

Perlindungan konsumen meliputi cakupan yang luas, mulai dari tahap memperoleh barang atau jasa hingga dampak penggunaannya. Secara umum, perlindungan ini mencakup dua aspek:⁶

1. Perlindungan terhadap barang/jasa yang tidak sesuai perjanjian atau melanggar hukum. Ini termasuk penggunaan bahan baku, proses produksi, distribusi, dan desain produk yang harus sesuai dengan standar keamanan dan keselamatan. Konsumen juga memiliki hak untuk menuntut ganti rugi atas ketidaksesuaian produk.
2. Perlindungan terhadap syarat-syarat yang tidak adil. Misalnya, dalam promosi, iklan, standar kontrak, dan harga yang merugikan konsumen akibat perilaku produsen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan *lex specialis* yang mengatur secara khusus perlindungan terhadap konsumen, sesuai dengan asas *lex specialis derogat legi generalis*.⁷ Artinya, aturan umum yang tidak diatur secara khusus dalam undang-undang ini tetap berlaku selama tidak bertentangan.⁸

Untuk melindungi konsumen, terdapat beberapa dasar hukum, antara lain:

1. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 5 Ayat (1), Pasal 21 Ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33.
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
4. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
5. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan Pengaduan Konsumen.
6. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor

⁵ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2011, h. 1

⁶ *Ibid*, h. 22.

⁷ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta 2002, h. 266.

⁸ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Cet.2 Citra Aditya Bakti, Bandung 2003, h. 26.

795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Menurut Az. Nasution dalam buku *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, hukum konsumen adalah kumpulan asas dan kaidah yang mengatur hubungan penyediaan dan penggunaan barang atau jasa antara produsen dan konsumen. Sementara itu, hukum perlindungan konsumen merupakan kaidah yang bertujuan melindungi konsumen dari kerugian akibat penggunaan barang atau jasa yang disediakan.⁹

Intinya, hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen serta memberikan cara untuk mempertahankan hak mereka jika dirugikan, sehingga keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha dapat terjaga.¹⁰

2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Sistem hukum mencakup keseluruhan tata tertib yang didukung oleh berbagai asas sebagai pilar utama. Asas-asas ini saling berinteraksi untuk menjamin kepastian hukum, menciptakan harmoni, menjaga keseimbangan, dan menghindari konflik atau tumpang tindih dalam penerapan hukum.¹¹

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merumuskan sejumlah asas yang berfungsi sebagai landasan dalam mewujudkan perlindungan hukum yang efektif bagi konsumen. Asas-asas tersebut tertuang dalam Pasal 2, yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Penerapan perlindungan konsumen didasarkan pada lima asas utama yang selaras dengan upaya pembangunan nasional. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing asas:¹²

a) Asas Manfaat

Asas ini menggarisbawahi bahwa seluruh kegiatan yang

⁹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta 2002, h. 37.

¹⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung 2010 h. 40.

¹¹ Siwi Purwandari, *Pengantar Teori Hukum*, Nusa Media, Bandung, 2010 h. 94.

¹² Ahmadi Miru dan Sutarnan Yodo, *Op. Cit*, h. 25

berkaitan dengan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat optimal bagi semua pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha.

Dalam praktiknya, asas ini menuntut keseimbangan manfaat sehingga tidak ada pihak yang merasa lebih dominan atau dirugikan. Semua keputusan dan tindakan harus diarahkan untuk kepentingan bersama.

b) Asas Keadilan

Asas keadilan bertujuan untuk menjamin kesetaraan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha.

Dengan asas ini, baik konsumen maupun pelaku usaha diberi kesempatan yang adil untuk memperoleh hak-haknya sekaligus memenuhi kewajibannya. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) merinci hak dan kewajiban kedua belah pihak guna memastikan keadilan terwujud.

c) Asas Keseimbangan

Asas ini menekankan pentingnya menciptakan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah.

Tujuannya adalah memastikan tidak ada pihak yang merasa lebih diutamakan. Keseimbangan ini menjadi fondasi bagi hubungan yang sehat antara ketiga pihak tersebut, sehingga seluruh kepentingan dapat terlindungi secara proporsional.

d) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini menjamin bahwa produk barang atau jasa yang digunakan oleh konsumen tidak membahayakan keamanan maupun keselamatan mereka.

Produk yang ditawarkan harus memberikan jaminan bahwa tidak akan menimbulkan risiko terhadap ketenangan, keselamatan jiwa, atau harta benda konsumen. Asas ini mencerminkan tanggung jawab pelaku usaha dalam memastikan mutu dan keamanan produk.

e) Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum mengharuskan semua pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, untuk mematuhi hukum yang berlaku. Negara turut menjamin keberlangsungan hukum tersebut guna menciptakan keadilan dan ketertiban.

Asas ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya menjadi tanggung jawab individu, tetapi juga negara sebagai penyelenggara hukum.

Pembagian Substansi Asas dalam Undang-Undang

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kelima asas tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori utama:¹³

1. Asas Kemanfaatan, yang meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen.
2. Asas Keadilan, yang mencakup asas keseimbangan.
3. Asas Kepastian Hukum.

Pengaturan ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen adalah tanggung jawab bersama antara konsumen dan pelaku usaha. Undang-Undang ini mengakui bahwa kedua pihak memiliki hubungan saling terkait, seperti dua sisi mata uang, yang tidak bisa dipisahkan dalam pelaksanaannya.

3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Hukum memiliki tujuan utama untuk memberikan perlindungan dan pengayoman kepada masyarakat.¹⁴ Dalam konteks perlindungan konsumen, tujuan ini berfokus pada upaya melindungi hak dan kepentingan konsumen, terutama terkait dengan keamanan produk yang mereka gunakan. Konsumen pada dasarnya berhak mendapatkan produk-produk yang aman dan tidak membahayakan. Oleh sebab itu, perlindungan konsumen berfungsi sebagai payung hukum dalam memastikan hak-hak tersebut terlindungi.

Tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

¹³ Abdul. Hakim Siagian, *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Perjanjian Baku*, Jabal Rahmat, Medan 2012 h. 12

¹⁴ Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Grasindo, Jakarta 2004. h. 25

adalah sebagai berikut:¹⁵

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri.
2. Mengangkat martabat konsumen dengan menjauhkan mereka dari dampak negatif penggunaan barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen, agar mampu memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang menjamin kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses bagi konsumen untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.
5. Meningkatkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya melindungi konsumen, sehingga mereka memiliki sikap jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa, untuk menjamin keberlangsungan usaha sekaligus menjaga kesehatan, keamanan, kenyamanan, serta keselamatan konsumen.

Jika tujuan-tujuan di atas dikelompokkan dalam tiga tujuan hukum utama, maka:¹⁶

- a) Tujuan untuk memperoleh keadilan tercermin dalam poin 3 dan 5.
- b) Tujuan untuk memberikan kemanfaatan terlihat dalam upaya melindungi hak konsumen dan meningkatkan kualitas hidup mereka.
- c) Tujuan untuk mencapai kepastian hukum diwujudkan melalui poin 4, yang menekankan pentingnya keterbukaan dan akses informasi bagi konsumen.

Dengan demikian, perlindungan konsumen menjadi landasan penting dalam menciptakan keseimbangan antara hak konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha.

4. Pengertian Konsumen

¹⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op. Cit*, h. 33.

¹⁶ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo 1, *Op.cit.*, h. 34-35.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumen diartikan sebagai pengguna barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya.¹⁷ Sementara itu, menurut Inosentius Samsul, konsumen adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan produk sebagai pengguna akhir, baik yang memperoleh produk tersebut melalui pembelian, hadiah, pemberian, maupun undangan.¹⁸

Secara yuridis formal, pengertian konsumen dapat ditemukan dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menyatakan bahwa:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.” Berdasarkan definisi tersebut, konsumen yang dimaksud dalam UUPK adalah konsumen akhir atau pengguna terakhir dari suatu barang atau jasa yang diberikan oleh pelaku usaha.¹⁹ Dalam pengertian ini, terdapat beberapa unsur penting:²⁰

1. Setiap orang

Yang dimaksud dengan konsumen adalah individu atau badan usaha, baik yang berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum.

2. Sebagai pemakai

Istilah “pemakai” menegaskan bahwa yang dimaksud adalah konsumen akhir (end user), yaitu mereka yang menggunakan barang atau jasa untuk kebutuhan pribadi atau orang lain, bukan untuk diperdagangkan kembali.

3. Barang dan/atau jasa

Barang: Segala macam benda yang bersifat fisik dan dapat diperdagangkan.

Jasa: Bentuk layanan atau kinerja tertentu yang ditawarkan untuk digunakan konsumen.

¹⁷ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, h. 522.

¹⁸ *Ibid*, h. 16.

¹⁹ Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta 2013 h. 21.

²⁰ Abdul Hakim Siagian, *op.cit.* h. 12

4. Tersedia dalam masyarakat

Barang dan jasa yang dimaksud adalah yang telah tersedia dan dapat diakses dengan mudah di pasar, sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan dalam memperolehnya.

5. Digunakan untuk kepentingan pribadi

Barang dan/atau jasa yang digunakan oleh konsumen dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan diri sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain, dengan tujuan memenuhi kebutuhan pribadi.

6. Tidak untuk diperdagangkan kembali

Konsumen dalam konteks UUPK adalah mereka yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk dikonsumsi, bukan untuk dijual kembali.

Dengan demikian, konsumen akhir ditekankan sebagai pihak yang memanfaatkan barang atau jasa secara langsung. Pengertian ini menegaskan peran konsumen sebagai pengguna yang dilindungi oleh hukum, terutama dalam hal memperoleh barang dan jasa yang aman, berkualitas, serta memenuhi kebutuhan mereka.

5. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen memiliki hak-hak yang perlu dilindungi untuk memastikan bahwa mereka tidak berada dalam posisi yang lemah dibandingkan pelaku usaha. Perlindungan ini bertujuan mencegah terjadinya tindakan curang oleh pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen.

Hak konsumen dijamin oleh undang-undang melalui berbagai upaya hukum untuk memberdayakan mereka dalam memilih, memperoleh, dan mempertahankan hak atas barang dan/atau jasa yang dibutuhkan. Perlindungan ini juga memberikan kepastian hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan.

Secara umum, terdapat empat hak dasar konsumen yang pertama kali dikenalkan oleh Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy, pada 15 Maret 1962, dalam pidatonya di depan Kongres. Pidato tersebut dikenal sebagai “Deklarasi Hak Konsumen” (*Declaration of Consumer Rights*). Hak-hak

tersebut meliputi:²¹

1. Hak atas keamanan (The Right to Safety).
2. Hak atas informasi (The Right to Be Informed).
3. Hak untuk memilih (The Right to Choose).
4. Hak untuk didengar (The Right to Be Heard).

Di Indonesia, hak-hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:²²

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa.

Konsumen berhak menggunakan barang atau jasa yang nyaman, aman, dan tidak membahayakan kesehatan, jiwa, atau harta benda mereka. Oleh karena itu, setiap produk harus memenuhi standar keselamatan, baik dari bahan, desain, maupun kualitasnya.

2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang ditawarkan.

Konsumen memiliki kebebasan untuk memilih produk yang diinginkan tanpa tekanan dari pihak lain. Hak ini berkaitan erat dengan pasar yang kompetitif, di mana monopoli dapat menghilangkan kebebasan konsumen untuk memilih.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Informasi yang diberikan oleh pelaku usaha harus akurat agar konsumen tidak salah paham terhadap produk yang digunakan. Informasi ini dapat diberikan melalui media, iklan, atau langsung tercantum pada kemasan.

4. Hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan.

Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan keluhan atau

²¹ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta 2008, h. 24-

²² M. Sadar, dkk., *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Jakarta, 2012 h. 1.

pertanyaan terkait produk atau jasa yang digunakan, termasuk ketika informasi yang diberikan tidak mencukupi atau terdapat kerugian akibat produk tersebut.

5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan penyelesaian sengketa secara adil.

Karena posisi konsumen sering lebih lemah dibanding pelaku usaha, mereka memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum serta advokasi atas hak-hak mereka.

6. Hak untuk mendapatkan pendidikan tentang perlindungan konsumen.

Konsumen perlu diberikan pemahaman tentang hak-hak mereka melalui pendidikan formal maupun informal, sehingga mereka semakin sadar akan pentingnya melindungi diri sendiri.

7. Hak untuk diperlakukan dengan benar, jujur, dan tidak diskriminatif.

Konsumen berhak mendapatkan perlakuan yang adil tanpa perbedaan berdasarkan status sosial, agama, suku, atau faktor lainnya.

8. Hak atas ganti rugi atau penggantian jika barang dan/atau jasa tidak sesuai perjanjian.

Jika konsumen merasa barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan, mereka berhak meminta ganti rugi sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

9. Hak lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Konsumen juga memiliki hak-hak tambahan yang diatur oleh undang-undang, sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.

Kewajiban Konsumen

Selain memiliki hak, konsumen juga memiliki kewajiban yang harus dipatuhi untuk menciptakan keseimbangan dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

1. Membaca atau mengikuti informasi serta prosedur penggunaan barang

dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan.

2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi.

Konsumen harus melakukan transaksi dengan itikad baik tanpa menipu atau merugikan pihak lain.

3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

Konsumen wajib membayar harga barang atau jasa sesuai kesepakatan.

4. Mengikuti penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Jika terjadi masalah, konsumen harus bersedia menyelesaikan sengketa secara adil dan sesuai ketentuan hukum.

Dengan melaksanakan hak dan kewajiban secara seimbang, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha dapat berjalan dengan baik, sehingga menciptakan kepercayaan dan perlindungan yang maksimal.

6. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah individu atau badan usaha yang berperan dalam proses menghasilkan, mendistribusikan, dan memperdagangkan barang atau jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Pelaku usaha tidak hanya terbatas pada pihak yang memproduksi barang atau jasa, tetapi juga mencakup mereka yang memperdagangkannya, seperti grosir, distributor, pengecer, atau pihak lain yang terlibat dalam rantai distribusi.

Pengertian pelaku usaha ini tertuang dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan:

“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.”²³

²³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op. cit.*, hal.8.

Definisi pelaku usaha dalam undang-undang ini mencakup cakupan yang luas. Pelaku usaha tidak hanya diartikan sebagai pihak yang memproduksi barang atau jasa, tetapi juga termasuk mereka yang menyediakan bahan baku, komponen, atau bahkan yang mencantumkan nama pada produk untuk membedakannya dari produk lain. Aktivitas pelaku usaha dapat berupa penyewaan, penjualan, atau bentuk distribusi lainnya dalam lingkup perdagangan.

Definisi ini sejalan dengan pengertian pelaku usaha di negara-negara Eropa, khususnya Belanda. Dalam konteks perlindungan konsumen, pelaku usaha dianggap sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam menyediakan barang dan jasa yang memenuhi standar kualitas dan keamanan untuk kepentingan konsumen.

7. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

a. Hak Pelaku Usaha

Dalam menjalankan kegiatan usaha, pelaku usaha memiliki sejumlah hak yang diakui oleh undang-undang. Hak ini diberikan untuk memastikan keseimbangan dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, serta menciptakan iklim usaha yang mendukung pertumbuhan ekonomi.²⁴ Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan hak-hak berikut bagi pelaku usaha:

1. Hak menerima pembayaran

Pelaku usaha berhak menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan terkait kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan.

2. Hak atas perlindungan hukum

Pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak memiliki itikad baik.

3. Hak membela diri

Dalam penyelesaian sengketa dengan konsumen, pelaku usaha berhak

²⁴ Janus Sidabalok, *Op.Cit*, h. 83.

melakukan pembelaan secara wajar sesuai proses hukum.

4. Hak rehabilitasi nama baik

Jika terbukti bahwa kerugian yang dialami konsumen bukan disebabkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan, pelaku usaha memiliki hak untuk memulihkan nama baiknya.

5. Hak lainnya

Pelaku usaha juga memiliki hak-hak lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Sebagai bagian dari hubungan timbal balik dengan konsumen,²⁵ pelaku usaha juga dibebani sejumlah kewajiban yang diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kewajiban ini mencakup:²⁶

1. Beritikad baik

Pelaku usaha wajib menjalankan kegiatan usahanya dengan niat baik, seperti memberikan informasi yang akurat, melayani konsumen dengan benar, dan memastikan mutu barang atau jasa.

2. Memberikan informasi yang jujur

Pelaku usaha diwajibkan menyediakan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi serta jaminan barang atau jasa yang ditawarkan, termasuk panduan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

3. Memperlakukan konsumen secara adil

Pelaku usaha harus melayani konsumen dengan benar dan tanpa diskriminasi, memastikan semua konsumen mendapatkan perlakuan yang setara tanpa perbedaan mutu pelayanan.

4. Menjamin kualitas barang dan jasa

Barang atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkan harus memenuhi standar mutu yang berlaku sesuai ketentuan yang berlaku.

²⁵ Zulham. *Op, cit*, h. 51.

²⁶ Indonesia (a), Undang-Undang Perlindungan Konsumen, UU Nomor 8 Tahun 1999, LN Nomor 42 Tahun 1999, TLN. Nomor 3821, Ps. 7 beserta penjelasannya.

5. Memberikan kesempatan kepada konsumen

Pelaku usaha wajib memberi konsumen kesempatan untuk menguji atau mencoba barang atau jasa tertentu, serta memberikan jaminan atau garansi atas produk tersebut.

6. Memberikan kompensasi

Jika barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian, pelaku usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian barang atau jasa yang memadai.

Dengan menjalankan hak dan kewajiban ini secara seimbang, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dapat terjalin secara harmonis dan kondusif.

B. Tinjauan Umum tentang Label

1. Pengertian Label

Label adalah bagian penting dari suatu produk yang memberikan informasi tentang barang atau jasa yang diperdagangkan.²⁷ Informasi ini dapat berupa tulisan, gambar, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang berisi penjelasan terkait isi, manfaat, kualitas, atau tata cara penggunaan produk.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), label adalah sepotong kertas atau bahan lain yang ditempelkan pada barang untuk memberikan informasi tentang nama, pemilik, tujuan, dan keterangan lainnya.²⁸ Sementara itu, menurut Fandy Tjiptono, label merupakan bagian dari produk yang menyampaikan informasi tentang produk dan penjualnya. Label bisa berupa bagian dari kemasan atau etiket yang melekat langsung pada produk untuk memberikan informasi yang relevan bagi konsumen.²⁹

Label tidak hanya membantu konsumen memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi dan

²⁷ Marinus Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2002), h. 192

²⁸ *Ibid*, h. 549.

²⁹ Fandy Tjiptono, *Brand Management Strategi*, (Jakarta : Andi Publisher, 1997) h. 27

perlindungan konsumen dari risiko penggunaan produk yang tidak sesuai atau berbahaya.

2. Jenis Label

Menurut Fandy Tjiptono, label dapat dikategorikan menjadi tiga jenis utama berdasarkan fungsinya:

a. Brand Label

Label yang berfungsi sebagai identitas merek suatu produk. Merek ini biasanya dicantumkan pada produk atau kemasan untuk memudahkan konsumen mengenali dan mengingat produk. Contoh: logo atau nama merek pada botol air mineral.

b. Descriptive Label

Label yang memberikan informasi rinci dan objektif mengenai suatu produk. Informasi ini meliputi:

- 1) Cara penggunaan produk.
- 2) Komposisi atau bahan pembuatan.
- 3) Petunjuk perawatan atau penyimpanan.
- 4) Peringatan keamanan terkait penggunaan produk.

Contoh: informasi nilai gizi pada makanan kemasan atau petunjuk penggunaan pada obat-obatan.

c. Grade Label

Label yang digunakan untuk menunjukkan kualitas produk. Penilaian mutu biasanya diberikan dalam bentuk huruf, angka, atau kata tertentu. Contoh: beras dengan label mutu “Premium” atau telur dengan klasifikasi A, B, dan C.

3. Dasar Hukum Label

Kewajiban pencantuman label pada produk diatur dalam beberapa regulasi sebagai berikut:

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen

1. Pasal 4 butir c: Konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang atau jasa yang mereka gunakan.
2. Pasal 8: Pelaku usaha dilarang memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan melalui label.

b. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 62 Tahun 2009

1. Label adalah setiap keterangan tentang barang dalam bentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang barang dan pelaku usaha.
2. Label wajib mencantumkan informasi terkait nama produk, bahan pembuat, manfaat, tanggal kedaluwarsa, dan produsen atau distributor produk.

c. Peraturan Kepala BPOM Nomor HK.03.1.23.06.10.5166 Tahun 2010 tentang Label Pangan

Mengatur pencantuman label pada produk pangan, termasuk:

1. Informasi komposisi.
2. Informasi nilai gizi.
3. Informasi peringatan bagi konsumen yang memiliki alergi atau kondisi kesehatan tertentu.

4. Lembaga pemberi Label

Beberapa lembaga di Indonesia memiliki kewenangan terkait pemberian dan pengawasan label produk:

a. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

Mengawasi pencantuman label pada produk makanan, minuman, kosmetik, dan obat-obatan.

Menjamin bahwa informasi pada label sesuai dengan standar keamanan dan tidak menyesatkan konsumen.

b. Kementerian Perdagangan

Bertanggung jawab atas pengawasan implementasi kewajiban pencantuman label oleh pelaku usaha.

Mengatur regulasi yang memastikan pelaku usaha mencantumkan label yang memenuhi standar sesuai Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

c. Lembaga Standarisasi Nasional (BSN)

Bertugas menetapkan standar nasional untuk produk-produk yang beredar di Indonesia, termasuk ketentuan teknis terkait label.

d. Majelis Ulama Indonesia (MUI)

Memberikan sertifikasi halal yang dicantumkan pada label produk untuk memastikan produk tersebut sesuai dengan syariat Islam.

Sertifikasi halal meliputi bahan baku, proses produksi, dan distribusi produk.

C. Tinjauan perlindungan hukum menurut Hukum Islam

Dalam perspektif Islam, perlindungan terhadap konsumen merupakan bagian dari ajaran moral dan hukum yang menekankan keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam muamalah atau transaksi ekonomi. Islam mengajarkan bahwa setiap pelaku usaha harus jujur, amanah, dan bertanggung jawab dalam menawarkan barang atau jasa kepada konsumen.

a. Prinsip Keadilan dan Transparansi dalam Islam

Hukum Islam menekankan pentingnya prinsip keadilan dan transparansi dalam perdagangan. Firman Allah dalam Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3 menyebutkan ancaman bagi orang yang curang dalam takaran dan timbangan. Dalam konteks minyak goreng tanpa label, pelaku usaha yang tidak mencantumkan informasi jelas tentang produk dapat dianggap melanggar prinsip transparansi, yang merupakan kewajiban moral dan legal dalam Islam.

b. Larangan Gharar (Ketidakpastian)

Hukum Islam melarang gharar, yaitu segala bentuk ketidakpastian atau penipuan dalam transaksi. Minyak goreng tanpa label dapat menyebabkan konsumen tidak mengetahui kualitas, komposisi, atau kehalalan produk tersebut, sehingga berpotensi mengandung gharar. Dalam hadis, Nabi

Muhammad SAW bersabda:

"Barang siapa menipu, maka dia bukan golongan kami." (HR. Muslim)

c. Kewajiban Amanah bagi Pelaku Usaha

Islam mengajarkan bahwa setiap pelaku usaha harus bertindak amanah. Hal ini mencakup memberikan informasi yang benar dan jujur tentang produk yang dijual. Label pada minyak goreng merupakan salah satu bentuk pelaksanaan amanah, karena membantu konsumen memahami kualitas dan keamanan produk yang dikonsumsi.

d. Hak Konsumen dalam Islam

Islam mengakui hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang jelas dan jaminan terhadap produk yang halal dan thayyib (baik). Dalam konteks minyak goreng tanpa label, konsumen memiliki hak untuk mengetahui apakah produk tersebut memenuhi standar kehalalan dan kesehatan sebagaimana diperintahkan dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

"Wahai manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi yang halal lagi baik..." (QS. Al-Baqarah: 168).

e. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Dalam Islam, pelaku usaha bertanggung jawab penuh atas produk yang mereka perdagangkan. Jika minyak goreng yang dipasarkan tanpa label menyebabkan kerugian atau bahaya bagi konsumen, pelaku usaha wajib memberikan kompensasi. Hal ini sejalan dengan kaidah fiqh:

"Tidak boleh ada bahaya dan tidak boleh pula menimbulkan bahaya bagi orang lain."

Dengan demikian, perlindungan hukum konsumen terhadap minyak goreng tanpa label menurut hukum Islam mencakup larangan gharar, kewajiban memberikan informasi yang jelas, dan jaminan terhadap kehalalan serta keamanan produk. Pelaku usaha yang tidak mematuhi prinsip ini dapat dianggap melanggar hukum Islam dan berpotensi dikenakan sanksi

moral maupun hukum.



BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum yang Diberikan kepada Konsumen terhadap Produk Minyak Goreng Tanpa Label Dipasaran

Di Indonesia sebagai negara hukum, perlindungan konsumen merupakan salah satu aspek penting. Dalam suatu negara hukum, harus terdapat aturan yang mengatur setiap warganya. Memberikan perlindungan hukum bagi warganya juga merupakan kewajiban negara. Sebagai negara hukum, Indonesia mengharuskan semua pihak, termasuk pelaku usaha minyak goreng, untuk bertindak berdasarkan hukum.

Menurut Direktur Eksekutif Gabungan Industri Minyak Nabati Indonesia (GIMNI), fakta di lapangan menunjukkan bahwa banyak minyak goreng yang beredar di pasaran tidak jelas asal-usulnya. Minyak goreng curah, yang mencapai 51% di pasaran, diketahui berasal dari minyak jelantah yang dikumpulkan dari hotel dan restoran cepat saji. Minyak ini kemudian didaur ulang dan kembali diedarkan sebagai minyak goreng curah.

Pelaku usaha yang memproduksi produk pangan wajib mencantumkan informasi atau identitas produk mereka dalam bentuk label pangan. Hal ini memungkinkan konsumen untuk mengetahui informasi terkait produk yang mereka beli. Label pangan berfungsi memberikan informasi mengenai asal, jumlah, isi, kualitas, kandungan gizi, serta keterangan lain yang relevan terkait produk tersebut.³⁰

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan pelaku usaha sebagai setiap individu atau badan usaha, baik berbadan hukum maupun tidak, yang melakukan kegiatan ekonomi di wilayah Indonesia. Pengertian pelaku usaha ini mencakup produsen, distributor, penjual, dan bahkan importir.³¹

Produk minyak goreng curah yang dipilih konsumen karena dianggap lebih murah ternyata dapat merugikan kesehatan. Produk semacam ini dapat dikategorikan sebagai produk cacat karena tidak memenuhi standar keamanan yang diperlukan, baik akibat kesengajaan maupun kelalaian. Tidak adanya label keterangan pada kemasan minyak goreng tersebut merupakan salah satu bentuk cacat produk, khususnya cacat informasi.

³⁰ Celina Tri Siwi K., *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008, h.74

³¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, 2000, h. 12.

Hal ini merugikan konsumen karena mereka tidak memperoleh informasi yang jelas dan benar terkait produk yang dikonsumsi.³²

Penting bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang akurat kepada konsumen, baik melalui representasi, peringatan, maupun instruksi. Informasi ini memungkinkan konsumen membuat keputusan yang tepat sesuai kebutuhan mereka³³. Resolusi PBB Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen merumuskan berbagai hak konsumen yang perlu dilindungi, antara lain:³⁴

- a) Perlindungan konsumen dari bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b) Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
- c) tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
- d) pendidikan konsumen;
- e) tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f) kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Hak konsumen atas informasi yang jelas, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK, menyatakan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa. Minyak goreng tanpa label melanggar hak ini karena konsumen tidak memperoleh informasi yang memadai.

Pasal 8 ayat (1) huruf i UUPK melarang pelaku usaha memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak mencantumkan label berisi informasi penting, seperti nama barang, berat/isi bersih, komposisi, aturan pakai, serta nama dan alamat pelaku usaha.

Selain itu, Pasal 96 UU Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan menyebutkan bahwa label pangan bertujuan memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat sebelum membeli atau mengonsumsi pangan. Informasi pada label meliputi asal, keamanan, mutu, kandungan gizi, dan keterangan lain yang diperlukan. Tidak

³² AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Yogyakarta, 2001, h. 248.

³³ Agnes M. Toar, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah, dan Perkembangan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1998, h. 55.

³⁴ Dr. Niru Anita Sinaga, dkk, „Pelaksanaan Perlindungan Konsumen“, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara* Fakultas Hukum Universitas Suryadarma, Vol. No. 2, Maret 2015. h. 72.

adanya informasi yang lengkap dapat menimbulkan berbagai masalah, seperti pangan kedaluwarsa, penggunaan bahan berbahaya, hingga makanan yang tidak aman untuk dikonsumsi.³⁵

Berdasarkan data dan sumber yang diperoleh, penulis menemukan bahwa konsumen minyak goreng tanpa kemasan di Indonesia telah mendapatkan perlindungan hukum melalui berbagai peraturan yang berlaku.

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan payung hukum yang mengatur segala aspek terkait produk pangan tanpa label. Dalam undang-undang ini, kewajiban pelaku usaha dijelaskan dalam Pasal 7 huruf b, yaitu: "Pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan."³⁶

Pentingnya informasi yang benar dan jelas mengenai suatu produk bertujuan agar konsumen dapat memilih dan membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Penyampaian informasi tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun instruksi.³⁶

a. Representasi

Representasi yang benar terhadap suatu produk sangat penting, karena salah satu penyebab kerugian konsumen adalah misrepresentasi produk. Kerugian ini sering kali terjadi karena konsumen tergiur dengan iklan atau brosur yang hanya menonjolkan kelebihan produk, sementara kelemahan produk cenderung disembunyikan.³⁷

Dalam UUPK, representasi diatur dalam Bab IV tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Larangan terkait representasi terdapat dalam Pasal 8 dan Pasal 9. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dianggap sebagai perbuatan melanggar hukum, sehingga konsumen dapat mengajukan tuntutan meskipun tidak memiliki hubungan kontraktual langsung dengan pelaku usaha yang bersangkutan.³⁸

b. Peringatan

³⁵ Dedi Harianto. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan Yang Menyesatkan*. Bogor, Ghalia Indonesia, 2010 h. 45.

³⁶ Ahmadi Miru, "Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia", Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000, h. 141

³⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, Op.Cit., h. 55.

³⁸ *Ibid*, h. 57.

Peringatan, seperti halnya instruksi penggunaan produk, merupakan informasi penting bagi konsumen. Namun, keduanya memiliki fungsi berbeda: instruksi berfokus pada efisiensi penggunaan produk, sedangkan peringatan dirancang untuk menjamin keamanan penggunaan produk.³⁹

Produsen wajib menyampaikan peringatan sebagai bagian dari proses produksi. Namun, sering kali terjadi peringatan yang diberikan pada label produk tidak dibaca oleh konsumen, atau peringatan tersebut tidak cukup jelas untuk menarik perhatian. Hal ini dapat mengurangi efektivitas informasi yang disampaikan.

c. Instruksi

Instruksi atau petunjuk prosedur pemakaian produk juga merupakan kewajiban produsen. Tujuannya adalah agar produk tidak dianggap cacat akibat kurangnya informasi atau informasi yang tidak memadai. Sebaliknya, konsumen memiliki kewajiban untuk membaca dan mengikuti petunjuk tersebut demi keamanan dan keselamatan.

Larangan terkait pelabelan produk pangan diatur dalam Pasal 8 UUPK, yang mencakup:

- 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 yang 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;
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, 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 kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;

³⁹ *Ibid*, h.58.

- 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, 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.

Ketentuan Pasal 8 ini berlaku secara umum untuk seluruh kegiatan usaha, baik produksi maupun distribusi barang dan/atau jasa, di wilayah Republik Indonesia. Larangan tersebut mengatur pelaku usaha agar memastikan keamanan dan informasi yang memadai pada produk yang mereka tawarkan.

Secara umum, larangan yang diatur dalam Pasal 8 UUPK dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu:

- a. Larangan terkait produk yang tidak memenuhi syarat atau standar yang layak untuk digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen

Larangan ini berkaitan langsung dengan sifat dan karakteristik dari barang dan/atau jasa yang dipasarkan. Kelayakan produk harus memenuhi standar minimum yang ditetapkan agar dapat digunakan oleh konsumen tanpa membahayakan kesehatan atau keselamatan mereka. Standar minimum ini sering kali sudah menjadi pengetahuan umum, namun terkadang masih memerlukan penjelasan lebih lanjut. Karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang mereka jual. Informasi ini tidak hanya berasal dari pelaku usaha, tetapi juga dapat diperoleh dari sumber lain yang terpercaya. Dengan adanya informasi yang memadai, konsumen dapat menghindari membeli produk yang tidak layak dipasarkan, yang bisa merugikan mereka baik dari segi keamanan maupun kualitas.⁴⁰

- b. Larangan terkait penyediaan informasi yang tidak benar, tidak akurat, atau menyesatkan konsumen

Selain standar kualitas yang berlaku untuk produk, ada kalanya produk atau jasa tertentu mengklaim memiliki keistimewaan yang mungkin tidak

⁴⁰ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, Op.Cit., h. 39.

sepenuhnya sesuai dengan kenyataan. Oleh karena itu, pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang akurat, jujur, dan tidak menyesatkan mengenai produk yang mereka jual. Ini berarti pelaku usaha harus menyampaikan informasi mengenai kelebihan serta kekurangan produk tersebut secara transparan.

Selain itu, Undang-Undang juga mengatur tentang jenis transaksi tertentu, seperti lelang, penawaran dengan hadiah, atau penjualan barang yang tidak dalam kondisi sempurna. Dalam transaksi semacam ini, informasi yang jelas dan transparan menjadi sangat penting bagi konsumen, agar mereka tidak tertipu atau merasa dirugikan. Oleh karena itu, Undang-Undang memberikan sanksi bagi pelaku usaha yang tidak memberikan informasi yang benar, akurat, relevan, dan dapat dipercaya, atau yang memberikan informasi yang menyesatkan konsumen.⁴¹

2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan

Pemberian label pada produk pangan adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku usaha. Tujuan dari pemberian label ini diatur dalam Pasal 96 Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, yang menyatakan bahwa:

- a. Label Pangan bertujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat tentang setiap produk Pangan yang dikemas sebelum membeli dan/atau mengkonsumsi Pangan.
- b. Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terkait dengan asal, keamanan, mutu, kandungan Gizi, dan keterangan lain yang diperlukan.

Berdasarkan tujuan label tersebut, masyarakat berhak untuk mendapatkan informasi yang lengkap, akurat, dan jujur mengenai produk pangan. Informasi yang tercantum pada label memberikan konsumen gambaran yang jelas untuk menentukan pilihan apakah akan membeli produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Tanpa adanya informasi yang jujur dan benar, akan muncul berbagai masalah terkait pangan, yang dapat merugikan konsumen.

Selanjutnya dalam Pasal 97 UU Pangan menyatakan bahwa:

- a. Setiap orang yang memproduksi pangan di dalam negeri untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan/atau pada kemasan

⁴¹ *Ibid*, h. 40.

pangan.

- b. Setiap orang yang mengimpor pangan untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan/atau pada kemasan pangan pada saat memasuki wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- c. Pencantuman label di dalam dan/atau pada kemasan pangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia serta memuat paling sedikit keterangan mengenai:
 - 1) Nama produk;
 - 2) Daftar bahan yang digunakan;
 - 3) Berat bersih atau isi bersih;
 - 4) Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
 - 5) Halal bagi yang dipersyaratkan;
 - 6) Tanggal dan kode produksi;
 - 7) Tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa;
 - 8) Nomor izin edar bagi Pangan Olahan; dan
 - 9) Asal usul bahan Pangan tertentu.
- d. Keterangan pada label sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditulis, dicetak, atau ditampilkan secara tegas dan jelas sehingga mudah dimengerti oleh masyarakat.

Berdasarkan ketentuan ini, penulis berpendapat bahwa kewajiban mencantumkan label pada kemasan pangan, terutama pada produk yang diimpor, menjadi tanggung jawab produsen atau importir. Mereka harus memastikan bahwa informasi dalam bahasa Indonesia tersedia pada label produk pangan impor, yang bertujuan memberikan kejelasan dan kemudahan bagi konsumen Indonesia dalam memahami produk pangan yang mereka beli.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan

Peraturan mengenai label pangan diatur lebih rinci dalam Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Dalam Pasal 1 angka 3, dijelaskan bahwa:

" 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."

Berdasarkan Pasal 2 ayat (2), Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 menyatakan bahwa:

"Setiap pelaku usaha yang memproduksi pangan yang dikemas kemudian diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan/atau di kemasan pangan sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca."

Oleh karena itu, pelaku usaha diwajibkan untuk mencantumkan label sebagai bentuk informasi yang jelas pada kemasan produk pangan yang mereka produksi.

Dalam Pasal 3 ayat (2), juga disebutkan persyaratan label yang harus memuat keterangan minimal sebagai berikut:⁴²

- a. Nama Produk;
- b. Daftar bahan yang digunakan;
- c. Berat bersih atau isi bersih;
- d. Nama dan alamat produsen atau importir;
- e. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa.

Peraturan ini juga mengatur mengenai pencantuman klaim manfaat pangan bagi kesehatan pada label. Pasal 6 ayat (1) menegaskan bahwa " Pangan hanya dapat dilakukan apabila didukung oleh fakta ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan dan mewajibkan agar label ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia, angka Arab dan atau huruf latin ”.

Berdasarkan ketentuan tersebut, pangan yang tidak memenuhi standar kesehatan atau persyaratan yang telah ditetapkan dilarang untuk dipasarkan, dan dapat dikenakan sanksi berupa penarikan produk, pencabutan izin edar, atau pemusnahan sesuai dengan peraturan yang berlaku.⁴³

Dalam hal pencantuman label, perlindungan tidak hanya diberikan terkait dengan kesehatan, tetapi juga pada aspek keagamaan. Mengingat mayoritas penduduk Indonesia

⁴² Admin Person. Penerapan Label Pangan. <http://clearinghouse.pom.go.id/content-penerapan-label-pangan.html#ixzz3h8aH4j3p>, di posting 15 september 2014.

⁴³ Celina Tri Siwi K. *Op, cit*, h. 75.

adalah Muslim, perlindungan khusus terkait label halal perlu diberikan secara non-diskriminatif. Hal ini menjadi penting agar produk pangan yang beredar aman dikonsumsi oleh seluruh konsumen.

Label yang tidak sesuai atau menyesatkan informasi, seperti klaim yang tidak sesuai dengan kenyataan, dapat membingungkan konsumen. Begitu pula dengan pernyataan yang mungkin benar secara teknis namun memberikan gambaran yang keliru mengenai sifat, bahan, kualitas, komposisi, atau keamanan suatu produk. Aturan ini tidak hanya berlaku untuk produk pangan domestik, tetapi juga untuk pangan yang diimpor ke Indonesia.⁴⁴

Dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, pengaturan pangan di Indonesia mendapatkan landasan hukum yang jelas. Hal ini memberikan legalitas pada kebijakan pengelolaan pangan, serta melegalkan hak dan kewajiban para pihak terkait, termasuk konsumen, sehingga hak konsumen untuk mendapatkan pangan yang aman dan berkualitas dilindungi. Pemerintah, melalui kedua regulasi tersebut, menetapkan standar label yang wajib diterapkan, sementara Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan mekanisme hukum untuk menjamin kenyamanan konsumen dalam memperoleh produk pangan yang aman dan terjamin kualitasnya.

B. Upaya yang Dapat Dilakukan oleh Pemerintah dan Pihak Terkait dalam Menangani Peredaran Minyak Goreng Tanpa Label

Label pangan memegang peranan penting bagi konsumen, karena label tersebut menjadi sumber informasi yang memadai bagi mereka dalam mempertimbangkan kondisi suatu produk pangan. Berdasarkan Pasal 4 huruf (c) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa. Label menjadi salah satu sarana untuk menyampaikan informasi yang lengkap dan akurat mengenai kuantitas, isi, kualitas, tanggal kedaluwarsa, serta komposisi bahan yang terkandung dalam produk pangan.⁴⁵ Dengan adanya label ini, konsumen dapat lebih bijak dalam memilih produk pangan yang akan dibeli, baik itu produk industri maupun produk yang diproduksi oleh

⁴⁴ Label itu penting. <http://www.jembranakab.go.id/index.php?module=detailberitas>. Di posting 11 januari 2011, di kunjungi pada 13 agustus 2022

⁴⁵ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, Op.Cit, h.40.

rumah tangga.

Kebutuhan akan pangan merupakan kebutuhan dasar yang erat kaitannya dengan kesehatan dan keselamatan konsumen. Oleh karena itu, tanggung jawab pelaku usaha di sektor pangan dan pengolahan pangan sangat besar, dan mereka harus mampu memastikan keamanan produk yang dijualnya. Menurut Pasal 1 angka 1 UUPK, pelaku usaha diharuskan memenuhi berbagai persyaratan yang telah ditentukan dalam peraturan agar produk yang dihasilkan aman untuk dikonsumsi. Pemenuhan kewajiban ini wajib dilakukan oleh pelaku usaha, dan apabila kewajiban tersebut tidak dipenuhi, atau hanya dipenuhi sebagian, maka itu dianggap sebagai pelanggaran yang dapat menyebabkan barang atau jasa yang dihasilkan menjadi tidak aman untuk dikonsumsi karena tidak memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan.

Pasal 29 ayat 1 menyebutkan bahwa pemerintah bertanggung jawab untuk melakukan pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen, sehingga hak-hak konsumen dapat dipenuhi dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha dapat terlaksana dengan baik. Pembinaan ini dilakukan oleh pemerintah melalui kementerian yang terkait dengan perlindungan konsumen. Menteri teknis yang menangani masalah ini kemudian berkoordinasi dengan kementerian lainnya untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen secara menyeluruh.

Dalam pasal 30 ayat 1 UUPK disebutkan bahwa : “pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangnya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat”.

Bentuk pengawasan oleh pemerintah diatur dalam pasal 8 peraturan pemerintah Nomor 58 tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, sebagai berikut:

1. Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan atau jasa, pencantuman label dan klausula baku, promosi, pengiklanan, serta pelayanan purnajual barang dan atau jasa.
2. Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan dan penjualan barang atau jasa.
3. Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat 2 dapat disebarluaskan kepada masyarakat.

4. Ketentuan mengenai tata cara pengawasan sebagaimana dimaksudkan dalam ayat 1 ditetapkan oleh menteri dan atau menteri teknis terkait bersama-sama atau sendiri-sendiri sesuai dengan bidang tugas masing-masing.

Selain tugas pembinaan dan pengawasan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, peran pemerintah juga mencakup pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Badan ini didirikan berdasarkan amanat Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 2001 mengenai BPKN.

Persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam proses produksi, mulai dari tahap pra-produksi hingga pascaproduksi, secara umum sudah mencakup berbagai aspek perlindungan konsumen. Di sektor pengolahan pangan, hak-hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 UUPK sudah terpenuhi, namun perlindungan konsumen ini tidak terbatas pada pengolahan pangan saja, melainkan berlaku untuk seluruh sektor produksi.

Pelaku usaha diwajibkan untuk bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan usahanya, sesuai dengan ketentuan Pasal 7 angka 1 UUPK, yang menyatakan bahwa: “Pelaku usaha harus memiliki kewajiban beritikad baik dalam menjalankan usahanya.” Ketentuan ini menekankan pada kewajiban pelaku usaha, termasuk usaha di sektor industri rumah tangga, untuk mencantumkan label dengan benar. Kewajiban ini berlaku sejak produk dirancang atau diproduksi hingga sampai pada tahap penjualan.

Pasal 8 ayat (1) huruf i UUPK juga mengatur bahwa: “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan label atau penjelasan mengenai barang, seperti nama barang, ukuran, berat/isi bersih, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lainnya yang wajib dicantumkan.” Ini menunjukkan bahwa tindakan pelaku usaha yang tidak mencantumkan label pada produknya adalah pelanggaran terhadap hak konsumen, khususnya hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, serta hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang produk yang mereka beli. Oleh karena itu, pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produk yang tidak dilabeli dengan benar.

Selain itu, Pasal 8 ayat (1) huruf a UUPK juga menjelaskan bahwa: “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak

memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan.” Dalam hal ini, produk pangan, seperti minyak goreng, wajib memenuhi standar keamanan pangan yang berlaku dan memiliki izin edar yang sah. Apabila ada pelaku usaha yang melanggar ketentuan ini dengan memperdagangkan minyak goreng tanpa label, yang dapat membahayakan kesehatan konsumen, maka konsumen berhak untuk menggugat pelaku usaha tersebut sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.⁴⁶

Dalam hal sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyediakan saluran hukum bagi konsumen untuk menuntut hak-haknya melalui beberapa cara, salah satunya adalah:⁴⁷

1. Penyelesaian Melalui Peradilan

Pasal 45 ayat 1 UUPK mengatur bahwa setiap konsumen yang merasa dirugikan berhak untuk menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang memiliki kewenangan untuk menyelesaikan sengketa antara keduanya. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah lembaga yang dibentuk khusus untuk menangani sengketa semacam ini, sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Adapun pihak-pihak yang berhak mengajukan gugatan atas pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha, diatur dalam Pasal 46 ayat (1) UUPK, sebagai berikut:

- a. Seseorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan.
- b. Sekelompok konsumen yang, mempunyai kepentingan yang sama.
- c. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu yang berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam Anggaran Dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan perlindungan konsumen sesuai dengan anggaran dasarnya.
- d. Pemerintah dan atau instansi yang terkait apabila barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan atau korban yang tidak sedikit.

Gugatan yang diajukan oleh kelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pemerintah terhadap pelaku usaha hanya dapat diajukan ke peradilan umum. Oleh karena itu, terdapat tiga forum atau cara yang dapat

⁴⁶ Dedi hariantono, *Op-cit*, h. 6.

⁴⁷ Abuyazid Bustomi, „Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen“, *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang*, Vol. 16, No. 2, Mei 2018, h. 11.

digunakan untuk menyelesaikan sengketa konsumen, yaitu sebagai berikut:⁴⁸

- 1) Penyelesaian Sengketa Konsumen Secara Langsung melalui Negosiasi, Konsultasi, Konsiliasi, Mediasi, dan Penilaian Ahli

Sengketa konsumen dapat diselesaikan terlebih dahulu melalui pertemuan langsung antara konsumen dan pelaku usaha, atau dengan bantuan pihak ketiga. Dalam hal ini, negosiasi atau konsultasi dilakukan melalui proses tawar-menawar untuk mencapai kesepakatan. Sementara itu, konsiliasi, mediasi, dan penilaian ahli melibatkan pihak ketiga yang bertindak sebagai penengah tanpa memberikan keputusan langsung. Pihak ketiga yang dimaksud adalah pihak yang netral, tidak memihak kepada salah satu pihak dalam sengketa, dan bertujuan membantu kedua belah pihak menemukan penyelesaian.

- 2) Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Jika penyelesaian secara damai di luar pengadilan tidak berhasil—baik karena pelaku usaha menolak atau tidak memberikan tanggapan, atau kesepakatan tidak tercapai—penyelesaian sengketa konsumen dapat dilanjutkan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Sesuai dengan Pasal 23 UUPK, BPSK dibentuk untuk menangani sengketa yang tidak dapat diselesaikan secara informal. BPSK membentuk majelis yang terdiri dari minimal tiga anggota yang mewakili berbagai unsur, dibantu oleh seorang panitera. BPSK diwajibkan menyelesaikan sengketa dalam waktu 21 hari sejak gugatan diterima.

Penyelesaian melalui BPSK lebih cepat dan murah, dan ditujukan untuk konsumen perorangan yang berselisih dengan pelaku usaha. Putusan BPSK dapat menjadi bukti permulaan untuk penyidikan lebih lanjut, dan penyelesaian melalui BPSK tidak menghilangkan tanggung jawab pidana bagi pelaku usaha.

- 3) Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Pengadilan

Apabila penyelesaian di luar pengadilan tidak berhasil, sengketa konsumen dapat dibawa ke pengadilan. Dalam hal ini, proses pemeriksaan dilakukan sesuai dengan ketentuan peradilan umum yang berlaku. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan dapat dilakukan jika:

- a) Para pihak belum memilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar

⁴⁸ Janus Sidabalok, *Op-Cit*, h. 129-133.

pengadilan, atau

- b) Upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

2. Penyelesaian Sengketa di Luar Peradilan

Untuk proses penyelesaian sengketa yang dilakukan di luar peradilan umum, UUPK memberikan beberapa alternatif penyelesaian sengketa konsumen melalui prosedur non-litigasi. Berdasarkan ketentuan Pasal 52 UUPK, terdapat beberapa cara penyelesaian sengketa di luar peradilan umum, yaitu sebagai berikut:

a. Mediasi

Mediasi adalah proses di mana pihak ketiga bertindak sebagai fasilitator untuk membantu pihak-pihak yang bersengketa mencapai penyelesaian yang disepakati bersama. Dalam mediasi, mediator berperan netral, tanpa memihak pada salah satu pihak, dan bertugas untuk memfasilitasi komunikasi yang konstruktif agar kedua belah pihak dapat mencapai kesepakatan.

b. Arbitrase

Arbitrase adalah metode penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang dilakukan berdasarkan perjanjian arbitrase yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Keunggulan dari arbitrase adalah keputusan yang dihasilkan bersifat final, mengikat secara hukum, dan tidak dapat diajukan banding. Dengan demikian, hasil keputusan arbitrase langsung berlaku sebagaimana putusan pengadilan.

c. Konsiliasi

Konsiliasi adalah penyelesaian sengketa yang dapat diajukan atas inisiatif salah satu pihak atau kedua pihak yang bersengketa, di mana Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bertindak sebagai perantara. Dalam hal ini, majelis BPSK bersifat pasif, hanya berfungsi sebagai penghubung untuk menyampaikan pendapat dari kedua belah pihak. Meskipun konsiliasi memiliki banyak kesamaan dengan arbitrase, keputusan yang diambil dalam konsiliasi tidak mengikat sebagaimana keputusan arbitrase. Pendapat konsiliator hanya bersifat saran, bukan keputusan yang mengikat secara hukum.

Jika terbukti bahwa produk pangan olahan yang dipasarkan dan dikonsumsi mengandung bahan yang dapat membahayakan kesehatan manusia atau bahan yang

dilarang, maka badan usaha atau individu yang bertanggung jawab dalam badan usaha tersebut wajib memberikan kompensasi untuk segala kerugian yang secara langsung timbul. Konsumen, dalam hal ini, berhak mengajukan tuntutan ganti rugi atas kerugian yang mereka alami. Tuntutan ganti rugi tersebut harus sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 19 UUPK, yang menyatakan:

Pelaku usaha bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang timbul akibat kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang diderita konsumen akibat mengonsumsi barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan.

Ganti rugi yang dimaksud dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang atau jasa sejenis atau setara nilainya, atau biaya perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas transparansi informasi produk karena konsumen membayar produsen untuk memperoleh kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi sendiri oleh konsumen. Oleh karena itu, produsen harus profesional dan memenuhi kewajiban mereka terhadap konsumen.

Tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen karena produk pangan yang dipasarkan, baik berupa gangguan kesehatan atau bahkan kematian akibat konsumsi produk pangan yang berbahaya atau mengandung bahan beracun, bersifat mutlak. Kerugian ini bisa terjadi akibat kurangnya informasi yang jelas mengenai pangan yang dipasarkan.

Menurut Nurmadjito, pelaku usaha yang wajib bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan adalah mereka yang melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, seperti yang akan dijelaskan lebih lanjut.⁴⁹

1. Menghasilkan produk akhir, termasuk memproduksi bahan mentah atau komponen;
2. Tidak Mencantumkan nama, merek, atau tanda lain pada produk dengan tidak menunjukkan pihaknya sebagai pelaku usaha;
3. Mengimpor barang ke wilayah Republik Indonesia;
4. Menyalurkan barang yang tidak jelas identitas pelaku usahanya, baik produk dalam negeri maupun importirnya yang tidak jelas identitasnya;
5. Menjual jasa seperti mengembangkan perumahan atau membangun apartemen;

⁴⁹ Happy Susanto, *Op-Cit.* h. 38.

6. Menjual jasa dengan menyewakan alat transportasi atau alat berat.

Sonny Kerafn memerinci aturan yang sekaligus menggariskan kewajiban berkaitan dengan kewajiban yang harus dipenuhi produsen terhadap konsumennya, yaitu :⁵⁰

1. Pelaku usaha wajib memenuhi semua ketentuan yang melekat baik pada produkyang ditawarkan maupun pada iklan tentang produk itu;
2. Pelaku usaha wajib menyingkapkan semua informasi yang perlu diketahui oleh semua konsumen tentang sebuah produk; dan
3. Pelaku usaha untuk tidak mengatakan yang tidak benar tentang produk yang ditawarkan.

Untuk memenuhi kewajibannya, produsen harus menyediakan informasi yang akurat dan transparan, yang dikenal sebagai disclosure, yaitu kewajiban untuk mengungkapkan seluruh informasi yang perlu diketahui oleh konsumen. Informasi yang disampaikan produsen, baik yang tercantum langsung pada produk atau dalam bentuk iklan, menjadi acuan penting bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, produsen tidak diperbolehkan menyembunyikan fakta-fakta, termasuk risiko yang terkait dengan produk tersebut. Jika pelaku usaha gagal memenuhi kewajiban ini, atau melanggar peraturan yang berkaitan dengan label pada produk pangan minyak goreng, maka konsumen akan dirugikan. Kerugian yang dialami oleh konsumen tersebut dapat menjadi dasar bagi mereka untuk menggugat pelaku usaha.

Dalam sistem hukum Indonesia, terdapat mekanisme untuk menyelesaikan gugatan atas kerugian yang dialami oleh konsumen akibat penggunaan produk tertentu, berupa tuntutan ganti rugi berdasarkan wanprestasi dan perbuatan melawan hukum. Secara prinsip, konsumen yang dirugikan tidak diharuskan untuk membuktikan bahwa pelaku usaha telah melakukan kesalahan atau kelalaian, karena pelaku usaha bertanggung jawab secara mutlak atas produk yang mereka pasarkan, meskipun mereka telah melakukan berbagai tindakan pencegahan. Prinsip ini dikenal dengan istilah strict liability (tanggung jawab mutlak), yang diterapkan dalam konteks product liability atau tanggung jawab produk.⁵¹

Adapun dasar dari pembebanan tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen

⁵⁰ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998, hal. 187-190.

⁵¹ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003, hal. 253.

adalah adanya negligence, yaitu perilaku yang tidak sesuai dengan standar kelakuan yang ditetapkan oleh undang-undang, serta adanya *duty of care* atau kewajiban untuk menjaga kepentingan orang lain.

Untuk dapat mengajukan gugatan ganti rugi berdasarkan perbuatan melawan hukum, terdapat beberapa unsur yang harus dipenuhi, yaitu :

- a. Ada perbuatan melawan hukum;
- b. Ada kerugian;
- c. Ada hubungan sebab akibat antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian;
- d. Ada kesalahan.

Artinya, tidak diperlukan adanya hubungan kontraktual (no privity of contract) antara penggugat dan tergugat untuk dapat mengajukan gugatan, namun dalam gugatan yang berdasarkan perbuatan melawan hukum, beban pembuktian terletak pada penggugat atau konsumen. Hal ini sering kali sulit untuk dipenuhi, terutama mengingat posisi konsumen yang lemah, baik dari segi finansial maupun pengetahuan mereka yang terbatas tentang proses produksi dan faktor-faktor yang menyebabkan cacat pada produk yang merugikan konsumen.

Jika terdapat hubungan kontraktual antara pelaku usaha (penjual barang atau penyedia jasa) dengan konsumen, maka tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan pada tanggung jawab kontraktual, yaitu tanggung jawab perdata yang timbul dari perjanjian atau kontrak yang telah disepakati. Dalam hal ini, pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang yang diproduksi atau memanfaatkan jasa yang disediakan oleh pelaku usaha tersebut.

Setelah diberlakukannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pembuktian mengenai adanya kesalahan dari pihak produsen kini menjadi tanggung jawab produsen itu sendiri. Dalam praktik perdagangan modern, proses distribusi dan promosi produk dilakukan langsung kepada masyarakat (konsumen) melalui media massa dan pemasangan label atau etiket, sehingga tidak diperlukan adanya hubungan kontraktual untuk mengikat para pihak secara hukum.

Prinsip tanggung jawab yang diterapkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan dengan pembuktian terbalik. Dalam hal ini, konsumen hanya perlu membuktikan adanya kerugian yang

diderita akibat mengonsumsi produk yang diproduksi oleh produsen. Sementara itu, produsen berkewajiban untuk membuktikan bahwa tidak ada kesalahan yang terjadi yang menyebabkan kerugian bagi konsumen.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perlindungan hukum terhadap konsumen telah diatur secara jelas dalam berbagai peraturan perundang-undangan, yang bertujuan untuk memastikan hak-hak konsumen terlindungi. Dalam hal ini, pelabelan produk pangan, termasuk minyak goreng, menjadi bagian penting dari perlindungan tersebut. Jika sebuah produk, seperti minyak goreng, tidak mencantumkan label yang sesuai dengan ketentuan peraturan, maka produk tersebut dianggap cacat dan berisiko membahayakan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha yang memasarkan produk tanpa label wajib bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan, baik berupa gangguan kesehatan atau kerugian lainnya, yang dapat digugat melalui perbuatan melawan hukum.
2. Upaya pemerintah dan pihak terkait dalam menangani peredaran minyak goreng tanpa label, pemerintah telah mengeluarkan berbagai peraturan yang mengatur kewajiban pelaku usaha dalam mencantumkan label pada produk pangan. Upaya yang dapat dilakukan antara lain pengawasan ketat terhadap peredaran produk pangan, pemberian sanksi terhadap pelaku usaha yang tidak memenuhi ketentuan, serta penyuluhan kepada konsumen untuk lebih berhati-hati dalam memilih produk yang tidak jelas statusnya. Selain itu, lembaga terkait seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) juga berperan dalam melakukan pengawasan dan memberikan informasi yang jelas mengenai produk pangan yang aman untuk dikonsumsi.

B. Saran

1. Pemerintah
Pemerintah perlu meningkatkan pengawasan dan penegakan hukum terhadap peredaran minyak goreng tanpa label. Selain itu, pemerintah harus melakukan sosialisasi secara aktif kepada masyarakat dan pelaku usaha mengenai pentingnya pelabelan produk sesuai standar hukum yang berlaku. Langkah ini bertujuan untuk melindungi konsumen dan memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha.
2. Pelaku Usaha
Pelaku usaha wajib mematuhi kewajiban pelabelan produk, termasuk mencantumkan informasi yang jelas, akurat, dan sesuai standar pada kemasan minyak goreng. Hal

ini merupakan bagian dari tanggung jawab hukum pelaku usaha untuk melindungi konsumen dari risiko produk cacat serta mencegah potensi gugatan ganti rugi akibat ketidakpatuhan.



DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Quran

Q.S Al-Baqarah (2) 168

Q.S Al-Mutaffifin (83): 1-3

B. Buku

Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2005.

Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoritis Dan Perkembangan Pemikiran)*, Nusa Media, Bandung, 2008.

Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.

Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.

Winarno, F.G, *Kimia Pangan dan Gizi*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1992.

Purnadi Purbacaraka dan Soerjono Soekanto, *Sendi-Sendi Ilmu Hukum dan Tata Hukum*, Citra Aditya Bakti Bandung, 1989.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.

C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2002.

Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Cetakan ke-2 Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.

Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta 2002.

Siwi Purwandari, *Pengantar Teori Hukum*, Nusa Media, Bandung, 2010.

Abdul. Hakim Siagian, *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen dalam Perjanjian Baku*, Jabal Rahmat, Medan 2012.

Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Grasindo, Jakarta, 2004.

- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, Jakarta, 1991.
- Tambunan Tulus. *Pembangunan Pertanian dan Ketahanan Pangan*, UI Press, Jakarta. 2010
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta 2013.
- Dedi Herianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Periklanan yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bogor 2010.
- Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta 2008.
- Ketaren, S.. *Pengantar Teknologi Minyak dan Lemak Pangan*. UI Press. Jakarta, 1986.
- Marinus Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002.
- Fandy Tjiptono, *Brand Management Strategi*, Andi Publisher, Jakarta 1997.
- M.sadar, Moh.taufik, Makarao, Habloel Mawadi, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Permata Puri Media, Jakarta 2012.
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-10, Edisi Revisi, Kencana Prenada Media Group, Surabaya, 2015
- Agnes M. Toar, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah, dan Perkembangan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1998.
- Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010.
- A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998.

C. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan (Penjelasan Dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5360)

Undang-Undang No 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal
(Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 560)

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 Tentang
Label dan Iklan Pangan (Lembaran Negara Republik Indonesia
Tahun 1999 Nomor 131; Tambahan Lembaran Negara Republik
Indonesia Nomor 3867)

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang
Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan
Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001
Nomor 103; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia
Nomor 4126);

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 72 Tahun 2021 Tentang Minyak
Goreng Sawit Wajib Kemasan (Lembaran Negara Republik
Indonesia Tahun 2021 Nomor 1467)

D. Sumber Lainnya

1. Jurnal

Mardiyono, Peningkatan Mawas Diri Konsumen Menggunakan Produk
Berlabel Halal, (Malang: *Jurnal Cakrawala Hukum*, vol. 19, Nomor
1, 2014).

Hadi Evianto, 1986, "Hukum Perlindungan Konsumen Bukanlah Sekedar
Keinginan Melainkan Suatu Kebutuhan", *Jurnal Hukum Dan
Pembangunan*, vol. 16 Nomor 6 Tahun ke- XVI, Desember 1986.

Dr. Niru Anita Sinaga, dkk, Pelaksanaan Perlindungan Konsumen, *Jurnal
Ilmiah Hukum Dirgantara Fakultas Hukum Universitas
Suryadarma*, Vol. No. 2, Maret 2015.

Abuyazid Bustomi, „Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian
Konsumen“, *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang*, Vol.
16, No. 2, Mei 2018.

2. Disertasi

Ahmadi Miru, "Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di
Indonesia", Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga,
Surabaya, 2000.

3. Website

PutrFebyana.[http://download.portalgaruda.org/article.php?article=12427
&val=907](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=12427&val=907). "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap

Praktek Pelaku Usaha Di Denpasar", di posting pada 12 februari 2013.

<http://www.halalmui.org>, di posting pada 19 mei 2009.

Admin Person. <http://clearinghouse.pom.go.id/content-pangan.html#ixzz3h8aH4j3p>. di posting 15 september 2014.

