

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kerangka hukum memainkan posisi sentral terkait memastikan keamanan serta keadilan melangsungkan kehidupan sehari-hari guna perlindungan hukum. Perlindungan hukum semata-mata tidak bernilai apabila tidak terdapat tindakan dari pemerintah. Semua itu memerlukan adanya produk hukum yaitu peraturan ataupun undang-undang sebagai tindakan yang diambil untuk menjamin kejelasan hukum dalam rangka memberikan perlindungan.

Cakupan perlindungan hukum termasuk dari kegiatan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup, baik kegiatan perdagangan sebagai konsumen ataupun sebagai pelaku usaha. Ketika pelaku usaha dan konsumen berinteraksi, hak dan kewajiban dengan sendirinya tercipta. Perlindungan hukum yang dimaksud pelaku usaha dengan konsumen adalah keseimbangan hak dan kewajiban di antara keduanya, ini berkaitan erat dengan pengaturan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Ikatan konsumen dan pelaku usaha merupakan saling membutuhkan satu sama lain, namun karena adanya penempatan pihak konsumen pada keadaan negosiasi yang rapuh menjadi urgensi dari salah satu masalah penting perlindungan konsumen.¹ Sesuai yang ditegaskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen, dalam memperoleh

¹ Abdul Halim Barkatullah. (2019). *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media. Hal. 23.

informasi yang akurat dan jelas adalah salah satu hak mereka, maka dari itu bagi pengusaha wajib mencantumkan keterangan komprehensif atas produk yang diperdagangkannya.

Seperti halnya sebuah informasi pada produk makanan dapat menilai suatu produk layak dikonsumsi atau tidak. Apalagi kebiasaan *ngemil* yang telah melekat dalam kehidupan masyarakat, yang seiring perkembangan gaya hidup produk makanan mengalami inovasi baru seperti makanan kiloan dimana konsumen bisa memilih untuk membeli dengan variasi kemasan berupa camilan kering seperti basreng, keripik kaca, kerupuk pedas, dan makaroni. Tidak adanya label informasi produk makanan dapat menjadi masalah besar karena seandainya memakan makanan yang tidak boleh dikonsumsi bisa menyangkut keselamatan dan keamanan konsumen.²

Informasi mengenai produk ini berupa label yang memiliki keterangan yang disertakan atau ditempelkan ke kemasan produk berbentuk kata-kata tertulis, gambar atau gabungan keduanya.³ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan pada Pasal 5 menegaskan dalam keterangan produk pangan minimal mencantumkan nama produk, komposisi, neto, tanggal dan kode produksi, informasi kedaluwarsa, identitas pihak penjual, logo halal untuk mereka yang diwajibkan, asal usul bahan makanan tertentu, dan nomor izin edar.

² Titik Jayanti. (2022). *Bahaya Makanan Kadaluarsa*. [RS Husada Utama Surabaya \(husadautamahospital.com\)](http://RS.HusadaUtamaSurabaya(husadautamahospital.com)). Diakses pada tanggal 26 September 2023.

³ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan.

Tercantumnya informasi label dalam suatu produk makanan, konsumen bisa memilih produk sebelum membeli atau mengonsumsi.

Berdasarkan Laporan Tahunan BPOM 2022 di Surabaya sebanyak 155 dari 1.215 yang dilakukan pengawasan label oleh BPOM tidak memenuhi ketentuan label pada produk pangan. Hasil Intensifikasi Pengawasan Pangan (IWP) Nataru 2022 dan Tahun Baru 2023 yang dilaksanakan terhadap 61 sarana distribusi pangan, terhitung 27 (44,26%) sesuai aturan dan 34 (55,74%) tak sesuai aturan. Dasar yang tak sesuai aturan tersebut salah satunya yaitu produk kadaluwarsa sebanyak 16 *item* berjumlah 159 buah.⁴ Jumlah pengawasan produk pangan tersebut juga masih belum dapat mencakup keseluruhan produk yang beredar di masyarakat.

Praktik di lapangan masih ditemukan pelaku usaha yang tidak mematuhi kewajiban pencantuman label informasi pada produk makanan. Hal ini disebabkan karena masih ada beberapa UMKM yang kurang memahami atau melaksanakan peraturan informasi produk dengan baik. Apalagi di kota besar seperti Surabaya dengan persentase UMKM mencapai 58,17% dibandingkan kota/kabupaten lain dan untuk total jumlah UMKM Surabaya mencapai sekitar 60 ribu.⁵

Adanya kesenjangan antara idealita dan realita terkait pencantuman label informasi pada produk makanan kiloan, Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) mempunyai tugas dalam bertindak mengawasi serta

⁴ Badan POM. (2022). *Laporan Tahunan 2022 Balai Besar POM di Surabaya*. <https://bbpomsurabaya.pom.go.id/laporan>. Diakses pada tanggal 26 September 2023.

⁵ Januar. (2023). *Peningkatan Sektor UMKM Surabaya Jadi Perhatian Rakerda IKA Lemhanas Jawa Timur*. <https://jatim.tribunnews.com/2023/03/11/peningkatan-sektor-umkm-surabaya-jadi-perhatian-rakerda-ika-lemhanas-jawa-timur>. Diakses pada 10 Desember 2023.

menindaklanjuti sesuai ketentuan. Hal ini agar produk yang beredar merupakan produk yang layak supaya menciptakan rasa aman bagi masyarakat.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahas secara mendalam terkait pelaksanaan ketentuan pencantuman label informasi dalam produk makanan kiloan oleh pelaku UMKM di Surabaya dan hambatan serta upaya yang dilakukan oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan Surabaya dalam pengawasan makanan kiloan tanpa label. Oleh karena paparan tersebut, penulis memilih melakukan sebuah penelitian yang berjudul, **“PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK INFORMASI YANG JELAS TERHADAP MAKANAN KILOAN TANPA LABEL OLEH USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MAKANAN KILOAN DI SURABAYA.”**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan ketentuan pencantuman label informasi dalam produk makanan kiloan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah makanan kiloan di Surabaya?
2. Apa hambatan dan upaya oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan Surabaya dalam pengawasan makanan kiloan tanpa label?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami pelaksanaan ketentuan pencantuman label informasi dalam produk makanan kiloan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah makanan kiloan di Surabaya.

2. Untuk memahami hambatan dan upaya oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan Surabaya dalam pengawasan makanan kiloan tanpa label.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik segi teoritis maupun segi praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk meningkatkan wawasan dalam bidang hukum perdata terkait perlindungan konsumen terhadap makanan kiloan tanpa label.
 - b. Untuk memperkaya referensi penelitian terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap makanan kiloan tanpa label.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian diharapkan bisa memperbanyak referensi untuk penulis lain yang akan melaksanakan penelitian serupa.
 - b. Penelitian sebagai syarat kelulusan penulis di Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.5. Kajian Pustaka

1.5.1. Perlindungan Konsumen

1.5.1.1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum merupakan hasil penyempitan arti dari perlindungan oleh hukum saja. Hak dan kewajiban dalam interaksi manusia dan lingkungan berkaitan dengan perlindungan yang diserahkan pihak hukum pada subjek

hukum.⁶ Istilah perlindungan konsumen digunakan guna menggambarkan perlindungan hukum jika ada hal yang merugikan konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.⁷

Mochtar Kusumaatmadja memberikan definisi konsep dan peraturan hukum menyeluruh yang mengatur interaksi dan masalah mengenai produk ataupun layanan dalam aktivitas sehari-hari manusia pihak satu dengan pihak yang lain sebagai hukum perlindungan konsumen.⁸ Semua hukum, peraturan, dan putusan pengadilan yang mengatur kepentingan konsumen, secara tegas, termasuk dalam kategori hukum perlindungan konsumen.⁹

Peraturan yang dimaksudkan adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dimana dalam Pasal 1 angka 1 menyebutkan perlindungan konsumen mencakup semua tindakan yang diambil untuk menjamin stabilitas hukum guna melindungi konsumen. Perlindungan hukum konsumen mempunyai cakupan luas, mulai tahap memperoleh produk atau jasa hingga tahap penggunaan produk

⁶ CST Kansil. (1989). *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. Hal 102.

⁷ Rosmawati. (2018). *Pokok Pokok Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*. Depok: Prenada Media Group. Hal. 6.

⁸ Erviyanti Putri. (2020). *Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Jual Beli Jilbab dalam Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan Hukum Islam (Studi Kasus Dora Kids Shop, jalan Hos Cokroaminoto No. 187 Burengan, Pesantren, Kota Kediri)*. Skripsi: IAIN Kediri. Hal 14.

⁹ Rosmawati. *Op.Cit.* Hal 8.

dan/atau jasa tersebut. Ada dua kategori yang dapat dipisahkan dari ruang lingkup perlindungan konsumen yaitu:¹⁰

1. Perlindungan dari potensi pengiriman barang pada pembeli yang berbeda dengan ketentuan perjanjian
2. Perlindungan konsumen dari pembebanan persyaratan yang bias.

1.5.1.2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Eksistensi perlindungan konsumen dimaksudkan agar melindungi hak dan kepentingan pengguna atau pengusaha dari praktik bisnis yang dapat merugikan para pihak. Maksud perlindungan konsumen tertuang pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:

- a. Mengembangkan pengetahuan, kompetensi, serta independensi perlindungan oleh konsumen;
- b. Menjaga konsumen dari akses negatif sehubungan penggunaan produk atau layanan untuk meningkatkan martabat mereka;
- c. Memperkuat pemberdayaan konsumen dengan memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi dan menegaskan hak-hak mereka;

¹⁰ Zulham. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Group. Hal. 22.

- d. Menetapkan kerangka kerja perlindungan konsumen atas keterbukaan informasi, akses terhadap informasi, dan kejelasan hukum;
- e. Membangun pola pikir yang tulus serta akuntabilitas berbisnis dengan menyadarkan pengusaha akan nilai perlindungan konsumen;
- f. Mengembangkan mutu produk atau layanan untuk menjamin keberlangsungan hidup usaha yang memproduksi, kesejahteraan, keamanan, keselamatan, dan kenyamanan pengguna.

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan asas perlindungan konsumen yaitu asaskan kebermanfaatan, keseimbangan, keadilan, kepastian hukum, serta keselamatan dan keamanan pengguna.

- a. Asas manfaat, bertujuan memberikan manfaat kepada masyarakat umum. Hal ini sebagai bentuk representasi dari tujuan dari hukum dalam mewujudkan keadilan dan keseimbangan di masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Gagasan ini menetapkan bahwa hukum perlindungan konsumen harus diatur dan ditegakkan dengan cara diarahkan pada kepentingan masyarakat secara menyeluruh.

- b. Asas keadilan, mendasarkan pada setiap individu berhak untuk diperlakukan sama. Menerapkan asas ini pengguna dan pengusaha harus bisa secara sama menuntut hak-hak hukum mereka, dimana berjalan seimbang dengan tidak adanya menempatkan pihak satu di bawah pihak lain.
- c. Asas keseimbangan, menekankan pentingnya menyeimbangkan kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Mempertimbangkan kepentingan konsumen patut untuk tidak merugikan pelaku usaha secara berlebihan. Hal ini untuk menciptakan keseimbangan dan menghindari ketidakadilan dalam kegiatan transaksi bisnis.
- d. Asas keselamatan dan keamanan pengguna, bertujuan melindungi keselamatan dan keamanan pengguna sehingga mereka dapat terus memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini sebagai bentuk jaminan dari produk yang dimanfaatkan oleh konsumen.
- e. Asas kepastian hukum, mengakui pentingnya hukum yang mengatur kewajiban dan hak serta tingkah laku baik dari pihak konsumen maupun pelaku usaha. Bertujuan untuk mencegah adanya pelanggaran dan meminimalisir resiko yang terjadi.¹¹

¹¹ Esther Masri, dkk. (2023). *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing. Hal. 27.

1.5.1.3. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen telah digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dimana memiliki definisi sebagai setiap individu yang dengan tujuan tertentu menggunakan produk atau jasa.¹² Definisi dari konsumen dapat dikelompokkan menjadi 2 yakni:

1. Konsumen perantara yaitu mereka yang memakai produk dan/atau layanan dengan tujuan dijual kembali.
2. Konsumen akhir yaitu mereka yang membeli produk atau jasa untuk rumah tangga, keluarga, atau diri mereka sendiri, bukan untuk dijual kembali.¹³

Secara umum, konsumen adalah seseorang yang membeli sesuatu dari sebuah bisnis untuk digunakan dan bukan untuk ditukar atau dijual kembali.¹⁴ Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen kata konsumen disebutkan dalam Pasal 1 angka 2 yang mendefinisikan sebagai seorang yang, tanpa melakukan kegiatan perdagangan, menggunakan produk dan/atau layanan yang ditawarkan dari sebuah bisnis untuk kebutuhan sendiri, keluarga ataupun orang lain.

¹² Az Nasution. (2002). *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar*. Jakarta: Diadit Media. Hal. 13.

¹³ Az. Nasution. (1995). *Konsumen dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. Hal. 19.

¹⁴ Janus Sidalabok. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti. Hlm. 14.

1.5.1.4.Hak dan Kewajiban Konsumen

Perlindungan hukum untuk konsumen dirumuskan dalam bentuk hak dan kewajiban. Menurut Jhon F. Kenneedy, hak-hak dasar bagi konsumen secara global yang telah diakui, yakni:¹⁵

1. Hak atas rasa aman (*the right to secure*)
2. Hak dapat memilih (*the right to choose*)
3. Hak memperoleh informasi (*the right to informed*)
4. Hak dapat didengarkan (*the right to be heard*)

Hak-hak konsumen diuraikan dalam Pasal 4 Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, di antaranya:¹⁶

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, ketika konsumen menggunakan atau mengonsumsi harus bebas segala risiko yang membahayakan nyawa, harta benda, dan kesehatan. Setiap produk patutlah nyaman, aman, dan yang memberikan keselamatan yang mana dari aspek produksi, kualitas, dan komposisi haruslah meningkatkan kenyamanan dan keamanan.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, memberikan

¹⁵ *Ibid.* Hal 31.

¹⁶ *Ibid.* Hal. 33-35.

kesempatan pada pembeli untuk dapat menentukan pilihan sebagaimana keperluannya dengan bebas dari keterpaksaan atau penipuan dari suatu bisnis.

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, konsumen dapat memilih barang yang mereka inginkan atau butuhkan dan bebas kerugian dengan memiliki gambaran yang benar dan jelas mengenai label informasi suatu produk.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, ini berbentuk tanggapan dalam menghentikan kerugian tambahan mengenai produk dalam kasus tidak ada informasi yang cukup atau keluhan mengenai kerugian yang timbul sebagai akibat dari penggunaan produk. Pernyataan ini dapat dilakukan secara langsung, kolektif, atau perwakilan seperti YLKI.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, konsumen pada keadaan yang rapuh ketika pelaku usaha mengetahui lebih banyak tentang produknya dibandingkan dengan konsumen. Untuk itu konsumen harus diberikan pertolongan dan prosedur penyelesaian perkara yang tepat.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, pelaku usaha diwajibkan menyediakan informasi akurat

serta mudah dimengerti agar dapat mendidik konsumen untuk bertindak dewasa dalam memenuhi kebutuhannya.

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, diperlakukan adil menjadi hak dasar bagi setiap orang. Hal ini merupakan keharusan pengusaha dalam memperlakukan konsumen secara setara tanpa melihat status sosial, filosofi, agama atau etnis mereka.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesu/ai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, yang dimaksud ganti rugi adalah untuk mengganti kerugian akibat penggunaan produk dan/atau layanan yang berbeda dari ketentuan kontrak sebelumnya. Tata cara mendapatkan ganti rugi masih harus melalui prosedur tertentu dapat secara litigasi atau non litigasi (di luar pengadilan).

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur terkait kewajiban konsumen dimana diterangkan berikut:

- a. Untuk keselamatan dan keamanan konsumen patut memahami dan mematuhi pedoman atau langkah penggunaan produk atau layanan;

- b. Ketika akan membeli produk atau layanan hendaklah bertindak jujur;
- c. Melakukan pembayaran dengan nominal yang telah diatur sebelumnya;
- d. Mematuhi langkah penyelesaian perselisihan berkaitan dengan perlindungan konsumen secara tepat.

1.5.1.5. Pengertian Pelaku Usaha

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 1 angka 3 telah menerangkan individu ataupun badan usaha yang berupa badan hukum atau bukan yang berkedudukan atau dibentuk serta berkegiatan usaha di wilayah Indonesia, baik individu ataupun berkelompok dengan kesepakatan untuk melakukan usaha bisnis disebut sebagai pelaku usaha. Sebagaimana yang diterangkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha dapat termasuk koperasi, badan usaha milik negara, perusahaan, pedagang, distributor dan badan usaha lain.¹⁷

Pengertian pelaku usaha memiliki cakupan yang cukup luas dimana termasuk pelaku usaha yang berekonomi besar ataupun pelaku usaha yang berekonomi kecil seperti pengecer, grosir, dan sebagainya. Selain individu yang memproduksi

¹⁷ Az Nasution. *Op.Cit.* Hal. 17.

barang, pelaku bisnis juga dapat berupa mereka yang mendistribusikan barang ke pengguna akhir.¹⁸

1.5.1.6.Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha ditentukan oleh Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berfungsi sebagai penyeimbang hak dan kewajiban konsumen. Hak tersebut yakni:

- a. Hak mendapatkan nominal atau nilai tukar sebagaimana ketentuan yang disepakati;
- b. Hak melakukan pembelaan hukum terhadap konsumen yang itikad buruk;
- c. Hak membela diri yang layak di ruang sidang selama pemecahan perkara konsumen;
- d. Hak membersihkan nama baik seandainya dapat dibuktikan berdasarkan hukum bahwa produk ataupun layanan yang dipertukarkan tidak merugikan konsumen;

Di samping hak-hak pelaku usaha, ada beberapa kewajiban yang diuraikan dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yakni:

- a. Bertindak jujur dan adil dalam melangsungkan kegiatan bisnis;

¹⁸ Janus Sidalabok. *Op.Cit.* Hal 13.

- b. Menyediakan keterangan akurat dan transparan terkait jaminan serta kondisi produk ataupun layanan dan petunjuk pemakaian, pemeliharaan, perbaikan;
- c. Menangani dan meladeni konsumen dengan jujur serta tidak prasangka buruk;
- d. Menjamin mutu produk ataupun layanan yang dihasilkan maupun diperjualbelikan berstandar ketentuan mutu yang relevan;
- e. Memberi kebebasan bagi konsumen dalam menguji atau menjajal produk ataupun layanan tertentu serta menawarkan garansi barang yang diproduksi atau yang diperjualbelikannya;
- f. Menawarkan kompensasi atau ganti kerugian yang diakibatkan oleh pemakaian dan pengonsumsian produk yang diperjualbelikan;
- g. Ketika produk ataupun layanan yang digunakan serta diperoleh berbeda dengan kontrak, menawarkan penggantian dan/atau kompensasi.

1.5.2. Usaha Mikro Kecil Menengah

1.5.2.1. Pengertian UMKM

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM menjelaskan istilah UMKM atau Unit Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Pasal 1 yang mana diterangkan :

1. Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh seorang atau badan bisnis individu yang mencukupi persyaratan hukum.
2. Usaha Kecil merupakan usaha dagang yang dibentuk secara mandiri serta dijalankan oleh orang maupun badan bisnis yang tidak sebagai cabang ataupun anak dari perusahaan yang dipunyai, dikendalikan, dan anggota perusahaan menengah dan besar.
3. Usaha Menengah merupakan usaha dagang yang dibentuk secara mandiri, dijalankan oleh seorang maupun badan bisnis yang tidak sebagai cabang ataupun anak dari perusahaan yang dipunyai, dikendalikan, dan terlibat cara apapun dengan usaha kecil dan besar dengan kekayaan bersih tahunan atau angka pemasaran yang memenuhi persyaratan hukum.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebuah bisnis produksi yang didirikan oleh seorang atau sekelompok masyarakat sebagai pelaksana bisnis di Indonesia. Tujuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai keikutsertaan rakyat guna berkontributif membangun ekonomi negara melalui meningkatkan dan mengembangkan usahanya sendiri. Pada dasarnya UMKM mempunyai potensi

dalam kontributif penyerapan pekerja yang tidak dapat dipekerjakan di perusahaan besar.¹⁹

Dalam sudut pandang pertumbuhan UMKM bisa dibagi 4 tipe yakni:²⁰

1. *Livelihood activities* yakni sektor informal terdiri dari UMKM yang didirikan dengan tujuan mencari keuntungan.
2. *Mikro enterprise* yakni pelaku UMKM yang mempunyai karakteristik perajin tapi tidak berjiwa bisnis.
3. *Small dynamic enterprise* merupakan pelaku UMKM yang berjiwa bisnis serta dapat melaksanakan kegiatan ekspor serta sub kontrak.
4. *Fast moving enterprise* merupakan pelaku UMKM yang berjiwa bisnis serta sedang berusaha meningkatkan usahanya menjadi lebih besar.

1.5.2.2.Kriteria UMKM

Adapun sebuah usaha digolongkan sebagai mikro, kecil atau menengah dilihat dari klasifikasi UMKM. Tertuang pada Pasal 6 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yakni:

1. Usaha Mikro

¹⁹ Taufiq Tria Galayuda. (2020). *Pengaruh Tarif Pajak, Pemahaman Peraturan Perpajakan dan Kesadaran Membayar Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Ponorogo*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Hal. 10.

²⁰ *Ibid.* Hal. 11.

- a. Mempunyai aset atau harta kepemilikan maksimum Rp50.000.000 dimana hal ini tidak terhitung dari bangunan dan tanah usahanya
 - b. Mempunyai pendapatan tahunan maksimum Rp300.000.000
2. Usaha Kecil
- a. Mempunyai aset atau harta kepemilikan minimum Rp50.000.000 dan maksimum Rp500.000.000 dimana tidak terhitung dari bangunan dan tanah usahanya
 - b. Mempunyai pendapatan tahunan minimum Rp300.000.000 dan maksimum Rp2.500.000.000
3. Usaha Menengah
- a. Mempunyai aset atau harta kepemilikan minimum Rp500.000.000 dan maksimum Rp10.000.000.000 dimana tidak terhitung bangunan dan tanah usahanya
 - b. Mempunyai pendapatan tahunan minimum Rp2.500.000.000 dan maksimum Rp50.000.000.000.

1.5.2.3. Pelanggaran dan Sanksi UMKM

Undang Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM Pasal 35 Ayat (2), mengatur sebuah usaha bisnis kategori menengah tidak diperbolehkan mempunyai serta menaklukan usaha mikro maupun usaha kecil yang menjadi rekan usaha. Sebagaimana Pasal 39 Ayat (2) sanksi administrasi dari

melanggar Pasal 35 Ayat (2) yaitu sebuah usaha menengah dapat dijatuhkan sanksi administratif dari instansi yang berwenang yaitu penghapusan izin bisnis dan/atau denda maksimal lima miliar rupiah.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur masalah UMKM yang melanggar hak konsumen. Jika sebuah UMKM terbukti melanggar, sebagaimana Pasal 62 Ayat (1) Undang-Undang No. 9 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka terancam denda maksimal dua miliar rupiah atau hukuman maksimal lima tahun penjara.

1.5.3. Makanan

1.5.3.1. Pengertian Makanan

World Health Organization (WHO) mendefinisikan makanan adalah “*All substances that are a component of a human diet, whether they be in their natural state or have been made or prepared, are considered food*”. Bermakna bahwa bahan apa pun yang menjadi bagian dari makanan manusia, baik dalam bentuk mentah maupun olahan, dianggap sebagai makanan.²¹

Menurut Departemen Kesehatan menjelaskan bahwa makanan adalah semua yang terbuat dari bahan makanan, tidak termasuk air dan obat-obatan, yang telah diproses dan

²¹ Halim Oky Zulkarnaen & Sutopo. (2013). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo)*. Skripsi: Universitas Diponegoro. Hal. 26.

dikonsumsi oleh manusia baik dalam bentuk alami maupun buatan.²² Salah satu kebutuhan esensial yang tidak dapat ditinggalkan oleh manusia adalah makanan. Hal ini sebagai energi dalam berkegiatan sehari-hari dan sebagai energi dalam menjaga keseimbangan air, mineral, dan cairan dalam tubuh untuk perkembangan tubuh mengganti jaringan yang rusak, dan mengatur metabolisme pertahanan tubuh. Semua ini guna menjaga manusia tetap sehat serta dapat tumbuh berkembang dengan baik.²³

Demikian seluruh hal yang berawal dari hayati atau air, baik yang masih mentah maupun yang sudah diolah, dan maksud dipergunakan manusia sebagai minuman ataupun makanan, dianggap sebagai makanan atau produk makanan. Makanan harus diolah dengan baik sebab makanan adalah keperluan pokok manusia yang wajib dicukupi setiap saat sehingga dengan memasukkan makanan ke dalam tubuh tidak mengancam keselamatan manusia dan bermanfaat bagi tubuh.²⁴

1.5.3.2.Makanan Ringan

Sebagaimana Keputusan Surat Kepala Badan Pengawas
Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor

²² Anwar. (1989). *Sanitasi Makanan dan Minuman pada Institusi Tenaga Kerja*. Jakarta: Departemen Kesehatan RI. Hal. 67.

²³ Mutiara Nugraheni. (2015). *Makanan dan Kesehatan*. Skripsi: Univeritas Negeri Yogyakarta. Hal. 2.

²⁴ Rika Nurdin. (2017). *Identifikasi Rhodamin B pada Produk Makanan Berwarna Merah yang Dijual di Pasar Johar Kota Semarang*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Semarang. Hal.6.

HK.00.05.52.4040 tentang Kategori Pangan Pasal 2 menyebutkan bahwa produk pangan ada 16 kategori, dimana salah satunya adalah makanan ringan siap makan. Makanan ringan siap makan merupakan aneka makanan ringan baik dengan rasa manis atau asin, gurih, hal ini dikenal dengan sebutan sebagai camilan.

Makanan ringan atau camilan umumnya dikonsumsi ketika waktu makan biasa dan bersifat ringan serta tidak membuat kenyang.²⁵ Dikategorikan sebagai makanan ringan mencakup apa pun yang diolah dengan kentang, tepung, sereal, umbi-umbian, atau pati (dari kacang-kacangan dan umbi-umbian) dimana dapat berbentuk keripik, keripik, atau diekstrus. Selain itu dapat berupa produk olahan kacang seperti kacang yang dilapisi dan campuran kacang yang berubah menjadi buah kering dan makanan ringan berbahan dasar ikan yang dapat berupa keripik atau kerupuk juga dapat disertakan.²⁶

1.5.3.3. Makanan Kiloan

Makanan ringan kiloan adalah sejenis makanan yang dikelompokkan sebagai *snack food* atau makanan ringan modern. Sifat makanan ringan yang modern yaitu sebagai berikut:²⁷

²⁵ Siti Qorrotu Aini. (2019). *Perilaku Jajan pada Anak Sekolah Dasar*. Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK, 15(2). Hal. 135.

²⁶ Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 34 Tahun 2019 tentang Kategori Pangan.

²⁷ Edmund W. Lusas & Lloyd W. Rooney. (2001). *Snack Food Processing*. Boca Raton: CRS Press. Hal. 149.

- a. Bebas dan aman komposisi beracun, mikroorganisme patogen, serta bahan kimia yang berbahaya sesuai ketentuan dalam hukum pangan
- b. Dihasilkan secara terus menerus dan dalam jumlah besar untuk tujuan komersial
- c. Proses pembumbuan dengan garam maupun perisa dan penyedap
- d. Penyimpanan bersifat stabil sehingga tidak memerlukan pendingin untuk pengawetan
- e. Dikemas dengan ukuran yang mudah dimakan dan dipegang untuk dapat secara langsung dimakan
- f. Disalurkan kepada konsumen dengan dalam keadaan masih segar atau tidak basi.

Makanan ringan modern dimana makanan ringan yang diproduksi dari bahan baku tepung ataupun pati dengan terdapat penambahan bahan makanan lain yang kemudian melalui proses penggorengan, pembumbuan dan pemasakan. Dikatakan sebagai makanan ringan modern kiloan adalah dapat dilihat dalam tahap pengemasan yang secara sengaja oleh pihak produksi dikemas dengan ukuran perkilo atau kiloan. Hal ini merupakan inovasi dalam dunia makanan untuk memudahkan konsumen agar mudah dipegang dan mudah dimakan secara langsung.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Jenis dan Tipe Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan menerapkan metode penelitian hukum yuridis-empiris. Jenis penelitian yuridis-empiris merupakan penelitian yang didasarkan dengan memandang kenyataan yang berlangsung di masyarakat dan ketentuan hukum yang relevan.²⁸ Penelitian hukum empiris ini menjadikan informasi di lapangan yang berkaitan pada topik penelitian sebagai pusat kajian. Sehubungan dengan pelaksanaan perlindungan hukum atas hak informasi yang jelas terhadap makanan kiloan tanpa label oleh pelaku UMKM makanan kiloan di Surabaya dengan menguraikan secara jelas agar pelaksanaan hak informasi terhadap makanan kiloan dapat berjalan efektif.

Pendekatan penelitian ini menerapkan pendekatan perundang-undangan (*statute aproach*) dan pendekatan kasus (*case aproach*). *Statute aproach* mempelajari dari perundang-undangan yang berhubungan dengan permasalahan hukum yang diteliti. *Case aproach* dengan mempelajari peristiwa konkret tentang hukum yang diterapkan dalam situasi nyata.²⁹

1.6.2. Sumber Data

Penelitian hukum empiris ini memakai sumber data yang didapatkan melalui data primer dan data sekunder. Data primer

²⁸ Suharsimi Arikunto. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal. 126.

²⁹ Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad. (2015). *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal. 186-189.

diperoleh dari BPOM dan beberapa UMKM di Surabaya baik dengan observasi, wawancara, atau dilaporkan dalam dokumen tidak resmi untuk penulis olah.³⁰ Data sekunder yang digunakan penulis, yaitu:

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang berkekuatan hukum sehubungan dengan penelitian. Bahan hukum meliputi:
 - a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
 - b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
 - c. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
 - d. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah
 - e. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan
2. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang digunakan dalam proses penelitian untuk mendukung bahan hukum primer dan data primer yang meliputi wawancara serta observasi pengamatan. Bahan hukum sekunder yang digunakan mencakup buku-buku literatur atau ilmu pengetahuan, publikasi hukum yang bersangkutan paut dengan penelitian, dan lain sebagainya.
3. Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang berfungsi untuk memperjelas data yang terdapat dalam bahan hukum primer dan

³⁰ Zainuddin Ali. (2013). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika. Hal.105.

sekunder. Hal ini meliputi Ensiklopedia, kamus hukum, dan Kamus Besar Bahasa Indonesia.

1.6.3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan dan pengelolaan data penelitian diperoleh menggunakan cara sebagai berikut:

1. Studi lapangan yaitu sesi tanya jawab dengan narasumber guna memperoleh informasi terkait isu penelitian secara mendalam. Wawancara dilaksanakan dengan BPOM dan beberapa individu sebagai perwakilan UMKM di Surabaya.
2. Studi kepustakaan yaitu dengan penelaahan buku, jurnal artikel, serta peraturan dan regulasi yang berhubungan dengan isu yang diteliti.

1.6.4. Metode Analisis Data

Usainya pengumpulan data, selanjutnya yaitu melakukan analisis data. Tahap ini melibatkan pemrosesan dan penganalisisan data untuk menemukan solusi atas persoalan yang sedang diteliti.

Metode yang dipakai dalam penelitian yaitu deskriptif analitif, dimana dengan mendeskripsikan hasil analitif yang diperoleh dari hasil bahan hukum yang terkumpul. Terlebih dahulu dilakukan penguraian peraturan perundang-undangan, kemudian dianalisis dengan menghubungkan pelaksanaan hukum yang berlaku menyangkut pokok permasalahan yang diteliti secara cermat, logis, dan sistematis untuk memudahkan interpretasi serta analisis data.

1.6.5. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dilaksanakan secara terarah dan tersistematis, dimulai dengan pendahuluan dan diakhiri dengan kesimpulan. Pada penulisan judul **“Pelaksanaan Perlindungan Hukum atas Hak Informasi yang Jelas terhadap Makanan Kiloan Tanpa Label oleh Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Kiloan di Surabaya”** memiliki kerangka penyusunan meliputi empat bab yang setiap bab terdapat sub-bab.

Bab Pertama, membahas topik persoalan yang akan diulas dalam penelitian. Bab ini terdapat beberapa sub-bab yakni pendahuluan, kajian pustaka, dan metode penelitian.

Bab Kedua, membahas mengenai pelaksanaan ketentuan pencantuman label informasi dalam produk makanan kiloan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Kiloan di Surabaya. Bab ini terdapat dua sub-bab yakni sub-bab pertama mengulas mengenai pelaksanaan ketentuan pencantuman label informasi dalam produk makanan kiloan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah makanan kiloan di Surabaya dan sub-bab kedua mengulas mengenai faktor yang menyebabkan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah makanan kiloan tidak mencantumkan label informasi pada produk makanan kiloan.

Bab Ketiga, membahas tentang hambatan dan upaya oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan Surabaya dalam pengawasan makanan kiloan tanpa label.

Bab Keempat, merupakan bab terakhir dalam penelitian. Bab keempat ini terdapat dua sub-bab yakni kesimpulan dari keseluruhan penelitian dan saran terhadap permasalahan yang timbul dalam penelitian ini.