



Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Produk tanpa Label Peringatan

Lhivy Rahayu Ningsih¹, Siti Lia Mufliha²

^{1,2} Fakultas Hukum, Universitas Pamulang, Serang, Indonesia

Korespondensi: sitiliamufliha@gmail.com; rahayulhivy@gmail.com

Informasi Artikel

Riwayat artikel:

Received Aug 30th, 2026

Revised Sept 26th, 2026

Accepted Oct 5th, 2026

Keyword:

Business Actors; Consumer Protection; Product Liability; Tort; Warning Labels.

ABSTRAK

Peredaran produk tanpa label peringatan dapat membahayakan konsumen akibat tidak tersedianya informasi mengenai risiko penggunaan barang. Penelitian ini mengkaji dasar hukum kewajiban pencantuman label peringatan dan bentuk tanggung jawab pelaku usaha atas pelanggaran kewajiban tersebut. Penelitian yuridis normatif ini menggunakan pendekatan perundang-undangan dan konseptual terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, serta peraturan sektoral terkait, dengan analisis kualitatif dan penalaran deduktif. Hasil kajian menemukan bahwa kewajiban pelabelan berkaitan dengan hak konsumen memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur serta ketentuan teknis mengenai keamanan produk. Pelanggaran kewajiban tersebut dapat menimbulkan tanggung jawab perdata melalui ganti rugi, sanksi administratif berupa penarikan produk atau pencabutan izin, dan pertanggungjawaban pidana sesuai ketentuan hukum yang berlaku. Pelaksanaan tanggung jawab tersebut masih menghadapi kendala pengawasan, literasi hukum konsumen, dan pembuktian hubungan kausal antara ketiadaan peringatan dan kerugian. Kajian ini merekomendasikan pengawasan berbasis risiko, penguatan penyelesaian sengketa konsumen, serta perbaikan akses terhadap mekanisme ganti rugi.



© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Label peringatan pada kemasan produk merupakan instrumen penting untuk melindungi konsumen dari risiko yang melekat pada penggunaan barang, terutama produk yang mengandung bahan berbahaya, mudah terbakar, atau memiliki efek samping tertentu. Ketidadaan label peringatan tidak hanya mengurangi informasi yang seharusnya diterima konsumen, tetapi juga berpotensi menimbulkan kerugian materiil maupun immateriil apabila terjadi kecelakaan akibat penggunaan produk yang tidak sesuai peruntukan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, sekaligus mewajibkan pelaku usaha mencantumkan keterangan yang memadai pada produknya. Namun demikian, praktik di lapangan menunjukkan masih banyak pelaku usaha, terutama usaha kecil dan menengah, yang mengabaikan kewajiban tersebut dengan alasan efisiensi biaya produksi. Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini mengkaji dasar hukum kewajiban pencantuman label peringatan serta bentuk tanggung jawab hukum yang dapat dibebankan kepada pelaku usaha apabila kewajiban itu tidak dipenuhi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu mengkaji hukum sebagai norma tertulis (*law in the books*) melalui analisis asas hukum, sistematika, dan sinkronisasi peraturan mengenai kewajiban label peringatan serta tanggung jawab pelaku usaha. Penelitian menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis ketentuan dalam Undang-Undang

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, KUHPerdata, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, PP Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, serta peraturan terkait pelabelan. Pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep *product liability*, Perbuatan Melawan Hukum (PMH), dan *strict liability* dalam perlindungan konsumen. Bahan hukum terdiri atas bahan hukum primer, berupa peraturan perundang-undangan dan peraturan teknis terkait; bahan hukum sekunder, berupa buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan pendapat ahli; serta bahan hukum tersier, berupa kamus dan ensiklopedia hukum. Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*), kemudian diklasifikasikan berdasarkan kewajiban pelabelan, dasar pertanggungjawaban, dan bentuk tanggung jawab pelaku usaha. Analisis dilakukan secara deskriptif-kualitatif dengan penalaran deduktif, yaitu menerapkan norma hukum umum pada permasalahan produk tanpa label peringatan. Analisis juga memperhatikan sinkronisasi UUPK sebagai *lex generalis* dengan peraturan sektoral sebagai *lex specialis*. Penelitian bersifat deskriptif-preskriptif, sehingga selain menggambarkan ketentuan hukum yang berlaku, penelitian juga merumuskan rekomendasi terhadap penguatan tanggung jawab pelaku usaha dan perlindungan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Dasar Hukum Kewajiban Pencantuman Label Peringatan pada Produk

Kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan label pada produk yang diedarkan berakar dari hak konsumen atas informasi. Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) mendefinisikan pelaku usaha sebagai setiap orang perseorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama, dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa untuk diperdagangkan. Kedudukan sebagai pelaku usaha membawa konsekuensi berupa serangkaian kewajiban, salah satunya kewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang (Miru & Yodo, 2015, hlm. 41). Pasal 4 huruf c UUPK secara eksplisit menyebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak tersebut kemudian dipertegas dalam Pasal 8 ayat (1) huruf j yang melarang pelaku usaha memperdagangkan barang tanpa mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku, termasuk di dalamnya kewajiban mencantumkan tanda peringatan atas risiko penggunaan barang tertentu. Kewajiban tersebut diperkuat oleh pengaturan sektoral. Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan mensyaratkan setiap label pangan memuat keterangan yang tidak menyesatkan mengenai keamanan pangan, termasuk peringatan terhadap kandungan tertentu yang berisiko bagi kelompok konsumen tertentu. Untuk produk nonpangan, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mewajibkan setiap barang yang diperdagangkan di dalam negeri memenuhi standar dan/atau persyaratan teknis, termasuk pencantuman label berbahasa Indonesia yang memuat, antara lain, cara penggunaan dan tanda peringatan bahaya apabila barang tersebut berisiko terhadap keselamatan, keamanan, dan kesehatan konsumen serta lingkungan hidup. Pada tataran teknis, otoritas sektoral seperti Badan Pengawas Obat dan Makanan turut menetapkan persyaratan pelabelan khusus untuk produk obat, kosmetik, dan pangan olahan yang memuat peringatan efek samping, kontraindikasi, dan batas penggunaan (Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018, Pasal 4). Dari rangkaian ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa kewajiban pencantuman label peringatan bukanlah kewajiban moral semata, melainkan kewajiban hukum yang bersumber dari UUPK sebagai payung umum (*lex generalis*) dan diperinci oleh peraturan sektoral sebagai *lex specialis*. Label peringatan berfungsi ganda, yaitu sebagai pemenuhan hak konsumen atas informasi dan sebagai instrumen mitigasi risiko yang dapat mengurangi kemungkinan timbulnya kerugian akibat kesalahan penggunaan produk (Kristiyanti, 2011, hlm. 88). Ketiadaan label peringatan dengan demikian bukan sekadar kelalaian administratif, melainkan pelanggaran terhadap hak dasar konsumen yang berpotensi melahirkan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha.

Signifikansi label peringatan semakin terasa pada produk-produk yang secara inheren mengandung risiko, seperti bahan kimia rumah tangga, produk elektronik bertegangan tinggi, kosmetik dengan kandungan bahan aktif tertentu, serta obat bebas terbatas. Pada kategori produk tersebut, ketiadaan informasi peringatan dapat secara langsung berkorelasi dengan timbulnya kecelakaan, reaksi alergi, atau kerusakan yang seharusnya dapat dicegah apabila konsumen memperoleh informasi yang memadai sebelum menggunakan produk (Shidarta, 2006, hlm. 97). Dengan demikian, kewajiban

pelabelan peringatan tidak dapat dipandang terpisah dari prinsip kehati-hatian (precautionary) yang menjadi salah satu asas perlindungan konsumen di Indonesia.

B. Landasan Teori Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Secara teoretis, tanggung jawab hukum pelaku usaha atas produk yang tidak dilengkapi label peringatan dapat ditelusuri melalui tiga landasan, yaitu tanggung jawab kontraktual, tanggung jawab berdasarkan perbuatan melawan hukum, dan tanggung jawab produk (product liability). Pertama, tanggung jawab kontraktual timbul apabila hubungan antara pelaku usaha dan konsumen didasarkan pada perjanjian jual beli, sehingga ketiadaan informasi peringatan yang seharusnya disampaikan dapat dikategorikan sebagai wanprestasi terhadap kewajiban memberikan informasi yang telah diperjanjikan secara tersirat oleh hukum. Namun demikian, pendekatan kontraktual memiliki keterbatasan karena hanya dapat digunakan oleh konsumen yang memiliki hubungan kontraktual langsung dengan pelaku usaha (privity of contract), padahal kerugian akibat produk tanpa label peringatan kerap dialami oleh pihak ketiga yang tidak terlibat dalam transaksi jual beli. Kedua, tanggung jawab berdasarkan perbuatan melawan hukum (onrechtmatige daad) sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memberikan dasar gugatan yang lebih luas. Pasal tersebut menegaskan bahwa setiap perbuatan yang melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan pelaku yang menimbulkan kerugian itu untuk mengganti kerugian tersebut. Tidak mencantumkan label peringatan pada produk yang secara inheren berisiko dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum karena melanggar kewajiban hukum (UUPK), bertentangan dengan kepatutan dalam pergaulan masyarakat, dan melanggar hak subjektif konsumen atas keamanan (Agustina, 2003, hlm. 61). Untuk berhasilnya gugatan berdasarkan Pasal 1365, konsumen selaku penggugat pada dasarnya harus membuktikan empat unsur, yaitu adanya perbuatan melawan hukum, kerugian, hubungan kausal, dan kesalahan (kesengajaan atau kelalaian) pada pihak pelaku usaha (Fuady, 2013, hlm. 15). Ketiga, doktrin tanggung jawab produk (product liability) mengoreksi kesulitan pembuktian unsur kesalahan dalam gugatan perbuatan melawan hukum konvensional. Pasal 19 ayat (1) UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ketentuan ini oleh sebagian ahli dimaknai mengandung unsur tanggung jawab mutlak (strict liability) yang tidak mensyaratkan pembuktian kesalahan pelaku usaha, melainkan cukup dengan membuktikan adanya cacat produk—termasuk cacat informasi (failure to warn)—dan hubungan kausal dengan kerugian yang diderita konsumen (Miru & Yodo, 2015, hlm. 130). Ketidadaan label peringatan pada produk yang berisiko merupakan bentuk klasik dari cacat informasi yang menjadi dasar gugatan product liability, karena produk tersebut menjadi tidak aman bukan karena cacat fisik, melainkan karena kegagalan pelaku usaha memberikan peringatan yang memadai kepada konsumen (Nasution, 2002, hlm. 32). Ketiga landasan tersebut tidak saling meniadakan, melainkan dapat digunakan secara komplementer bergantung pada karakteristik hubungan hukum dan jenis kerugian yang dialami konsumen, sehingga memberi konsumen beberapa alternatif dasar gugatan dalam mempertahankan haknya.

C. Bentuk Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Produk Tanpa Label Peringatan

Tanggung jawab perdata terwujud dalam bentuk kewajiban memberikan ganti kerugian kepada konsumen yang dirugikan. Berdasarkan Pasal 19 ayat (2) UUPK, ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan, dan/atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain berdasarkan UUPK, konsumen juga dapat mengajukan gugatan perdata berdasarkan Pasal 1365, 1366, dan 1367 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, di mana Pasal 1366 memperluas tanggung jawab kepada kerugian yang disebabkan oleh kelalaian atau kurang hati-hatian, sedangkan Pasal 1367 dapat relevan apabila kerugian ditimbulkan oleh barang yang berada di bawah pengawasan pelaku usaha. Dalam praktik pengadilan, kedua rezim hukum ini—UUPK dan KUHPerdata—dapat digunakan secara kumulatif oleh konsumen untuk memperkuat posisi hukumnya, mengingat UUPK tidak menghapus berlakunya ketentuan umum hukum perdata mengenai perbuatan melawan hukum (Miru & Yodo, 2015, hlm. 145). Tanggung jawab administratif dijatuhkan oleh instansi pembina sektor terkait, seperti Kementerian Perdagangan atau Badan Pengawas Obat dan Makanan, dalam bentuk peringatan tertulis, pencabutan izin edar, kewajiban penarikan produk dari peredaran (recall), hingga pencabutan izin usaha. Pasal 60 UUPK memberikan kewenangan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

untuk menjatuhkan sanksi administratif berupa ganti rugi maksimal dua ratus juta rupiah kepada pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan UUPK, termasuk ketentuan pelabelan dalam Pasal 8. Sanksi administratif ini bersifat lebih cepat dan sederhana dibandingkan proses peradilan perdata karena tidak mensyaratkan pembuktian kerugian secara formal sebagaimana dalam gugatan perdata biasa. Tanggung jawab pidana merupakan konsekuensi hukum paling berat yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha. Pasal 62 ayat (1) UUPK mengancam pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8, termasuk tidak mencantumkan label atau tanda peringatan yang wajib dicantumkan, dengan pidana penjara paling lama lima tahun atau pidana denda paling banyak dua miliar rupiah. Selain pidana pokok tersebut, Pasal 63 UUPK memungkinkan dijatuhkannya pidana tambahan berupa perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan usaha yang menimbulkan kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran, hingga pencabutan izin usaha. Ancaman pidana ini dimaksudkan untuk memberikan efek jera (*deterrent effect*) sekaligus mendorong kepatuhan pelaku usaha terhadap standar pelabelan yang berlaku. Bentuk tanggung jawab tersebut pada dasarnya bersifat kumulatif, bukan alternatif. Artinya, dikenakannya sanksi pidana kepada pelaku usaha tidak menghapus kewajiban perdata memberikan ganti rugi kepada konsumen, demikian pula sebaliknya. Pemberlakuan sanksi secara kumulatif ini sejalan dengan filosofi UUPK yang tidak semata-mata berorientasi pada pemulihan kerugian individual konsumen, tetapi juga pada penciptaan iklim usaha yang tertib dan bertanggung jawab secara keseluruhan (Kristiyanti, 2011, hlm. 143).

Satu aspek yang memudahkan konsumen dalam ranah tanggung jawab perdata adalah ketentuan mengenai beban pembuktian. Pasal 22 UUPK mengatur bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan sebagaimana dimaksud Pasal 19 ayat (4) merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, sehingga terjadi pembalikan beban pembuktian (*omkering van bewijslast*) yang meringankan posisi konsumen sebagai pihak yang secara struktural lebih lemah dibandingkan pelaku usaha. Ketentuan ini menjadi salah satu manifestasi paling konkret dari semangat keberpihakan UUPK terhadap konsumen sebagai pihak yang dirugikan akibat ketiadaan label peringatan.

D. Kendala Penegakan Tanggung Jawab dalam Praktik

Meskipun kerangka hukum yang mengatur kewajiban pelabelan dan tanggung jawab pelaku usaha relatif lengkap, penagakannya dalam praktik masih menghadapi sejumlah kendala struktural maupun kultural. Kendala pertama berkaitan dengan lemahnya pengawasan preventif. Pengawasan terhadap kepatuhan pelabelan sebagian besar bersifat *post-market*, yaitu dilakukan setelah produk beredar di pasar, sehingga pelanggaran baru terungkap setelah timbul laporan atau pengaduan konsumen (Shidarta, 2006, hlm. 152). Keterbatasan jumlah pengawas dibandingkan dengan volume produk yang beredar, terutama produk yang dipasarkan melalui platform perdagangan elektronik lintas batas, memperbesar celah bagi produk tanpa label peringatan untuk sampai ke tangan konsumen tanpa terdeteksi oleh otoritas pengawas. Kendala kedua adalah rendahnya literasi hukum konsumen. Banyak konsumen tidak menyadari bahwa ketiadaan label peringatan pada produk yang mereka gunakan merupakan pelanggaran hukum yang dapat digugat, sehingga kerugian yang dialami sering dianggap sebagai risiko pribadi semata, bukan akibat kelalaian pelaku usaha. Minimnya kesadaran ini berimplikasi pada rendahnya jumlah pengaduan yang masuk ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen maupun lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, padahal jumlah pengaduan yang rendah bukan indikator rendahnya pelanggaran, melainkan indikator lemahnya akses keadilan bagi konsumen. Kendala ketiga terletak pada beban pembuktian hubungan kausal, khususnya dalam gugatan perdata berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata. Sekalipun Pasal 22 UUPK membalikkan beban pembuktian unsur kesalahan, konsumen tetap harus membuktikan adanya hubungan sebab akibat antara ketiadaan label peringatan dengan kerugian konkret yang dialaminya, yang dalam banyak kasus memerlukan keterangan ahli atau hasil pengujian laboratorium yang berbiaya tinggi dan sulit dijangkau oleh konsumen individual. Kesulitan pembuktian ini pada akhirnya mendorong sebagian besar konsumen memilih untuk tidak menempuh jalur hukum, sehingga tanggung jawab pelaku usaha secara praktis tidak pernah terealisasi meskipun secara normatif telah diatur secara jelas. Kendala keempat adalah lemahnya efek jera dari sanksi yang dijatuhkan. Dalam praktiknya, sanksi administratif berupa peringatan tertulis jauh lebih sering dijatuhkan dibandingkan sanksi pencabutan izin usaha, sementara proses pidana terhadap pelanggaran Pasal 8 UUPK relatif jarang diproses hingga tahap pengadilan. Kondisi ini menimbulkan persepsi di kalangan sebagian pelaku usaha bahwa biaya kepatuhan terhadap ketentuan pelabelan lebih besar dibandingkan risiko sanksi yang mungkin dijatuhkan, sehingga

pelanggaran cenderung berulang. Persoalan tanggung jawab pelaku usaha atas produk tanpa label peringatan bukan semata-mata persoalan norma hukum, melainkan juga persoalan implementasi dan budaya hukum, sehingga penguatan pada aspek pengawasan, edukasi, dan akses terhadap keadilan menjadi sama pentingnya dengan penyempurnaan norma itu sendiri.

E. Upaya Penguatan Perlindungan Hukum bagi Konsumen

Guna mengatasi kendala tersebut, sejumlah langkah penguatan dapat ditempuh baik dalam tataran regulasi maupun implementasi. Penguatan pengawasan preventif melalui pendekatan berbasis risiko (risk-based approach), di mana produk-produk berisiko tinggi seperti bahan kimia rumah tangga, kosmetik, dan produk elektronik menjadi prioritas pemeriksaan pelabelan sebelum beredar di pasar, termasuk pada platform perdagangan elektronik (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 29–30). Kolaborasi antara Kementerian Perdagangan, Badan Pengawas Obat dan Makanan, dan penyelenggara platform digital diperlukan untuk memastikan produk yang dipasarkan secara daring turut memenuhi standar pelabelan yang sama dengan produk yang dijual secara konvensional. Penguatan peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai forum penyelesaian sengketa yang cepat, sederhana, dan berbiaya murah sebagaimana diamanatkan Pasal 49 UUPK perlu diikuti dengan peningkatan kapasitas kelembagaan dan sosialisasi keberadaannya kepada masyarakat luas, sehingga konsumen yang dirugikan akibat produk tanpa label peringatan memiliki saluran penyelesaian sengketa yang aksesibel tanpa harus menempuh proses peradilan perdata yang panjang dan mahal. Edukasi hukum konsumen perlu ditingkatkan melalui peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional sebagaimana diatur dalam Pasal 44 dan 45 UUPK, agar konsumen memahami hak-haknya serta mekanisme penuntutan tanggung jawab yang tersedia apabila menemukan produk tanpa label peringatan yang semestinya. Selanjutnya dari sisi regulasi, perlu dipertimbangkan penguatan norma mengenai gugatan perwakilan kelompok (class action) sebagaimana telah diakomodasi dalam Pasal 46 ayat (1) huruf b UUPK, mengingat kerugian akibat produk tanpa label peringatan sering bersifat massal dan tersebar di banyak konsumen dengan nilai kerugian individual yang relatif kecil, sehingga gugatan individual menjadi tidak ekonomis untuk ditempuh. Optimalisasi mekanisme gugatan kelompok dapat meningkatkan efektivitas penegakan tanggung jawab pelaku usaha sekaligus memberikan efek jera yang lebih signifikan dibandingkan gugatan perorangan, dan Penguatan sinergi antara sanksi administratif, perdata, dan pidana perlu diarahkan pada penerapan yang konsisten dan proporsional, sehingga pelaku usaha yang berulang kali melanggar ketentuan pelabelan tidak hanya dikenai sanksi administratif ringan, tetapi juga diproses secara pidana sesuai ketentuan Pasal 62 UUPK, guna membangun budaya kepatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban pelabelan sebagai bagian integral dari tanggung jawab sosial dan hukum dalam berusaha.

KESIMPULAN

kewajiban pencantuman label peringatan pada produk merupakan kewajiban hukum yang bersumber dari hak konsumen atas informasi sebagaimana diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang diperinci lebih lanjut melalui peraturan sektoral seperti Peraturan Pemerintah tentang Label dan Iklan Pangan, Undang-Undang Perdagangan, dan peraturan teknis Badan Pengawas Obat dan Makanan. Ketiadaan label peringatan pada produk yang secara inheren berisiko dikategorikan sebagai cacat informasi (failure to warn) yang melahirkan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha. Tanggung jawab tersebut bersifat kumulatif dalam tiga ranah, yaitu tanggung jawab perdata berupa kewajiban ganti rugi berdasarkan Pasal 19 UUPK dan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, tanggung jawab administratif berupa sanksi mulai dari peringatan tertulis hingga pencabutan izin usaha, serta tanggung jawab pidana berupa ancaman pidana penjara dan denda sebagaimana diatur dalam Pasal 62 UUPK. Ketentuan pembalikan beban pembuktian dalam Pasal 22 UUPK turut memperkuat posisi konsumen dalam menuntut tanggung jawab pelaku usaha. Meskipun kerangka normatif telah tersedia secara memadai, penegakannya di lapangan masih menghadapi kendala berupa lemahnya pengawasan preventif, rendahnya literasi hukum konsumen, tingginya beban pembuktian hubungan kausal, dan minimnya efek jera dari sanksi yang dijatuhkan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pengawasan berbasis risiko, optimalisasi peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, penguatan edukasi hukum konsumen, serta pemanfaatan mekanisme gugatan kelompok secara lebih optimal. Penerapan tanggung jawab pelaku usaha secara konsisten dan proporsional terhadap produk tanpa label peringatan pada akhirnya tidak hanya

melindungi kepentingan individual konsumen, tetapi juga mendorong terciptanya iklim usaha yang lebih bertanggung jawab dan berorientasi pada keselamatan konsumen sebagai bagian dari pembangunan ekonomi yang berkeadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. (2003). *Perbuatan melawan hukum*. Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia. (2018). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Obat*.
- Fuady, M. (2013). *Perbuatan melawan hukum: Pendekatan kontemporer*. Citra Aditya Bakti.
- Indonesia. (1999a). *Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan*.
- Indonesia. (1999b). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.
- Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. (n.d.).
- Kristiyanti, C. T. S. (2011). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Miru, A., & Yodo, S. (2015). *Hukum perlindungan konsumen*. RajaGrafindo Persada.
- Nasution, A. (2002). *Hukum perlindungan konsumen: Suatu pengantar*. Diadit Media.
- Shidarta. (2006). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Grasindo.