

PRAKONDISI LABEL BPOM BAGI PELAKU UMKM SEBAGAI REGULASI PENGIRIMAN KOMODITAS PERDAGANGAN INTERNASIONAL DALAM PRESPEKTIF HUKUM

Cinthia Mutiara Hapsari
Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

Corresponding Author: ¹chintia78@yahoo.com

Article History

Received: 08-09-2022

Revised: 25-09-2022

Accepted: 11-10-2022

Keywords:

BPOM, Produk UMKM,
Perlindungan Hukum

ABSTRAK:

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah mengenai regulasi pengiriman produk ke luar negeri bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang belum mempunyai label BPOM dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap atas produk UMKM yang tidak memiliki label BPOM menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dimana pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelelah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, penulis mengkaji antara fakta dengan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan usaha mikro, kecil, dan menengah dalam kewajiban pendaftaran label dari BPOM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah sudah menerbitkan peraturan perundang-undangan terkait dengan regulasi produk UMKM yang harus mencantumkan label dari BPOM agar nantinya produk yang dipasarkan ama diterima oleh konsumen. Tanggung jawab yang besar juga senantiasa melekat pada pelaku usaha UMKM sebagai pihak yang memproduksi suatu barang harus selalu memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan adalah bahan yang memang halal, tidak berbahaya dan dalam setiap kemasannya memasang informasi kandungan produk tersebut.

PENDAHULUAN

Perdagangan internasional adalah suatu kegiatan perdagangan maupun kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penduduk negara yang satu dengan penduduk negara lain yang telah melakukan kesepakatan bersama. Faktor pendorong terjadinya kegiatan perdagangan internasional adalah kebutuhan setiap penduduk yang berbeda-beda dan juga diakibatkan oleh ketidak tersediaan kebutuhan penduduk di negaranya sendiri yang mengakibatkan perlunya

memperoleh suatu barang maupun produk yang berasal dari luar negeri. Dengan kemajuan teknologi pada zaman ini dan didukung dengan adanya kebebasan ekonomi, semakin mendorong terjadinya perdagangan internasional. Negara Kesatuan Republik Indonesia juga melakukan perdagangan internasional untuk meningkatkan perekonomian maupun pendapatan negara yang dapat dicapai dari berbagai kegiatan perdagangan internasional, salah satunya yaitu dengan melakukan pengiriman barang ke luar negeri atau disebut ekspor yang dapat meningkatkan pendapatan negara.

Menurut Pasal 1 angka 3 [Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19 Tahun 2021 tentang Kebijakan dan Pengaturan Ekspor](#), ekspor adalah kegiatan mengeluarkan barang dari daerah pabean, yaitu wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, perairan dan ruang udara di atasnya, serta tempat-tempat tertentu di zona ekonomi eksklusif dan landas kontinen yang di dalamnya berlaku undang-undang kepabeanan.¹

Pihak yang melakukan ekspor disebut dengan eksportir, yang bisa berupa orang perseorangan atau lembaga atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum.² Tetapi dibalik mudahnya mengirim produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) ke pasar internasional seringkali dijumpai banyak produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang belum mencantumkan label dari BPOM. Bahkan ada produk UMKM yang mencantumkan label halal tanpa sertifikasi halal.

Dengan adanya label BPOM tersebut, menandakan bahwa produk sudah memiliki status produk yang sudah terjamin dari Badan Pengawas Obat dan Makanan. Adapun manfaat memiliki sertifikat BPOM untuk produk adalah konsumen dan calon konsumen lebih merasa aman dan percaya untuk mengonsumsi atau menggunakan produk yang dipasarkan.

Dengan merujuk ketentuan Pasal 4 huruf a dan c UU No. 8 Tahun 1999, bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan suatu barang, serta konsumen berhak untuk memilih, perlu diwajibkan sertifikat yang berisi memberi ruang dan kesempatan bagi kelompok masyarakat yang tidak mengonsumsi barang yang haram. Bentuknya yaitu berupa kewajiban bagi produsen pangan olahan untuk memberikan informasi yang benar kepada konsumen, apakah produk pangan olahannya itu mengandung zat haram atau tidak.

Berdasarkan pada pertimbangan dan deskripsi di atas penulis memilih judul: **Prakondisi Label BPOM Bagi Pelaku UMKM Sebagai Regulasi Pengiriman Komoditas Perdagangan Internasional Dalam Prespektif Hukum Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang telah disusun dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana regulasi pengiriman produk ke luar negeri bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang belum mempunyai label BPOM dilihat dari persektif hukum Negara Republik Indonesia?
2. Bagaimana tanggung jawab produsen terhadap atas produk UMKM yang tidak mempunyai label BPOM menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹ Pasal 1 angka 14 Permendag 19/2021

² Pasal 1 angka 4 Permendag 19/2021

LANDASAN TEORI

A. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

Pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap pihak produsen bertujuan untuk membina dan mengembangkan usaha di bidang produksi dan distribusi serta menciptakan usaha perdagangan yang jujur.³

Setelah era reformasi berjalan, Badan POM ditetapkan menjadi Lembaga Pemerintah Non Departemen (LPND) yang mempunyai tugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, agar lebih terarah pengawasan tersebut, maka tentunya akan dilakukan pemisahan antara fungsi dan kewenangannya sebagai LPND harus lebih jelas dan terfokus dan lebih untuk ditekankan kepada kebijakan dalam pengawasan di bidang pemerintahan di bidang obat dan makanan, maka Badan POM sebagai LPND mempunyai fungsi dan kewenangan di dalam membentuk regulasi di bidang pengawasan obat dan makanan baik yang berbentuk undang-undang maupun ketentuan yang secara hirarkis berada di bawahnya untuk dapat efektif berlaku, jelas membutuhkan sumber daya yang mampu menjalankan perintah dan melaksanakan penegakan hukum atau ketentuan peraturan perundang-undangan tersebut. Oleh karena itu dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsi pengawasan di bidang obat dan makanan, dibentuk Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM).⁴

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) adalah lembaga pemerintah yang bertugas melakukan regulasi standarisasi, dan sertifikasi produk makanan dan obat yang mencakup keseluruhan aspek pembuatan, penjualan, penggunaan, dan keamanan makanan, obat-obatan, kosmetik, dan produk lainnya. Badan Pengawas Obat dan Makanan atau disingkat BPOM adalah sebuah lembaga di Indonesia yang bertugas mengawasi peredaran obat-obatan dan makanan di Indonesia. Badan Pengawas makanan adalah lembaga non departemen yang bertanggung jawab langsung pada Presiden RI dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Dengan memakai atribut “Obat dan Makanan”, pengawasan yang di fokuskan oleh BPOM ini adalah obat dan makanan. Badan Pengawas Obat Makanan (BPOM) merupakan Lembaga Pemerintah Non Departemen (LPND), yaitu sesuai Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 103 Tahun 2001, merupakan lembaga pemerintah pusat yang dibentuk untuk melaksanakan tugas pemerintah tertentu dari Presiden serta bertanggung jawab langsung kepada presiden.

Fungsi dan Wewenang Badan Pengawas Obat dan Makanan Fungsi Badan Pengawas Obat dan Makanan, yaitu:

- a. Pengkajian dan penyusunan kebijakan nasional di bidang pengawasan Obat dan Makanan.
- b. Pelaksanaan kebijakan tertentu dibidang Pengawasan Obat dan Makanan.
- c. Koordinasi kegiatan fungsional dalam pelaksanaan tugas Badan POM.
- d. Pemantauan, Pemberian dan pelayanan administrasi umum dibidang perencanaan umum, ketatausahaan, organisasi dan tata laksana, kepegawaian, keuangan, kearsipan, persandian, perlengkapan dan rumah tangga.⁵

³ Dokumen Badan Pengawas Obat dan Makanan, Pelaksanaan Program dan Kegiatan Reformasi Birokrasi Badan POM RI, 2015

⁴ ibid

⁵ Renstra Peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan Jambi Tentang Perlindungan Konsumen. 2015

Diatur pula dalam keputusan presiden nomor 103 tahun 2001 pasal 69 tentang wewenang Badan Pengawasan Obat dan Makanan, yaitu:

- a. Penyusunan rencana nasional secara makro di bidangnya.
- b. Perumusan kebijakan di bidangnya.
- c. Penetapan informasi di bidangnya.
- d. Penetapan persyaratan penggunaan bahan tambahan (zat adiktif) tertentu untuk makanan dan penetapan pedoman pengawasan peredaran obat dan makanan.
- e. Pemberian izin dan pengawasan peredaran obat serta pengawasan industri farmasi.
- f. Penetapan pedoman penggunaan konservasi, pengembangan dan pengawasan tanaman obat.

Khusus untuk standard keamanan, mutu dan gizi pangan, berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 28 tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu Dan Gizi Pangan pasal 41 ayat (4), yaitu menteri bertanggung jawab di bidang pertanian, perikanan, atau kepala badan berkoordinasi dengan kepala badan yang bertanggung jawab di bidang standarisasi nasional untuk mengupayakan saling pengakuan pelaksanaan penilaian kesesuaian dalam memenuhi persyaratan Negara tujuan, sedangkan dalam hal pengawasan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan dalam pasal 42 peraturan pemerintah tentang keamanan, mutu dan gizi pangan, setiap pangan olahan baik yang diproduksi di dalam negeri atau yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dalam kemasan eceran sebelum diedarkan wajib memiliki surat persetujuan pendaftaran yang ditetapkan oleh kepala badan, apabila suatu produk melakukan pelanggaran yakni tidak sesuai dengan syarat standar mutu pangan atau terbukti mengandung bahan tambahan berbahaya, badan pengawas obat dan makanan mempunyai kewenangan untuk menarik secara langsung produk tersebut dari peredaran.⁶

B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Yang dimaksud dengan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, perbedaan antara usaha mikro (UMI), usaha kecil (UK), usaha menengah (UM) dan usaha besar (UB) pada umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa UMI adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria UMI sebagaimana diatur dalam UU tersebut. UK adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari UM atau UB yang memenuhi kriteria UK sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Sedangkan UM adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari UMI, UK atau UB yang memenuhi kriteria UM sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Biro Pusat Statistik Indonesia mendefinisikan usaha kecil dengan ukuran tenaga kerja, yaitu lima sampai dengan

⁶ ibid hlm 8

sembilan belas orang yang terdiri atas (termasuk) pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik, dan pekerja keluarga. Perusahaan industri yang memiliki tenaga kerja kurang dari lima orang diklasifikasikan sebagai industri rumah tangga.

2. Definisi UMKM Menurut Undang-Undang

Definisi UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Bab 1 Pasal 1. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) ialah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. Sehingga untuk mengetahui jenis usaha apa yang sedang dijalankan perlu memperhatikan kriteria. Sebab hal ini akan berpengaruh pada proses pengurusan surat ijin usaha serta menentukan besaran pajak yang akan dibebankan kepada pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Bab 1 Pasal 1 yang dimaksud dengan:

- a. Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif milik orang perorangan/usaha badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana di atur dalam Undang-Undang ini.
- d. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau Swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. (Dalam undang-undang ini, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Pasal 6 adalah kekayaan bersih atau nilai aset, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau pendapatan penjualan tahunan.

3. Ciri khas Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha Mikro Kecil Menengah tidak saja berbeda dengan usaha besar, tetapi didalam kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah itu sendiri terdapat karakteristik antara usaha mikro dengan usaha sendiri menurut laporan tersebut sebagian besar pengusaha mikro Indonesia mempunyai latar belakang ekonomi, yakni alasan utama melakukan kegiatan tersebut adalah ingin memperoleh perbaikan penghasilan. Disamping itu, latar kecil dalam sejumlah aspek yang dapat mudah dilihat sehari-hari di negara-negara sedang berkembang, termasuk Indonesia. Aspek-aspek itu termasuk orientasi pasar, profil dari pemilik usaha, sifat dari kesempatan kerja dalam perusahaan, system organisasi dan manajemen yang diterapkan didalam usaha, derajat mekanisme didalam produksi, sumber- sumber dari bahan baku dan modal lokasi tempat usaha, hubungan hubungan eksternal dan derajat dari keterlibatan wanita sebagai pengusaha.

Selain itu, ada perbedaan antara Usaha Mikro UMI, Usaha Kecil (UK), dan Usaha Menengah (UM) dalam latar belakang atau motivasi pengusaha melakukan usaha. Perbedaan motivasi pengusaha sebenarnya harus dilihat sebagai karakteristik paling penting untuk membedakan antara Usaha Mikro Kecil Menengah dan Usaha Besar (UB) maupun antar sub kategori didalam kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah itu belakang menjadi pengusaha mikro karena faktor keturunan yaitu meneruskan usaha keluarga. Terlihat masih banyak factor keluarga masih dominan dimana jika orang tua seorang nelayan anaknya juga ikut menjadi nelayan. Sedangkan alasan ideal pengusaha mikro adalah karena tidak ada kesempatan untuk berkarier dibidang lain.

Adapun ciri khas lainnya adalah dalam struktur umur pengusaha. Berdasarkan data BPS, struktur umur pengusaha di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menurut kelompok umur menunjukkan lebih dari sepertiga dari jumlah pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berusia diatas 45 tahun, dan hanya sedikit yang berumur dibawah 25 tahun. Secara rata-rata pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah berusia diatas 40 tahun. Struktur umur pengusaha atau pemilik usaha ini mengindikasikan bahwa pengusaha Usaha Mikro UMI dan Usaha Kecil cenderung lebih mudah dari pada pengusaha. Salah satu penyebab bisa karena Usaha Menengah adalah suatu unit usaha yang lebih besar dan juga lebih kompleks serta memerlukan modal yang lebih banyak dibandingkan Usaha Mikro UMI dan Usaha Kecil UK, dan usaha seperti ini hanya bisa dilakukan oleh orang yang lebih mapan, bermodal, pengalaman dan berwawasan, dan ini semua pada umumnya berasosiasi positif dengan umur. Dugaan lainnya adalah bahwa banya pengusaha Usaha Mikro merintis dari Usaha Mikro UMI dan Usaha Kecil (UK) sehingga pada saatnya usahanya berkembang dan menjadi Usaha Menengah, umurnya juga sudah lebih tua. Struktur pengusaha menurut tingkat pendidikan formal ini member kesan adanya suatu hubungan positif antara tingkat pendidikan rata rata pengusaha dengan skala usaha: semakin besar skala usaha, yang biasanya berasosiasi positif dengan tingkat kompleksitas usaha yang memerlukan keterampilan tinggi dan wawasan dan bisnis yang lebih luas, semakin banyak pengusaha dengan pendidikan formal.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat penting karena ciri cirri khas mereka, antara lain sebagai berikut:

- a) Jumlah perusahaan sangat banyak sekali (jauh melebihi jumlah useaha besar (UB), terutama dari kategori Usaha Mikro (UMI) dan Usaha Kecil (UK). Berbeda dengan Usaha Besar (UB) dan Usaha Menengah (UM), Usaha Mikro dan Usaha Kecil (UK) tersebar diseluruh pelosok perKelurahanan, termasuk di wilayah-wilayah yang relative terisolasi.
- b) Karena sangat padat karya, yang berarti mempunyai suatu potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang sangat besar, pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah dapat dimasukkan sebagai suatu elemen penting dari kebijakan-kebijakan nasional untuk meningkatkan kesempatan kerja dan menciptakan pendapatan, terutama bagi masyarakat msikin.
- c) Tidak hanya mayoritas dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), terutama Usaha Mikro (UMI) di negara sedang berkembang NSB berlokasi di perKelurahanan kegiatan-kegiatan produksi dari kelompok usaha ini juga pada umumnya berbasis pertanian. Oleh karena itu upaya- upaya pemerintah mendukung Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sekaligus juga merupakan suatu cara tak langsung namun efektif untukmendukung pembangunan dan pertumbuhan produksi disektor pertanian.

- d) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memakai teknologi-teknologi yang lebih sederhana (jika dibandingkan dengan teknologi-teknologi canggih yang umum dipakai oleh perusahaan-perusahaan dern/usaha besar (UB).
- e) Banyak Usaha Mikro Kecil Menengah bisa tumbuh pesat. Bahkan banyak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bisa bertahan pada saat ekonomi Indonesia dilanda suatu krisis besar pada tahun 1997/1998. Oleh sebab itu kelompok usaha ini dianggap sebagai perusahaan-perusahaan yang memiliki fungsi sebagai basis bagi perkembangan usaha lebih besar.
- f). Walaupun pada umumnya masyarakat per Kelurahan miskin, banyak bukti yang menunjukkan bahwa orang-orang Kelurahan yang miskin bisa menabung dan mereka mau mengambil resiko dengan melakukan investasi. Dalam hal ini, UMKM bisa menjadi suatu titik permulaan bagi mobilisasi tabungan/ atau investasi diperKelurahan; sementara pada waktu yang sama, kelompok usaha ini dapat berfungsi sebagai tempat pengujian dan peningkatan kemampuan berwirausaha dari orang orang Kelurahan.

4. Tujuan Usaha Mikro Kecil Menengah

Tujuan Usaha Mikro Kecil Menengah adalah sebagai berikut:

- a) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang,berkembang, dan berkeadilan.
- b) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usaha Mikro Kecil Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
- c) Meningkatkan peran Usaha Mikro Kecil Menengah dalam pembangunan daerah penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengetasan rakyat kemiskinan.

5. Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UU UMKM) definisi UMKM adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/badan usaha perorangan yang memenuhi Kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini, (UU UMKM Nomor 20 Tahun 2008) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini, (UU UMKM Nomor 20 Tahun 2008). Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua miliar lima ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun

tak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini, (UU UMKM Nomor 20 Tahun 2008). Kriteria Usaha Menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,- (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,- (lima puluh miliar rupiah).

6. Jenis Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

- a. Bisnis Kuliner, adalah bisnis yang tak pernah mati karena makan merupakan kebutuhan semua orang.
- b. Bisnis Fashion, juga berpotensi menghasilkan profit yang besar, terutama pada momen tertentu seperti hari raya.
- c. Bisnis Pendidikan, tempat tempat kursus dan pelatihan tatap muka cukup digemari, baik pelajar sekolah maupun orang yang ingin menambah keahlian khusus.
- a. d. Bisnis Agribisnis, sebagai kebutuhan pokok, peluang bisnis, agribisnis yaitu bisnis dibidang pertanian dan peternakan sangat terbuka lebar.
- d. Bisnis Otomatif, ada banyak peluang bisnis usaha kecil menengah bidang otomatif, antara lain jual beli suku cadang kendaraan, rental mobil, atau motor, bengkel otomatif dan jasa cuci kendaraan.

METODE PENELITIAN

1. Sumber Data dan Jenis Data

Sumber informasi penelitian yang dipergunakan dalam pengumpulan data ini menggunakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari berbagai sumber buku yang berhubungan dengan objek penelitian dan peraturan perundang-undangan.

Data sekunder terdiri atas:

- a. Bahan Hukum yaitu adalah buku-buku berisi ulasan tentang labeling halal, peraturan tentang BPOM, serta UU tentang Perdagangan Internasional, juga UU Perlindungan Konsumen.
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang terdiri dari literatur, buku, dan internet yang berkaitan dengan penelitian.
- c. Bahan pendukung, yaitu memberi informasi lebih lanjut mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus hukum.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*Liberary Research*), yaitu data yang diperoleh dari sumber bacaan (referensi), seperti literatur buku, peraturan perundang-undangan dan internet, serta jurnal hasil penelitian sebelumnya dilakukan orang lain.

3. Metode Analisis Data

Adapun metode analisis data yang dipergunakan dalam penulisan ini ialah metode yuridis normatif, dimana metode yuridis normatif melakukan suatu penelitian hukum dengan cara menelaah pustaka untuk selanjutnya ditafsirkan berdasarkan analisis yuridis yang logis kedalam bentuk kalimat yang berhubungan dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Regulasi Pengiriman Produk ke Luar Negeri Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang Belum Mempunyai Label BPOM Dilihat dari Perspektif Hukum Negara Republik Indonesia.

Menurut Kotler pengertian produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, properti, tempat, informasi, organisasi dan ide.⁷

Secara garis besar produk terbagi menjadi dua jenis yaitu produk konsumen dan produk industri. Produk konsumen adalah produk dan jasa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi pribadi. Sedangkan produk industri adalah produk yang dikonsumsi oleh industri lain (konsumen antara atau konsumen bisnis) untuk diproses lebih lanjut atau digunakan dalam melaksanakan bisnis.

Label merupakan bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualnya. Selain itu label merupakan bagian dari sebuah kemasan, atau merupakan etika lepas yang ditempelkan pada suatu produk.⁸

Labelisasi bertujuan mencegah penipuan, serta untuk membantu konsumen memaksimalkan pilihan mereka terhadap produk untuk kemanfaatan atau kesejahteraan mereka.⁹

Menurut BPOM No. 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan, keterangan yang tercantum pada label sekurang - kurangnya memuat: nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi, keterangan kadaluwarsa, nomor izin edar, dan asal usul bahan pangan tertentu.

Produk-produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk menembus pasar ekspor. Hanya saja, masih banyak yang tidak mengerti dan memahami bagaimana prosedur dan mekanisme yang harus dilalui supaya produknya bisa diekspor ke luar negeri.

Empat langkah yang harus ditempuh pelaku usaha hingga produknya bisa diekspor; yakni:

1. Persiapan Administrasi

Sebagai badan usaha yang akan melakukan bisnis internasional tentunya harus mempunyai kantor yang bersifat permanen atau memiliki kontrak dalam jangka waktu panjang, beserta perlengkapan dan peralatan pendukung lainnya.

Selain itu, pelaku usaha juga harus mempunyai jaringan komunikasi dan tenaga operasional yang dapat berkomunikasi dalam Bahasa Inggris, serta menyiapkan company profile sebagai bahan informasi dan promosi kepada calon pembeli.

2. Legalitas sebagai Eksportir

Calon eksportir juga harus mempersiapkan legalitas yang dibutuhkan untuk mengekspor produknya. Beberapa persyaratan yang harus dipersiapkan di antaranya, Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), serta dokumen lain yang dipersyaratkan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing management*, 13th ed (Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall, 2009).

⁸ Agustina Sinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011).

⁹ A. Yuyun dan Delli Gunarsa, *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman* (Jakarta: PT Agromedia Pustaka, 2011).

Setelah persyaratan di atas dipenuhi, pelaku usaha juga harus menyiapkan dokumen lainnya seperti kontrak penjualan, faktur perdagangan, Letter of Credit (L/C), Pemberitahuan Ekspor Barang (PEB), Bill of Lading (B/L), polis asuransi, packing list, Surat Keterangan Asal, surat pernyataan mutu, dan wessel export untuk eksportir.

3. Persiapan Produk Ekspor

Setelah persyaratan di atas dilengkapi, pelaku usaha sebelumnya harus dapat mengetahui ketentuan persyaratan internasional atau ketentuan permintaan pasar luar negeri, misalnya kuantitas, kualitas, pengemasan, pelabelan, penadanaan dan waktu pengiriman. Pelaku usaha harus bisa mengkalkulasi biaya-biaya yang diperlukan mulai dari ongkos produksi hingga pemasaran, sehingga bisa menetapkan harga jual produk. Selain itu, pelaku usaha juga harus bisa memastikan produksi yang kontinyu, sehingga tidak akan kelimpungan saat mendapatkan pesanan dalam jumlah yang besar.

4. Persiapan Operasional

Di sisi lain, pelaku usaha juga harus memperhatikan hal operasional lainnya, seperti proses ekspor, prosedur dan dokumen ekspor. Serta mulai mengenali kebijakan dan peraturan ekspor-impor, serta strategi ekspor.

Meskipun sudah banyak hal yang diupayakan pemerintah untuk mendorong ekspor produk, masih banyak kendala lain yang dihadapi para pelaku usaha. Di antaranya, para pelaku usaha harus menyesuaikan produknya dengan selera pasar yang dibidik. Mulai dari desain produk, preferensi konsumen, termasuk mengenai standar produk serta kebijakan perdagangan yang berlaku, salah satunya adalah pemberian label dari BPOM agar nantinya produk menjadi aman di tangan konsumen.

2. Tanggung Jawab Produsen Terhadap Atas Produk UMKM Yang Tidak Mempunyai Label BPOM Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam UUPK, tidak menggunakan istilah produsen, tetapi menggunakan istilah pelaku usaha yang artinya sama dengan produsen. Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 angka 3 mendefinisikan pelaku usaha sebagai “Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang di dirikan 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”.

Tanggung jawab yang besar senantiasa melekat pada produsen karena produsen sebagai pihak yang memproduksi suatu barang harus selalu memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan adalah bahan yang memang halal, tidak berbahaya dan dalam setiap kemasannya memasang informasi kandungan produk tersebut. Dalam UUPK ada 3 jenis pertanggung jawaban, yaitu tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan, tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran, dan tanggung jawab kerugian atas kerugian konsumen. Berkenaan dengan tanggung jawab, pada Pasal 19 ayat UUPK mengatur bahwa tanggung jawab pelaku usaha adalah:

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- (2) Ganti rugi yang dimaksud pada ayat (1) berupa penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya atau pengembalian uang dan/atau pemberian santunan yang sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan;

- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi;
- (4) Pemberian ganti rugi yang dimaksud ayat (1) dan (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan;
- (5) Ketentuan yang dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha membuktikan kesalahan tersebut adalah kesalahan konsumen”.

Dari ketentuan pasal diatas, dapat diketahui bahwa tanggung jawab produsen yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen, dimana dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM yang memproduksi produk tanpa informasi terkait kejelasan kandungan produk tersebut, wajib memberikan ganti rugi sebagaimana tercantum pada ayat (2).

Ganti rugi tersebut dapat berupa penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya atau pengembalian uang dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Kemudian lembaga yang berwenang yaitu BPOM juga dapat memerintahkan produsen yang memproduksi produk tersebut untuk segera melakukan penarikan terhadap produknya yang masih beredar di pasaran sebagai bentuk tanggung jawab dan perlindungan konsumen agar tidak ada lagi kerugian bagi konsumen.

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, salah satu hak konsumen adalah berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Terjadinya perbuatan-perbuatan yang berakibat merugikan konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa harus dihindari. Perangkat hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas. Oleh karena itu dalam ketentuan Bab IV UUPK Pasal 8 sampai dengan 17 menyebutkan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Setiap pelaku usaha yang tidak mengikuti ketentuan-ketentuan dalam Pasal 8 ayat (1) pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen diancam dengan penuntutan pidana yang terdapat dalam Pasal 62 ayat (1) yaitu Pelaku Usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 1 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf c, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) Tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku. Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. Perampasan barang tertentu;
- b. Pengumuman keputusan hakim;
- c. Pembayaran ganti rugi;
- d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. Pencabutan izin usaha.

Hukum Perlindungan Konsumen dalam implementasi harus memiliki kekuatan mengikat bagi produsen dalam memproduksi barang dan/jasa dan memberikan kepastian bagi konsumen bahwa produk pangan yang beredar telah memenuhi kualitas yang baik dan halal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan paparan penelitian di atas, peneliti mencoba menyimpulkan beberapa hal, yakni:

1. Produk UMKM baik itu yang berupa makanan, minuman maupun kosmetik dalam kemasan harus mempunyai standarisasi yang ditentukan pemerintah yaitu BPOM. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) adalah sebuah lembaga yang bertugas mengawasi peredaran obat-obatan dengan tujuan melindungi keamanan, keselamatan, dan kesehatan konsumen baik di dalam maupun diluar negeri, karena dalam regulasi pengiriman produk ke luar negeri ataupun penjualan produk di dalam negeri sudah jelas diatur mengenai regulasi mengenai hak tersebut yang tertuang beberapa peraturan perundangan-undangan. Tugas, tanggung jawab dan fungsi BPOM adalah melindungi masyarakat dari produk, obat, makanan, kosmetika, obat tradisional dan suplemen makan yang tidak memenuhi syarat. Dengan adanya label yang dikeluarkan oleh BPOM dan dicantumkan di kemasan suatu produk, akan memudahkan seorang konsumen yang ingin membeli suatu produk melihat dan mengetahui bahwa komposisi yang terkandung dalam produk tersebut adalah benar dan sesuai sehingga konsumen tidak perlu lagi merasa khawatir dan menduga-duga mengenai komposisi yang terkandung dalam produk tersebut apakah berbahaya atau tidak.
2. Tanggung jawab yang besar senantiasa melekat pada pelaku usaha UMKM sebagai pihak yang memproduksi suatu barang harus selalu memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan adalah bahan yang memang halal, tidak berbahaya dan dalam setiap kemasannya memasang informasi kandungan produk tersebut. Ganti rugi tersebut dapat berupa penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya atau pengembalian uang dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang sudah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Saran

Sebaiknya setiap unit usaha yang tergabung dalam UMKM melengkapi produknya dengan standarisasi sesuai dengan yang ditetapkan oleh BPOM, yakni label. Hal ini untuk memudahkan konsumen yang ingin membeli suatu produk melihat dan mengetahui bahwa komposisi yang terkandung dalam produk tersebut adalah produk yang aman dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- [1] Agustina Sinta, *Manajemen Pemasaran*, 2011, Malang: UB Press
- [2] Ash-shofa, Burhan. 2010. *Metode Penelitian Hukum*, cetakan keempat. Jakarta: P.T. Rineka Cipta
- [3] Yuyun dan Delli Gunarsa, 2011, *Cerdas Mengemas Produk Makanan dan Minuman*. Jakarta: PT Agromedia Pustaka
- [4] Dokumen Badan Pengawas Obat dan Makanan, Pelaksanaan, 2015, Program dan Kegiatan Reformasi Birokrasi Badan POM RI.
- [5] Ghony, M.Djunaidi. Dan Almanshur, Fauzan. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- [6] Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2009. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika
- [7] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009, *Marketing management*, 13th ed (Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.

[8] Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua, Bogor: Ghalia Indonesia.

Peraturan Perundang-Undangan

[9] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;

[10] Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan;

[11] Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan;

[12] Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan;

[13] Renstra Peraturan Kepala Badan Pengawasan Obat dan Makanan Jambi Tentang Perlindungan Konsumen. 2015