

## Pemenuhan Hak Atas Informasi Konsumen Terhadap Produk Buah yang Mengandung *Genetically Modified Organism* di Yogyakarta

Aldila Surya Orienta<sup>1</sup>

### Abstract

*The research in this study aims to determine the right to consumer information on fruit products containing genetically modified organisms in Yogyakarta. The problems raised are how to fulfill the right to consumer information on fruit products containing genetically modified organisms in Yogyakarta and how are the responsibilities of business actors for fruit products containing genetically modified organisms in Yogyakarta. This study uses an empirical legal research type. Research data were obtained by searching for primary data in the field by conducting interviews with informants and by document/library studies. This analysis was carried out using the provisions of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and by looking at the actual situation in the field. The results of the study indicate that business actors still do not pay attention and there are still consumer rights that have not been fulfilled, one of which is the right to information for consumers. There are still consumers who are harmed by business actors due to the content of genetically modified organisms (GMO) in the fruit products traded and there are still many supermarkets and ordinary fruit shops that trade fruit products without labeling their products. Business actors also refuse to take responsibility for losses suffered by consumers on the grounds that the error came from consumers who did not seek information or ask in advance regarding the products being traded.*

**Keywords:** *Right to Information, Consumer Protection, Responsibility of Business Actors*

### Abstrak

Penelitian pada studi ini bertujuan untuk mengetahui hak atas informasi konsumen terhadap produk buah yang mengandung *genetically modified organism* di Yogyakarta. Permasalahan yang diajukan yakni bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap produk buah yang mengandung *genetically modified organism* di Yogyakarta dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk buah yang mengandung *genetically modified organism* di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian yuridis empiris. Data penelitian diperoleh dengan cara mencari data primer di lapangan dengan cara melakukan wawancara dengan narasumber serta dengan studi dokumen/pustaka. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan dengan melihat keadaan yang sebenarnya di lapangan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha masih belum memperhatikan serta masih terdapat hak-hak konsumen yang belum terpenuhi, salah satunya seperti hak atas informasi terhadap konsumen. Masih terdapat konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha akibat dari adanya kandungan *genetically modified organism* (GMO) pada produk buah yang diperdagangkan dan masih banyak dijumpai supermarket maupun toko buah biasa yang memperdagangkan produk buah tanpa memberikan label pada produknya. Pelaku usaha juga menolak untuk bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen dengan alasan bahwa kesalahan tersebut datang dari konsumen yang tidak mencari informasi atau menanyakan terlebih dahulu terkait produk yang diperdagangkan.

**Kata Kunci:** *Hak atas Informasi, Perlindungan Konsumen, Tanggung Jawab Pelaku Usaha*

## Pendahuluan

Makanan merupakan kebutuhan primer bagi setiap lapisan masyarakat, karena kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang harus atau wajib terpenuhi.<sup>2</sup> Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan menyebutkan bahwa pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama dan pemenuhannya merupakan bagian dari hak asasi manusia yang dijamin dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagai komponen dasar untuk mewujudkan sumber daya manusia yang

---

<sup>1</sup>Aldila Surya Orienta, Mahasiswa Fakultas Hukum, Universitas Islam Indonesia, E-mail: 20410143@students.uii.ac.id

<sup>2</sup>Duwi Anisa Ulmasrurroh "Manajemen Sumber Daya Manusia pada Organisasi Bisnis", *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Bisnis*, Vol.3, No.2, Desember, 2020, hlm.19-35.

berkualitas.<sup>3</sup> Buah merupakan bahan pangan yang mengandung kadar vitamin dan merupakan produk pangan yang cepat rusak, maka perlu adanya rekayasa dari *Genetically Modified Organism* (GMO).

*Genetically Modified Organism* (GMO) merupakan organisme yang telah diubah dengan menggunakan teknik rekayasa genetika.<sup>4</sup> Peredaran produk buah tanpa biji (GMO) di Indonesia sangat luas dan besar dalam penjualannya, tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat di Indonesia juga menggemari produk buah tanpa biji. Dilihat dari banyaknya peminat terhadap buah tersebut lebih tinggi daripada buah yang memiliki biji, dikarenakan buah tanpa biji lebih mudah dikonsumsi tanpa harus mengeluarkan dan membuang bijinya, serta didukung dengan lahan pertanian yang semakin menyempit memaksa ilmuwan menemukan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut.<sup>5</sup> Produk modifikasi genetika hendaknya dilakukan uji coba terlebih dahulu sebelum dikonsumsi oleh manusia, karena dampak yang dapat ditimbulkan oleh modifikasi genetika terhadap kesehatan manusia akan memerlukan waktu yang relatif sangat lama untuk membuktikan apakah sebuah produk modifikasi genetika itu aman.<sup>6</sup>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen) menetapkan bahwa perlindungan konsumen dapat diwujudkan melalui berbagai upaya yang menjamin kepastian hukum bagi konsumen. Pemenuhan hak atas informasi konsumen menurut Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwasannya konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.<sup>7</sup> Selain itu, Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, serta menjelaskan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan sesuai ketentuan yang berlaku. Menurut Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tujuan perlindungan konsumen adalah untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mencakup kepastian hukum dan unsur keterbukaan informasi dan akses informasi, tetapi bagaimana jika kegiatan komersial melanggar tujuan tersebut. Secara teori kedudukan pengusaha dan konsumen adalah sama, namun dalam praktiknya konsumen seringkali dirugikan karena tidak mendapatkan informasi yang jujur tentang produk atau jasa yang diperjualbelikan. Hal ini karena para pedagang ingin menguntungkan diri sendiri dengan cara tidak jujur dalam

---

<sup>3</sup>Dian Lestari Hura, dkk, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Makanan Olahan Mengandung Bahan Berbahaya di Jawa Tengah", *Diponegoro Law Journal*, Vol. 5 No. 4, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2016, hlm. 2.

<sup>4</sup>Yuwono Prianto, Swara Yudhasasmita "Tanaman *Genetically Modified Organism* (GMO) dan Perspektif Hukumnya di Indonesia" Universitas Tarumanegara, Vol.10 No.2, 2017, hlm. 133-142.

<sup>5</sup>*Ibid.*

<sup>6</sup>Ni Putu Agustin "Aspek Keamanan Pangan *Genetically Modified Food* (GMF)" *Jurnal Ilmu Gizi*, Vol.2 No.1, Februari, 2011: hlm. 27-36.

<sup>7</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

memberikan informasi tentang barang atau jasa.<sup>8</sup> Tidak adil bagi konsumen untuk menuduh konsumen kurang peduli dan tidak berhak menuntut ganti rugi.<sup>9</sup>

Pemenuhan hak atas informasi pada konsumen dijelaskan dalam Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa perlindungan konsumen dapat diwujudkan melalui segala upaya yang dapat menjamin adanya kepastian hukum terhadap konsumen. Berdasarkan dari adanya hasil riset, produk makanan *transgenic* ini bisa menjadikan kelambatan pertumbuhan maupun kegagalan reproduksi pada manusia dan bisa membuat seseorang kebal terhadap antibiotik, selain itu terdapat risiko kesehatan, seperti reaksi alergi dan dampak negatif pada tubuh yang berkaitan dengan penggunaan produk rekayasa genetika yang mengandung zat beracun.<sup>10</sup> Beberapa peneliti menyatakan bahwasannya GMO memiliki efek karsinogenik. Media yang digunakan untuk modifikasi yakni menggunakan hewan berupa sapi. Pertumbuhan pada sapi yang dimodifikasi secara genetik (rBGH) memiliki tujuan untuk meningkatkan produksi susu. rBGH menyebabkan peningkatan faktor pertumbuhan yang mirip dengan insulin (IGF-I) dalam susu, dimana IGF-I menyebabkan sel normal dan sel kanker tumbuh. Peningkatan kadar IGF-I dalam darah dapat menyebabkan limfoma, kanker payudara, ovarium dan rahim, prostat, usus besar, paru-paru dan pankreas.

## Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap produk buah yang mengandung *genetically modified organism* di Yogyakarta?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk buah yang mengandung *genetically modified organism* di Yogyakarta?

## Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian yuridis empiris.<sup>11</sup> Objek pada penelitian ini yakni perlindungan konsumen terhadap informasi penjualan produk buah yang mengandung *genetically modified organism* dan tanggung jawab pelaku usaha produk buah dengan kandungan *genetically modified organism*. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris atau sosiologi hukum. Penelitian ini merupakan penelitian empiris, maka metode analisis yang digunakan oleh penulis yakni metode deskriptif kualitatif, dengan dilakukannya analisis data yang tidak bisa dihitung sehingga dilakukan penyesuaian data-data yang didapatkan dari suatu gambaran sistematis yang didasarkan pada teori serta pengertian hukum yang terdapat dalam ilmu hukum untuk mendapatkan kesimpulan yang signifikan dan ilmiah. Pendekatan kualitatif berarti menghubungkan asas hukum dan peraturan lainnya menjadi sistematis, kualitatif,

---

<sup>8</sup>Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Perlindungan Konsumen pada era Perdagangan Bebas*, (Makalah) Dalam Dalam Erman Rajagukguk, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000, hal. 38.

<sup>9</sup>NHT Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, PT Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 14.

<sup>10</sup>Alisha Amare Putridisheva; Siti Naila Nafasya Glen; Shafa Safira Azzahra "Pengaruh Rekayasa Genetika Terhadap Keberlangsungan Hidup Manusia Ditinjau dari Pandangan Agama Islam", *Universitas Pembangunan Jaya Journal*, 2023.

<sup>11</sup>Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Group, Jakarta, 2007, hlm. 35.

dan komprehensif, menggambarkan fakta-fakta yang berlaku dan terkait dengan hukum yang berlaku.<sup>12</sup>

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **A. Perlindungan Konsumen terhadap Pemenuhan Hak atas Informasi Produk Buah yang Mengandung *Genetically Modified Organism* di Yogyakarta**

Konsumen merupakan kata yang berkaitan dengan menggunakan atau memanfaatkan suatu barang dan jasa.<sup>13</sup> Kata konsumen berasal dari bahasa Belanda "*consument*," dan bahasa Inggris "*consumer*" yang memiliki arti pemakai.<sup>14</sup> Berdasarkan penjelasan para pakar permasalahan konsumen dari Belanda, menyatakan bahwa konsumen adalah pemakai terakhir dari produksi benda atau jasa.<sup>15</sup> Pada umumnya konsumen diartikan sebagai pemakai terakhir yang mendapatkan barang dari pengusaha untuk digunakan secara pribadi dan tidak untuk diperjualbelikan kembali.<sup>16</sup> Konsumen juga dapat berarti setiap perorangan maupun kelompok pembeli atau pengguna akhir dari suatu produk atau pelayanan dan kegiatan tanpa memperhatikan latar belakang baik sebagai pedagang, produsen, maupun pemasok.<sup>17</sup> Kemudian menurut beberapa ahli yakni Philip Kotler mengartikan konsumen sebagai setiap individu atau rumah tangga yang membeli dan mendapatkan barang/ jasa untuk dipakai secara pribadi.<sup>18</sup> Wira Suteja berpendapat bahwa konsumen merupakan orang yang menciptakan penilaian terhadap suatu perusahaan, terkait baik buruknya pelayanan yang diberikan.<sup>19</sup>

Menurut *Black's Law Dictionary*,<sup>20</sup> definisi perlindungan konsumen yaitu "*a statute that safeguards consumers in the use goods and services.*" Artinya peraturan yang mengatur tentang perlindungan yang diberikan terhadap konsumen dalam menggunakan barang dan jasa. Pengertian perlindungan konsumen menurut A.Z. Nasution dijelaskan bahwa hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyedia penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.<sup>21</sup> Adapun pada dasarnya dapat dikatakan bahwa perlindungan konsumen tersebut memiliki ruang lingkup yang sangat luas yaitu perlindungan konsumen pengguna barang maupun jasa yang dimulai dari proses

---

<sup>12</sup>*Ibid.*

<sup>13</sup> N.H.T Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Pantai Rei, Jakarta, 2005, hlm. 14.

<sup>14</sup>Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2008, hlm. 22.

<sup>15</sup>Sri Redjeki, *Hukum Ekonomi*, Mansar Maju, Bandung, 2000, hlm. 38.

<sup>16</sup>Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 42.

<sup>17</sup>Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenada Media Group, Bandung, 2018, hlm. 6.

<sup>18</sup>Philip Kotler, *Principles of Marketing*, Prentice-Hall Inc, 1980, New Jersey, hlm. 267-268.

<sup>19</sup>Anis Mashdurohatun, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori dan Praktik)*, UIN Walisongo Semarang, Semarang, 2020, hlm. 31.

<sup>20</sup>Garner, Bryan A, *Black's Law Dictionary*, 8th ed. (St.Paul-Minnesota: West Publishing), hlm. 335.

<sup>21</sup>A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2014), hlm 12.

untuk mendapatkan barang dan jasa hingga kepada akibat-akibat yang ditimbulkan pada saat barang dan/atau jasa digunakan.<sup>22</sup>

Hukum perlindungan konsumen dapat diartikan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhan sebagai konsumen.<sup>23</sup> Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Adapun penjelasannya sebagai berikut:<sup>24</sup>

a. Asas Manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas manfaat ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, pelaku usaha dan konsumen apa yang menjadi haknya. Dengan demikian diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat.<sup>25</sup>

b. Asas Keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas keadilan ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Karena itu, Undang-Undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

c. Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dalam arti materiil dan spiritual. Asas keseimbangan ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya.

d. Asas Keamanan dan Kesehatan Konsumen

---

<sup>22</sup>Rinitami Njatrijani, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Semarang: CV. Tigamedia Pratama, 2018), hlm 9.

<sup>23</sup>Anis Mashdurohaturun, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori Dan Praktik)* UIN Walisongo Semarang, Semarang, 2020, hlm. 27.

<sup>24</sup>Abdul Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Sah Media, Makassar, 2017, hlm. 32.

<sup>25</sup>Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, 2010, hlm. 45.

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas keamanan dan kenyamanan konsumen menghendaki ada jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Asas kepastian hukum ini mengharapkan Undang-Undang perlindungan konsumen yang menyangkut hak dan kewajiban harus dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, Negara bertugas dan menjamin terlaksananya Undang-Undang perlindungan sesuai dengan isinya.<sup>26</sup>

Hak atas informasi dianggap penting karena jika informasi yang penting tidak disampaikan kepada konsumen, maka konsumen akan menanggung akibat dan kerugian dari produk yang dikonsumsi.<sup>27</sup> Sebagai konsumen hendaknya dalam mengkonsumsi produk pangan tentunya juga memperhatikan bahan-bahan yang akan dikonsumsi. Hal yang paling mudah dilakukan yakni dengan membaca informasi terkait produk pangan tersebut apakah produk tersebut mengandung kandungan yang berbahaya atau tidak, dengan begitu konsumen akan merasa aman dan tenang ketika mengkonsumsi. Sebelum produk tersebut dikonsumsi oleh masyarakat, suatu produk memerlukan tanda pengenal yang disebut dengan label. Fungsi dari adanya pelabelan sebagai pemberi informasi mengenai produk yang bersangkutan, antara lain seperti nama produk, berat/isi bersih, bahan yang digunakan, nama dan alamat produsen, tanggal kadaluarsa dan harga.<sup>28</sup>

Keterbukaan informasi atas bahan pangan yang akan diperjualkan kepada konsumen perlu juga diperhatikan, karena menyangkut informasi untuk keamanan konsumen, apakah produk pangan tersebut layak untuk dikonsumsi atau tidak.<sup>29</sup> Produk buah dengan kandungan GMO tanpa label merupakan buah yang tidak memiliki penjelasan tentang bahan yang digunakan. Produk buah yang tidak

---

<sup>26</sup>Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), hlm. 29.

<sup>27</sup>Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, 2019.

<sup>28</sup>Kamila Hetami "Pelabelan Produk yang Mengandung Bahan Rekayasa Genetik sebagai Wujud Asas Keterbukaan Informasi", *Tesis*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2009.

<sup>29</sup>Neng Melly Senisa, Rory Jeff Akyuwen, Agustina Balik "Pelabelan Produk Pangan yang Mengandung Bahan Rekayasa Genetik" Vol.1,No. 2, Desember, 2023: hlm. 415-425.

mencantumkan keterangan terutama pada label informasi sangat banyak ditemui, baik penjualan secara *offline store* maupun *online*.<sup>30</sup>

## **B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Produk Buah yang Mengandung *Genetically Modified Organism* terhadap Konsumen yang Mengalami Kerugian**

Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha merupakan setiap orang atau perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.<sup>31</sup> Penjelasan Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.<sup>32</sup>

Tanggung jawab pelaku usaha merupakan bagian dari kewajiban yang mengikat kegiatan mereka dalam berusaha, yang disebut dengan *Product liability* (tanggung jawab produk). *Product Liability* merupakan suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (*producer, manufacturer*) dari orang atau badan suatu produk (*processor, assembler*) atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut.<sup>33</sup> Tanggung jawab pelaku usaha telah diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperjualkan.<sup>34</sup> Pasal 1367 KUHPerdato jo Pasal 1365 KUHPerdato mengatakan bahwa kewajiban untuk mengganti kerugian orang lain atas suatu tindakan melawan hukum telah dibebankan kepada pelaku sendiri, orang yang bertanggung jawab terhadap barang-barang yang berada di bawah pengawasannya.<sup>35</sup>

Menurut pengertian hukum perdata, tanggung jawab dengan kewajiban itu sangat berbeda. Tanggung jawab lebih ditujukan pada beban moral, sementara itu kewajiban lebih mengarah pada kontraktual.<sup>36</sup> Pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pelaku usaha telah memberikan gambaran bahwa adanya kesadaran dari mereka sangatlah penting, untuk mengelola setiap produk agar tidak merugikan konsumen dan dapat memberikan dampak positif bagi konsumen juga menciptakan kesejahteraan antara para pihak. Kurangnya pengetahuan dari konsumen menyebabkan konsumen berada diposisi yang lemah, maka dari itu peran pemerintah sangatlah penting dan

---

<sup>30</sup>Laurent Fernanda Putri Kawanua Kila “Perlindungan Konsumen atas Pemenuhan Hak Atas Informasi Terhadap Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share in Jar* ditinjau menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2022.

<sup>31</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat 3.

<sup>32</sup>Ahmad Miru and Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali, Jakarta, 2004, hlm. 41.

<sup>33</sup>Abuyazid Bustomi “Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Kerugian Konsumen” Universitas Palembang, *Jurnal Universitas Palembang*, Vol. 2, No.2, Mei 2018, hlm.154-166.

<sup>34</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19.

<sup>35</sup>Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

<sup>36</sup>Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, hlm. 84.

dibutuhkan untuk menyikapi hal tersebut.<sup>37</sup> Menurut Sidharta, secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:<sup>38</sup>

1. tanggung jawab berdasarkan adanya unsur kesalahan (*liability based on fault*),
2. praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*),
3. praduga tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of on liability*),
4. tanggung jawab secara mutlak (*strict liability*), dan
5. pembatasan terhadap tanggung jawab (*limitation of liability*).

Pertanggungjawaban berkaitan erat dengan macam dan jenis ganti rugi yang dapat dikenakan bagi pelaku usaha yang melanggar satu atau lebih ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Kerusakan.<sup>39</sup> Tanggung jawab pelaku usaha timbul karena adanya hubungan antara produsen dengan konsumen tetapi terdapat tanggung jawab masing-masing. Atas dasar keterkaitan yang berbeda maka pelaku usaha melakukan kontak dengan konsumen dengan tujuan tertentu yaitu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi, sedangkan konsumen hubungannya untuk memenuhi tuntutan kebutuhan hidup.<sup>40</sup>

Menurut analisa peneliti, bentuk tanggung jawab yang sesuai dengan fakta tersebut yakni *product liability*. Hal ini dikarenakan konsumen telah mengalami kerugian atas pengonsumsi produk buah dengan kandungan rekayasa genetika yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Minimnya pengetahuan konsumen terhadap produk buah dengan kandungan rekayasa genetika, membuat konsumen merelakan haknya atas kerugian yang dialami dan tidak mengajukan ganti rugi terhadap pelaku usaha. Perihal permasalahan tersebut menjadikan salah satu faktor untuk pelaku usaha agar tetap dapat melakukan berbagai kecurangan kepada konsumen dengan tujuan dapat mempertahankan usaha mereka dan memperoleh keuntungan yang besar.

Berdasarkan dari analisa peneliti, pelaku usaha pada produk buah yang mengandung GMO tidak bertanggung jawab karena tidak memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi produk buah yang diperdagangkan. Hal ini tentu saja membuat konsumen merasa dirugikan karena telah mengonsumsi produk buah yang tidak memenuhi kriteria pada persyaratan perundang-undangan. Konsumen yang telah merasa dirugikan dapat menuntut ganti rugi, sebagaimana telah dijelaskan dalam Pasal 19 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni sebagai berikut:<sup>41</sup>

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

---

<sup>37</sup>Kristiana Montolalu, Jemmy Sondakh, Boby Pinasang "Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen tentang Kesalahan Pengiriman Pesanan Makanan Melalui Aplikasi Gojek" *Lex Administratum*, Vol.XI, No.04, Mei,2023.

<sup>38</sup>Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta, 2000, hlm.58.

<sup>39</sup>Anis Mashdurohatun, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori dan Praktik)*, UIN Walisongo Semarang, Semarang, 2020, hlm. 46..

<sup>40</sup>Rinda Asyuti and Luhinar Windy Astuti, Pengaruh Keamanan Produk, Digital Marketing dan Motivasi terhadap Omset Penjualan, *Serambi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 3, 2021, hlm. 131–142.

<sup>41</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19 ayat (1) (2).

2. Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan Kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Produsen yang melakukan pengedaran pangan dengan kandungan bahan rekayasa genetika, harus lebih dahulu melakukan *risk assessment* yakni dengan memeriksakan keamanan pangan untuk kesehatan manusia.<sup>42</sup> Hal ini telah dijelaskan dalam Pasal 14 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan sebagai berikut:<sup>43</sup>

1. Setiap orang yang memproduksi pangan atau menggunakan bahan baku, bahan tambahan pangan, dan/atau bahan bantu lain dalam kegiatan atau proses produksi pangan yang dihasilkan dari proses rekayasa genetika wajib terlebih dahulu memeriksakan keamanan pangan tersebut sebelum diedarkan.
2. Pemeriksaan keamanan pangan produk rekayasa genetika sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi :
  - a. Informasi genetika, antara lain deskripsi umum pangan produk rekayasa genetika dan deskripsi inang serta penggunaannya sebagai pangan;
  - b. Deskripsi organisme donor;
  - c. Deskripsi modifikasi genetika;
  - d. Karakterisasi modifikasi genetika, dan;
  - e. Informasi keamanan pangan, antara lain kesepadanan substansial, perubahan nilai gizi, alergenitas dan toksisitas.
3. Pemeriksaan keamanan pangan produk rekayasa genetika sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh komisi yang menangani keamanan pangan produk rekayasa genetika.
4. Persyaratan dan tata cara pemeriksaan keamanan pangan produk rekayasa genetika sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ditetapkan oleh komisi yang menangani keamanan pangan produk rekayasa genetika.
5. Kepala badan menetapkan bahan baku, bahan tambahan pangan, dan/atau bahan bantu lain hasil proses rekayasa genetika dinyatakan aman sebagai pangan dengan memperhatikan rekomendasi dari komisi yang menangani keamanan pangan produk rekayasa genetika.

## Penutup

### A. Kesimpulan

1. Perlindungan hukum konsumen terhadap hak atas informasi produk buah yang mengandung *genetically modified organism* (GMO) di Yogyakarta masih lemah dengan masih banyaknya beredar produk buah dengan kandungan *genetically modified*

---

<sup>42</sup>Kamila Hetami “Pelabelan Produk Pangan yang Mengandung Bahan Rekayasa Genetika sebagai Wujud Asas Keterbukaan Informasi” *Tesis*, Kajian Hukum dan Teknologi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2009.

<sup>43</sup>Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan, Pasal 14.

*organism* (GMO), dan lembaga pengawas seperti BPOM dan Dinas Kesehatan DIY cenderung pasif melakukan pengawasan dan pengujian makanan olahan. Pelaku usaha produk buah dengan kandungan *genetically modified organism* di Yogyakarta tidak memberikan informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai produk buah dengan kandungan GMO. Konsumen dirugikan dengan adanya dampak yang ditimbulkan akibat tidak adanya informasi terkait GMO pada produk buah. Dampak yang ditimbulkan konsumen dalam jangka panjang dapat menyebabkan limfoma, kanker payudara, ovarium dan rahim, prostat, usus besar, paru-paru dan pankreas. Berdasarkan dari peristiwa tersebut, pelaku usaha produk buah dengan kandungan *genetically modified organism* di Yogyakarta telah melanggar ketentuan Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Pelaku usaha penjualan produk buah dengan kandungan *genetically modified organism* (GMO) di Yogyakarta tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen dan tidak memberikan informasi kandungan GMO pada produk buah. Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha harus bertanggung jawab dengan memberikan ganti kerugian kepada konsumen akibat produk yang diperdagangkannya. Bentuk tanggung jawab yang tepat yakni bentuk tanggung jawab terbalik atau pembuktian yang dibebankan kepada pelaku usaha, yang mana pelaku usaha harus bertanggung jawab untuk memberikan ganti kerugian dan membuktikan kesalahan yang merugikan konsumen karena beban pembuktian ada pada pelaku usaha. Maka dari itu, pelaku usaha harus memberikan ganti kerugian terhadap efek yang ditimbulkan akibat mengkonsumsi produk buah GMO dan memberikan informasi pada produk buah dengan kandungan GMO.

## B. Rekomendasi

1. Perlindungan hukum mengenai hak atas informasi terhadap konsumen, sebaiknya dapat lebih diperhatikan dan diperkuat dengan pengawasan oleh lembaga BPOM atas peredaran produk buah GMO.
2. Sebaiknya pelaku usaha memberikan pertanggungjawaban kepada konsumen berupa ganti kerugian atas yang diderita oleh konsumen dan memberikan informasi pada produk buah dengan kandungan GMO. Berdasarkan ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan dijelaskan dalam Pasal 35 ayat (1) pada Peraturan Pemerintah Label dan Iklan Pangan bahwa pada label untuk pangan hasil rekayasa genetik wajib dicantumkan tulisan PANGAN REKAYASA GENETIKA.

## Daftar Pustaka

- A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2014)
- Abdul Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Makassar: Sah Media, 2017).
- Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005).
- Abuyazid Bustomi "Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Kerugian Konsumen" Universitas Palembang, *Jurnal Universitas Palembang*, Vol. 2, No.2, Mei 2018.

- Ahmad Miru and Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali, Jakarta, 2004, hlm. 41.
- Alisha Amare Putridisheva; Siti Naila Nafasya Glen; Shafa Safira Azzahra “Pengaruh Rekayasa Genetika terhadap Keberlangsungan Hidup Manusia ditinjau dari Pandangan Agama Islam”, *Universitas Pembangunan Jaya Journal*, 2023.
- Anis Mashdurohatun, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori dan Praktik)*, UIN Walisongo Semarang, Semarang, 2020.
- Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2008.
- Dian Lestari Hura, dkk, “Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Makanan Olahan Mengandung Bahan Berbahaya di Jawa Tengah”, *Diponegoro Law Journal*, Vol. 5 No. 4, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, 2016.
- Duwi Anisa Ulmasruroh “Manajemen Sumber Daya Manusia pada Organisasi Bisnis”, *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Bisnis*, Vol.3, No.2, Desember, 2020.
- Garner, Bryan A, *Black’s Law Dictionary*, 8th ed. (St.Paul-Minnesota: West Publishing).
- Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, 2010.
- Kamila Hetami “Pelabelan Produk yang Mengandung Bahan Rekayasa Genetik sebagai Wujud Asas Keterbukaan Informasi”, *Tesis*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2009.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Laurent Fernanda Putri Kawanua Kila “Perlindungan Konsumen atas Pemenuhan Hak atas Informasi terhadap Penjualan Produk Kosmetik dalam Kemasan *Share in Jar* ditinjau menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2022.
- N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, PT. Panta Rei, Jakarta, 2005.
- Neng Melly Senisa, Rory Jeff Akyuwen, Agustina Balik “Pelabelan Produk Pangan yang Mengandung Bahan Rekayasa Genetik” Vol.1,No. 2, Desember, 2023.
- Ni Putu Agustin “Aspek Keamanan Pangan *Genetically Modified Food (GMF)*” *Jurnal Ilmu Gizi*, Vol.2 No.1, Februari, 2011.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan.
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Group, Jakarta, 2007.
- Philip Kotler, *Principles of Marketing*, Prentice-Hall Inc, 1980, New Jersey.
- Rinda Asytuti and Luhinar Windy Astuti, Pengaruh Keamanan Produk, Digital Marketing dan Motivasi terhadap Omset Penjualan, *Serambi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 3, 2021.
- Rinitami Njatrijani, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Semarang: CV. Tigamedia Pratama, 2018).
- Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenada Media Group, Bandung, 2018.
- Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta, 2000.

Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas*, (Makalah) Hukum Perlindungan Konsumen, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000.

Sri Redjeki, *Hukum Ekonomi*, Mansar Maju, Bandung, 2000.

Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Yuwono Prianto, Swara Yudhasasmita "*Tanaman Genetically Modified Organism (GMO) dan Perspektif Hukumnya di Indonesia*" Universitas Tarumanegara, Vol.10 No.2, 2017.