

Perlindungan Hukum Konsumen Produk Makanan *Repacking* Persepektif Hukum Positif Dan Hukum Islam

Aisy Anfa'an Na'ila

Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia

anfanaila19@gmail.com

ABSTRACT

The sale and purchase of repacked food products currently circulating in the general public, especially related to repacked food information labels, is currently still found to be incompletely included by the seller/ manufacturer of repacked food products. This study aims to determine consumer protection of repacked food products that are widely traded in Indonesia in terms of Indonesian positive law and Islamic law. This research is a normative research using a legislative approach. The results of this study indicate that there are still many sellers or producers who pay less attention to procedures regarding repacked / repackaged food. The importance of food information labels has been clearly regulated in several laws and regulations in Indonesia in order to minimize the impact of material and immaterial losses that will be experienced by consumers/buyers resulting from consuming repacked food products sold. With the existence of regulations that protect consumers, it is hoped that consumer rights can be fulfilled so that consumers can avoid the actions of fraudulent business actors, and buyers/consumers get firmer legal protection and know more clear information about the repacked food products they consume.

Keywords: *label, repacked food, consumer protection*

ABSTRAK

Jual beli produk makanan *repacking* yang saat ini beredar di masyarakat umum, terutama terkait label informasi makanan *repacking* saat ini masih banyak ditemukan yang belum dicantumkan secara lengkap oleh penjual/produsen produk makanan *repacking*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap produk makanan *repacking* yang banyak diperjualbelikan di Indonesia ditinjau dari hukum positif Indonesia dan hukum Islam. Penelitian ini merupakan penelitian normatif dengan menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak penjual atau produsen yang kurang memperhatikan prosedur mengenai makanan yang *repacking*/dikemas ulang. Pentingnya label informasi makanan telah diatur dengan jelas dalam beberapa peraturan perundang-undangan di Indonesia guna meminimalisir dampak kerugian materiil maupun immateriil yang akan dialami konsumen/pembeli yang diakibatkan dari mengonsumsi produk makanan *repacking* yang dijual. Dengan adanya peraturan-peraturan yang melindungi konsumen diharapkan hak-hak konsumen dapat terpenuhi sehingga konsumen dapat terhindar dari perbuatan pelaku usaha yang curang, serta pembeli/konsumen mendapatkan perlindungan hukum yang lebih tegas dan lebih mengetahui informasi yang jelas dari produk makanan *repacking* yang mereka konsumsi.

Kata Kunci: *label, makanan repacking, perlindungan konsumen*

PENDAHULUAN

Sebagai manusia yang merupakan makhluk sosial, tentu membutuhkan bantuan orang lain, perlunya bantuan orang lain dalam kehidupan manusia agar aktivitas dan kehidupan yang dilakukan berjalan dengan seimbang. Dalam hal ini peranan orang lain turut membantu, salah satunya terkait kebutuhan primer yaitu pangan. Untuk mendapatkan produk makanan, manusia membutuhkan jasa orang lain mulai dari membuat hingga menghasilkan sebuah bahan dan makanan. Era globalisasi serta modern pada saat ini terdapat banyak industri makanan yang berkembang dan bertumbuh secara pesat, salah satunya adalah terkait dengan makanan ringan yang digemari berbagai kalangan usia. Salah satu contoh yang memberikan perubahan besar terhadap perkembangan produksi makanan olahan yaitu dengan adanya teknologi yang kini semakin maju dan berkembang.¹ Tidak bisa dipungkiri semakin banyaknya produk-produk makanan siap saji yang menyebar luas. Hal ini yang menjadikan nilai yang lebih di mata masyarakat karena dinilai lebih mudah dan praktis. Namun produk makanan ringan ini tidak lepas dari kemungkinan adanya berbagai hal yang bisa dikatakan membahayakan atau mengancam bagi konsumen/pembeli dikemudian hari.

Pengusaha dan perusahaan tentunya harus lebih memperhatikan produk-produk yang akan dijual demi menarik minat dari konsumen agar lebih tertarik dengan produk yang mereka tawarkan. Salah satu hal yang menjadikan konsumen menjadi tertarik untuk membeli suatu produk adalah karena bentuk pengemasan atau *packaging* suatu produk. Pengemasan *packaging* dari suatu produk sangat penting diperhatikan sehingga meyakinkan pembeli mengenai kemasan makanan tersebut, karena kemasan dapat memberikan gambaran mengenai produk tersebut baik pada dalam hal kualitas maupun produk yang ditawarkan produsen.² Terkait dengan kualitas dari produk makanan hal yang perlu dipersiapkan oleh pelaku usaha atau produsen adalah pada kemasan sebuah makanan ringan harus diberikan label atas informasi mengenai produk yang akan dijual terutama keterangan produk pada kemasan tersebut, yakni mengenai daftar bahan, nama produk, merek dan alamat pihak yang memproduksi produk tersebut, berat bersih, tanggal dan kode produksi halal bagi yang dipersyaratkan, keterangan kadaluwarsa, serta mengenai izin edarnya produk tersebut. Dalam jual beli tentunya praktiknya harus ada itikad baik dalam pelaksanaannya. Kewajiban dan hak sebagai pembeli serta penjual harus terpenuhi secara baik, agar tidak ada kerugian yang dirasakan dari salah satu pihak tersebut, yakni konsumen dan produsen. Oleh karena itu dalam transaksi jual beli perlu adanya pemahaman mengenai aturan tersebut baik dari pelaku usaha dan konsumen perihal hak serta kewajiban yang seharusnya.³

Namun dari segi hak dan kewajiban, tentunya beberapa pelaku usaha tidak mematuhi ketentuan yang diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, dan perilaku terlarang pelaku usaha yang telah diatur pada Bab 6 dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen. Dalam hal ini kegiatan mengemas ulang makanan

¹ Majid, M Nazori, Pemikiran Ekonomi Islam Abu Yusuf. Cet. I. Yogyakarta: PSEI STIS, 2003.Hlm.72

² Majid, M Nazori, *Loc.Cit.*hlm.72

³ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004.Hlm.29

ringan atau yang biasa dikenal makanan ringan *repacking* saat ini telah banyak beredar di masyarakat luas. Salah satu tujuan pelaku usaha melakukan *repacking* makanan yaitu untuk menyediakan stok makanan bagi masyarakat dengan kemasan yang lebih ekonomis dan juga harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga produk ukuran penuh, pada dasarnya bukanlah mengurangi harga maupun isi dari suatu produk makanan, tetapi membagi harga produk makanan yang di *repacking* tersebut sehingga harga yang ditetapkan jadi lebih terjangkau bagi masyarakat.⁴ Namun pembahasan mengenai hal tersebut merupakan suatu hal yang perlu dibahas meskipun praktiknya telah lama terjadi. Kegiatan ini dilakukan dengan cara mengemas ulang kembali makanan ringan kemudian dijual lagi tanpa mencantumkan informasi mengenai ketentuan pada label kemasan dalam produk makanan yang di kemas ulang. Jenis produk makanan ringan yang dikemas ulang yang diduga tidak memenuhi standar serta tidak terjaminnya keamanannya, kini dijual bebas pada masyarakat Indonesia. Pasalnya, penjualan makanan ringan yang dikemas ulang ini diduga sudah habis masa kadaluwarsanya, sehingga penjualan tersebut dilakukan dengan maksud mengganti tanggal kadaluwarsanya serta mengganti bentuk pengemasannya. Hal ini bermula dari adanya laporan masyarakat mengenai maraknya jual beli makanan ringan kemasan ulang yang diduga palsu atau telah selesai masa kadaluwarsanya yang kemudian dikemas ulang oleh toko makanan ringan kemudian dijual baik secara *online* maupun *offline*. Salah satu target penjualan yakni konsumen akhir serta konsumen yang menggunakan produk tersebut untuk membuat olahan panganan seperti, roti, kue serta campuran makanan dan minuman yang biasa digunakan untuk penambah *variant/topping* pada makanan yang akan dijual.

Dalam Undang-undang Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen Tahun 1999 Bagian Pertama Hak dan Kewajiban Pasal 4 poin a berbunyi "Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa" serta poin c " Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang." Adapun pasal 7 mengenai kewajiban pelaku usaha poin b berbunyi "memberikan informasi yang benar dan jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa" poin d berbunyi "menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku".⁵ Dengan terbentuknya aturan tersebut harusnya menjadikan pembeli dan penjual memahami hak dan kewajibannya sehingga terciptanya keamanan dan keselamatan bagi konsumen serta pelaku usaha.⁶ Namun pada kenyataannya masih banyak pelaku usaha atau produsen dalam memproduksi makanan yang dikemas ulang tersebut belum sesuai undang-undang perlindungan konsumen. Sebagian pelaku usaha hanya mengutamakan untuk mendapatkan keuntungan atau laba saja, tanpa memperhatikan hal yang sangat perlu diperhatikan

⁴ Ribath Safitri, "Akibat Hukum Penggunaan Merek Pribadi Oleh Pelaku Usaha Terhadap Produk Terkenal Asing Melalui *Repacking* (Studi Pada Produk Kosmetik Merek Terkenal Asing di Salatiga)" (Skripsi Universitas Negeri Semarang : Semarang,2020), hlm. 84.

⁵ Pasal 4 dan 7 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁶ Husni, Dahlia, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2006. Hlm. 62

demikian keselamatan konsumen atau pembeli serta melaksanakan kewajiban dan hak dalam jual beli makanan kemasan ulang/*repacking*.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, *pertama*, tentang bagaimana Perlindungan Konsumen terhadap produk makanan *repacking* ditinjau dari Hukum Positif di Indonesia? *Kedua*, bagaimana Perlindungan Hukum terhadap konsumen atas produk makanan *repacking* ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah, *pertama*, untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap produk makanan *repacking* ditinjau dari Hukum Positif di Indonesia. *Kedua*, mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen atas produk makanan *repacking* ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif yaitu penelitian dengan cara meneliti dari bahan-bahan pustaka, serta melakukan penelitian terhadap segala aturan hukum terkait permasalahan yang diteliti.⁷ Penelitian hukum normatif ini lebih menekankan pada asas-asas hukum, peraturan perundang-undangan, sistematika hukum, sejarah hukum dan segala hal yang berkaitan adanya unsur pembaharuan hukum.⁸ Penelitian normatif juga dapat diartikan dengan meneliti dari data-data primer dan sekunder atau meneliti bahan pustaka⁹, yang memiliki keterkaitan dengan perlindungan konsumen.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode studi pustaka terkait dengan bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan hukum tersier dan juga dari bahan non hukum. Pengumpulan data untuk menghimpun bahan-bahan tersebut juga dilakukan melalui melihat, membaca, melakukan penelusuran bahan hukum melalui jurnal, internet, atau buku yang dijadikan penelitian untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian.¹⁰

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perlindungan Konsumen terhadap produk makanan *repacking* ditinjau dari Hukum Positif di Indonesia

Perlindungan hukum konsumen merupakan suatu hukum mengenai asas serta kaidah untuk melindungi konsumen terkait permasalahan dengan penjual.¹¹

⁷ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2016) hlm.194

⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan Pertama, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 14.

⁹ Bambang Sungono, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009, hlm. 189.

¹⁰ Mukti Fajar dan Yulianto Ahmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 160.

¹¹ M. Kusumaatmaja, *Asas dan Perlindungan Konsumen*, In Sinar Grafika, 2019, hlm. 12

Makanan *repacking* merupakan definisi dari makanan yang dikemas ulang kembali kemudian dimasukkan dalam tempat/wadah kecil berbahan plastik bening. Penjual yang melakukan penjualan makanan *repacking* ini, biasanya hanya mencantumkan merek pada kemasannya. Saat ini makanan ringan yang dikemas ulang tersebut masih belum ada ketentuan yang seharusnya mengatur tentang pelabelan mengenai daftar bahan yang digunakan pada produk, berat bersih, nama serta alamat pihak yang memproduksi, halal bagi yang diprasyaratkan, tanggal dan kode produksi, serta nomor izin edar. Label makanan dalam produk kemasan merupakan suatu informasi yang sangat penting bagi konsumen. Label pada kemasan makanan yaitu setiap keterangan mengenai pangan olahan yang mana berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, ataupun bentuk lain yang disertakan pada pangan olahan yang kemudian dimasukkan dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian dari kemasan makanan itu sendiri.¹² Label makanan dalam produk kemasan ini sebenarnya sudah diatur dalam peraturan perundang-undangan Indonesia di mana pelaku usaha harus mencantumkan keterangan label makanan yang telah disesuaikan dengan Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan. Menurut pasal 6 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan dalam hal pangan olahan yang dijual kepada pelaku usaha untuk diolah/dijual kembali menjadi pangan olahan lainnya, label komposisinya wajib memuat paling sedikit mengenai : a) nama produk; b) berat bersih atau isi bersih; c) nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor; d) tanggal dan kode produksi; e) keterangan kadaluwarsa.

Selain itu terkait pencantuman label komposisi bahan pada produk makanan secara jelas telah juga diatur dalam Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan (UU Pangan) pada pasal 97 ayat (1) yang menyatakan bahwa “Setiap Orang yang memproduksi Pangan di dalam negeri untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label di dalam dan/atau pada Kemasan Pangan.” Kemudian pada pasal 97 ayat (3) menjelaskan juga bahwa “pencantuman label di dalam dan/atau pada kemasan pangan ditulis atau dicetak dengan menggunakan bahasa Indonesia serta memuat paling sedikit keterangan mengenai:

- a. nama produk;
- b. daftar bahan yang digunakan;
- c. berat bersih atau isi bersih;
- d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
- e. halal bagi yang dipersyaratkan;
- f. tanggal dan kode produksi;
- g. tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa;
- h. nomor izin edar bagi Pangan Olahan; dan
- i. asal usul bahan Pangan tertentu.”¹³

¹² Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.

¹³ Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.

Berdasarkan dari beberapa aturan tersebut terlihat jelas bahwa pencantuman label informasi komposisi bahan atau daftar bahan yang digunakan merupakan syarat yang wajib harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam memproduksi produk makanan ataupun minuman yang akan diproduksi. Sehingga mencantumkan label makanan dalam produk kemasan harus menjadi standarisasi dari mutu produk makanan kemasan. Penjualan produk makanan *repacking* yang tidak mencantumkan informasi dan ketentuan label pada kemasan ini sangat mengkhawatirkan bagi konsumen. Pelaku usaha atau produsen dari produk makanan *repacking* saat ini masih banyak yang tidak memperhatikan konsumen dan menganggap hal tersebut tidak penting sehingga banyak pelaku usaha hanya ingin mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dari penjualan produk makanan *repacking*.

Pelaku usaha biasanya hanya mencantumkan merek, dan tanggal kadaluwarsa saja, tetapi masih ada juga pelaku usaha yang tidak mencantumkan keterangan kadaluwarsa produk makanannya. Hal tersebut tidak sesuai dengan Pasal 4 Poin c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai hak informasi sebuah produk, mengenai kejelasan informasi sebuah produk ini yang merupakan hak konsumen dalam membeli produk makanan tersebut agar konsumen mengetahui secara rinci tentang informasi yang ada pada produk makanan yang akan dibeli. Penjualan produk makanan *repacking* yang tidak mencantumkan informasi dan ketentuan label pada kemasan ini sangat mengkhawatirkan bagi konsumen.

Berdasarkan Pasal 7 poin b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa "Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan." dan pada poin d berbunyi "menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku".¹⁴ Serta di dalam Bab 4 tentang Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha juga telah tercantum 4 Pasal, salah satunya dalam Pasal 8 ayat (1) poin a mengenai makanan *repacking* ini berbunyi ¹⁵ : "tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan", kemudian pada poin g yang berbunyi "tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu" serta pada poin i yang berbunyi "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".

Adapun hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- a. Berhak mendapatkan rasa aman dalam mempergunakan suatu barang ataupun jasa.

¹⁴ Pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999

¹⁵ Pasal 8 Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999

- b. Berhak untuk memperoleh dan menentukan barang atau jasa yang diinginkan sesuai dengan kondisi yang dijanjikan
- c. Berhak mendapatkan pendidikan dan pembinaan
- d. Berhak mendapatkan kejelasan, kebenaran, dan kejujuran informasi atas kondisi suatu barang atau jasa.
- e. Berhak untuk berpendapat serta mengeluarkan keluhan mengenai suatu barang atau jasa.
- f. Berhak mendapatkan perlindungan, pembelaan maupun upaya penyelesaian sengketa dari perlindungan konsumen.
- g. Berhak diperlakukan dengan layak, benar dan tidak diskriminatif.
- h. Berhak menerima ganti kerugian ataupun kompensasi apabila barang atau jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai.
- i. Hak-hak lainnya diatur dalam peraturan perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen

Hal tersebut tentunya tidak sejalan dengan apa yang sekarang ini beredar di masyarakat luas, tidak selarasnya aturan hukum terhadap hak serta kewajiban konsumen dan pelaku usaha, serta ada perbuatan yang dilanggar oleh pelaku usaha yaitu dalam Pasal 8 Ayat (1) Poin a, g, i, dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Terkait dengan pasal 4 mengenai hak-hak konsumen dalam penjelasan sebelumnya sesuai dengan ketetapan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat disimpulkan bahwa masih banyak konsumen yang ternyata belum mengetahui hak-hak yang seharusnya didapatkan sebagai konsumen serta dari pelaku usaha sendiri masih banyak yang belum memahami tentang hak-hak konsumen serta kewajiban apa saja yang harus dipenuhi sebagai pelaku usaha dalam jual beli, dan ada tindakan yang dilanggar oleh pelaku usaha mengenai pasal 7 tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Mencantumkan label informasi komposisi pada kemasan produk makanan ini merupakan bentuk dari pemberian informasi yang jelas terkait suatu produk makanan bagi konsumen yang juga bertujuan untuk menghormati hak-hak dari konsumen dan juga bagi konsumen tidak akan ragu untuk membeli serta mengonsumsi makanan atau minuman yang akan dibeli. Mengenai aturan perizinan tentang aturan *repacking*, masih banyak pelaku usaha yang belum paham dan mengetahui harus melakukan prosedur mengenai makanan yang di *repacking* atau dikemas ulang.

Bagi pelaku usaha yang tidak mencantumkan pelabelan pada produk kemasan makanan *repacking* yang dijual secara umum dapat dikenai sanksi sebagai akibat hukum dari pelanggaran tersebut, sanksi yang diberikan dapat berupa sanksi pidana, sanksi perdata maupun sanksi administratif. Sesuai dengan Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan (UU Pangan), sanksi administratif yang dapat diberikan terkait pelanggaran tidak mencantumkan label dan atau tidak melengkapi keterangan pada label sesuai peraturan perundangan, berupa : a) denda; b) penghentian sementara dari kegiatan produksi, dan/atau peredaran; c) penarikan pangan dari peredaran oleh produsen.

Bagi konsumen yang merasa dirugikan mempunyai hak untuk didengar keluhannya serta mendapatkan ganti rugi dari pelaku usaha begitu pun sebaliknya

dengan pelaku usaha. Bagi pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mendengarkan dan memberikan ganti rugi bagi konsumen yang setara kepada konsumen yang mana telah diatur dalam pasal 7 huruf f Undang-Undang Pelindungan Konsumen yaitu “kewajiban dari pelaku usaha yaitu : memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.”¹⁶

Pasal 19 Undang-Undang No. Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai tanggung jawab bagi pelaku usaha, Pasal 19 ayat (1) menjelaskan bahwa “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, ataupun kerugian kepada konsumen akibat mengonsumsi barang atau jasa yang diperdagangkannya”. Kemudian Pasal 19 ayat (2) menjelaskan bahwa “ganti kerugian tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan /atau jasa yang setara nilainya atau sejenis, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai ketentuan undang-undang yang berlaku.” Pasal 19 ayat (3) juga menjelaskan bahwa “Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi”. Pasal 19 ayat (4) menyatakan bahwa “pemberian ganti kerugian itu tidak dapat menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan”. Pasal 19 ayat 5 menyatakan bahwa “Apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen maka ganti rugi tidak berlaku”. Ketentuan dari pasal 19 selanjutnya dikembangkan pada pasal 23 dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menerangkan: “Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.”

Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga telah memberikan perlindungan hukum bagi konsumen terkait barang atau jasa yang diproduksi ataupun diedarkan yang tidak mencantumkan label informasi komposisi bahan pada produk kemasan makanan terdapat pada Pasal 62 ayat (1) yang menyatakan bahwa “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).”¹⁷

Sedangkan dalam Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan menerangkan apabila pelaku usaha dalam memproduksi produk makanan atau minuman dengan tidak mencantumkan label informasi komposisi yang jelas terkait bahan, baik di dalam/ di luar dari kemasan makanan atau minuman dapat dikenakan sanksi administratif yang sesuai dengan Pasal 102 ayat (1) Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan. Serta pada pasal 102 ayat (3) menjelaskan bahwa “sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa: denda;

¹⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

penghentian sementara kegiatan, produksi dan/atau peredaran; penarikan pangan dari peredaran oleh produsen; ganti rugi; dan/atau pencabutan izin.”

Selanjutnya pasal 142 Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan menyebutkan “pelaku usaha pangan yang dengan sengaja tidak memiliki izin edar terhadap setiap pangan olahan yang dibuta dalam negeri atau yang di impor untuk diperdagangkandalam kemasan eceran sebagaimana dimaksud dalam pasal 91 ayat (1) dapat dipidana dengan penjara paling lama 2 (dua) tahun atau denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).¹⁸

Berdasarkan penjelasan dari peraturan perundang-undangan di atas jelas sekali bahwa pencantuman label komposisi pada kemasan produk makanan terutama makanan *repacking* sangat penting dan merupakan keharusan bagi pelaku usaha agar konsumen dapat mengetahui dengan jelas kandungan serta bahan apa saja yang digunakan di dalam produk makanan *repacking* yang akan dibeli sehingga calon konsumen atau pembeli merasa aman untuk mengonsumsi produk makanan *repacking* tersebut. Pentingnya label informasi produk tersebut untuk meminimalisir dampak kerugian materiil maupun immateriil yang akan dialami konsumen atau pembeli misalnya keracunan atau hal lain yang dapat membahayakan konsumen yang diakibatkan dari mengonsumsi produk makanan *repacking* yang dijual.¹⁹ Sehingga dengan adanya peraturan-peraturan yang melindungi konsumen diharapkan hak-hak konsumen dapat terpenuhi sehingga konsumen dapat terhindar dari perbuatan pelaku usaha yang nakal, serta pembeli atau konsumen mendapatkan perlindungan hukum yang lebih tegas apabila mengalami kerugian yang dapat membahayakan akibat dari mengonsumsi makanan *repacking* yang tidak mencantumkan label informasi yang jelas dalam kemasan produknya.

Perlindungan Hukum terhadap konsumen atas produk makanan *repacking* ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah

Jual beli merupakan bentuk muamalah yang diperlukan oleh setiap orang, sebagian dari *as-rarusy syari'ah* menghalalkan transaksi itu dan dalam melindungi para pihak dengan aturan-aturan yang kuat.²⁰ Jual beli menurut pengertian lughowinya adalah saling menukar (pertukaran). Sedangkan dari segi pengertian syariatnya adalah pertukaran harta atas dasar saling rela, atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.²¹ Ada beberapa syarat dalam jual beli menurut Usmani²², antara lain:

- a. Barang yang akan diperjualbelikan harus ada pada saat transaksi dilakukan.
- b. Barang yang akan diperjualbelikan harus merupakan milik dari penjual.

¹⁸ Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.

¹⁹ Jaya, Putu Adi Mertha; Ni Nyoman Mas Aryani. “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Akibat Tidak Dicontumkannya Informasi Mengenai Komposisi Produk Secara Lengkap”. Kertha Semaya : Jurnal Ilmu Hukum 1, No. 10 (2013): 3.

²⁰ Darmawati, 2019, *Filsafat Hukum Islam*, FUF UIN Alauddin : Makassar, hlm 74

²¹ Sayid Sabiq, 1984, *Fiqih Sunnah*, Terjemahan Muhammad Nabhan Husain, PT. Al-Ma'arif, Bandung. Hlm.47-48

²² Ascarya, 2011, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm.78-79

- c. Barang yang akan diperjualbelikan harus berada pada kekuasaan konstruktif dari penjual.
- d. Jual beli harus langsung dan mutlak.
- e. Objek yang diperjualbelikan harus barang yang memiliki nilai.
- f. Objek yang diperjualbelikan bukan barang haram,
- g. Objek yang diperdagangkan harus dapat diketahui dan diidentifikasi secara spesifik oleh pembeli.
- h. Penyerahan barang kepada pembeli harus tertentu dan tidak bergantung pada suatu syarat atau kemungkinan.
- i. Kepastian harga barang merupakan syarat yang diperlukan agar jual beli sah.
- j. Jual beli harus tanpa syarat.

Dalam Al-Qur'an tercatat ada sejumlah ayat yang menjelaskan tentang jual-beli. Ayat-ayat tersebut antara lain: *"Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezeki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim.* (QS. Al-Baqarah ayat 254).

"... padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba," (QS. Al-Baqarah ayat 275). Pada surah at-Taubah ayat 111 juga tercantum kata jual beli, *"Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mu'min diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Alquran. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar."*

Al-Qur'an telah menjelaskan dengan bahasa yang rinci (*tafsili*) dan tegas, sehingga ruang untuk terjadinya penafsiran sangat kecil, meskipun yang terjadi tidaklah prinsipil. Hal ini karena dalam bidang ibadah (*hablumminallah*) tidak ada peluang untuk menambah atau mengurangi hal-hal yang telah diatur oleh Al-Qur'an maupun al-Hadis, kaidah ushulnya menyebutkan: *"tidak boleh dilakukan suatu ibadah kecuali yang disyari'atkan oleh Allah, dan tidak dilarang suatu adat (muamalah) kecuali yang diharamkan oleh Allah"*

Salah satu aspek muamalah yang dijelaskan dalam Al-Qur'an adalah yang berkaitan dengan persoalan perdagangan. Perdagangan merupakan salah satu kegiatan utama dalam aktivitas ekonomi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perdagangan merupakan salah satu kegiatan muamalah tertua di dunia, dalam memenuhi kebutuhan hidup awal mula kegiatan muamalah dilaksanakan dengan tukar menukar barang yang dibutuhkan (*barter*). Perkembangannya kemudian terus berlanjut dengan metode dan fasilitas yang semakin canggih sesuai dengan perkembangan teknologi.

Ada beberapa prinsip dan konsep yang melatar belakangi keberhasilan Rasulullah SAW dalam bisnis/perdagangan, prinsip-prinsip itu intinya merupakan Fundamental Human Etic atau sikap-sikap dasar manusiawi yang menunjang keberhasilan seseorang. Menurut Abu Mukhaladun, bahwa prinsip-prinsip berdagang dalam Islam haruslah sesuai prinsip-prinsip dagang Rasulullah SAW yang salah

satunya adalah *shiddiq*.²³ Rasulullah telah melarang pebisnis/pedagang melakukan perbuatan yang tidak baik, seperti beberapa hal di bawah ini:

- a. Larangan tidak menepati janji yang telah disepakati
- b. Larangan menutupi cacat atau aib barang yang dijual tidak termasuk umat Nabi Muhammad seorang penjual yang melakukan penipuan dan tidak halal rezeki yang ia peroleh dari hasil penipuan. Sabda Rasulullah SAW yang artinya: *“Dari Uqbah bin Amir, ia berkata: aku pernah mendengar Rasulullah SAW bersabda. Seorang muslim adalah saudara bagi muslim lainnya, tidak diperbolehkan bagi seorang muslim menjadi sesuatu kepada saudaranya dengan suatu barang yang memiliki aib, kecuali ia menjelaskan aib barang tersebut terlebih dahulu”*

Dalam Hukum Ekonomi Islam juga mengatur terkait jual beli menurut ajaran Islam. Pasal 21 menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah memuat beberapa asas yaitu asas usaha atau kehati-hatian, luzum/kekekalan, saling menguntungkan, *taswiyah*/kesetaraan, transparansi dan *al-kitabah* (tertulis). Adapun di dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, menurut pendapat penulis bahwa ada beberapa aspek asas akad yang tidak sesuai dengan praktik *repacking* makanan sesuai dengan pasal 21 yaitu Al-Kitabah (tertulis), *Taswiyah*/Kesetaraan, saling menguntungkan, *Ikhtiyati* atau kehati-hatian, *luzu*/tidak berubah.²⁴ Hal ini sesuai dengan isi Pasal 35 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yang berbunyi: *“penyamaran adalah keadaan dimana tidak ada kesetaraan antara prestasi dengan imbalan prestasi dalam suatu akad.”* Artinya, Ada ketimpangan antara hak dan kewajiban para pihak. Tidak ada keterangan yang jelas pada label kemasan yaitu pembeli telah sepenuhnya memberikan hak (uang) kepada penjual, tetapi penjual belum sepenuhnya memberikan hak kepada pembeli. Salah satu hak yang tidak terpenuhi adalah informasi tentang kejelasan produk dijual kepada konsumen. Informasi tentang produk tidak transparan atau terbuka untuk pembeli. Diperjelas juga dalam Pasal 29 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, bahwa: *“akad yang sah sebagaimana dimaksud pasal 26 huruf a adalah akad yang disepakati dalam perjanjian, tidak mengandung unsur ghalath atau khilaf, dilakukan dibawah ikrah atau paksaan, taghrir atau tipuan, dan ghubn atau penyamaran.”* Namun dalam Pasal 78 yang terkait beberapa hal yang termasuk ke dalam jual beli, sekalipun tidak disebutkan secara tegas dalam akad, adalah huruf (a) berbunyi, *“dalam proses jual beli biasanya disertakan segala sesuatu yang menurut adat setempat biasa berlaku dalam barang yang dijual meskipun tidak secara spesifik dicantumkan.”* Artinya selama ini masyarakat menerima hal tersebut dan sudah menjadi suatu kebiasaan maka masyarakat melakukan jual beli tanpa adanya informasi produk makanan yang lengkap.

Jika melihat dari realitas yang terjadi, pedagang tidak memberikan informasi produk makanan di awal, kecuali apabila seseorang dari konsumen menanyakan keterangan informasi produk tersebut, dan sebagian besar informasi tersebut hanya dijelaskan kepada konsumen ketika konsumen menanyakan kejelasan informasi

²³ Ali Yafie, *Fiqih Perdagangan Bebas*, (Bandung: Mizan, 2003), Cet. ke- 1, hlm. 11

²⁴ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

produk makanan yang dijual.²⁵ Dilihat dari sudut pandang Hukum Ekonomi Syariah (KHES) sekalipun beberapa pedagang mengatakan bahwa mereka tidak jujur dan tidak adil, mereka diperbolehkan melakukannya, tetapi rasio ini lebih kecil dari pada pedagang yang jujur dan adil. Asalkan petunjuk Pasal 78 Hukum Ekonomi Syariah (KHES) juga membolehkan, inilah amalan jual beli menurut adat masyarakat setempat.²⁶ Sekalipun pembeli tidak melakukan protes kepada pedagang terkait keterangan informasi dalam transaksi yang tidak jelas, dan menurut penjual/pelaku usaha, kedua belah pihak akan selalu mencapai kesepakatan, tetapi kesepakatan tersebut tidak dapat menjamin penyelesaian transaksi. Memiliki rasa keadilan bagi kedua belah pihak yang bertransaksi.²⁷ Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari pembahasan tersebut jual beli berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah, pembahasan mengenai produk makanan kemasan ulang/*repacking* jelas tidak memuat informasi yang jelas mengenai label kemasan pangan yang tidak sepenuhnya memenuhi akad jual beli karena ada beberapa informasi yang kurang jelas, Tadlis, informasi produk kurang faktor transparansi, oleh karena itu jika terjadi perselisihan, karena pembeli kurang mengetahui informasi tersebut, dan penjual/pelaku usaha menyembunyikan kejelasan informasinya maka pembeli akan terkena kerugian secara tidak adil terkait informasi produk.

KESIMPULAN

Makanan ringan yang dikemas ulang (*repacking*) yang tidak memiliki informasi yang jelas pada kemasan tersebut tidak sesuai serta melanggar Pasal 8 ayat 1 point i Undang-undang Perlindungan Konsumen yang menerangkan “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 di pasang/dibuat.” Sehingga perlunya peranan pemerintah pusat dan daerah dalam melindungi masyarakat terkait adanya makanan ringan dikemas ulang yang tidak sesuai dengan aturan, karena hal tersebut dalam perlindungan hukum termasuk ke dalam perlindungan repressif karena telah terjadinya pelanggaran di lapangan. Khususnya bagian yang menangani ini adalah pemerintah dan apabila ada masyarakat yang menemukan produk tersebut kemudian tidak sesuai dengan hak-hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha yang seharusnya dapat melakukan pengaduan pada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

Dalam Hukum Ekonomi Islam mengatur jual beli menurut ajaran Islam. Pasal 21 menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah memuat beberapa asas yaitu asas usaha atau kehati-hatian, *luzum/* kekekalan, saling menguntungkan, *taswiyah/* kesetaraan, transparansi dan *al-kitabah* (tertulis). Sesuai dengan jual beli yang

²⁵ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islami*, Surakarta: Erlangga, 2012. Hlm.40

²⁶ Azwar Karim Adiwarmanto, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam; Edisi Ketiga*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017. hlm. 18

²⁷ An Nabhani, Taqyuddin, An – Nidlam Al Iqtishadi Fil Islam, terj. oleh Maghfur Wachid, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif*, Surabaya: Risalah Gusti 2002. hlm. 34

dilakukan di lapangan mengenai makanan pada kemasan yang tidak ada informasi yang jelas pada produk makanan tersebut tentunya tidak sesuai dengan asas di atas, karena tidak adanya transparansi informasi. Sehingga berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah terhadap jual beli yang tidak mencantumkan informasi yang jelas pada label kemasan yang ada makanannya tidak sepenuhnya memenuhi akad jual beli, karena terdapat unsur-unsur ketidakjelasan harga, tadelis, kurangnya transparansi terhadap informasi produk, sehingga jika terjadi perselisihan maka pembeli akan dirugikan oleh keadaan yang tidak adil disebabkan minimnya pengetahuan pembeli informasi tersebut dimana penjual menyembunyikan kejelasan informasi yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adiwarman., Azwar Karim. (2017). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Edisi Ketiga. PT Raja Grafindo Persada.
- An Nabhani. (2002). Taqyuddin, An-Nidlam Al Iqtishadi Fil Islam. (terjemahan Wachid, Maghfur. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif*). Risalah Gusti.
- Ascarya. (2011). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Rajawali Pers.
- Darmawati. (2019). *Filsafat Hukum Islam*. FUF UIN Alauddin.
- Fajar, Mukti., dan Yulianto Ahmad. (2010). *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Pustaka Pelajar .
- Hakim, Lukman. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonom Islami*. Erlangga.
- Husni, Dahlia. (2006). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani.
- Kusumaatmaja, M. (n.d.). *Asas dan Perlindungan Konsumen*. In Sinar Grafika.
- Majid, M Nazori. (2003). *Pemikiran Ekonomi Islam Abu Yusuf*. [Cet. I]. PSEI STIS.
- Marzuki, Peter Mahmud. (2016). *Penelitian Hukum*. Kencana Prenada Media Grup.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. BPFYogyakarta.
- Sabiq, Sayid. (1984). *Fiqh Sunnah*. (Terjemahan Muhammad Nabhan Husain). PT Al-Ma'arif.
- Soekanto, Soerjono., dan Sri Mamudji. (2007). *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*. [Cetakan Pertama]. PT Raja Grafindo Persada.
- Sungono, Bambang. (2009). *Metodologi Penelitian Hukum*, PT Raja Grafindo Persada.
- Yafie, Ali. (2003). *Fiqh Perdagangan Bebas*. [Cet. ke- 1]. Mizan.

Jurnal dan Penelitian

- Jaya, Putu Adi Mertha., Ni Nyoman Mas Aryani. (2013). Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen yang Mengalami Kerugian Akibat Tidak Dicontornkannya Informasi Mengenai Komposisi Produk secara Lengkap. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 1, (10).
- Safitri, Ribath. (2020). *Akibat Hukum Penggunaan Merek Pribadi oleh Pelaku Usaha terhadap Produk Terkenal Asing melalui Repacking (Studi pada Produk Kosmetik Merek Terkenal Asing di Salatiga)*. (Skripsi Universitas Negeri Semarang, Semarang).

Undang-Undang

- Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.
- Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 20 Tahun 2021 Tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan.
- Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.