

Urgensi Pelabelan pada Produk Pangan Tradisional Desa Dalegan sebagai Upaya Pengembangan UMKM

Ria Setyawati*¹, Nilam Andalia Kurniasari², Amirah Zalfa Arindya³

^{1,2,3}Fakultas Hukum, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

*e-mail: ria.setyawati@fh.unair.ac.id¹, nilam@fh.unair.ac.id², amirah.zalfa.arindya@gmail.com³

Abstrak

Eksistensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) utamanya di bidang produk pangan sebagai penggerak perekonomian di desa-desa atau wilayah tertentu sudah dipahami oleh banyak orang. Namun demikian, tidak sedikit ditemukan pelaku usaha UMKM yang tidak menyadari pentingnya suatu pelabelan dalam produk pangan mereka yang berkaitan erat dengan Hukum Perlindungan Konsumen. Padahal selain mempersempit area pemasaran produk, produk pangan tanpa pelabelan akan menghadapi UMKM pada persoalan hukum perlindungan konsumen dan sanksi yang dapat menjerat pelaku usaha sebagaimana tertuang dalam UU Perlindungan Konsumen. Salah satu contohnya pada produk pangan tradisional di Desa Dalegan Kabupaten Gresik. Produk pangan tradisional di Desa Dalegan tidak mencantumkan pelabelan yang benar karena minimnya pemahaman tentang pelabelan sesuai kaidah hukum yang berlaku. Hal ini tentu akan memperkecil pula kesempatan pengembangan UMKM tersebut. Pengabdian masyarakat ini mengkaji tentang pelabelan dalam produk pangan yang tepat bagi pengembangan produk pangan tradisional dengan metode penelitian hukum dan pendekatan perundang-undangan. Pelabelan produk pangan yang tepat akan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan image produknya.

Kata kunci: Hukum Perlindungan Konsumen, Pelabelan, Produk Pangan Tradisional, UMKM

Abstract

The existence of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), especially in the field of food products as a driving force for the economy in certain villages or regions, is well understood by many people. However, there are not a few MSME business actors who are not aware of the importance of labeling their food products which is closely related to the Consumer Protection Law. In fact, in addition to narrowing the product marketing area, food products without labeling will confront MSMEs with legal issues of consumer protection and sanctions that can ensnare business actors as stated in the Consumer Protection Law. One example is traditional food products in Dalegan Village, Gresik Regency. Traditional food products in Dalegan Village do not include proper labeling due to the lack of understanding of labeling in accordance with applicable legal principles. This will certainly reduce the opportunity for MSME development. This community services examine the proper labeling of food products for the development of traditional food products using legal research methods and statutory approaches.

Keywords: Consumer Protection Law, MSMEs, Labeling, Traditional Food Products

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di sektor produk pangan, memiliki peran penting sebagai penggerak perekonomian di desa-desa atau wilayah tertentu. Hal ini sejalan dengan tujuan UMKM dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (UU UMKM) yaitu menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional. Peran nyata UMKM sektor pangan dalam perekonomian telah dipahami oleh banyak orang. Menurut data Kementerian Perindustrian, pada tahun 2022 usaha kuliner yang dikategorikan dalam sektor makanan dan minuman menjadi primadona dalam menunjang bisnis pariwisata. Bahwa sektor makanan dan minuman menyumbang Produk Domestik Bruto atau PDB nasional sebesar 37,77% pada triwulan I tahun 2022 (Kementerian Perindustrian, 2022). Hal ini didukung pula oleh data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) pada bulan Maret 2021, kontribusi pelaku usaha kuliner terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun (Kamsidah, 2022).

Namun, ternyata masih banyak pelaku usaha UMKM yang tidak menyadari pentingnya pelabelan dalam produk pangan mereka yang berkaitan erat dengan Hukum Perlindungan Konsumen. Kurangnya pemahaman tentang pelabelan yang sesuai dengan kaidah hukum yang berlaku dapat menyebabkan pelaku usaha menghadapi masalah hukum perlindungan konsumen dan sanksi yang mungkin dikenakan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindos), Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (PP No. 69 tahun 1999), Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (UU No. 18 Tahun 2012), dan peraturan lain yang terkait. Dalam kaitannya dengan masalah label, khususnya label pangan maka masyarakat perlu memperoleh informasi yang benar, jelas, dan lengkap, baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukannya mengenai pangan yang beredar di pasar. Hal ini juga merupakan hak dari konsumen dan kewajiban dari pelaku usaha sesuai dengan UU Perlindos.

Salah satu contoh nyata terkait permasalahan ini dapat ditemukan pada produk pangan tradisional di Desa Dalegan, Kabupaten Gresik. Produk pangan tradisional yang dihasilkan di desa ini seringkali tidak mencantumkan pelabelan yang benar karena minimnya pemahaman tentang pelabelan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini tentunya dapat menjadi salah satu aspek penyebab sulitnya pengembangan UMKM.

Berkaca dari kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) di Desa Dalegan sebelumnya yang dilakukan oleh Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), dapat diketahui bahwa terdapat kesulitan yang dialami masyarakat lokal Desa Dalegan dalam memasarkan potensi wisata alam dan perdagangannya agar menjadi lebih luas. Dilansir dari ITS News 2020, berdasarkan penelitian tim pimpinan Deti Rahmawati, dosen Studi Pembangunan ITS, bahwa strategi marketing potensi Desa Dalegan, mulai dari branding hingga packaging produk unggulan di sana masih perlu pembenahan (itsmis, 2020).

Untuk mengatasi permasalahan ini, kegiatan pengabdian masyarakat ini akan fokus pada kajian tentang pelabelan yang tepat dalam produk pangan tradisional, dengan tujuan untuk mendukung pengembangan produk pangan tradisional dan memastikan kesesuaian dengan peraturan hukum yang berlaku. Mengingat pentingnya pelabelan yang tepat pada produk pangan tradisional dapat memberikan manfaat yang signifikan. Selain memperluas area pemasaran produk, pelabelan yang sesuai kaidah hukum dapat menghindarkan pelaku usaha dari sanksi yang berpotensi merugikan. Dengan demikian, solusi paling tepat bagi pelaku usaha pangan tradisional Desa Dalegan adalah dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pelabelan yang tepat untuk produk pangan tradisional, khususnya di Desa Dalegan, Kabupaten Gresik, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan UMKM di bidang tersebut.

2. METODE

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan di Kabupaten Gresik, Jawa Timur, tepatnya di kawasan Desa Dalegan, Kecamatan Panceng. Desa Dalegan merupakan salah satu penyanga utama Kabupaten Gresik selain desa lain di kecamatan Cerme, Balongpanggang, Kebomas, dan Manyar. Di wilayah Desa Dalegan terdapat potensi pengembangan pelaku usaha kecil pangan tradisional yang model pemasarannya terintegrasi dengan pengembangan pariwisata pantai Dalegan. Kegiatan ini dilakukan pada bulan Juni 2023.

Metode yang dilakukan dalam PKM yaitu metode pendekatan Partisipatif, Pendekatan Personal (Personal Approach), dan Pelatihan dan Pendampingan. Metode pelaksanaan tersebut dilakukan dengan melibatkan masyarakat Desa Dalegan khususnya para pelaku usaha pangan tradisional melalui Perangkat Desa (Kepala Desa dan Perangkat Desa), Badan Permusyawaratan di wilayah Desa Dalegan agar identifikasi potensi, masalah dan rencana kegiatan dapat berjalan dengan baik. Bentuk kegiatan adalah pendampingan, penyuluhan hukum yang berisi penyampaian materi tentang pelabelan produk pangan dan peningkatan brand image yang dilanjutkan dengan tanya jawab (diskusi). Selain itu, dalam kegiatan ini juga membuka ruang tempat konsultasi hukum bagi masyarakat, dengan konsultan dari dosen-dosen yang kompeten

di bidang Hukum perlindungan konsumen dan dalam bidang Hak Kekayaan Intelektual. Diharapkan dengan adanya kesempatan untuk dapat melakukan konsultasi hukum langsung akan membantu masyarakat dalam menyelesaikan persoalan tentang pelabelan produk pangan tradisional. Adapun tujuan dari kegiatan ini yaitu memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang arti penting pelabelan produk pangan tradisional. Sedangkan manfaat yang akan diperoleh dari kegiatan ini yaitu masyarakat dapat memahami ketentuan tentang pelabelan dan pentingnya membangun brand image untuk memperluas jangkauan pemasaran produknya.

Selanjutnya terkait dengan partisipasi mitra dalam pelaksanaan program. Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM ini yaitu mengikuti kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan oleh tim PKM; Membuka akses baik lokasi dan informasi bagi tim PKM; Bersedia menyediakan tempat yang berlokasi di Kabupaten Gresik sebagai base camp dan sebagai lokasi untuk melaksanakan kegiatan PKM; Bersedia mendukung tercapainya output kegiatan PKM.

Adapun Evaluasi pelaksanaan program PKM ini adalah tercapainya tujuan kegiatan yaitu memberikan pemahaman bagi masyarakat tentang Pelabelan sesuai Hukum Perlindungan Konsumen dan telah adanya pengaplikasian pemahaman tersebut pada kegiatan produksinya. Terdapat produk pangan tradisional yang telah memiliki kemasan produk dengan pelabelan sesuai kaidah hukum sebagai hasil pendampingan. Selain itu telah ada artikel dengan status accepted di jurnal pengabdian kepada masyarakat juga merupakan bentuk evaluasi terukur.

Keberlanjutan program PKM dari luaran kegiatan PKM antara lain yaitu kesadaran masyarakat akan pentingnya Pelabelan sebagai bentuk perlindungan bagi konsumen, pemahaman pelaku usaha UMKM di Desa Dalegan tentang Pelabelan pada produk pangan tradisional mereka, dan UMKM produsen pangan tradisional di Desa Dalegan memiliki kemasan produk dengan pelabelan sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Dengan adanya pelabelan yang tepat maka dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk pangan tradisional.

Selanjutnya, masih dapat dilanjutkan lagi pada PKM tahun berikutnya untuk pembekalan perolehan akses pendanaan skala besar dari sektor perbankan. Program PKM lanjutan akan terus dapat dilakukan bagi masyarakat Pelaku Usaha UMKM Produk Pangan Tradisional di Kabupaten Gresik hingga lima tahun mendatang, misalnya saja tentang hak kekayaan intelektual seperti merek, maupun tentang sertifikasi halal. Selain itu dapat pula dikembangkan juga tidak hanya untuk produsen pangan tradisional, namun UMKM di sektor perdagangan yang lain, misalnya fashion, dan kerajinan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Permasalahan

Terdapat 2 (dua) permasalahan prioritas yang akan ditangani dalam kegiatan PKM Desa Dalegan di Kabupaten Gresik. Mengingat kurangnya pemahaman masyarakat di wilayah tersebut tentang pelabelan yang sesuai dengan kaidah hukum mengakibatkan timbulnya dua permasalahan. Pertama, Tanpa adanya pelabelan yang benar dalam produk pangan oleh UMKM akan menghadapi UMKM pada persoalan hukum perlindungan konsumen. Kedua, Pelabelan makanan yang tepat akan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan image produknya. Permasalahan prioritas tersebut diharapkan dapat diatasi melalui kegiatan PKM yang akan memberikan pendampingan serta penyuluhan hukum dalam pelabelan produk pangan tradisional dan peningkatan brand image. Sasaran dari kegiatan ini adalah seluruh masyarakat pelaku usaha UMKM pangan tradisional Desa Dalegan di Kabupaten Gresik. Adapun solusi yang ditawarkan dalam menghadapi dua (2) permasalahan prioritas yang dihadapi pelaku usaha UMKM Pangan Tradisional Desa Dalegan, yaitu sebagai berikut:

Pertama, tentang permasalahan tidak adanya pelabelan dalam produk pangan oleh UMKM akan menghadapi UMKM pada persoalan hukum perlindungan konsumen. Dalam hal ini, kegiatan PKM akan melakukan sosialisasi pendampingan pelabelan yang sesuai dengan kaidah hukum yang berlaku. Sosialisasi, konsultasi dan pendampingan ini dilakukan oleh pakar Hukum Perlindungan Konsumen dari Fakultas Hukum Universitas Airlangga. Kedua, tentang permasalahan Pelabelan makanan yang tepat akan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk

meningkatkan image produknya. Suatu produk pangan tanpa pelabelan dengan informasi yang jelas mengenai produk itu hanya akan dapat dipasarkan secara sempit saja sehingga berdampak pada pengembangan UMKM produk pangan tradisional di Desa Dalegan tersebut. Dalam hal ini, kegiatan PKM akan melakukan sosialisasi, konsultasi dan pendampingan oleh pakar Hak Kekayaan Intelektual.

Dari dua permasalahan yang dihadapi masyarakat pelaku usaha UMKM pangan tradisional Desa Dalegan tersebut, solusi yang ditawarkan dalam kegiatan PKM ini adalah dengan memberikan pemahaman tentang Pelabelan dalam Hukum Perlindungan Konsumen. Pemahaman Pelabelan pada produk pangan tradisional UMKM Desa Dalegan akan memberikan pengetahuan dan kesadaran tentang pentingnya pelabelan yang benar pada produk pangan sebagai bentuk antisipasi terhadap sanksi yang dapat menjerat pelaku usaha dan bentuk perlindungan konsumen mereka. Adapun juga dapat memberikan motivasi untuk melakukan inovasi model pelabelan dengan pengaplikasian pada kegiatan produksinya. Seiring dengan arah dan tujuan pengembangan desa Dalegan yaitu untuk meningkatkan perekonomian yang terintegrasi dengan sektor pariwisata pantai, kesadaran dan pengetahuan pelabelan tersebut dapat mendorong perwujudan pengembangan pemasaran produk pangan mereka. Sebab, dengan pelabelan yang jelas dan informatif sehingga dapat meningkatkan image produk, konsumen dan potensial konsumen mereka dapat mengenali produk pangan tersebut, dan tertarik untuk membelinya.

3.2. Analisis Situasional

Kabupaten Gresik adalah sebuah wilayah Kabupaten di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Gresik terletak di sebelah Barat Laut Kota Surabaya Jawa Timur. Kabupaten Gresik memiliki luas 1.191, 25 km². Secara geografis wilayah kabupaten Gresik terletak antara 112 sampai 113 derajat bujur timur dan 7 sampai 8 derajat Lintang Selatan yang merupakan dataran rendah dengan ketinggian 2 sampai 12 Meter di atas permukaan air laut kecuali Kecamatan Panceng yang mempunyai ketinggian 25 Meter di atas permukaan air laut.

Wilayah kabupaten Gresik terbagi menjadi 18 Kecamatan 330 desa dan 26 Kelurahan. Kecamatan yang ada di wilayah kabupaten Gresik antara lain Kecamatan Balongpanggang Benjeng, Bungah, Cerme, Driyorejo, Duduksampeyan, Dukun, Gresik, Kebomas, Kedamean, Manyar, Menganti, Panceng, Sangkapura, Sidayu, Tambak, Ujungpangkah, dan Wringinanom. Sebagian wilayah Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir pantai, yaitu memanjang mulai dari Kecamatan Kebomas, Gresik, Manyar, Bungah, Sidayu, Ujungpangkah, dan Panceng serta Kecamatan Sangkapura dan Tambak yang lokasinya berada di Pulau Bawean. Wilayah Kabupaten Gresik sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa, sebelah timur berbatasan dengan Selat Madura dan Kota Surabaya, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Mojokerto, serta sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Lamongan (*Lokasi - Pemerintah Kabupaten Gresik, t.t.*).

Lokasi Kabupaten Gresik yang merupakan sub wilayah pengembangan bagian (SWPB) tidak terlepas dari kegiatan sub wilayah pengembangan Gerbang Kertasusila (Gresik, Bangkalan, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan). Termasuk salah satu bagian dari 9 sub wilayah pengembangan Jawa Timur yang kegiatannya diarahkan pada sektor pertanian, industri, perdagangan, maritime, pendidikan dan industri wisata (*Sejarah - Pemerintah Kabupaten Gresik, t.t.*).

Gresik memiliki beragam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebagaimana disebutkan oleh Bupati Gresik Dr. Sambari Halim Radianto dalam berita Diskominfo Kab. Gresik 2020, bahwa jumlah UMKM di Gresik mencapai 17 ribu lebih (*"Jemput Bola, BPOM RI Berikan Layanan Gratis Untuk UMKM Pangan Gresik,"* 2020). Salah satu wilayah di Kabupaten Gresik yang memiliki UMKM adalah wilayah Desa Dalegan yang terletak di Kecamatan Panceng, dengan Kode Desa 3525032011, Kode Kecamatan 352503, dan Kode Pos 61156. Desa Dalegan secara geografis, terletak antara (E.N. Aini, 2014) 1° LS - 8° LS dan 112° BT - 133° BT. Desa Dalegan mempunyai luas daerah sebesar 772,281 Ha. Dan terdiri dari 6 Lingkungan/RW yaitu Lingkungan Geneng, Lingkungan Nenggala, Lingkungan Gelora, Lingkungan Satria, Lingkungan Perseko, dan Lingkungan Njalor serta terdapat 4 Dusun antara lain Dusun Mulyorejo, Dusun Wonorejo, Dusun Shoberoh, Dusun Larangan. Luas wilayah Desa Dalegan sebesar 772,281 Ha

dengan rincian penggunaan sebagai berikut: (a) Tanah dan Persawahan : 163,795 Ha. (b) Perkebunan (Tanah Tegalan) : 65,000 Ha. (c) Pekarangan : 42,343 Ha. (d) Waduk : 30,600 Ha. (e) Pemakaman : 7,539 Ha. (f) Lapangan : 3,960 Ha. (g) Jalan dan Sungai : 10,811 Ha. (h) Pemukiman : 448,233 Ha. (Kantor Desa Dalegan, 2014)

Secara demografi, berdasarkan Statistik Desa Dalegan (*"Data Demografi Berdasar Pekerjaan,"* t.t.) terdapat 7185 populasi penduduk dengan 3722 penduduk laki-laki dan 3463 penduduk perempuan. Selanjutnya dari data Pekerjaan, diketahui terdapat populasi sebagai berikut: 1858 penduduk sebagai Wiraswasta, 103 penduduk sebagai Guru, 70 penduduk Buruh Harian Lepas, 155 penduduk Karyawan Swasta, 834 penduduk Petani/Pekebun, 34 penduduk Pegawai Negeri Sipil (PNS), 1250 penduduk merupakan Pelajar/Mahasiswa, 1338 penduduk Mengurus Rumah Tangga, dan 1460 penduduk Belum/Tidak Bekerja. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk di Desa Dalegan yaitu sebanyak 25,86% mengandalkan perekonomiannya pada sektor perdagangan sebagai Wiraswasta.

Desa Dalegan merupakan salah satu desa di Kabupaten Gresik yang memiliki identitas sebagai desa wisata. Hal ini karena Dalegan memiliki potensi alam pantai, baik itu pantai dengan ombak yang tenang, dan wisata mangrove di sepanjang sungai. Selain itu terdapat potensi alam perbukitan yang di dalamnya terdapat memproduksi minuman khas daerah Gresik, yaitu minuman legen (*Desa Wisata Dalegan*, t.t.). Potensi wisata Dalegan pun telah terbukti pada libur hari raya Idul Fitri 1444 H baru-baru ini dimana Polres Gresik menyampaikan bahwa diperkirakan angka kunjungan di kawasan wisata Pasir Putih Dalegan mencapai 5000 orang pada H+7 libur hari raya (Lasem Gresik News, 2023). Tentunya hal ini akan sangat mendukung kemajuan usaha di daerah tersebut.

Selain itu, Pemerintah Daerah Gresik pada dasarnya sudah memberikan ketentuan khusus terkait keterlibatan UMKM di Desa Wisata. Sebagaimana diatur dalam Pasal 38 huruf f Peraturan Daerah Kabupaten Gresik Nomor 7 Tahun 2021 tentang Desa Wisata (Perda Gresik 7/2021), bahwa dalam menjalankan kegiatan usaha pariwisata, setiap pengelola wisata Desa wajib untuk mengembangkan kemitraan dengan usaha mikro, kecil, dan koperasi setempat yang saling memerlukan, memperkuat, dan menguntungkan. Selain itu pada Pasal 38 huruf g Perda Gresik 7/2021 diperkuat lagi bahwa wajib untuk mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat, produk dalam negeri, dan memberikan kesempatan kepada tenaga kerja lokal.

Salah satu UMKM yang telah dikenal luas adalah produk pangan tradisional, seperti minuman Legen khas Gresik, snack khas pantai Dalegan, dan lain-lain. Beberapa diantaranya juga bahkan sudah dipasarkan luas secara online melalui e-commerce seperti snack Mr Blunyoo. Namun demikian, kesadaran atas Pelabelan oleh masyarakat Desa Dalegan utamanya pelaku usaha produk pangan tradisional ternyata masih sangat minim. Meskipun sudah terdapat beberapa produk pangan yang mencantumkan label, tetapi seringkali label yang tercantum masih belum tepat dan sesuai dengan kaidah Hukum Perlindungan Konsumen. Sehingga tentunya tidak menutup kemungkinan terjadi potensi kerugian karena persoalan perlindungan konsumen. Serta hal ini akan berpotensi menjadi penyebab dari sempitnya pemasaran produk pangan mereka, karena ketiadaan informasi bagi konsumen yang semestinya ada.

3.3. Urgensi Pelaksanaan Program Pengabdian

Semakin maraknya pelaku usaha UMKM di wilayah desa tertentu, jika diikuti dengan pengembangan produk dan strategi pemasaran yang sesuai dengan Hukum Perlindungan Konsumen, akan berdampak positif pada perekonomian daerah. Dalam setiap produk tentunya terdapat informasi-informasi yang dibutuhkan konsumen, tentang kualitas produk, keamanannya, harga, tentang berbagai persyaratan dan/atau cara memperolehnya, tentang jaminan atau garansi produk, persediaan suku cadang, tersedianya pelayanan jasa purna-jual, dan lain-lain yang berkaitan dengan itu (Toar, 1988). Dari informasi pada label, konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi pangan. Tanpa adanya informasi yang jelas maka kecurangan- kecurangan dapat terjadi (Sevilla dkk., 2021). Apalagi di sektor pangan, label memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan informasi pada konsumen sekaligus melindungi konsumen dari hal-hal yang tidak diinginkan

akibat konsumsi pangan tersebut. Misalnya saja, apabila terdapat kandungan bahan yang memiliki alergen tentunya akan merugikan konsumen yang memiliki riwayat alergi pada kandungan bahan pangan tertentu.

Hingga kini masih banyak kita temui pangan yang beredar di masyarakat yang tidak mengindahkan ketentuan tentang pencantuman label, sehingga meresahkan masyarakat. Perdagangan pangan yang kadaluarsa, pemakaian bahan pewarna yang tidak diperuntukkan bagi makanan, makanan berformalin, makanan mengandung bahan pengawet, atau perbuatan-perbuatan lain yang akibatnya sangat merugikan masyarakat, bahkan dapat mengancam kesehatan dan keselamatan jiwa manusia, terutama bagi anak-anak pada umumnya dilakukan melalui penipuan pada label pangan. Label yang tidak jujur dan atau menyesatkan berakibat buruk terhadap perkembangan kesehatan manusia. Oleh sebab itu, pemahaman masyarakat utamanya pelaku usaha produk pangan tradisional mengenai urgensi pelabelan yang tepat pada produk pangan sangat penting. Mengingat dampaknya yang akan berpengaruh langsung baik pada konsumen produk pangan tersebut, maupun pada usaha UMKM itu sendiri yang akan kesulitan dalam pengembangan usahanya.

3.4. Pengertian, Pengaturan, dan Aspek Hukum penting dalam Pelabelan Produk Pangan Tradisional

Secara harfiah, Label diartikan sebagai suatu etiket; merek dagang; petunjuk singkat tentang zat yang terkandung dalam obat dan sebagainya (KBBI Online). Sehingga dapat dipahami secara umum, label merupakan petunjuk singkat mengenai kandungan yang ada dalam suatu produk. Sedangkan yang dimaksud pelabelan menurut KBBI adalah suatu proses, cara, perbuatan melabelkan. Dalam lingkup hukum, istilah Pelabelan termasuk dalam ruang lingkup Hukum Perlindungan Konsumen. Sebab, label yang ada pada suatu produk merupakan salah satu bentuk pelaksanaan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlinkos).

Definisi Perlindungan Konsumen berdasarkan Pasal 1 angka 1 UU Perlinkos adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan bagi konsumen. Segala upaya yang dilakukan tersebut tentunya menjadi kewajiban dari pelaku usaha selaku pihak yang menyelenggarakan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Serta disisi lain adanya upaya perlindungan konsumen adalah hak dari konsumen yang memakai barang dan/atau jasa atau produk tertentu. Berdasarkan Pasal 1 angka 4 jo. Pasal 1 angka 5 UU Perlinkos dapat diketahui definisi dari Barang dan Jasa. Barang didefinisikan sebagai setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Sebagaimana dalam UU Perlinkos, pengaturan pelabelan produk pangan tidak diatur secara spesifik. Pengaturan secara lebih spesifiknya adalah Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (PP No. 69 tahun 1999). Sebelum Peraturan Pemerintah tersebut lahir, sebagaimana dalam penjelasan UU Perlinkos pengaturan pelabelan pangan untuk melindungi kepentingan konsumen secara singkat ada dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan (UU No. 7 Tahun 1996) yang saat ini telah dicabut oleh Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (UU No. 18 Tahun 2012). Didalam pasal 1 (3) dari PP No. 69 tahun 1999 ditentukan bahwa yang dimaksud dengan label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan, yang selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah ini disebut Label. Urgensi Pelabelan Produk Pangan pada dasarnya telah diatur pula dalam Pasal 2 PP No. 69 tahun 1999, yang mengatur bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan Label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. Serta pencantuman label tersebut wajib dilakukan sedemikian rupa sehingga label tidak mudah terlepas dari kemasannya, tidak mudah

luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca. Isi keterangan yang harus ada pada produk pangan juga telah diatur yaitu pada Pasal 3 (2) jo. Pasal 12 PP No. 69 tahun 1999. Adapun pencantuman label pada produk pangan tradisional singkatnya perlu dilaksanakan dengan memperhatikan dan mematuhi ketentuan-ketentuan yang ada pada peraturan perundang-undangan berikut.

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlinkos)
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (PP No. 69 tahun 1999)
- c. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (UU No. 18 Tahun 2012)
- d. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2019 tentang Angka Kecukupan Gizi yang Dianjurkan untuk Masyarakat Indonesia (Permenkes No. 28 Tahun 2019)
- e. Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan
- f. Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2019 tentang Informasi Nilai Gizi pada Label Pangan Olahan
- g. Peraturan BPOM Nomor 16 Tahun 2020 tentang Pencantuman Informasi Nilai Gizi untuk Pangan Olahan yang diproduksi oleh UMKM

3.5. Substansi Label Produk Pangan yang Tepat sesuai Peraturan Perundang-Undangan

Pada hakikatnya Label pangan berisikan keterangan mengenai pangan yang bersangkutan (Pasal 3 (1) PP No. 69 tahun 1999). Substansi atau bagian utama Label produk pangan sekurang-kurangnya harus memuat keterangan-keterangan sesuai Pasal 3 (2) jo. Pasal 12 PP No. 69 tahun 1999 antara lain sebagai berikut.

- a. Nama produk
- b. Daftar bahan yang digunakan
- c. Berat bersih atau isi bersih
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia
- e. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa

Selain keterangan tersebut, dapat pula terdapat tambahan keterangan lain yang berhubungan dengan kesehatan manusia yang harus dicantumkan pada label untuk pangan olahan tertentu mengikuti instruksi dari Menteri Kesehatan (Pasal 4 PP No. 69 tahun 1999).

Keterangan lain yang harus dicantumkan pada label yaitu keterangan atau tulisan halal, dengan catatan bahwa terdapat klaim atau pernyataan dari pelaku usaha bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam (Pasal 10 (1) PP No. 69 tahun 1999). Terkait pernyataan halal berdasarkan Pasal 11 PP No. 69 tahun 1999, juga diwajibkan bagi pelaku usaha untuk memeriksakan dahulu pangan tersebut pada lembaga pemeriksa terakreditasi sesuai pedoman yang ditetapkan oleh Menteri Agama atau dalam hal ini melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Berkaitan dengan Kandungan Gizi, sesuai Pasal 32 PP No. 69 tahun 1999 juga terdapat kewajiban pencantuman keterangan kandungan gizi pangan pada Label khusus bagi pangan yang: a) disertai pernyataan bahwa pangan mengandung vitamin, mineral, dan atau zat gizi lainnya yang ditambahkan; atau b) dipersyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang mutu dan gizi pangan, wajib ditambahkan vitamin, mineral, dan atau zat gizi lainnya. Jika kandungan gizi digunakan pada suatu pangan, maka keterangan yang wajib ada dalam label antara lain:

- a. ukuran takaran saji;
- b. jumlah sajian per kemasan;
- c. kandungan energi per takaran saji;
- d. kandungan protein per sajian (dalam gram);
- e. kandungan karbohidrat per sajian (dalam gram);
- f. kandungan lemak per sajian (dalam gram);
- g. persentase dari angka kecukupan gizi yang dianjurkan.

Keterangan pelabelan kandungan gizi tersebut dicantumkan dengan urutan sebagai

berikut.

- a. jumlah keseluruhan energi, dengan perincian berdasarkan jumlah energi yang berasal dari lemak, protein dan karbohidrat;
- b. jumlah keseluruhan lemak, lemak jenuh, kolesterol, jumlah keseluruhan karbohidrat, serat, gula, protein, vitamin, dan mineral.

Sesuai Pasal 5 PP No. 69 tahun 1999 telah jelas terdapat perintah agar keterangan-keterangan tersebut yang dicantumkan dalam label produk pangan harus benar dan tidak menyesatkan, baik mengenai tulisan, gambar, atau bentuk apapun lainnya. Selain itu, sebagaimana ketentuan Pasal 9 PP No. 69 Tahun 1999 tentunya wajib bagi pelaku usaha untuk memenuhi seluruh ketentuan sebagaimana dimaksud dalam PP No. 69 tahun 1999.

3.6. Pelabelan merupakan Kewajiban Pelaku Usaha dan Hak Konsumen berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen

Konsumen di masa kini akan membutuhkan lebih banyak informasi yang lebih relevan dibandingkan lima puluh tahun lalu. Sebab, saat ini terdapat lebih banyak produk, merek, termasuk jumlah penjual, dan daya beli konsumen yang semakin meningkat. Variasi merek yang beredar di pasaran juga semakin banyak, model-model produk lebih cepat berubah, transportasi dan komunikasi lebih mudah sehingga terdapat akses yang lebih besar kepada bermacam-macam produsen atau penjual. Dengan demikian tentunya segala hal tersebut belum tentu banyak diketahui semua orang (Rajagukguk, 2000). Hal ini tentu semakin mendorong urgensi dari adanya informasi yang lengkap dan jelas atas suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Hak atas informasi adalah salah satu dari sekian banyak hak-hak yang dimiliki konsumen, sebagaimana dirumuskan didalam pasal 4 UU Perlinkos. Adapun hak-hak konsumen tersebut antara lain:

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

Disamping hak-hak dalam pasal 4 UU Perlinkos, juga terdapat hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, khususnya dalam pasal 7 UU Perlinkos yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan antinomy dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen. (Nasution, 1995) Adapun kewajiban pelaku usaha yang menjadi hak konsumen dalam Pasal 7 UU Perlinkos antara lain:

- i. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- ii. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- iii. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- iv. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- v. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat

- dan/atau yang diperdagangkan;
- vi. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- vii. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam kaitannya dengan masalah label, khususnya label pangan maka masyarakat perlu memperoleh informasi yang benar, jelas, dan lengkap, baik mengenai kuantitas, isi, kualitas maupun hal-hal lain yang diperlukannya mengenai pangan yang beredar di pasar. Hak konsumen sekaligus Kewajiban Pelaku Usaha lainnya diatur pula dalam PP No. 69 tahun 1999. Masyarakat berhak untuk memperoleh informasi yang benar dan tidak menyesatkan mengenai pangan yang akan dikonsumsi, khususnya yang disampaikan melalui label dan iklan pangan. Terkait kewajiban pelaku usaha dijelaskan secara tegas dalam Pasal 2 (1) jo. Pasal 9 PP No. 69 tahun 1999. Bahwa pelaku usaha selaku orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan Label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. Serta wajib pula baginya mematuhi seluruh ketentuan teknis pencantuman label yang diatur dalam PP No. 69 Tahun 1999.

Selain ketentuan Hak Konsumen dan Kewajiban Pelaku Usaha, juga terdapat ketentuan Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha, khususnya terkait label pangan telah tegas diatur pada Pasal 9 PP No. 69 tahun 1999 yang mengatur bahwa setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan, dilarang mencantumkan Label yang tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini.

Larangan lainnya bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 8 (1) jo. Pasal 8 (3) UU Perlinkos antara lain:

- i. Pasal 8 (1) UU Perlinkos:
Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana 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 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;
 - 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 di pasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- ii. Pasal 8 (3) UU Perlinkos:
Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

Dalam kaitannya dengan label produk pangan, dalam penjelasan Pasal 8 UU Perlinkos dapat diketahui lebih jelas mengenai jangka waktu penggunaan/pemanfaatannya yang paling baik dalam hal ini adalah terjemahan dari kata best before yang biasa digunakan dalam label produk makanan. Selain itu, pada penjelasan Pasal 8 (3) dijelaskan bahwa sediaan farmasi dan pangan yang dimaksud adalah yang membahayakan konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ketentuan tersebut merujuk pada peraturan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan (UU No. 18 Tahun 2012) dan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (PP No. 69 tahun 1999).

Dalam UU tentang Pangan yaitu UU No. 18 Tahun 2012 spesifik Pasal 89 jo. Pasal 90 diatur khusus mengenai perbuatan yang dilarang dalam kaitannya dengan Label Pangan sebagai berikut:

- i. Pasal 89 UU Pangan
Setiap Orang dilarang memperdagangkan Pangan yang tidak sesuai dengan Keamanan Pangan dan Mutu Pangan yang tercantum dalam label Kemasan Pangan.
- ii. Pasal 90 UU Pangan
 1. Setiap Orang dilarang mengedarkan Pangan tercemar.
 2. Pangan tercemar sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa Pangan yang:
 - a. mengandung bahan beracun, berbahaya, atau yang dapat membahayakan kesehatan atau jiwa manusia;
 - b. mengandung cemaran yang melampaui ambang batas maksimal yang ditetapkan;
 - c. mengandung bahan yang dilarang digunakan dalam kegiatan atau proses Produksi Pangan;
 - d. mengandung bahan yang kotor, busuk, tengik, terurai, atau mengandung bahan nabati atau hewani yang berpenyakit atau berasal dari bangkai;
 - e. diproduksi dengan cara yang dilarang; dan/atau
 - f. sudah kedaluwarsa.

Ketentuan perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha tersebut diatas tentunya menjadi hal penting yang perlu diperhatikan oleh Pelaku Usaha dan menjadi kewajiban pula baginya untuk dipatuhi.

3.7. Sanksi bagi Pelaku Usaha Pangan Tradisional yang tidak menggunakan Pelabelan yang benar berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan

3.7.1. Sanksi yang diatur UU Perlinkos

Ketentuan sanksi bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran atau tidak mencantumkan pelabelan yang benar sesuai UU Perlinkos adalah larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran (Pasal 8 (4) UU Perlinkos). Selain itu berdasarkan ketentuan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) dalam Pasal 52 huruf m, sanksi yang diperoleh oleh pelaku usaha yang melanggar ketentuan UU Perlinkos adalah sanksi administratif.

Sanksi administratif tersebut diatur pada Pasal 60 UU Perlinkos sebagai berikut.

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.
- (2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- (3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Selain sanksi administratif, sesuai Pasal 61 UU Perlinkos pelaku usaha dan/atau pengurusnya dapat pula dikenai sanksi pidana melalui penuntutan pidana. Sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62 UU Perlinkos terkait pelabelan tercantum pada Pasal 62 (1) yaitu apabila pelaku usaha melakukan pelanggaran Pasal 8, dan Pasal 10 UU Perlinkos maka berlaku sanksi pidana yaitu dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

3.7.2. Sanksi yang diatur PP No. 69 tahun 1999

Sanksi yang diatur disini adalah Tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 61 PP No. 69 tahun 1999 sebagai berikut:

- a. Setiap orang yang melanggar ketentuan-ketentuan sebagai-mana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah ini dikenakan tindakan administratif.
- b. Tindakan administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - 1) peringatan secara tertulis;
 - 2) larangan untuk mengedarkan untuk sementara waktu dan atau perintah untuk menarik produk pangan dari peredaran;
 - 3) pemusnahan pangan jika terbukti membahayakan kesehatan dan jiwa manusia;
 - 4) penghentian produksi untuk sementara waktu;
 - 5) pengenaan denda paling tinggi Rp 50.000.000,00 (limapuluh juta rupiah), dan atau;
 - 6) pencabutan izin produksi atau izin usaha.
- c. Pengenaan tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) huruf b, c, d, e, dan f hanya dapat dilakukan setelah peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a diberikan sebanyak-banyaknya tiga kali.
- d. Pengenaan tindakan administratif sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dan ayat (3) dapat dilakukan oleh Menteri teknis sesuai dengan kewenangannya berdasarkan masukan dari Menteri Kesehatan.

3.8. Tujuan dan Manfaat Pelabelan bagi UMKM Produk Pangan Tradisional Desa Dalegan

Pelaku usaha di sektor pangan harus memahami dan mematuhi ketentuan-ketentuan Pelabelan sesuai peraturan yang berlaku guna memastikan produk pangan yang dihasilkan memenuhi standar keamanan dan memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada konsumen. Hal ini juga demi terciptanya perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab sebagaimana amanat peraturan perundang-undangan terkait Pangan. Pelabelan juga memiliki tujuan untuk memastikan terlaksananya kewajiban pelaku usaha dan terpenuhinya hak konsumen sesuai dengan kaidah hukum yang ada dalam UU Perlinkos dan peraturan lainnya. Hal ini akan membawa manfaat pada UMKM Desa Dalegan yaitu terlindung dari potensi kerugian akibat sanksi pelanggaran yang mungkin muncul apabila tidak dipatuhinya kaidah hukum yang berlaku. Manfaat lainnya, pelabelan yang tepat tersebut tentunya akan mendukung strategi marketing potensi Desa Dalegan, mulai dari branding hingga packaging produk unggulan di sana yang pada pengabdian masyarakat sebelumnya oleh Dosen Studi Pembangunan ITS dikatakan masih perlu pembenahan.

Tujuan Pelabelan pada produk pangan merupakan salah satu upaya pelaksanaan perlindungan bagi konsumen sebagaimana diatur dalam UU Perlinkos. Seperti diatur dalam ketentuan Pengawasan pada Pasal 30 UU Perlinkos, khususnya pada Pasal 30 (3) dimana pemasangan label merupakan salah satu aspek pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar. Pemberian label Pangan bertujuan untuk memberikan informasi yang benar dan jelas kepada masyarakat tentang setiap produk Pangan yang dikemas sebelum membeli dan/atau mengonsumsi Pangan. Informasi yang dimaksud dalam hal ini adalah terkait dengan asal, keamanan, mutu, kandungan Gizi, dan keterangan lain yang diperlukan (Pasal 96 UU No. 18 Tahun 2012).

3.9. Peningkatan Brand Image melalui Merek

Terkait Brand Image (Citra Merek) pada dasarnya merupakan pandangan konsumen akan suatu produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Oleh sebab itu, citra merek memiliki peran yang sangat penting bagi perkembangan bisnis suatu usaha terlebih bagi UMKM. Untuk branding sendiri, dalam hal ini dapat didorong dengan mendorong terciptanya komunikasi pelaku usaha dengan konsumen. Komunikasi tersebut salah satunya dapat tercipta melalui label. Dengan label, produsen atau pelaku usaha dapat memberi informasi, menawarkan, mempromosikan produknya sedemikian rupa agar memiliki daya tarik bagi konsumen. (Label

Produk Pangan, 2015)

Mengutip pendapat Direktur Merek dan Indikasi Geografis, Nofli pada kegiatan Promosi dan Diseminasi Kekayaan Intelektual Komunal di Padang Sumatera Barat pada 27 Januari 2022, dalam terminologi hukum memang tidak ada perbedaan antara merek dan brand. Namun demikian, dari sisi komersial brand memiliki pengertian lebih luas. Nofli menyatakan bahwa Brand bukan hanya mengatur soal label, tapi meliputi reputasi, posisi di pasar, image, dan persepsi konsumen. Sedangkan untuk trademark atau merek adalah hak atas nama atau tanda suatu produk yang diberikan negara kepada pemilik brand di mana merek terdaftar merupakan aset bisnis, sehingga harus dilindungi. Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, para pelaku usaha menggunakan merek sebagai identitas produk barang/jasa yang dihasilkan. Bagi pemilik merek terdaftar mempertahankan kualitas barang/jasa dari merek merupakan suatu keharusan. Konsumen akan selalu mengidentifikasi merek tersebut, karena fungsi dasar sebuah merek adalah identitas bagi produknya. (*Pentingnya Branding Sebagai Kunci Keberhasilan Menjalankan Bisnis*, 2022) Dengan demikian, penting pula bagi pelaku usaha untuk meningkatkan brand image produk miliknya melalui Merek.

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU No. 20 Tahun 2016), Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Sehingga pada hakikatnya adanya Merek dapat menciptakan unsur pembeda dari suatu produk pangan UMKM yang akan ditawarkan pada konsumen.

Melansir dari webinar series yang dilakukan oleh Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dalam rangka memperingati Hari Kekayaan Intelektual Sedunia, dengan Topik “Kiat-Kiat Branding Produk Menjadi Suatu Merek Yang Dikenal” pada 28 April 2021, Pemerintah menyatakan sangat penting bagi UMKM memahami pentingnya kekayaan HKI lainnya misalkan Merek sebagai aset yang nilainya terus bertambah seiring berjalannya waktu. UMKM juga didorong untuk melakukan branding atas produknya dengan mendaftarkan mereknya. Dalam rangka branding produk UMKM, disampaikan pula 3 (tiga) aspek utama yang melekat pada Merek yang penting untuk diperhatikan yaitu:

- a. Aspek Pendaftaran
- b. Komersialisasi
- c. Penegakan Hukum atas Merek

Pertama, untuk aspek pendaftaran merupakan hal mutlak yang harus dilakukan untuk mendapatkan perlindungan hukum dari Pemerintah atas Merek yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM. Sebagaimana diatur dalam Pasal 3 UU No. 20 Tahun 2016, yang menyatakan bahwa Hak atas Merek baru diperoleh setelah merek tersebut terdaftar. Hak atas Merek dalam hal ini merupakan hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri Merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya (Pasal 1 angka 5 UU No. 20 Tahun 2016).

Mengenai cara mendaftarkan Merek, sesuai dengan ketentuan Pasal 11 (1) UU No. 20 Tahun 2016 pelaku usaha dapat mengajukan permohonan pendaftaran mereknya dengan memenuhi kelengkapan persyaratan pendaftaran Merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pasal 5, pasal 6, pasal 7, pasal 9, dan Pasal 10 UU No. 20 Tahun 2016. Hak eksklusif atas merek tersebut juga memiliki jangka waktu tertentu yaitu 10 tahun dan dapat diperpanjang sebagaimana diatur dalam Pasal 35 UU No. 20 Tahun 2016.

Kedua, untuk aspek komersialisasi yang dimaksud dalam hal ini adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan dengan menggunakan Merek. Disini, branding merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan agar Merek atas suatu produk dapat dikenal oleh masyarakat. Mengingat semakin terkenalnya suatu merek semakin meningkat pula komersialisasi dan harga produk tersebut semakin tinggi. Misalnya saja, seperti produk pangan khas Yogyakarta yaitu bakpia. Bakpia di Yogyakarta yang telah memiliki merek seperti bakpia Pathok 25, Pathok 75, Kurnia Sari, dan bakpia Tugu Jogja telah banyak dikenal oleh masyarakat luas dan turis-turis

yang telah maupun hendak berkunjung kesana.

Ketiga, aspek penegakan hukum atas Merek dalam hal ini yaitu terkait dengan pelanggaran hak atas Merek oleh pihak lain. Setelah mendaftarkan Mereknya dan diterima permohonannya oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, pelaku usaha UMKM akan mendapatkan perlindungan hukum dan hak eksklusif dari negara sebagaimana diatur dalam UU No. 20 Tahun 2016. Sehingga apabila terdapat pelanggaran Hak atas Merek yang dimilikinya, UMKM harus memahami upaya hukum yang dapat ditempuh untuk melindungi Mereknya seperti pengajuan Gugatan Perdata (Pasal 83 UU No. 20 Tahun 2016), Pengaduan Pidana (Pasal 100, 101, dan 102 UU No. 20 Tahun 2016), Pengajuan Penghapusan Merek (Pasal 72 dan 74 UU No. 20 Tahun 2016), dan Gugatan Pembatalan Merek (Pasal 76 dan 77 UU No. 20 Tahun 2016).

4. KESIMPULAN

Pelabelan pada Produk Pangan Tradisional merupakan suatu hal yang penting berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen dan dapat berdampak pada implementasi hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha sebagai upaya perlindungan konsumen, peningkatan brand image, dan pengembangan UMKM secara keseluruhan. Pelabelan yang benar untuk produk pangan tradisional UMKM pada hakikatnya dilakukan dengan mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan. Serta pencantuman label tersebut wajib dilakukan sedemikian rupa sehingga label tidak mudah terlepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca (Pasal 2 PP No. 69 tahun 1999).

Substansi atau keterangan yang wajib ada dalam bagian utama label pangan sekurang-kurangnya memuat Nama produk, Daftar bahan yang digunakan, Berat bersih atau isi bersih, Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia, dan Tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa. Selain itu, terdapat keterangan lainnya seperti: Keterangan lain yang berhubungan dengan kesehatan manusia yang harus dicantumkan pada label untuk pangan olahan tertentu mengikuti instruksi dari Menteri Kesehatan; Keterangan atau tulisan halal, apabila terdapat klaim halal atas pangan tersebut oleh pelaku usaha; dan Keterangan kandungan gizi apabila produk pangan termasuk pangan sebagaimana dimaksud Pasal 32 PP No. 69 Tahun 1999, keterangan tersebut antara lain : a. ukuran takaran saji; b. jumlah sajian per kemasan; c. kandungan energi per takaran saji; d. kandungan protein per sajian (dalam gram); e. kandungan karbohidrat per sajian (dalam gram); f. kandungan lemak per sajian (dalam gram); g. persentase dari angka kecukupan gizi yang dianjurkan (Pasal 3 (2) jo. Pasal 12 jo. Pasal 4 jo. Pasal 10 (1) jo. Pasal 32 PP No. 69 tahun 1999). Penting pula untuk digarisbawahi bahwa sebagaimana dimaksud Pasal 5 jo. Pasal 9 PP No. 69 tahun 1999 keterangan yang dicantumkan dalam label produk pangan harus benar dan tidak menyesatkan, baik mengenai tulisan, gambar, atau bentuk apapun lainnya. Serta wajib bagi pelaku usaha untuk memenuhi seluruh ketentuan sebagaimana dimaksud dalam PP No. 69 tahun 1999.

Apabila ketentuan pelabelan yang benar pada produk pangan dalam peraturan perundang-undangan tidak dipatuhi maka akan menghadapi UMKM pada persoalan hukum perlindungan konsumen. Persoalan hukum tersebut terjadi apabila terdapat pelanggaran atau tidak dicantumkan pelabelan yang benar sesuai UU Perlinkos dan peraturan lainnya. Akibat hukum dari hal tersebut adalah larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran (Pasal 8 (4) UU Perlinkos). Selain itu, pelaku usaha dapat pula dikenai sanksi sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan seperti Sanksi Administratif dan Sanksi Pidana. Sanksi administratif oleh BPSK sebagaimana diatur pada Pasal 60 UU Perlinkos berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). Maupun sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62 (1) UU Perlinkos yaitu dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Selain itu, sanksi lainnya ada dalam Pasal 61 PP No. 69 Tahun 1999 yaitu Tindakan administratif berupa: a. peringatan secara tertulis; larangan untuk mengedarkan untuk sementara waktu dan atau perintah untuk menarik produk pangan dari

peredaran; c. pemusnahan pangan jika terbukti membahayakan kesehatan dan jiwa manusia; d. penghentian produksi untuk sementara waktu; e. pengenaan denda paling tinggi Rp 50.000.000,00 (limapuluh juta rupiah), dan atau; f. pencabutan izin produksi atau izin usaha.

Pelabelan produk pangan yang tepat akan memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan image produknya. Tentunya Pelabelan pada Produk Pangan yang tepat sesuai peraturan perundang-undangan tersebut akan membawa manfaat yang positif bagi pelaku usaha UMKM maupun pengembangan UMKM tersebut, yang mana pelabelan yang tepat tersebut tentunya akan mendukung strategi marketing potensi Desa Dalegan, mulai dari branding hingga packaging. Dari sisi packaging, dengan dilakukannya pelabelan yang benar terhadap kemasan produk pangan tradisional sesuai kaidah hukum yang berlaku akan melindungi pelaku usaha produk pangan tradisional Desa Dalegan dari persoalan hukum perlindungan konsumen dan potensi kerugian. Serta dari sisi branding, dengan dilakukannya peningkatan brand image melalui didaftarkanya Merek sesuai instruksi UU No. 20 Tahun 2016 akan tercipta perlindungan hukum bagi produk pangan tradisional khas Desa Dalegan berupa hak atas Merek. Selanjutnya, melalui merek juga dapat menjadikan produk pangan tersebut semakin dikenal konsumen sehingga dapat meningkat pula komersialisasi dan nilai ekonomis produk, dan memperluas pangsa pasar UMKM Desa Dalegan sehingga mendorong perkembangan UMKM dan perekonomian daerah Kabupaten Gresik.

DAFTAR PUSTAKA

- "Data Demografi Berdasar Pekerjaan." (t.t.). Desa Dalegan Kabupaten Gresik.
- Desa Wisata Dalegan. (t.t.). Jajaran Desa Wisata (JADESTA). Diambil 23 April 2024, dari <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/dalegan>
- E.N. Aini. (2014). *Prospek dan Upaya Pengembangan Pariwisata Wisata Pasir Putih (WPP) Desa Dalegan Kecamatan Panceng Kabupaten Gresik Jawa Timur*. Universitas Brawijaya.
- itsmis. (2020, Desember 23). Dosen ITS Kenalkan Model Bisnis Guna Pengembangan Marine Tourism. *ITS News*. <https://www.its.ac.id/news/2020/12/23/dosen-its-kenalkan-model-bisnis-guna-pengembangan-marine-tourism/>
- "Jemput Bola, BPOM RI Berikan Layanan Gratis Untuk UMKM Pangan Gresik." (2020). Pemerintah Kabupaten Gresik. <https://gresikkab.go.id/berita/36-jemput-bola-bpom-ri-berikan-layanan-gratis-untuk-umkm-pangan-gresik>
- Kamsidah. (2022, September 22). *Optimalkan Potensi UMKM terhadap PDB Indonesia melalui Lelang UMKM*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemendek.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/15395/Optimalkan-Potensi-UMKM-terhadap-PDB-Indonesia-melalui-Lelang-UMKM.html>
- Kementerian Perindustrian. (2022, Juli 5). *Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <https://kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen>
- Label Produk Pangan. (2015, Oktober). Dinas Pangan Provinsi Sumatera Barat. <http://dinaspangan.sumbarprov.go.id/details/news/370>
- Lasem Gresik News. (2023, April 30). *H+7 Lebaran, ribuan wisatawan padati Pantai Delegan Gresik*. <https://lasemgresik.id/h7-lebaran-ribuan-wisatawan-padati-pantai-delegan-gresik/>
- Lokasi—Pemerintah Kabupaten Gresik. (t.t.). Kabupaten Gresik. Diambil 23 April 2024, dari <https://www.gresikkab.go.id/info/geografi>
- Nasution, A. (1995). *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan.
- Pentingnya Branding Sebagai Kunci Keberhasilan Menjalankan Bisnis. (2022, Januari 27). Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia

- Republik Indonesia. <https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel/pentingnya-branding-sebagai-kunci-keberhasilan-menjalankan-bisnis?kategori=>
- Rajagukguk, E. (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Mandar Maju.
- Sejarah—Pemerintah Kabupaten Gresik*. (t.t.). Kabupaten Gresik. Diambil 23 April 2024, dari <https://www.gresikkab.go.id/info/sejarah>
- Toar, A. M. (1988). *Tanggung Jawab Produk Dan Sejarah Perkembangannya Di Beberapa Negara*. Agnes M. Toar. PT. Citra Aditya Bakti. <https://search-jogjalib.jogjaprovo.go.id/Record/oai:lib.uajy.ac.id:0000020585>
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis <https://publications.id/index.php/ijpm/login/signOut>

Halaman Ini Dikosongkan