

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN PLASTIK BERBAHAYA SEBAGAI KEMASAN PANGAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELI

Zeshasina Rosha¹, Afriva Khaidir²

¹ Universitas Bung Hatta

² Universitas Negeri Padang

Abstrak. Produk plastik mengandung bahan yang dapat membahayakan kesehatan manusia, namun produk ini sering digunakan sebagai kemasan pangan. Artikel ini membahas masalah perlindungan konsumen terhadap kegiatan pelaku usaha yang menggunakan produk plastik sebagai kemasan pangan dan peran pemerintah dalam mengawasi penggunaan produk plastik untuk tujuan tersebut. Artikel ini disusun berdasarkan studi kepustakaan yang bersifat yuridis-normatif, artinya data bersumber dari bahan kepustakaan (data sekunder) yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, baik dari hasil penelitian sebelumnya maupun sumber kepustakaan lainnya kemudian dikaitkan dengan ketentuan perundang-undangan. Dari analisis data dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha ada yang melanggar ketentuan hukum perlindungan konsumen karena menggunakan produk plastik berbahaya sebagai kemasan pangan. Untuk meminimalisasi perilaku yang kurang baik ini, pemerintah harus memberikan penyuluhan kepada konsumen dan pelaku usaha tentang penggunaan kemasan plastik serta mengawasi penggunaan produk plastik oleh pelaku usaha. Di samping itu, pemerintah perlu mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan simbol, kode segitiga, dan keterangan jenis plastik yang digunakan di tempat yang mudah dilihat dan dibaca oleh konsumen. Dengan demikian, konsumen mengetahui dengan jelas apakah plastik yang dipakai berbahaya atau tidak berbahaya untuk mengemas produk pangan sehingga mereka mengambil keputusan untuk membeli atau tidak membeli produk dimaksud secara sadar.

Katakunci: kemasan makanan, minat beli, perlindungan konsumen, peran pemerintah, produk plastik

Abstract. Plastic products contain ingredients that can harm human health, but these products are often used as food packaging. This article discusses the issue of consumer protection against the activities of businesses that use plastic products as food packaging and the government's role in supervising the use of plastic products for this purpose. This article is compiled based on juridical-normative literature studies, meaning that data is sourced from literature (secondary data) relating to consumer protection, both from the results of previous studies that are associated with statutory provisions. From the data analysis it can be concluded that businesses have violated the legal provisions of consumer protection because they use dangerous plastic products as food packaging. To minimize this adverse behavior, the government must provide information to consumers and businessman about the use of plastic packaging and supervise the use of plastic products by businessman. In addition, the government needs to require businesses to include symbols, triangle codes, and information on types of plastic used in places that are easily seen and read by consumers. Thus, consumers know clearly whether the plastic used is dangerous or harmless to package food products so that they make a decision to buy or not buy the intended product.

Keyword: food packaging, purchase intention, consumer protection, role of government, plastic products

Pendahuluan

Kemasan produk yang aman dan menarik akan memiliki pengaruh yang cukup besar bagi konsumen dalam mengambil keputusan mengkonsumsi atau membeli suatu produk. Produsen atau pemasar dalam menyampaikan produk kepada konsumen ditutup agar mengemas produk mereka sedemikian rupa ke dalam wadah yang terbuat dari timah, kayu, kertas, kaca, besi,

plastik, kain, karton, atau material lainnya. Dari semua jenis wadah tersebut, plastik menjadi pilihan utama pelaku usaha untuk mengemas produk mereka. Hal ini wajar karena plastik mudah dibentuk atau disesuaikan (Tjiptono, 2010). Hampir setiap produk dikemas dengan plastik karena plastik tersebut ringan, kuat, tidak berkarat, dan termoplastis (dapat direkat dengan menggunakan panas). Di samping itu, pada plastik

dengan mudah dapat pula dicetak merek atau label dengan kreasi yang menarik sehingga sekaligus berfungsi sebagai pengenalan dan promosi produk.

Kecenderungan yang sama juga dilakukan oleh perusahaan yang mengelola bidang pangan, baik pengusaha besar maupun pengusaha menengah dan kecil, seperti rumah makan dan pedagang kaki lima. Hal ini disebabkan oleh keunggulan sifat-sifat plastik tersebut. Namun sayangnya, produk kemasan plastik yang digunakan mengandung bahaya karena berkemungkinan zat-zat monomer yang ada pada bahan plastik berpindah ke dalam makanan yang dikemas. Zat-zat ini berpotensi untuk menimbulkan kanker pada manusia, terutama monomer vinil klorida dan akrilonitril (Koswara, 2006). Dengan demikian, potensi bahaya bahan plastik pada kemasan makanan terhadap manusia harus menjadi perhatian bersama, baik pelaku usaha, konsumen, peneliti, maupun pemerintah.

Penggunaan kemasan pangan lainnya seperti *styrofoam* sama bahayanya dengan plastik terhadap kesehatan manusia. Namun demikian, pelaku usaha produk pangan lebih memilih menggunakan *styrofoam* sebagai kemasan pangan karena tidak mudah bocor dan juga tidak mudah merusak bentuk produk, mampu mempertahankan panas dan dingin sehingga makanan bisa tetap segar, wadahnya ringan, serta harganya murah (Fitidarini & Damanhuri, 2011).

Perilaku pengusaha ini bertentangan dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen (Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999). Undang-undang ini menyebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Dengan demikian, perlindungan konsumen harus menjadi perhatian serius dalam kegiatan bisnis yang sehat.

Walaupun demikian, kegiatan bisnis ini berjalan seolah-olah tanpa ada permasalahan. Di satu sisi, konsumen tidak ada yang protes saat makanan dan minuman yang mereka beli dikemas dengan plastik dan *styrofoam*. Di sisi lain, pemerintah pun tidak melarang secara tegas penggunaan kemasan plastik dan *styrofoam* yang

dapat membahayakan kesehatan manusia. Dengan demikian, pelaku usaha dengan bebasnya menggunakan plastik dan *styrofoam* sebagai kemasan pangan yang mereka produksi atau tawarkan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk membahas tentang perlindungan konsumen terhadap penggunaan produk plastik sebagai kemasan pangan oleh pelaku usaha, dikaitkan dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan (selanjutnya disingkat dengan UURI Nomor 18 Tahun 2012) dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan (selanjutnya disingkat dengan PPRI Nomor 28 Tahun 2004) serta kaitannya dengan peningkatan minat beli konsumen.

Kajian Literatur

Kemasan dan Minat Beli

Pada prinsipnya, kemasan berfungsi sebagai pelindung terhadap produk dari kerusakan sehingga kualitas produk tetap terjaga. Namun demikian, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah pembungkus produk makanan atau minuman, tetapi juga sebagai alat promosi dan dapat menarik minat pembeli. Mc Carthy (2002) menyatakan bahwa minat membeli adalah suatu dorongan yang muncul dalam diri seorang untuk membeli atau memenuhi kebutuhannya terhadap barang dan jasa. Ada beberapa elemen yang perlu diperhatikan pada kemasan produk, yaitu bahan yang dipakai, penggunaan warna, tulisan, merek, label, dan sebagainya. Sejalan dengan itu, Rangkuti (2010) menyatakan bahwa kemasan juga sebagai alat pemasaran yang berperan cukup penting, bukan sekedar pelindung produk. Dengan demikian, pemasar harus terlebih dahulu memahami konsumen bagaimana mereka mengambil keputusan. Lebih jauh daripada itu, Charles A. Besrin (dalam Alma, 2009) menyatakan bahwa kemasan bukan merupakan pelayanan saja, tetapi juga sebagai pemasar sekaligus pembawa kepercayaan, karena dari kemasan konsumen akan mendapatkan

kepercayaan atas suatu produk dari penglihatan akhir mereka.

Tjiptono (2010) mengemukakan empat fungsi kemasan. Pertama, fungsi pelindung isi (*protection*), baik dari kerusakan, kehilangan, maupun berkurangnya kadar atau isi produk. Kedua, fungsi kemudahan penggunaan (*operating*) agar tidak mudah tumpah atau alat pemegang. Ketiga, fungsi daya tarik (*promotion*) melalui warna, bentuk, dan desain yang artistik. Keempat, fungsi manfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*) karena kemasan dapat diisi kembali atau digunakan untuk wadah lain.

Kemasan memiliki daya tarik baik visual/tampilan kemasan maupun praktis/keefektifan dan efisiensi kemasan. Pertama, daya tarik visual yang berpedoman dari tampilan kemasan produk yang meliputi aspek grafis, seperti warna, ilustrasi, bentuk, merek atau logo, teks, dan gambar. Daya tarik ini berkaitan dengan faktor psikologis dan emosi bawah sadar seseorang. Kedua, daya tarik praktis yang mengacu pada keefektifan dan efisiensi kemasan bagi konsumen dan distributor, baik dalam menyimpan dan memajang produk. Daya tarik praktis yang perlu mendapat perhatian pelaku usaha, antara lain: (a) perlindungan produk, (b) kemudahan dalam membuka atau menutup kembali untuk kepentingan penyimpanan, (c) kesesuaian porsi dengan produk makanan dan minuman yang dikemas, (d) bisa dipakai/digunakan lagi (*reusable*), (e) mudah dipegang, dibawa/diinjing; serta (f) kemudahan sewaktu menggunakan/menghabiskan dan mengisi kembali dengan produk isi ulang (*refill*) (Wirya, 1999).

Pengemasan (*packaging*) merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dalam menciptakan dan memproduksi tempat atau wadah sebuah produk (Kotler & Keller, 2009). Produsen/pemasar menggunakan wadah untuk mengemas produk yang terbuat dari kayu, besi, timah, kaca, kertas, kain, plastik, karton, atau bahan lain sebelum sampai ke konsumen. Dari sekian banyak bahan kemasan, yang paling populer bagi perusahaan untuk mengemas produk mereka adalah plastik

karena bahan ini ringan namun kuat, tidak mudah berkarat, dapat direkat menggunakan panas (termoplastis), serta mudah dicetak untuk membuat merek dan label.

Plastik dibuat dengan cara polimerisasi yaitu menyusun dan membentuk secara sambung menyambung bahan-bahan dasar plastik yang disebut *monomer*, seperti *vinil klorida*, *akrilonitril*, *metakrilonitril*, *vinylidene klorida* serta *styrene*. Plastik jenis *polivinil chlorida* (PVC), misalnya, adalah pencampuran antara *monomer* dan *vinil klorida*. Di samping monomer, di dalam plastik juga terdapat bahan nonplastik. Bahan aditif ini diperlukan untuk memperbaiki sifat-sifat plastik itu sendiri, baik sebagai antioksidan, pewarna, anti lekat, penyerap sinar ultraviolet, maupun fungsi-fungsi lainnya. Produk plastik ini berpotensi untuk menimbulkan bahaya jika digunakan untuk mengemas produk pangan karena berkemungkinan terjadi migrasi bahan plastik yang mengandung zat *monomer* ke makanan tersebut, apalagi bila makanan yang disimpan atau dikemas tidak cocok dengan jenis kemasannya. Potensi yang cukup tinggi menimbulkan kanker pada manusia adalah *akrilonitril* dan *monomer vinil klorida*. Sedangkan pada DNA dipengaruhi oleh *vinil klorida* yang bereaksi dengan *sitosin* dan *guanine*, yang bereaksi dengan *adenine* adalah *Akrilonitril*. Penyakit yang ditimbulkan oleh vinil asetat pada hewan tersebut adalah liver, uterus, dan kanker tiroid. Tikus yang mengkonsumsi zat akrilonitril akan menderita cacat lahir. Monomer-monomer lainnya seperti metakrilat, stirena, dan akrilat, serta turunan dari senyawa lainnya seperti isosianat organik, epodilokloridrin, kaprolaktam, vinil asetat, formaldehida, bisphenol, polivinil klorida, heksa metilendiamin, melamin, akrilonitril, dan kresol, bisa menimbulkan penyakit tenggorokan dan lambung, iritasi terutama pada mulut dan juga pada saluran pencernaan. Aroma dan rasa makanan dapat berubah dan menjadi beracun disebabkan oleh pencemaran organoleptik dari aditif plastik jenis *stabilizer*, *plasticizer*, dan antioksidan (Koswara, 2006).

Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen. Perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap barang dan jasa, berawal dari tahap untuk mendapatkannya hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut.

Penelitian Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) (dalam Wiryani dkk., 2016) menemukan empat permasalahan terhadap keamanan makanan yang dikonsumsi konsumen. Pertama, makanan yang rusak dan beracun atau terkontaminasinya makanan dengan bahan berbahaya. Kedua, penggunaan bahan terlarang. Ketiga, label tidak sesuai dengan iklan ketentuan label produk pangan. Keempat, batas penggunaan/kadaluarsa dari produk pangan.

Perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang mulai berlaku sejak tanggal 20 April 2000. Sebelumnya, sudah ada undang-undang yang melindungi konsumen di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Undang-undang nomor 8 tahun 1999 ini juga akan dikaitkan juga dengan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan (PPRI Nomor 28 Tahun 2004).

Pihak-Pihak yang Terlibat

Dalam hukum perlindungan konsumen, ada tiga pelaku yang terlibat, yaitu konsumen, pengusaha (produsen dan pemasar), dan pemerintah. *Pertama*, konsumen. Konsumen adalah pihak/orang yang membutuhkan, membeli/pembelanja, atau pengguna dari produk yang ditawarkan. Dapat juga didefinisikan bahwa konsumen merupakan pengguna akhir dari suatu produk yang ditawarkan oleh pengusaha kepada mereka. Artinya, barang yang mereka dapatkan hanya untuk dipakai dan bukan untuk diperjualbelikan kembali (Nitisusastro, 2013). Pada Pasal 1 Angka (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, konsumen didefinisikan sebagai

setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Dengan adanya kepastian hukum akan memberikan perlindungan terhadap konsumen sehingga dapat meningkatkan harkat dan martabat mereka dan akan membuka berbagai akses tentang informasi barang dan/atau jasa, serta dapat menumbuhkan bersikap dan jujur serta bertanggung jawab bagi produsen/pelaku usaha.

Secara hukum, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatur hak dan kewajiban konsumen. Hak konsumen meliputi hak untuk: (a) mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; (b) memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; (c) mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; (d) didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; (e) mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; (f) mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; (g) diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; (h) mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan (i) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Di sisi lain, konsumen juga memiliki kewajiban untuk (a) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan; (b) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; (c) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan (d) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kedua, pelaku usaha. Pelaku usaha adalah individu yang beraktivitas dalam menjalankan

usaha untuk meningkatkan taraf kehidupan yang lebih sejahtera, dengan menggunakan cipta, karsa, karya yang dimiliki serta memanfaatkan berbagai kesempatan dan peluang di sekitar mereka (Nitisusastro, 2013).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa: "Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi".

Dalam undang-undang ini, diatur pula hak dan kewajiban pelaku usaha. Pelaku usaha memiliki hak untuk: (a) menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; (b) mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik; (c) melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen; (d) rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan (e) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Di sisi lain, pelaku usaha berkewajiban untuk: (a) beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usaha; (b) memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; (c) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; (d) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; (e) memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan; (f) memberi kompensasi, ganti

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

Ketiga, pemerintah. Pemerintah berperan untuk menyelenggarakan dan memberikan pelatihan/pembinaan serta mengawasi pelaksanaan atas perlindungan konsumen agar produsen sebagai pelaku usaha dan konsumen sebagai pembeli/pengkonsumsi produk dapat terjamin yang menjadi hak dan kewajibannya. Keterlibatan pemerintah dalam pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 29 dan 30 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 sedangkan keterlibatan pemerintah dalam pengawasan dalam ketentuan Pasal 30 undang-undang yang sama. Dalam hal ini, wewenang pemerintah adalah menciptakan iklim usaha yang sehat dan menjalin hubungan yang sehat, harmonis dan berkesinambungan antara konsumen dan produsen/pelaku usaha.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif-kualitatif karena datanya berupa kata-kata tertulis dalam rangka mencari makna dari sebuah fenomena. Penelitian ini dikatakan deskriptif karena memberikan gambaran secara mendalam mengenai permasalahan yang dihadapi konsumen terkait dengan penggunaan produk plastik sebagai kemasan makanan dan minuman oleh pengusaha di bidang pangan.

Metode yang dipakai adalah studi kepustakaan yang bersifat yuridis-normatif. Artinya penelitian dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan atau data sekunder yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Sumber kepustakaan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer yang digunakan adalah peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen dan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan. Bahan hukum sekunder yang digunakan adalah buku, artikel ilmiah, dan data dari internet.

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (*content analysis*) melalui penelusuran tema-tema yang muncul dari data yang terkumpul. Berdasarkan tema-tema yang didukung oleh data-data primer dan skunder yang terkumpul, peneliti menginterpretasikan permasalahan dan solusi pengimplementasian kaidah perlindungan konsumen terhadap penggunaan kemasan pangan berbahan dasar plastik yang membahayakan kesehatan sebagai kemasan pangan yang ditawarkan serta kaitannya dengan minat beli konsumen.

Pembahasan

1. Tinjauan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999

Pelaku usaha paling banyak menggunakan plastik sebagai kemasan untuk makanan dan minuman yang mereka produksi atau jual. Namun sayangnya, plastik yang mereka gunakan seringkali tidak sesuai dengan standar kemasan pangan. Dengan demikian, pelaku usaha ini melanggar ketentuan di dalam Peraturan Kepala BPOM Nomor Hk.03.1.23.07.11.6664 Tahun 2011 tentang Bahan Kemasan Pangan yang dapat membahayakan kesehatan konsumen.

Pasal 1 Angka 1, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Seyogyanya hal ini memotivasi pelaku usaha untuk berlaku jujur dan dapat mempertanggungjawabkan kegiatan bisnis yang dijalankannya. Pelaku usaha memiliki kebebasan dalam memilih wadah atau kemasan produk mereka (termasuk plastik) selama sesuai dengan ketentuan yang tertuang dalam Peraturan Kepala BPOM Nomor Hk.03.1.23.07.11.6664 Tahun 2011. Dengan demikian, konsumen terlindungi haknya untuk mendapatkan produk pangan yang

aman, sehat, dan tidak tercemar zat-zat yang berbahaya bagi kesehatan mereka.

Berikut ini terdapat beberapa pasal tentang perlindungan konsumen di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang dilanggar oleh pelaku usaha bidang pangan terhadap penggunaan produk plastik sebagai kemasan pangan yang diproduksi atau dijual. *Pertama*, Pasal 4 Huruf a menegaskan adanya hak konsumen untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Dari sisi ini, pelaku usaha berkewajiban memperhatikan pemilihan bahan dan komposisi yang benar dalam pembuatan produk serta keamanan kemasan pangan yang akan digunakan agar tidak mencemari produk pangan yang dikemasnya. Jika pengusaha memakai kemasan pangan (plastik) berbahaya yang tidak sesuai dengan ketentuan standar, maka pengusaha telah melanggar Pasal 4 huruf a. Kalau pelanggaran ini diketahui oleh konsumen, maka akan menurunkan minat beli mereka terhadap produk yang dihasilkan dan dijual.

Kedua, Pasal 4 Huruf c menegaskan keberbedaan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Pada sisi ini, pelaku usaha di bidang pangan berkewajiban membuat keterangan mengenai jenis plastik dan mencantumkan simbol serta kode segitiga pada plastik kemasan yang digunakan. Kebenaran dan kejelasan informasi tentang berbahaya atau tidaknya suatu produk dapat membantu konsumen dalam pengambilan keputusan untuk mengkonsumsi/membeli produk yang ditawarkan.

Ketiga, Pasal 7 Huruf b, menyatakan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Untuk meningkatkan minat beli konsumen, pelaku usaha di bidang pangan harus menyajikan informasi benar dan jelas mengenai produk dan plastik yang digunakan untuk mengemasnya (mencantumkan simbol dan kode

segitiga serta keterangannya). Dengan demikian, konsumen juga dapat memahami bagaimana menggunakan dan memelihara produk tersebut. Hal ini berdampak pula terhadap minat beli mereka.

Keempat, Pasal 7 Huruf d, menegaskan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. Dalam hal ini, pelaku usaha berkewajiban memperhatikan mutu produk dan kemasan produk sehingga tidak mengandung zat-zat kimia yang bisa mencemari produk pangan yang mereka hasilkan atau pasarkan. Jadi, plastik yang dipakai harus sesuai dengan standar yang diatur dalam Peraturan Kepala BPOM tentang Bahan Kemasan Pangan. Di sisi lain, minat beli konsumen akan muncul karena mereka yakin bahwa produk yang akan mereka konsumsi mutunya terjamin dan tidak membahayakan kesehatan mereka.

Kelima, Pasal 8 Ayat (1) Huruf a menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Namun sayangnya, pelaku usaha di bidang pangan masih banyak yang melanggar ketentuan ini. Walaupun produk yang mereka jual memenuhi standar, tetapi jika menggunakan kemasan berbahaya yang dapat mencemari produk yang dikemas, maka produk itu menjadi berbahaya terhadap kesehatan konsumen. Konsumen yang cerdas akan selalu mengutamakan kesehatan mereka pada saat mengambil keputusan membeli sebuah produk.

Keenam, Pasal 8 Ayat (3), antara lain menyatakan larangan kepada pelaku usaha untuk memperdagangkan pangan yang rusak, cacat, bekas, dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar. Berarti, pelaku usaha yang tidak memberikan informasi atau keterangan apapun mengenai kemasan pangan yang dipakainya sehingga berdampak negatif terhadap kesehatan konsumen, berarti telah melanggar ketentuan-ketentuan dalam

pasal ini. Bagi Pengusaha yang tidak mematuhi/melanggar ketentuan ini mendapatkan sanksi pidana penjara (Pasal 62) dan hukuman tambahan (Pasal 63). Hal yang sama di ungkapkan dalam penelitian Erhian (2013). Jika pelanggaran ini diketahui oleh konsumen, maka konsumen yang cerdas tidak akan mau membeli produk ini.

2. Tinjauan UU Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan

Berikut ini terdapat beberapa pasal tentang perlindungan konsumen dikaitkan dengan UU Pangan dan PP Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan, yang dilanggar oleh pelaku usaha bidang pangan terhadap penggunaan produk plastik sebagai kemasan pangan yang mereka produksi atau jual. Pertama, Pasal 82 Ayat (2) UU Pangan serta Pasal 16 Ayat (1) PP Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan, yang inti dari pasal tersebut menegaskan bahwa setiap orang yang memproduksi pangan dalam kemasan wajib menggunakan bahan kemasan pangan yang tidak membahayakan kesehatan atau dilarang menggunakan bahan apapun sebagai kemasan pangan yang dinyatakan terlarang dan/atau yang dapat melepaskan cemaran yang merugikan atau membahayakan kesehatan manusia. Pasal 16 Ayat (2) PP Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan menegaskan lagi bahwa bahan yang dilarang digunakan sebagai kemasan pangan sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) ditetapkan oleh Kepala Badan, Ayat (2) ini merujuk kepada Peraturan Kepala BPOM tentang Bahan Kemasan Pangan, khususnya pada Pasal 3 Ayat (1). Salah satu contohnya adalah menggunakan *styrofoam* sebagai kemasan pangan. Hal inilah salah satu yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan akan mengkonsumsi atau membeli suatu produk.

Kedua, Pasal 17 Ayat (1) PP Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan, menyatakan bahwa setiap orang yang memproduksi pangan untuk diedarkan wajib menggunakan bahan kemasan yang diizinkan, pada Ayat (2) menegaskan bahwa bahan kemasan yang diizinkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Kepala Badan (Kepala BPOM tentang Bahan Kemasan

Pangan). Pelanggaran ini umumnya dilakukan oleh pelaku usaha kecil dan menengah (*home industry*). Untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan usaha di masa depan, pengusaha dituntut untuk menggunakan kemasan pangan yang aman dan telah memenuhi ketentuan standar yang berlaku, karena konsumen memiliki kebebasan dalam memilih dan menentukan produk yang akan mereka konsumsi atau beli.

Ketiga, pasal 83 Ayat (1) dan Ayat (2) UU Pangan dan Pasal 19 Ayat (1) PP Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan, pada intinya, menegaskan bahwa setiap orang yang memproduksi pangan untuk diedarkan dilarang menggunakan bahan apa pun sebagai kemasan pangan yang dapat melepaskan cemaran yang membahayakan kesehatan manusia/wajib melakukan pengemasan pangan secara benar yang dapat menghindari kerusakan dan/atau pencemaran. Maka dari itu, pengusaha harus melakukan pengemasan dengan *styrofoam* secara benar (contoh: dilapisi/dialas dengan daun pisang terlebih dahulu) agar tidak mencemari produk pangan tersebut. Namun cara ini dianggap tambahan biaya yang akan mengurangi keuntungan mereka, maka banyak pelaku usaha memilih mengemas dengan plastik (*styrofoam*) secara langsung sehingga melanggar ketentuan pasal ini.

3. Peran Pemerintah

Pengusaha yang telah mendaftarkan produk pangannya ke BPOM, umumnya telah menggunakan kemasan plastik yang dinyatakan aman sesuai peraturan yang ada dalam Peraturan Kepala BPOM tentang Bahan Kemasan Pangan. Kebanyakan adalah pengusaha besar yang produk pangan mereka sudah didistribusikan di Indonesia secara luas ke beberapa daerah bahkan sampai ke luar negeri.

Namun, perbedaan terjadi pada pelaku usaha kecil dan menengah, kebanyakan produk/hasil produksi mereka dikemas dengan kemasan pangan berbahan plastik yang membahayakan kesehatan, seperti para pedagang makanan dan minuman dipinggir jalan, pedagang makanan dan minuman tradisional, rumah makan, dan restoran siap saji.

Kebanyakan mereka memilih plastik (*styrofoam*) sebagai kemasan produk dan umumnya makanan dan minuman yang dihasilkan pun tidak terdaftar di BPOM.

Dalam hal ini diperlukannya peran pemerintah dalam pengawasan penggunaan plastik sebagai kemasan pangan oleh pengusaha. Peran itu, antara lain, *pertama*, melalui Balai POM, melakukan pengawasan dan pengujian terhadap setiap produk pangan yang menggunakan plastik sebagai kemasan. Jika ternyata ditemukan adanya pelanggaran terhadap Peraturan Kepala BPOM tentang Bahan Kemasan Pangan, maka pelaku usaha yang bersangkutan dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan Pasal 11 Peraturan Kepala BPOM tentang Bahan Kemasan Pangan. Kedua, melalui Balai POM melakukan penyuluhan kepada para pengusaha dan konsumen tentang pemilihan kemasan pangan yang aman. Ketiga, mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan simbol dan kode segitiga serta keterangan dari jenis plastik yang digunakannya pada tempat/area yang mudah terlihat dan dibaca oleh konsumen.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa kemasan memberikan fungsi utama melindungi dan menjaga kualitas produk serta dapat meningkatkan minat beli konsumen. Pelanggaran hukum terhadap penggunaan produk plastik yang berbahaya sebagai kemasan produk pangan yang diproduksi yang dilakukan oleh pelaku usaha ditinjau dari UUPK (melanggar pasal 4 huruf a dan c, pasal 7 huruf b dan d, dan pasal 8 ayat (1) huruf a dan ayat (3)), dikaitkan dengan UU Pangan (pelanggaran terhadap pasal 82 ayat (2) dan pasal 83 ayat (1) dan ayat (2)), dan dikaitkan dengan PP Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan (pelanggaran terhadap pasal 16 ayat (1) dan ayat (2), pasal 17 ayat (1) dan ayat (2), dan pasal 19 ayat (1)).

Peranan pemerintah dalam pengawasan terhadap penggunaan produk plastik sebagai kemasan pangan oleh para pelaku usaha di bidang

pangan dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain (1) melakukan pengawasan terhadap setiap produk pangan yang menggunakan plastik sebagai kemasannya dengan melakukan pengujian terhadap kemasan plastik yang digunakan pelaku usaha, (2) melakukan penyuluhan kepada setiap pelaku usaha dan konsumen mengenai pemilihan kemasan yang aman bagi produk pangan yang diproduksi, (3) mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan simbol dan kode segitiga serta keterangan mengenai jenis plastik yang digunakan pada kemasan di tempat/area yang mudah terlihat dan dibaca oleh konsumen.

Saran

Terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan terkait pelanggaran hukum perlindungan konsumen. *Pertama*, pemerintah harus meningkatkan pengawasan dan pemeriksaan pada setiap pelaku usaha yang menggunakan kemasan plastik untuk mengemas produk mereka. *Kedua*, pemerintah harus meningkatkan penyuluhan dan pembinaan kepada setiap pelaku usaha agar menggunakan kemasan plastik yang aman yang memenuhi standar. Hal yang sama juga diberikan kepada konsumen agar mereka mengetahui kemasan plastik yang aman bagi kesehatan. *Ketiga*, pemerintah perlu mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan simbol dan kode segitiga serta keterangan mengenai jenis plastik yang digunakan pada setiap kemasan pangan di tempat yang mudah terlihat dan dibaca oleh konsumen. *Keempat*, pemerintah memberikan sanksi kepada pelaku usaha pangan yang masih ditemukan menggunakan kemasan plastik yang berbahaya, dengan cara melarang mengedarkan produk pangan sementara waktu, atau menarik dari peredaran, atau bahkan untuk memusnahkannya dari peredaran atau izinnya dicabut.

Daftar Referensi

Alma, Buchari. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.

- Erhian. 2013. Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Dan Minuman Kadaluaarsa (Studi Kasus BPOM). Dalam *Jurnal Ilmu Hukum Legal Opinion*, Vol. 1 (4), Tahun 2013.
- Fitidarini, Noor Laily & Damanhuri, Enri. 2011. Timbulan Sampah Styrofoam di Kota Bandung. Dalam *Jurnal Teknik Lingkungan*, Vol. 17 (2).
- Koswara, Sutrisno. 2006. Bahaya di balik Kemasan Plastik. Dalam <http://www.ebookpangan.com>
- Kotler, Phlip & Keller, Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran, Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- McCarthy dan Jerome. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2013. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soehardi, Sigit. 1992. *Pemasaran Praktis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi 106.
- Wirya, Iwan. 1999. *Kemasan yang Menjual: Menang Bersaing melalui Kemasan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wiryani, F. dkk. 2016. Law Enforcement of Consumer Protection for Safe Food Packaging in The Decisions of Criminal Justice. Dalam *International Conference On Food Science and Engineering*. doi:10.1088/1757-899X/193/1/012055
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam www.hukumonline.com/pusatdata
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan. Dalam www.hukumonline.com/pusatdata
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan.
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor Hk.03.1.23.07.11.6664 Tahun 2011 Tentang Pengawasan Kemasan Pangan.