

**EFEKTIVITAS BPOM DALAM PENGAWASAN PEREDARAN PRODUK
SNACK REJECT SEBAGAI UPAYA PERLINDUNGAN KONSUMEN DI
INDONESIA**

***EFFECTIVENESS OF BPOM IN SUPERVISING THE DISTRIBUTION OF
REJECTED SNACK PRODUCTS AS AN EFFORTS TO PROTECT
CONSUMERS IN INDONESIA***

Rivaldy Amanda Saputra dan Baidhowi

Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

Korespondensi Penulis : rivaldyamandasaputra19@students.unnes.ac.id,
baidhowi@mail.unnes.ac.id

Citation Structure Recommendation :

Rivaldy Amanda Saputra dan Baidhowi. *Efektivitas BPOM dalam Pengawasan Peredaran Produk Snack Reject sebagai Upaya Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.6. No.4 (2025).

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji efektivitas pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap peredaran produk snack reject di Indonesia dalam konteks perlindungan konsumen. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yuridis empiris. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pejabat BPOM dan pelaku usaha di platform e-commerce, observasi praktik penjualan produk snack reject, serta dokumentasi peraturan perundang-undangan yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan BPOM terhadap produk snack reject belum optimal, disebabkan oleh keterbatasan kapasitas dalam menjangkau seluruh area peredaran, terutama di pasar informal dan platform digital. Selain itu, banyak produk yang dijual tidak mencantumkan informasi yang lengkap mengenai komposisi dan tanggal kedaluwarsa, yang berpotensi melanggar hak-hak konsumen. Penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan regulasi terkait produk reject dan peningkatan kesadaran konsumen terhadap risiko yang mungkin ditimbulkan.

Kata Kunci: Pengawasan BPOM, Produk Snack Reject, Perlindungan Konsumen

ABSTRACT

This research examines the effectiveness of the Food and Drug Supervisory Agency (BPOM) in monitoring the circulation of reject snack products in Indonesia within the context of consumer protection. The method employed is a qualitative approach with empirical legal research. Data were collected through interviews with BPOM officials and business actors on e-commerce platforms, observations of reject snack product sales practices, and documentation of relevant regulations. The results indicate that BPOM's supervision of reject snack products is not optimal, due to limitations in reaching all areas of circulation, especially in informal markets and digital platforms. Additionally, many products sold do not include complete information regarding composition and expiration dates, which may violate consumer rights. This study recommends the need for strengthening regulations related to reject products and increasing consumer awareness of potential risks.

Keywords: BPOM Supervision, Reject Snack Products, Consumer Protection

A. PENDAHULUAN

Marketplace atau e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, serta berbagai platform digital lainnya telah menjadi bagian dari tren bisnis yang berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital. Keberhasilan dalam memasarkan produk maupun jasa pada platform-platform tersebut memerlukan penerapan strategi yang efektif guna menarik perhatian dan minat konsumen. Di tengah kemudahan bertransaksi ini, muncul fenomena penjualan produk makanan reject atau gagal produksi yang semakin marak, khususnya dalam kategori snack dan makanan ringan. Hal ini terlihat dari banyaknya toko online yang secara terbuka menjual produk-produk reject dari merek-merek ternama seperti Delfi, tanpa dilengkapi dengan deskripsi terperinci dan spesifikasi lengkap, yang memberikan pembeli kesempatan untuk mengevaluasi kesesuaian produk dengan kebutuhan mereka sebelum melakukan pembelian.¹

Fenomena penjualan produk reject berdasarkan hasil observasi pada platform e-commerce menunjukkan adanya penawaran produk camilan reject dengan harga yang jauh lebih murah dibandingkan dengan produk resmi. Sebagai ilustrasi, coklat Silverqueen reject dijual dengan kisaran harga Rp 20.000 hingga Rp 45.000 per kilogram, sedangkan harga produk resminya di pasaran dapat mencapai Rp 24.400 per 85 gram¹. Para penjual secara eksplisit mencantumkan informasi bahwa produk tersebut merupakan reject pabrik, dengan deskripsi yang mengindikasikan ketidakstandaran kualitas seperti "rasa terkadang berbeda", "tekstur tidak sempurna", dan "kemasan tidak original". Selain itu tingginya minat konsumen terhadap produk reject terlihat dari ribuan ulasan positif di platform e-commerce, dengan rating di atas 4 dari 5 bintang. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen cenderung menerima produk reject sebagai alternatif yang lebih terjangkau, meskipun menyadari risiko kualitas yang tidak standar.²

¹ Rachmat dkk., *Digital Marketing dan E-Commerce*, PT Global Eksekutif Teknologi, Padang, 2023, p.3.

² A. E. Tania, H. Hermawan dan A. Izzuddin, *Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen*, Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, Vol.9, No.1 (2022), p.76.

Pasal 8 ayat (1) huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan maupun ketentuan dalam peraturan perundang-undangan. Selain itu, Pasal 4 mengatur mengenai hak konsumen untuk memperoleh informasi yang akurat, jelas, dan jujur terkait kondisi serta jaminan atas barang dan/atau jasa. Ketentuan dalam undang-undang ini menjadi landasan penting, karena hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk mengatur dan menjaga kepentingan konsumen, memberikan rasa aman dan kenyamanan dalam proses transaksi jual beli, serta memuat prinsip dan norma yang mengatur hubungan antara penjual sebagai penyedia barang dan pembeli sebagai pihak pengguna. Faktanya, produk reject yang dijual sering kali tidak dilengkapi informasi lengkap seperti tanggal kadaluarsa atau komposisi yang tepat. Hal ini menunjukkan urgensi perlindungan konsumen, terutama karena praktik penjualan produk reject berpotensi melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.³

Pasal 18 Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 14 Tahun 2024 tentang Pengawasan Obat dan Makanan yang Diedarkan Secara Daring menyatakan bahwa BPOM memiliki kewenangan secara menyeluruh untuk melakukan pengawasan terhadap seluruh aktivitas peredaran makanan melalui media daring, termasuk melakukan inspeksi pada fasilitas atau sarana yang terkait dengan distribusi tersebut, hingga melakukan pengambilan sampel produk. Kewenangan ini menjadi landasan bagi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebagai lembaga yang bertugas mengawasi peredaran produk pangan, termasuk produk reject. Meskipun memiliki kewenangan luas, BPOM menghadapi tantangan besar seperti keterbatasan fasilitas, teknologi, dan tenaga kerja untuk mengawasi peredaran pangan di seluruh Indonesia. Kompleksitas perdagangan digital dan jaringan distribusi produk reject yang luas semakin mempersulit pengawasan. Namun, di tengah keterbatasan sumber daya, teknologi, tenaga kerja,

³ Apandy, P. A. O., & Adam, P., *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli*, Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta, Vol.3, No.1 (Juli 2021), p.15.

serta kompleksitas perdagangan digital dan jaringan distribusi produk reject yang luas, efektivitas pengawasan BPOM patut dipertanyakan. Dalam situasi ini, penting untuk mempertimbangkan sejauh mana upaya BPOM dapat dioptimalkan dan bagaimana kesadaran konsumen dapat ditingkatkan agar tidak hanya terpaku pada harga, tetapi juga pada keamanan dan kualitas produk yang mereka beli.⁴

Risiko kesehatan seperti keracunan makanan, alergi, atau gangguan pencernaan tidak dapat diabaikan meskipun belum ada data spesifik tentang dampak kesehatan dari konsumsi produk reject. Situasi ini menjadi perhatian serius karena produk reject sering dijual tanpa informasi yang memadai tentang kondisi penyimpanan, komposisi, atau batas kedaluwarsa. Semakin rinci informasi yang tercantum pada label, semakin membantu konsumen dalam mempertimbangkan keputusan untuk membeli atau tidak, khususnya terhadap produk-produk reject yang kini semakin banyak ditemukan di pasaran. Regulasi yang ada saat ini belum secara spesifik mengatur peredaran produk reject, menciptakan peluang yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mengedarkan produk reject tanpa pengawasan yang memadai. Oleh sebab itu, konsumen yang memiliki rencana untuk membeli produk makanan dan minuman kemasan, baik dari dalam maupun luar negeri, harus mencermati labelnya dengan teliti, karena label adalah sumber informasi yang disampaikan produsen kepada konsumen mengenai suatu produk.

B. PEMBAHASAN

1. Praktik Penjualan Produk Snack Reject Pabrik Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Fenomena penjualan produk snack reject pabrik telah menjadi tren yang signifikan di platform e-commerce Indonesia. Dalam konteks industri makanan, produk reject sering ditemukan dalam bentuk makanan ringan atau snack yang mengalami ketidaksempurnaan dalam proses produksi, baik dari segi bentuk, rasa, tekstur, maupun kemasan. Berdasarkan hasil observasi pada platform e-commerce,

⁴ A. D. Pangestu, *Perlindungan Konsumen terhadap Pemberian Label Informasi Nilai Gizi yang Tidak Sesuai*, Disertasi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2024.

praktik penjualan produk snack reject pabrik dilakukan dengan berbagai model pemasaran, seperti menekankan harga yang jauh lebih murah dibandingkan produk resmi, menggunakan istilah "produk reject" dan secara terbuka mengakui bahwa produk tersebut adalah produk reject dalam deskripsi toko. Temuan observasi lanjutan mengungkapkan praktik-praktik yang lebih mengkhawatirkan, di mana penjual rata-rata mengakui bahwa produk yang mereka jual merupakan produk reject yang kemudian mereka campur dengan bahan mereka sendiri dan dikemas ulang tanpa kemasan resmi atau dalam bentuk kemasan polos.⁵ Karakteristik umum dari produk snack reject yang dijual di platform e-commerce meliputi:

- 1) Tidak tercantumnya label kadaluarsa maupun informasi komposisi pada kemasan;
- 2) Harga yang jauh lebih rendah dibandingkan produk asli;
- 3) Berat produk yang tidak sesuai dengan yang tercantum dalam deskripsi;
- 4) Perbedaan rasa yang signifikan jika dibandingkan dengan produk asli.⁶

Produk snack reject yang dijual di pasaran bukanlah produk tiruan atau palsu, melainkan benar-benar hasil produk reject dari pabrik asli yang kemudian dikemas ulang atau ditambahkan bahan-bahan tertentu oleh penjual. Para pedagang ini biasanya mendapatkan produk reject langsung dari pabrik, kemudian melakukan modifikasi seperti pengemasan ulang dengan label buatan sendiri, pencampuran dengan bahan tambahan lain, atau bahkan menjualnya dalam kondisi asli tanpa kemasan resmi. Hasil wawancara dengan beberapa penjual di platform Shopee mengkonfirmasi bahwa mereka memang memperoleh produk langsung dari sumber pabrik melalui jaringan perantara, dan sebagian besar mengaku melakukan pengemasan ulang untuk meningkatkan daya tarik produk. Meskipun bahan dasar produknya otentik dari pabrik yang sama dengan produk normal, namun proses penanganan, penyimpanan, dan modifikasi yang dilakukan di luar kontrol pabrik

⁵ A. F. Pratama, D. Suryani, F. S. Izzudin dan A. Adzikirani, *Analisis Prediktif Menggunakan Machine Learning untuk Menanggulangi Masalah Reject Produk pada Proses Produksi PT. XYZ*, Journal of Innovation Research and Knowledge, Vol.4, No.5 (Oktober 2024), p.2972

⁶ T. Hernawati Suryatman, M. Engkos Kosim dan S. Julaeha, *Pengendalian Kualitas Produksi Roma Sandwich Menggunakan Metode Statistik Quality Control (SQC) dalam Upaya Menurunkan Reject di Bagian Packing*, Journal Industrial Manufacturing, Vol.5, No.1 (Februari 2020), p.9.

iniilah yang menimbulkan risiko keamanan pangan, karena tidak ada jaminan standar kebersihan dan keamanan yang sama seperti pada proses produksi aslinya.

Perbedaan mendasar antara produk reject dan produk standar/resmi terletak pada aspek legalitas, kualitas, dan kemasan yang saling berkaitan dalam memastikan keamanan konsumen. Produk standar telah melalui verifikasi dan memiliki izin edar resmi dari BPOM dengan nomor pendaftaran untuk pengawasan, sedangkan produk reject beredar melalui jalur informal tanpa izin resmi. Perbedaan legalitas ini berimplikasi pada kualitas, dimana produk standar memenuhi semua parameter mutu seperti keamanan pangan, konsistensi rasa, tekstur, dan penampilan, sementara produk reject memiliki parameter yang tidak memenuhi standar.⁷ Dari segi distribusi dan kemasan, produk standar mengikuti jalur resmi dengan pengawasan ketat, dikemas dalam kemasan berkualitas tinggi yang telah teruji keamanannya, dan dilengkapi label informatif yang lengkap, berbeda dengan produk reject yang didistribusikan tanpa standar penyimpanan yang memadai, menggunakan kemasan berkualitas rendah, serta minim informasi produk.⁸

Dilihat dari perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), praktik penjualan produk snack reject berpotensi melanggar beberapa ketentuan. Pasal 8 ayat (1) huruf a UUPK mengatur bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan serta ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain itu, Pasal 8 ayat (1) huruf e melarang pelaku usaha memperdagangkan barang yang rusak, cacat, bekas, atau tercemar tanpa memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai barang tersebut.⁹

⁷ A. R. Azayaka dan E. Wahyudi, *Perlindungan Hukum kepada Konsumen terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar yang Dijual Secara Online*, Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial, Vol.2, No.2 (Juni 2023), p.154.

⁸ S. Mulya, A. Hastuti, M. F. T. Adnandhika, S. S. Irli, D. R. Putri, A. M. Rizki, D. D. Ananda, D. Rachmalia dan S. D. Putri, *Pendampingan Legalitas Usaha dan Sertifikasi Halal Aneka Keripik di Desa Banjarsari*, Karimah Tauhid, Vol.2, No.5 (2023), p.1281.

⁹ I. K. A. S. Sastrawan dan I. M. D. Priyanto, *Implementasi Perlindungan Konsumen terhadap Peredaran Snack Kiloan tanpa Tanggal Kedaluwarsa*, Jurnal Kertha Desa, Vol.12, No.12 (2024), p.4908.

Pasal 8 ayat (1) huruf i UUPK juga dengan jelas melarang pelaku usaha memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan label atau memberikan penjelasan yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, efek samping, nama dan alamat pelaku usaha, serta informasi lain yang harus dicantumkan sesuai ketentuan. Ketentuan ini dibuat sebagai bentuk perlindungan hukum bagi konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang akan dikonsumsi. Pencantuman label yang lengkap dan akurat menjadi hak fundamental konsumen yang tidak dapat dikurangi atau diabaikan oleh pelaku usaha dalam proses transaksi jual beli. Praktik penjualan snack reject tanpa label kadaluarsa dan komposisi yang jelas jelas melanggar ketentuan ini, karena konsumen tidak memiliki informasi yang memadai untuk menentukan keamanan dan kualitas produk yang akan mereka konsumsi. Pelanggaran terhadap kewajiban pelabelan ini tidak hanya merugikan konsumen dari segi finansial, tetapi juga berpotensi membahayakan kesehatan dan keselamatan konsumen, mengingat konsumen tidak dapat mengetahui secara pasti kandungan zat, tanggal kadaluarsa, maupun kondisi produk yang sebenarnya.

Praktik penjualan produk snack reject juga berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, khususnya terkait ketentuan keamanan pangan dan persyaratan label. Undang-undang ini mengatur standar keamanan pangan dan kewajiban pelaku usaha untuk memastikan produk yang diedarkan aman untuk dikonsumsi. Demikian pula dengan UU Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan yang menggantikan UU sebelumnya, yang mengatur standar kesehatan untuk makanan dan minuman yang dikonsumsi masyarakat. Keluhan konsumen mengenai benda asing dan gangguan kesehatan setelah mengonsumsi produk reject menunjukkan potensi pelanggaran terhadap ketentuan keamanan pangan dan kesehatan dalam kedua undang-undang tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha produk snack reject mengungkapkan bahwa sebagian besar produk yang dijual adalah produk dengan kemasan yang rusak ringan akan tetapi tidak mempengaruhi kualitas produk di dalamnya, ataupun produk dengan tanggal kedaluwarsa yang relatif berdekatan.

Pelaku usaha beralasan bahwa praktik ini telah umum dilakukan dan memberikan alternatif bagi konsumen yang ingin membeli produk dengan harga lebih terjangkau. Namun, klaim ini bertentangan dengan temuan dari komentar konsumen di platform e-commerce yang melaporkan berbagai masalah serius terkait kualitas produk.

Analisis terhadap komentar konsumen di platform e-commerce mengungkapkan berbagai keluhan serius mengenai produk snack reject, antara lain:

- 1) Penemuan benda asing dalam produk seperti rambut, kawat, bungkus kopi, dan bahkan baut;
- 2) Rasa coklat yang basi dan menimbulkan rasa serik di tenggorokan;
- 3) Konsumen yang mengalami gangguan kesehatan seperti diare setelah mengonsumsi produk.

Lebih mengkhawatirkan lagi, hasil observasi menunjukkan bahwa banyak penjual tidak merespon pembeli yang ingin mengembalikan barang, sebuah praktik yang jelas melanggar hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam UUPK. Dari sudut pandang perlindungan konsumen, beberapa hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 UUPK jelas dilanggar dalam praktik penjualan snack reject, antara lain:

- 1) Hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk merasakan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- 3) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.¹⁰

Masalah utama dalam praktik penjualan produk snack reject pabrik adalah ketidakjelasan jalur distribusi produk. Hasil observasi menunjukkan bahwa produk-produk ini tidak didistribusikan melalui jalur resmi yang ditetapkan oleh produsen, melainkan melalui jalur alternatif yang sulit dilacak dan berada di luar sistem

¹⁰ Prayuti, Y., *Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum terhadap Praktik E-Commerce dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia*, Jurnal Interpretasi Hukum, Vol.5, No.1 (Januari 2024), p.907.

kontrol kualitas yang seharusnya diterapkan. Jalur distribusi tak resmi ini membuat celah dalam sistem pengawasan mutu, di mana produk dapat berpindah tangan berkali-kali tanpa mekanisme kontrol yang memadai untuk memastikan kualitas dan keamanan produk tetap terjaga. Hal ini berisiko pada aspek keamanan pangan, terutama bila produk telah mengalami kontaminasi silang, paparan suhu yang tidak sesuai, atau penyimpanan yang tidak memenuhi standar keamanan pangan selama proses distribusi yang panjang dan tidak terkontrol. Ketidakpastian mengenai kondisi penyimpanan dan penanganan produk selama berada dalam jalur distribusi alternatif ini menimbulkan keraguan serius terhadap integritas dan keamanan produk yang sampai ke tangan konsumen. Komentar konsumen yang melaporkan penemuan benda asing seperti serangga, rambut, atau partikel logam, serta keluhan gangguan kesehatan berupa mual, diare, dan sakit perut setelah mengonsumsi produk mengkonfirmasi bahwa risiko keamanan pangan tersebut bukan sekadar dugaan, melainkan realitas yang nyata dan mengancam kesehatan konsumen.

Praktik penjualan snack reject pabrik juga berhubungan dengan Pasal 19 UUPK yang mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan perlindungan kepada konsumen atas kerugian yang mungkin timbul akibat konsumsi produk yang diperdagangkan. Pasal ini menetapkan bahwa pelaku usaha wajib bertanggung jawab terhadap kualitas dan keamanan produk, termasuk memberikan jaminan yang memadai sebagai bentuk komitmen terhadap keselamatan konsumen. Hasil wawancara dengan pelaku usaha mengungkapkan bahwa sebagian besar dari mereka tidak menyediakan garansi atau jaminan pengembalian jika konsumen menemukan produk dalam kondisi tidak layak konsumsi, bahkan banyak yang menyatakan bahwa penjualan bersifat final tanpa kemungkinan retur. Temuan ini diperkuat dengan observasi bahwa penjual tidak merespon pembeli yang ingin mengembalikan barang karena masalah kualitas, dengan alasan bahwa harga murah sudah menjadi kompensasi atas risiko yang ada. Hal ini bertentangan dengan ketentuan dalam UUPK yang mengharuskan pelaku usaha untuk memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang yang diperdagangkan, tanpa memandang harga jual produk tersebut.¹¹

¹¹ N. L. Eniasih dan K. F. Dantes, *Implementasi Ketentuan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terkait Penggunaan Klausula Eksonerasi pada Bukti Transaksi Barang di Kota Singaraja*, Sui Generis, Vol.5, No.2 (April 2025), p.10.

2. Pengawasan BPOM terhadap Peredaran Produk Snack Reject Pabrik

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) adalah lembaga pemerintah non-kementerian yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden Republik Indonesia. BPOM memiliki peran strategis dalam melindungi masyarakat dari risiko terkait produk obat dan makanan, sekaligus menjamin keamanan, khasiat, dan mutu produk yang beredar di pasaran. Sebagai lembaga pengawas, BPOM melaksanakan tugas utama di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai peraturan perundang-undangan, dengan cakupan yang meliputi obat, bahan obat, narkotika, psikotropika, prekursor, zat adiktif, obat tradisional, suplemen kesehatan, kosmetik, dan pangan olahan. Dengan demikian, BPOM memastikan bahwa produk-produk tersebut memenuhi standar keamanan dan kualitas sebelum sampai ke tangan konsumen.¹²

Pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap peredaran produk snack reject dilaksanakan melalui pendekatan pre-market dan post-market yang saling mendukung. Pada pengawasan pre-market, BPOM menilai keamanan, kualitas, dan manfaat produk sebelum beredar melalui proses registrasi untuk mendapatkan izin edar, yang mencakup pengkajian formula, proses produksi, kemasan, dan pelabelan. Sementara pada pengawasan post-market, berdasarkan hasil wawancara, BPOM melakukan sampling dan pengujian produk secara berkala, pengambilan sampel untuk diuji di laboratorium, serta inspeksi rutin terhadap sarana produksi dan distribusi produsen yang telah memperoleh izin edar.¹³

Dalam konteks pengawasan daring, BPOM membentuk tim cyber yang memantau peredaran produk pangan di platform digital seperti Shopee dan Tokopedia. Seperti diatur dalam Pasal 18 Peraturan BPOM No 14 Tahun 2024, tim ini berwenang untuk melakukan tindakan terhadap produk yang tidak memenuhi standar keamanan. "Jika tim cyber menemukan postingan makanan yang tidak sesuai standar keamanan, pihak cyber akan meminta untuk segera ditakedown,"

¹² A. Aziz-Suqiyah Musyafa, *Tugas dan Wewenang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Rangka Perlindungan Konsumen*, Al-Qanun, Vol.23, No.1 (Juni 2020), p.197.

¹³ R. P. Gegana, A. Aminah dan B. Ispriyarso, *Peran Badan Pengawasan Obat dan Makanan terhadap Pelaku Usaha di Yogyakarta*, Notarius, Vol.14, No.2 (Desember 2021), pp.696-698.

ungkap narasumber dari BPOM. Namun, BPOM mengakui menghadapi kesulitan dalam melakukan pemantauan secara online karena keterbatasan informasi mengenai tempat produksi atau distribusi produk reject.¹⁴

Aspek penting lainnya dalam sistem pengawasan BPOM adalah edukasi dan pemberdayaan masyarakat sebagai bagian integral dari strategi perlindungan konsumen yang berkelanjutan. BPOM aktif menyelenggarakan program Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) baik secara daring melalui berbagai platform media sosial maupun luring melalui kegiatan sosialisasi langsung ke berbagai komunitas masyarakat. Program KIE ini dirancang dengan pendekatan yang komprehensif dan mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat, mulai dari ibu rumah tangga, pelajar, hingga pelaku usaha kecil menengah. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang cara memilih produk yang aman, sikap kritis terhadap produk yang beredar di pasaran, dan perilaku konsumtif yang bijak, serta mendorong masyarakat agar dapat melindungi diri mereka sendiri dari produk obat dan makanan yang berisiko terhadap kesehatan melalui kemampuan identifikasi produk ilegal, pemahaman label dan kemasan, serta pelaporan produk bermasalah.

Terkait penanganan produk yang tidak memenuhi standar, hasil wawancara mengungkapkan bahwa pemusnahan produk yang tidak sesuai standar keamanan dilakukan secara langsung oleh pelaku usaha di bawah pengawasan ketat, sementara BPOM berperan sebagai saksi independen dan bertugas menyusun berita acara pemusnahan untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas proses tersebut. Mekanisme pemusnahan ini dilakukan untuk mencegah produk bermasalah kembali beredar di pasaran dan membahayakan konsumen. Sistem sanksi yang diterapkan BPOM berjenjang dan proporsional, mulai dari pemberian peringatan tertulis, peringatan keras dengan batas waktu perbaikan, penghentian sementara kegiatan produksi atau distribusi, hingga pencabutan izin usaha secara permanen bagi pelanggaran berat atau berulang.

¹⁴ A. Y. Aulia dan A. M. Umami, *Peran BPOM sebagai Penyelenggara Perlindungan Konsumen terhadap Peredaran Produk Makanan dan Obat-obatan yang Diperdagangkan dalam Platform E-Commerce*, Private Law, Vol.4, No.2 (Juni 2024), p.446.

Gradasi sanksi ini memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperbaiki sistem dan proses produksi mereka sebelum mendapat sanksi yang lebih berat. Dalam kasus penghentian sementara, fasilitas produksi akan disegel secara resmi untuk jangka waktu tertentu sesuai tingkat pelanggaran dan baru dapat beroperasi kembali setelah perbaikan komprehensif terhadap ketidaksesuaian telah dilakukan secara tuntas dan diverifikasi melalui inspeksi ulang oleh tim BPOM untuk memastikan standar keamanan telah dipenuhi.¹⁵

Meskipun BPOM telah menerapkan berbagai mekanisme pengawasan yang komprehensif dan sistematis, efektivitas pengawasan terhadap produk snack reject masih menghadapi tantangan signifikan yang memerlukan strategi khusus untuk mengatasinya. Hal ini terutama disebabkan oleh fokus pengawasan BPOM yang lebih diarahkan pada produk berizin yang telah terdaftar dalam sistem regulasi resmi negara. Hasil wawancara dengan pihak BPOM mengungkapkan bahwa institusi ini melakukan pemantauan secara teratur dan terjadwal terhadap produsen yang sudah memiliki izin edar dan beralamat tetap yang terdaftar secara resmi dalam database BPOM, sehingga memudahkan proses inspeksi berkala dan verifikasi kepatuhan terhadap standar yang ditetapkan. Pendekatan yang berfokus pada produk berizin ini, meskipun efektif untuk mengawasi industri formal, justru membuka celah dalam pengawasan terhadap produk reject yang umumnya dipasarkan melalui jalur informal tanpa izin edar resmi, alamat produksi yang tidak jelas, dan identitas pelaku usaha yang sulit dilacak. Kondisi ini menciptakan zona abu-abu dalam sistem pengawasan di mana produk reject dapat beredar bebas di pasaran tanpa kontrol kualitas yang memadai, sehingga menimbulkan risiko keamanan pangan yang tidak terdeteksi oleh sistem pengawasan konvensional.

Kompleksitas perdagangan digital yang terus berkembang pesat dan keterbatasan atas sumber daya institusional juga turut mempersulit upaya pengawasan BPOM di dalam mengontrol peredaran produk pangan secara efektif.

¹⁵ D. N. C. M. Saraswati dan I. G. N. D. Laksana, *Pengawasan BPOM terhadap Produk Makanan yang Tidak Sesuai dengan Standar Izin Edar di Kota Denpasar*, Jurnal Kertha Semaya, Vol.7, No.1 (2019), p.12.

Era digitalisasi telah mengubah lanskap perdagangan dengan munculnya berbagai platform e-commerce dan media sosial yang digunakan untuk transaksi jual beli, menciptakan jaringan distribusi yang sangat luas dan sulit dipantau secara konvensional. Sebagaimana diindikasikan dalam latar belakang penelitian, BPOM menghadapi keterbatasan signifikan dalam hal fasilitas laboratorium untuk pengujian sampel, teknologi sistem informasi untuk pelacakan digital, dan tenaga kerja yang memadai untuk mengawasi peredaran pangan di seluruh wilayah Indonesia yang sangat luas dengan ribuan pulau. Keterbatasan ini menjadi semakin krusial mengingat volume perdagangan online yang terus meningkat eksponensial setiap tahunnya. Situasi ini semakin diperburuk dengan ketiadaan regulasi yang secara khusus dan komprehensif mengatur peredaran produk reject, baik dari segi definisi, standar kualitas, maupun mekanisme pengawasannya, sehingga menciptakan zona abu-abu hukum yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menghindari pengawasan reguler dan beroperasi di luar jangkauan sistem kontrol yang ada.¹⁶

peran kesadaran konsumen sebagai garda terdepan dalam perlindungan diri menjadi semakin penting dan strategis dalam ekosistem keamanan pangan. Program edukasi dan sosialisasi yang dilakukan BPOM memang bertujuan untuk meningkatkan literasi dan kesadaran konsumen tentang bahaya produk tidak berstandar, namun tingginya minat konsumen terhadap produk reject yang terlihat jelas dari ribuan ulasan positif dan rating tinggi di berbagai marketplace menunjukkan bahwa faktor ekonomi berupa harga yang terjangkau masih menjadi pertimbangan utama dan dominan dibandingkan aspek keamanan dan kualitas produk. Fenomena ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara program edukasi yang dilakukan dengan realitas perilaku konsumen di lapangan, di mana tekanan ekonomi seringkali mengalahkan kesadaran akan risiko kesehatan. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pengawasan yang lebih menyeluruh dan inovatif,

¹⁶ Hanisah Febrilian, Imelda Pandiangan dan Sakina Aulia, *Evaluasi Strategi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Melindungi Konsumen dari Produk Kosmetik Ilegal di E-Commerce Jakarta*, Syariah: Jurnal Ilmu Hukum, Vol.2, No.3 (2025), pp.112-123.

yang tidak hanya mengandalkan pendekatan regulatif tradisional tetapi juga melibatkan kolaborasi sinergis yang lebih erat antara BPOM sebagai regulator, platform e-commerce sebagai fasilitator perdagangan, dan konsumen sebagai pengguna akhir untuk mengatasi fenomena peredaran produk snack reject yang semakin masif dan berkembang pesat di era digital ini. Konsumen berperan dalam melaporkan produk bermasalah dan memberikan kritik konstruktif, sementara pelaku usaha wajib menjaga kejujuran dan tanggung jawab sesuai standar yang ditetapkan. Edukasi berkelanjutan dan transparansi informasi menjadi kunci dalam sistem pengawasan yang komprehensif, didukung dengan akuntabilitas platform dalam menindaklanjuti pelanggaran demi mewujudkan perlindungan konsumen yang optimal di era digital.¹⁷

C. PENUTUP

Praktik penjualan produk snack reject pabrik di platform e-commerce Indonesia menunjukkan ketidaksesuaian dengan ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Hasil penelitian mengungkapkan adanya pelanggaran signifikan terhadap Pasal 8 ayat (1) huruf a, e, dan i UUPK, di mana produk snack reject yang dipasarkan umumnya tidak mencantumkan informasi lengkap mengenai komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan potensi risiko kesehatan. Keluhan konsumen yang mencakup penemuan benda asing dalam produk, rasa yang tidak layak, hingga gangguan kesehatan setelah mengonsumsi produk menegaskan adanya risiko keamanan pangan yang serius. Praktik ini juga melanggar hak-hak konsumen yang dijamin dalam Pasal 4 UUPK, khususnya hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan hak untuk merasa aman dalam mengonsumsi produk.

Pengawasan yang dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terhadap peredaran produk snack reject belum berjalan secara maksimal meskipun berbagai mekanisme pengawasan telah diterapkan, seperti sampling dan pengujian produk secara berkala, pengawasan atas sarana produksi dan distribusi,

¹⁷ A. A. Molle, T. Berlianty dan A. Balik, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Shopee Atas Barang yang Tidak Sesuai dengan Deskripsi Produk*, Pattimura Law Study Review, Vol.1, No.1 (Juli 2023), p.14.

serta pembentukan tim cyber untuk memantau peredaran produk pangan di platform digital. Efektivitas pengawasan BPOM terhambat oleh keterbatasan kapasitas dalam menjangkau seluruh area peredaran produk, terutama di pasar informal dan platform digital, terbatasnya sarana pengawasan, serta fokus yang lebih diarahkan pada produk berizin. Kompleksitas perdagangan digital dan keterbatasan sumber daya juga mempersulit pengawasan, ditambah belum adanya regulasi yang secara spesifik mengatur peredaran produk reject, sehingga menciptakan zona abu-abu yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Armia, M. S. 2022. *Penentuan Metode Pendekatan Penelitian Hukum*. (Aceh: Lembaga Kajian Konstitusi Indonesia (LKKI)).
- Marzuki, P. M. 2017. *Penelitian Hukum Edisi Revisi*. (Jakarta: Kencana).
- Moleong. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya).
- Rachmat, dkk. 2023. *Digital Marketing dan E-Commerce*. (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi).
- Soemitro. 1990. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*. (Jakarta: Ghalia Indonesia).

Publikasi

- Apandy, P. A. O. dan Adam, P. *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli*. Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta. Vol.3. No.1 (Juli 2021).
- Aulia, A. Y. dan Umami, A. M. *Peran BPOM sebagai Penyelenggara Perlindungan Konsumen terhadap Peredaran Produk Makanan dan Obat-obatan yang Diperdagangkan dalam Platform E-Commerce*. Private Law. Vol.4. No.2 (Juni 2024).
- Azayaka, A. R. dan Wahyudi, E. *Perlindungan Hukum kepada Konsumen terhadap Produk Skincare Tanpa Izin Edar yang Dijual Secara Online*. Jurnal Hukum, Politik Dan Ilmu Sosial. Vol.2. No.2 (Juni 2023).
- Aziz-Suqiyah Musyafa, A. *Tugas dan Wewenang Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Rangka Perlindungan Konsumen*. Al-Qanun. Vol.23. No.1 (Juni 2020).
- Eniasih, N. L. dan Dantes, K. F. *Implementasi Ketentuan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terkait Penggunaan Klausula Eksonerasi pada Bukti Transaksi Barang di Kota Singaraja*. Jurnal Ilmu Hukum Sui Generis. Vol.5. No.2 (April 2025).
- Gegana, R. P., Aminah, A. dan Ispriyarso, B. *Peran Badan Pengawasan Obat dan Makanan terhadap Pelaku Usaha di Yogyakarta*. Notarius. Vol.14. No.2 (Desember 2024).
- Hanisah Febrilian, Imelda Pandiangan dan Sakina Aulia. *Evaluasi Strategi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Melindungi Konsumen dari Produk Kosmetik Ilegal di E-Commerce Jakarta*. Syariah: Jurnal Ilmu Hukum. Vol.2. No.3 (2025).
- Hernawati Suryatman, T., Engkos Kosim, M. dan Julaeha, S. *Pengendalian Kualitas Produksi Roma Sandwich Menggunakan Metode Statistik Quality Control (SQC) dalam Upaya Menurunkan Reject di Bagian Packing*. Journal Industrial Manufacturing. Vol.5. No.1 (Februari 2020).
- Molle, A. A., Berlianty, T. dan Balik, A. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Shopee Atas Barang yang Tidak Sesuai dengan Deskripsi Produk*. Pattimura Law Study Review. Vol.1. No.1 (Juli 2023).
- Mulya, S., Hastuti, A., Adnandhika, M. F. T., Irlu, S. S., Putri, D. R., Rizki, A. M., Ananda, D. D., Rachmalia, D., & Putri, S. D. *Pendampingan Legalitas Usaha dan Sertifikasi Halal Aneka Keripik di Desa Banjarsari*. Karimah Tauhid. Vol.2. No.5 (2023).

- Pratama, A. F., Suryani, D., Izzudin, F. S., & Adzikirani, A. *Analisis Prediktif Menggunakan Machine Learning untuk Menanggulangi Masalah Reject Produk pada Proses Produksi PT. XYZ*. Journal of Innovation Research and Knowledge. Vol.4. No.5 (Oktober 2024).
- Prayuti, Y. *Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum terhadap Praktik E-Commerce dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia*. Jurnal Interpretasi Hukum. Vol.5. No.1 (Januari 2024).
- Saraswati, D. N. C. M. dan Laksana, I. G. N. D. *Pengawasan BPOM terhadap Produk Makanan yang Tidak Sesuai dengan Standar Izin Edar di Kota Denpasar*. Jurnal Kertha Semaya. Vol.7. No.1 (2019).
- Sastrawan, I. K. A. S. dan Priyanto, I. M. D. *Implementasi Perlindungan Konsumen terhadap Peredaran Snack Kiloan tanpa Tanggal Kedaluwarsa*. Jurnal Kertha Desa. Vol.12. No.12 (2024).
- Tania, A. E., Hermawan, H. dan Izzuddin, A. *Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen*. Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik. Vol.9. No.1 (2022).

Karya Ilmiah

- Pangestu, A. D.. 2024, *Perlindungan Konsumen terhadap Pemberian Label Informasi Nilai Gizi yang Tidak Sesuai*. Disertasi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Sumber Hukum

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 227. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5360.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 180.
- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 14 Tahun 2024 tentang Pengawasan Obat dan Makanan Yang Diedarkan Secara Daring. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 449.