

PERLINDUNGAN KONSUMEN PANGAN REKAYASA GENETIKA: RASIONALITAS DAN PROSPEK

A'an Efendi
Fakultas Hukum Universitas Jember
email: aan_efendi.fh@unej.ac.id

Dyah Ochterina Susanti
Fakultas Hukum Universitas Jember
email: dyahochtorina.fh@unej.ac.id

Nuzulia Kumala Sari
Fakultas Hukum Universitas Jember
email: 198406172008122003@mail.unej.ac.id

disampaikan 12/12/2021 – di-review 30/01/2022 – diterima 18/12/2022
DOI: 10.25123/vej.v8i2.5401

Abstract

As a general observation we can say that there exists imbalance of power between producers and consumers of genetically engineered food. This paper, using a doctrinal legal approach, examines three issues: 1) the rationality of protecting consumers of genetically engineered food, 2) the rights of consumers of genetically engineered food, and 3) the effectiveness of consumer protection for genetically engineered food. Arguably, the same situation exists between producers and consumers of genetically engineered food. Disparities and power imbalance relating to knowledge, capital – or simply power – determines the answer to those questions above.

Keywords:

consumer protection; genetically engineered food; imbalance of power

Abstrak

Kita dapat cermati hubungan tidak seimbang antara produsen dan konsumen pangan. Persoalan besar adalah apakah ketidakseimbangan ini juga muncul dalam relasi antara produsen dan konsumen pangan hasil rekayasa genetic. Tulisan ini, dengan menggunakan pendekatan hukum doktrinal menelaah tiga persoalan: 1) rasionalitas perlindungan konsumen pangan rekayasa genetika, 2) hak-hak konsumen pangan rekayasa genetika, dan 3) efektivitas perlindungan konsumen pangan rekayasa genetika, Serupa dengan persoalan perlindungan hukum terhadap konsumen untuk barang/jasa apapun disparitas dan ketidakseimbangan kekuasaan, pengetahuan dan modal antara konsumen dengan produsen menentukan jawaban atas tiga persoalan di atas.

Kata kunci:

perlindungan konsumen; pangan rekayasa genetika; hubungan tidak berimbang

Pendahuluan

Setiap dari diri kita adalah konsumen. Tidak ada satu orangpun dapat memenuhi segala kebutuhan hidupnya dari buah kerjanya sendiri. Belum termasuk jumlah kebutuhan yang sangat beragam, untuk kebutuhan pokok saja seperti

sandang (pakaian), pangan, dan papan (tempat tinggal), setiap orang pasti membutuhkan orang lain. Misal, pakaian, dibutuhkan mulai dari petani kapas, pemintal benang, penyedia kain, produsen baju, distributor, penjual eceran, dan sebagainya.

Khusus untuk pangan, konsumen dapat memilih produk pangan alami atau produk pangan rekayasa genetika (PRG) yang tersedia di pasar sesuai seleranya. Namun, produk pangan apapun yang dipilih, konsumen membutuhkan produsen sebagai penyedia produk. Antara konsumen produk pangan (pangan alami maupun rekayasa genetika) dengan produsen produk pangan ada keterjalinan hubungan yang tidak dapat dipisahkan, saling membutuhkan.

Hubungan konsumen PRG dengan produsen PRG adalah hubungan yang khas di mana mereka saling membutuhkan tetapi tidak pada posisi saling berimbang. Pada satu sisi, hubungan mereka hubungan saling membutuhkan dan menguntungkan. Pada keadaan tertentu, misalnya ketiadaan atau keterbatasan produk pangan alamiah, produk PRG dibutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sedangkan produsen PRG membutuhkan konsumen sebagai pasar produknya untuk tujuan akhir mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya, konsumen PRG adalah jantungnya bisnis produsen PRG.¹ Namun demikian, pada satu sisi lain, meskipun saling membutuhkan dan menguntungkan, hubungan konsumen PRG dan produsen PRG adalah hubungan tidak berimbang atau tidak setara. Ketidakseimbangan itu dalam hal kekuatan tawar-menawar, pengetahuan akan informasi tentang produk pangan rekayasa genetika, dan finansial, akses pada otoritas publik serta hukum.

Ketidakberimbangan hubungan konsumen PRG dengan produsen PRG bersifat inheren, artinya dengan sendirinya melekat pada hubungan tersebut, dan hukum perlindungan konsumen (HPK) lahir dalam rangka memperbaiki kesenjangan inheren itu, tersebut.² Kesenjangan inheren pada relasi konsumen

¹ *Kaneez Fatima Sadriwala and Said Eid Younes, Consumer Protection in Digital Age, Pacific Business Review International, Vol. 10, Issue 11, May 2018, hlm. 59.*

² *United Nations Conference on Trade and Development, Manual on Consumer Protection, United Nations, New York, 2012, hlm.2 (United Nations Conference on Trade and Development I).*

PRG dengan Produsen PRG terutama karena ada faktor ketergantungan konsumen akan produk PRG yang tidak akan dapat dibuatnya sendiri dan hanya akan disediakan oleh produsen PRG sehingga posisi konsumen hanya mengambil atau tidak mengambil produk yang tersedia. Hukum yang digunakan untuk melindungi konsumen PRG meliputi hukum pidana, *tort*, kontrak³, dan hukum administrasi yang menetapkan standar dan perizinan untuk produk PRG yang dilepas ke pasar.

Dalam rangka membantu memperbaiki ketidakseimbangan hubungan produsen dan konsumen secara umum dan khususnya produsen dan konsumen PRG, konsep modern hak perlindungan konsumen diartikulasikan dalam pidato penting Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy, pada 15 Maret 1962 dalam “pesan khusus kepada Kongres Amerika Serikat tentang melindungi kepentingan konsumen”, di mana Kennedy menyatakan bahwa:

Konsumen, berdasarkan definisinya, meliputi kita semua. Konsumen adalah kelompok ekonomi terbesar dalam perekonomian, mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hampir setiap keputusan ekonomi publik dan privat. Dua pertiga dari semua pengeluaran dalam perekonomian adalah oleh konsumen. Namun demikian, konsumen adalah satu-satunya kelompok penting dalam perekonomian yang tidak terorganisir secara efektif, yang pandangannya sering tidak didengar atau diabaikan.⁴

Menurut Kennedy, badan legislatif dan pemerintah bertanggung jawab kepada konsumen agar mereka menikmati hak-hak dasarnya yang meliputi:

1. Hak atas keselamatan, yaitu untuk dilindungi dari pemasaran barang-barang yang berbahaya bagi kesehatan atau kehidupan.
2. Hak untuk memperoleh informasi, yaitu untuk dilindungi dari informasi, iklan, pelabelan, atau praktik lain yang menipu, atau sangat menyesatkan, dan untuk diberi fakta yang ia perlukan untuk membuat pilihan berdasarkan informasi.
3. Hak untuk memilih, yaitu hak memperoleh akses ke berbagai produk dan layanan dengan harga yang kompetitif, jaminan kualitas dan pelayanan yang memuaskan dengan harga yang wajar.

³ Peter Cartwright, *Consumer Protection and the Criminal Law: Law, Theory and Policy in the UK*, Cambridge University Press, Cambridge, 2004, hlm.1.

⁴ <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/special-message-the-congress-protecting-the-consumer-interest>, diakses 24 Oktober 2021, Pukul 19.43 WIB.

4. Hak untuk didengar, yaitu hak konsumen agar kepentingannya dipertimbangkan sepenuhnya dan dalam perumusan kebijakan Pemerintah, dan perlakuan yang adil dan cepat dalam proses peradilan.⁵

Pada saat ini, berbekal pengetahuan dan jaminan hak-haknya, konsumen PRG, perilakunya sangat dipengaruhi oleh kualitas dan jaminan keamanan.⁶ Dalam konteks ini, pengetahuan konsumen PRG tentang PRG menjadi sangat penting mengingat pengetahuan tersebut menjadi salah satu elemen terpenting yang mempengaruhi respons konsumen terhadap PRG. Penerimaan konsumen terhadap PRG tergantung pada persepsi konsumen tentang risiko dan manfaatnya, dan mempertimbangkan dampak rasa, nilai gizi, kenyamanan, keamanan, risiko serta dampak lingkungan.⁷

Pengetahuan konsumen PRG tidak dapat dilepaskan dari hak yang dimilikinya sebagai konsumen, khususnya hak untuk memperoleh informasi dari produsen mengenai produknya. Kegagalan produsen PRG memberikan informasi mengenai produknya berimplikasi pada kurangnya pengetahuan konsumen tentang produk, dan dapat berimplikasi pada memilih produk yang membahayakan keselamatannya. Hak konsumen berupa hak atas informasi dan hak atas keselamatan ini menjadi dasar klaim kepada produsen untuk melindungi konsumen atas produk-produk berbahaya, meskipun mungkin tidak disediakannya informasi tentang suatu produk oleh produsen karena beralasan hukum seperti perlindungan hak milik intelektual.

Pada setiap produk pangan terdapat label bahan yang menerangkan pangan tersebut dibuat dari bahan apa saja, misalnya gula, kedelai, minyak sayur, kanola, atau jagung. Namun pada produk PRG, label yang mencantumkan bahan-bahan tidak ada keterangan bahwa bahan tersebut mengandung organisme yang dimodifikasi secara genetik. Akan tetapi, ini tidak berarti bahwa organisme hasil rekayasa genetika tidak ada dalam produk makanan tersebut. organisme hasil

⁵ <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/special-message-the-congress-protecting-the-consumer-interest>, diakses 24 Oktober 2021, Pukul 19.43 WIB.

⁶ *Flavio Boccia and Pasquale Sarnacchiaro, Genetically Modified Foods and Consumer Perspective, Recent Patents on Food, Nutrition & Agriculture, Vol. 7, Issue 1, 2015, hlm. 28.*

⁷ Id.

rekayasa genetika ada di setiap bahan yang tercantum pada label bahan.⁸ Jadi, konsumen tidak memperoleh informasi secara tepat bahwa pangan yang dipilihnya adalah PRG.

Pada sisi lain, pangan PRG telah menjadi bagian hidup kita sehari-hari, dan kemungkinan kita sulit menghindari untuk tidak mengonsumsi PRG seperti buah (pepaya) dan sayuran (kentang), dan gula.⁹ PRG pada saat ini telah menambah daftar menu pangan kita, dan kita sulit menolaknya.¹⁰

Selain ketiadaan informasi yang menerangkan bahwa pangan merupakan PRG, PRG juga sarat risiko terhadap kesehatan dan lingkungan. Pada kesehatan, PRG menyebabkan alergen, resistensi antibiotik, penurunan protein, toksisitas¹¹ dan kanker.¹² Pada lingkungan, PRG karena menggunakan organisme yang dimodifikasi secara genetik dapat menyebabkan kerusakan pada organisme non-target (organisme yang bukan hama), seperti burung, serangga, cacing, lebah, dan ikan, serta risiko lingkungan lainnya, misalnya persistensi gen setelah transgenik dipanen, dan potensi ketidakstabilan gen, hilangnya keanekaragaman hayati, atau peningkatan penggunaan bahan kimia dalam pertanian.¹³ Melihat dampak buruknya, PRG dianggap sebagai Frankenstein, produk tidak akurat dan tidak membantu.¹⁴ Selain itu, ada kesepakatan umum bahwa persoalan dan

⁸ Helie M. Evans, *A New Age of Evolution: Protecting the Consumer's Moral and Legal Right to Know through the Clear and Transparent Labeling of All Genetically Modified Foods*, *Journal of Law and Health*, Vol. 33, Issue 1, 2019, hlm. 1.

⁹ A. S. Bawa and K. R. Anilakumar, *Genetically Modified Foods: Safety, Risks and Public Concerns: a Review*, *Journal Food Sci Technol*, 2013, Vol. 10, No. 6, hlm.1036.

¹⁰ Artemis Dona and Ioannis S. Arvanitoyannis, *Health Risks of Genetically Modified Foods*, *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, Vol. 49, 2009, hlm. 164.

¹¹ Moyo Bongyu, Gloria Billinsley, and Mustafa Younis Emeka Nwagwu, *Genetically Modified Foods and Public Health Debate: Designing Programs to Mitigate Risks*, *Public Administration & Management*, Vol. 13, No. 3, 2009, hlm. 193.

¹² Gulcin Algan Ozkok, *Genetically Modified Foods and the Probable Risk on Human Health*, *International Journal of Nutrition and Food Sciences*, Vol. 4, No. 3, 2015, hlm. 359.

¹³ Massachusetts Medical Society, *Genetically Modified Foods: Benefits and Risk*, Massachusetts Medical Society, Massachusetts 2015, hlm. 5.

¹⁴ Aynsley Kellow, *Risk Assessment and Decision-Making for Genetically Modified Foods*, *Risk: Health, Safety & Environment*, Vol. 13, No. 1, 2002, hlm. 127.

kekhawatiran konsumen mengenai kualitas dan keamanan pangan bersifat universal dan personal.¹⁵

Bertitik anjak dari latar belakang masalah di atas, penelitian ini menetapkan tiga isu yang harus dicari jawabannya, yaitu: (1) apa rasionalitas perlindungan konsumen PRG?; (2) apa fungsi hak konsumen dalam perlindungan konsumen PRG?; dan (3) bagaimana prospek perlindungan konsumen PRG yang efektif?

Untuk menemukan jawaban dari tiga isu tersebut, penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum doktrinal. Penelitian hukum doktrinal melakukan analisis bahan pustaka baik bahan yang memiliki otoritas maupun persuasif (bahan primer) dan bahan yang menganalisis dan menjelaskan bahan yang memiliki otoritas atau persuasif tersebut atau anotasi dalam literatur (bahan sekunder).¹⁶

Penelitian hukum doktrinal melakukan analisis konseptual kritis atas semua peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan untuk menemukan pernyataan hukum yang relevan dengan masalah yang sedang diselidiki.¹⁷ Penelitian hukum doktrinal untuk tujuan menemukan perangkat hukum tertentu dan penerapannya pada kasus tertentu¹⁸ yang dalam penelitian ini perangkat HPK untuk diterapkan pada konsumen PRG.

Untuk menjawab rumusan masalah penelitian, penelitian hukum doktrinal menggunakan sumber hukum meliputi sumber hukum primer dan sumber hukum sekunder. Sumber hukum primer adalah sumber hukum yang memiliki kekuatan mengikat yang dibuat oleh mereka yang memiliki otoritas untuk membuat hukum¹⁹ yang meliputi peraturan perundang-undangan, putusan hakim, dan

¹⁵ *Organization for Economic Co-operation and Development, Genetically Modified Foods: Widening the Debate on Health and Safety*, The OECD Edinburgh Conference on the Scientific and Health Aspects of Genetically Modified Foods, 2000, h. 33.

¹⁶ *Jan Vranken, Exciting Times for Legal Scholarship*, *Recht en Methode in onderzoek en onderwijs* Vol. 2, No. 2, 2012, hlm. 43.

¹⁷ *Terry Hutchinson, The Doctrinal Method: Incorporating Interdisciplinary Methods in Reforming the Law*, *Erasmus Law Review*, No.3, 2015, hlm. 131.

¹⁸ *Ian Dobinson and Francis Johns, Qualitative Legal Research*, dalam Mike McConville and Wing Hong Chui, *Research Methods for Law*, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2007, hlm. 19.

¹⁹ *Enid Campbell, Lee Poh-York, and Joyce Tooher, Legal Research Materials and Methods*, Fourth Edition, LBC Information Services, Sidney, hlm. 2.

keputusan-keputusan organ pemerintahan. Untuk bahan hukum primer, penelitian ini hanya menggunakan peraturan perundang-undangan, yaitu semua peraturan perundang-undangan yang relevan dengan masalah yang diteliti.

Sumber hukum sekunder adalah sumber hukum yang tidak otoritatif, yaitu semua bahan yang isinya menganalisis sumber hukum primer atau prinsip dan konsep hukum.²⁰ Sumber hukum sekunder dalam penelitian ini meliputi semua publikasi tentang hukum yang tidak memiliki kekuatan mengikat seperti buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan karya tugas akhir akademik yang memiliki relevansi dengan masalah dalam penelitian.

Selain bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, penelitian ini juga menggunakan bahan yang bukan bahan hukum. Bahan non hukum dalam penelitian ini meliputi semua publikasi tentang PRG yang titik pengkajiannya bukan dari sudut pandang hukum.

Hasil dan Pembahasan

Rasionalitas Perlindungan Konsumen PRG

Rasionalitas perlindungan konsumen PRG merujuk pada pemikiran rasional yang menjadi dasar kebutuhan akan perlindungan bagi konsumen PRG dalam relasinya dengan produsen PRG. Rasionalitas tidak mengacu pada konsumen PRG di Indonesia tetapi konsumen PRG secara umum atas pertimbangan bahwa problematik hubungan konsumen dan produsen PRG berlaku global. Selain itu, pembahasan rasionalitas juga berlaku untuk konsumen pada umumnya di mana konsumen PRG adalah bagian dari konsumen pada umumnya itu dengan titik anjak permasalahan yang sama terkait hubungan yang tidak berimbang dengan produsen dan persoalan hak individu dan keadilan distributif dalam perlindungan konsumen.

Ide perlindungan konsumen PRG dapat dilacak sejak abad pertengahan, di mana pada era itu telah muncul gagasan untuk melindungi konsumen, meskipun sebagian besar tindakan perlindungan konsumen yang ada saat ini baru dikembangkan selama sekitar 30 tahun terakhir. Pada awalnya, perlindungan

²⁰ *Lauren M. Collins, Susan Silver, Whitney Curtis, Legal Research Using Technological Tools: Librarians' View*, Legal Studies Research Paper Series, Research Paper No. 123, 2015, hlm. 6.

konsumen terutama dirancang untuk mencegah praktik perdagangan yang curang dan untuk melindungi konsumen dari komoditas perdagangan yang membahayakan.²¹

Perlindungan konsumen juga telah ada pada era Romawi. Di bawah hukum Romawi perlindungan hukum konsumen dalam bentuk melindungi pembeli yang mengadakan kontrak, seperti hak untuk mengklaim barang cacat.²²

Sejak kodifikasi hukum yang tercatat paling awal, hukum Raja Hammurabi dari Babel (1795–50 SM), perlindungan konsumen berhubungan dengan keadilan di pasar dengan memastikan bahwa suatu barang aman digunakan dan pengukurannya juga benar.²³ Pada *Code of Hammurabi*, misalnya Pasal 10 menyatakan sebagai berikut:

Jika seorang pedagang memberikan jagung, wol, minyak, atau barang-barang lain kepada agen untuk diangkut, agen harus memberikan tanda terima untuk jumlahnya, dan memberi kompensasi kepada pedagang untuk itu. Kemudian dia akan mendapatkan tanda terima dari pedagang untuk uang yang dia berikan kepada pedagang.²⁴

Pada era modern, konsep perlindungan konsumen pertama kali diperkenalkan oleh John Fitzgerald Kennedy, Presiden Amerika Serikat ke-35 pada tanggal 15 Maret 1962. Kennedy berbicara tentang konsep ini dalam pidato khusus di depan Kongres Amerika Serikat yang menekankan melindungi kepentingan konsumen. Kennedy juga berbicara tentang empat hak dasar konsumen, yaitu hak atas keamanan, hak untuk diinformasikan, hak untuk didengar, dan hak untuk memilih.²⁵

Pembenaran utama campur tangan atas nama konsumen saat ini adalah bahwa sifat pasar modern sedemikian rupa sehingga konsumen tidak dapat lagi

²¹ Mary Keenan, Sarah Riches, and Vida Allen, *Keenan & Riches' Business Law*, Ninth Edition, Pearson Education Limited, Essex, 2009, hlm. 402.

²² <https://www.coi.cz/en/about-ctia/history-of-consumer-rights-protection/>, diakses 30 November 2021, Pukul 5:38 WIB.

²³ John TD Wood, *Consumer Protection: A Case of Successful Regulation*, dalam Peter Drahos (Ed), *Regulatory Theory Foundations and Applications*, Australian University Press, Acton, 2017, hlm. 633.

²⁴ Id.

²⁵ <https://lawtimesjournal.in/the-history-of-consumer-protection/>, diakses 30 November 2021, Pukul 5:32 WIB.

membuat keputusan belanja yang bijaksana. Pada era kini, konsumen memiliki akses yang jauh lebih luas berbagai barang yang lebih kompleks secara teknologi.²⁶ Tetapi, ketersediaan produk melimpah ini tidak diimbangi oleh keterampilan penyedia produk untuk menyediakan produk yang berkualitas baik. Pemasok produk saat ini sering memiliki pengetahuan teknis yang terbatas tentang produk yang mereka jual.²⁷

Penyedia produk pada saat ini menjalankan bisnisnya dengan mendirikan ritel skala besar, misal supermarket dan pengembangan kompleks perbelanjaan yang besar. Pada waktu yang sama, teknik periklanan dan pemasaran juga semakin canggih. Konsumen menikmati daya beli yang besar dan kredit lebih banyak tersedia. Produk-produk mahal dan kompleks dapat dibeli dengan lebih mudah, tetapi waktu belanja konsumen lebih sedikit. Dampak dari perubahan ini meningkatkan kekuatan penyedia produk tetapi mengorbankan konsumen. Sebab itu, tujuan mendasar dari sebagian besar HPK modern adalah untuk memperbaiki keseimbangan kekuatan antara penyedia produk dengan konsumen.²⁸

Ketidakseimbangan kekuasaan konsumen dengan penyedia produk telah lama diungkap Adam Smith. Menurut Smith, konsumsi adalah satu-satunya akhir dan tujuan dari semua produksi, dan kepentingan produsen harus diperhatikan hanya sejauh mungkin diperlukan untuk mempromosikan kepentingan konsumen. Pepatah ini sangat jelas dengan sendirinya sehingga tidak masuk akal untuk mencoba membuktikannya. Tetapi dalam sistem perdagangan, kepentingan konsumen hampir selalu dikorbankan untuk kepentingan produsen, dan tampaknya menganggap produksi, dan bukan konsumsi, sebagai tujuan dan tujuan akhir dari semua industri dan perdagangan.²⁹

Konsumen sebagai tahap akhir dari mata rantai produksi suatu produk harusnya memiliki posisi dominan karena tanpanya suatu produk akan berakhir sia-sia, tetapi kenyataannya, sebaliknya konsumen berada pada posisi yang lemah.

²⁶ Mary Keenan, Sarah Riches, and Vida Allen, supra no. 22.

²⁷ Id.

²⁸ Id, hlm. 403.

²⁹ Adam Smith, *Wealth of Nations*, Cosimo, Inc, New York, 2007, hlm. 877.

Konsumen seperti hanya dalam keadaan menerima atau menolak produk yang disediakan produsen tanpa ada kekuatan tawar yang tidak seimbang.

Hubungan Tidak Berimbang

Perlindungan konsumen merujuk pada rangkaian tindakan yang bertujuan untuk melindungi dan memajukan kesejahteraan dan/atau kepentingan konsumen. Perlindungan konsumen meliputi pendidikan konsumen, mobilisasi dan perwakilan, untuk menjamin bahwa konsumen dapat membuat keputusan yang tepat tentang pilihan mereka dan bahwa produsen dan penjual akan memenuhi janji mereka tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan.³⁰ Tujuan perlindungan konsumen tidak hanya mencakup kepentingan konsumen tetapi juga tanggung jawab produsen dan penjual produk.

Secara garis besar, perlindungan konsumen dimaksudkan untuk memastikan bahwa sisi permintaan dari ekonomi pasar berfungsi secara optimal sehingga sistem pasar dapat bekerja secara efektif. Perlindungan konsumen juga dilengkapi dengan kebijakan persaingan untuk memastikan bahwa sisi penawaran berfungsi secara optimal. Perlindungan konsumen mencakup persoalan-persoalan seperti perdagangan yang adil, informasi, mekanisme ganti rugi dan akses atas barang dan jasa.³¹

Perlindungan konsumen merupakan suatu rangkaian yang meliputi beberapa unsur. Perlindungan konsumen melibatkan peraturan perundang-undangan pokok perlindungan konsumen atau undang-undang khusus perlindungan konsumen, undang-undang, aturan, dan peraturan khusus sektor lainnya yang melindungi kepentingan konsumen di bidang tertentu, struktur kelembagaan untuk menegakkan hukum, dan keberadaan lembaga swadaya masyarakat yang bekerja untuk melindungi kepentingan konsumen.³²

³⁰ The ASEAN Secretariat Community Relations Division, *Handbook on ASEAN Consumer Protection Laws and Regulations*, The ASEAN Secretariat Community Relations Division, Jakarta, 2018, hlm. 3.

³¹ United Nations Conference on Trade and Development I, supra no. 2, hlm. 3

³² The ASEAN Secretariat Community Relations Division, supra no. 31.

Perlindungan konsumen diperlukan dan sangat penting karena konsumen dalam ekonomi pasar modern mana pun sering mengalami asimetri informasi dan ketidakseimbangan kekuatan tawar yang signifikan dibandingkan dengan produsen dan penjual produk dan jasa.³³ Ketidakseimbangan ini intrinsik atau melekat pada hubungan konsumen, produsen, dan penjual produk. Semua orang adalah konsumen maka perlindungan konsumen untuk perlindungan kita semua.³⁴

Perlindungan konsumen dalam hubungannya dengan produsen dan penjual produk mensyaratkan adanya pasar yang kompetitif. Di pasar yang kompetitif, produsen dan penjual harus mendapatkan pasar baru, pelanggan baru dengan memuaskan kebutuhan konsumen melalui peningkatan berbagai pilihan yang tersedia, karena jika konsumen tidak menyukai penawaran dari satu produsen/penjual, mereka mungkin beralih ke produk yang lain. Hal ini karena ketersediaan barang substitusi dengan harga yang dapat diterima di pasar yang kompetitif memungkinkan konsumen untuk mengalihkan pembelian, yang mendorong setiap produsen/penjual untuk mencoba memuaskan preferensi konsumen.³⁵

Namun, produsen/penjual mungkin tidak selalu bertindak secara kompetitif dan sangat sering menggunakan cara yang tidak adil, misalnya menawarkan produk berkualitas rendah dengan harga lebih rendah sambil menyesatkan konsumen untuk percaya bahwa produk yang ditawarkan berkualitas baik. Akibatnya, kepentingan konsumen terpengaruh. Tidak hanya konsumen tidak menerima nilai wajar untuk uang yang mereka belanjakan, kesehatan dan keselamatan mereka juga dapat terancam oleh produk dan layanan yang tidak aman atau cacat.³⁶

Pada kondisi seperti itu pun, konsumen tidak selalu menyadari bahwa ia adalah korban dari kondisi pasar yang dengan sengaja diciptakan tidak adil. Oleh karena itu, perlindungan konsumen tidak mungkin dapat dibebankan kepada

³³ Id.

³⁴ United Nations Conference on Trade and Development I, supra no. 32, hlm. 32.

³⁵ The ASEAN Secretariat Community Relations Division, supra no. 33.

³⁶ Id.

konsumen sendiri mengingat segala keterbatasannya baik sebagai individu maupun dalam relasinya dengan produsen dan penjual produk. Perlindungan konsumen memerlukan campur tangan, baik oleh badan-badan perlindungan konsumen, organisasi konsumen, atau pemangku kepentingan terkait lainnya, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ditetapkan untuk melindungi hak konsumen.³⁷

Ketidakberimbangan Hubungan Konsumen PRG dengan Produsen PRG

Ketidaksetaraan hubungan produsen dan konsumen berlaku untuk hubungan konsumen PRG dengan Produsen PRG. PRG yang melibatkan penggunaan bioteknologi tradisional maupun modern memiliki risiko pada kesehatan konsumen maupun lingkungan, dan bahwa produk pangan yang dipilihnya itu merupakan PRG dengan risikonya hanya akan dapat diketahui konsumen jika produsen memberikan informasi itu pada produknya.

Hanya sekadar untuk mengetahui bahwa suatu produk pangan merupakan PRG, konsumen sangat bergantung pada produsen. Jika produsen menyembunyikan informasi tentang produknya tersebut, maka konsumen kehilangan sumber pengetahuan tentang produk yang dipilihnya. Ini adalah ketidakberimbangan hubungan konsumen PRG dan produsen PRG yang paling dasar.

Pada tahap berikutnya, jika konsumen PRG mengalami kerugian akibat mengkonsumsi PRG dan melakukan tindakan hukum untuk mencari ganti kerugian, ini juga tidak mudah karena kembali pada hubungan konsumen dan produsen yang tidak berimbang. Produsen PRG yang pada umumnya korporasi-korporasi besar memiliki sumber daya keuangan dan dukungan staf yang terlatih sehingga lebih mudah untuk menjangkau akses pada hukum dibandingkan dengan konsumen.

Ketidakberimbangan hubungan antara konsumen dan produsen PRG bersifat inheren, dengan sendirinya melekat pada setiap hubungan mereka.

³⁷ Id.

Ketidakberimbangan hubungan ini menjadi alasan logis dibutuhkannya perlindungan konsumen PRG.

Hak Individu dan Keadilan Distributif

Hak-hak konsumen adalah bagian dari serangkaian hak yang berhak dituntut oleh individu dalam masyarakat modern. Hak-hak konsumen, yang seringkali bersifat aspirasional, telah dituangkan dalam konstitusi pelbagai negara. Selain itu, hak konsumen juga terdapat pada resolusi-resolusi yang dikeluarkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB).

Konstitusi negara-negara yang telah mengadopsi hak-hak konsumen adalah sebagai berikut.

Tabel 1: Konstitusi yang Mengadopsi Hak Konsumen

Konstitusi	Pasal	Hak Konsumen
Portugal	60(1)	Hak atas kualitas barang dan jasa yang dikonsumsi, hak atas pelatihan dan informasi, hak perlindungan kesehatan, keselamatan, dan kepentingan ekonomi konsumen dan hak untuk memperoleh ganti rugi.
Spanyol	51(1)	Otoritas publik wajib menjamin perlindungan konsumen dan harus mengambil langkah-langkah efektif untuk menjaga keselamatan, kesehatan, dan kepentingan ekonomi konsumen. Otoritas publik harus mempromosikan informasi dan pendidikan konsumen, membina organisasi mereka, dan mendengarkan mereka tentang hal-hal yang mempengaruhi anggota mereka.
Lituania	46	Negara melindungi hak-hak konsumen.

Sumber: Delphine Aurelie Laurence Defossez, Consumer law in Constitution: a Big Mistake? The Specific Case of Aviation in Brazil, Vol. 4, No. 2, 2017, h. 68-69.

Resolusi PBB dalam rangka perlindungan konsumen adalah Pedoman PBB untuk Perlindungan Konsumen (*The United Nations Guidelines for Consumer Protection*) diadopsi oleh Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa melalui konsensus dalam resolusi 39/324 tanggal 16 April 1985. Pedoman (*guidelines*) ini lahir dari kampanye panjang oleh asosiasi konsumen di banyak negara, dengan Konsumen Internasional (sebelumnya dikenal sebagai Organisasi Internasional Persatuan Konsumen) telah meminta PBB untuk menyiapkan “kode model untuk perlindungan konsumen” pada kongres dunianya di Sidney pada tahun 1975.³⁸

³⁸ Id, hlm. 10.

Perlindungan konsumen berperan penting pada kesetaraan dan keadilan sosial melalui peningkatan kesetaraan tawar-menawar antara kepentingan konsumen dan produsen dan mengurangi masalah mereka yang sangat rentan di pasar, seperti anak-anak, orang miskin dan buta huruf, dan mereka yang memiliki kebutuhan khusus seperti penyandang disabilitas. Kedudukan tidak setara dalam daya tawar ada di sebagian besar bidang transaksi konsumen, terutama dalam produk yang kompleks seperti transaksi jasa keuangan di mana kontrak bentuk standar adalah norma dan didorong oleh pengembangan perusahaan besar yang terlibat dalam pemasaran massal.³⁹

Keadilan distributif berhubungan dengan kesejahteraan masyarakat di mana diterapkan kebijakan yang bertujuan untuk redistribusi dari yang kaya ke yang miskin dan menjamin akses atas barang dan jasa pokok. Keadilan distributif pada intinya berkisar pada persoalan *equality*.⁴⁰

Perlindungan konsumen berfungsi untuk fokus pada fakta bahwa orang miskin sering menerima barang dan jasa yang lebih rendah dengan persyaratan yang lebih berat daripada mereka yang lebih kaya. Hal ini titik beratnya pada bagaimana orang miskin tidak mendapatkan keuntungan dari kekuatan penghasilan mereka dan bagaimana mereka dipaksa untuk hidup di dunia dengan biaya yang lebih tinggi dan kelangkaan yang lebih besar daripada jumlah mereka. Isu ini adalah tema yang berulang dalam pengkajian perlindungan konsumen.⁴¹

Pada tahun 1968, Komisi Perdagangan Federal Amerika Serikat mendokumentasikan masalah-masalah khusus yang dihadapi keluarga berpenghasilan rendah. Konsumen yang membeli dari pengecer yang terutama melayani orang-orang dengan pendapatan rendah membayar harga yang jauh lebih tinggi daripada yang dibebankan kepada masyarakat lainnya untuk produk yang sama.⁴²

³⁹ United Nations Conference on Trade and Development I, supra no. 35, hlm. 3.

⁴⁰ Julian Lamont and Christi Favor, *Distributive Justice*, <https://plato.stanford.edu/entries/justice-distributive/>, diakses pada 17 November 2021, Pukul 13.47 WIB.

⁴¹ United Nations Conference on Trade and Development I, supra no. 40.

⁴² Id.

Pada 2008, badan perlindungan konsumen Energywatch dari Kerajaan Inggris Raya dan Irlandia Utara menerbitkan sebuah penelitian yang menunjukkan bagaimana pola yang sama seperti di Amerika Serikat dan bertahan selama 40 tahun di negara itu.⁴³ Bahkan lebih penting lagi adalah perbedaan besar dalam harga satuan yang dibayarkan untuk air dan energi oleh penduduk miskin di permukiman kumuh di banyak negara berkembang karena kurangnya akses ke layanan jaringan resmi, yang seringkali disubsidi.⁴⁴

Perlindungan konsumen juga didasarkan pada hak untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan sosial dan ekonomi. Hak meluas tidak hanya untuk keputusan pemerintah, tetapi juga untuk orang-orang dari pusat-pusat kekuasaan lain, seperti perusahaan besar. Keadilan distributif untuk menjamin bahwa semua konsumen tanpa melihat apapun dari mereka, dapat memiliki akses yang sama untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan dan kualitas sesuai dengan apa yang mereka bayar.

Fungsi Hak Konsumen dalam Perlindungan Konsumen PRG

Selain dari hukum nasional, hak konsumen dapat ditelusuri dari instrumen-instrumen yang ada dalam hukum internasional baik yang regional maupun global. Pada wilayah regional, meskipun tidak eksplisit, hak konsumen ditemukan dalam Traktat Roma (*Treaty of Rome*) yang disepakati pada 1957 dan mulai berlaku sejak 1958.⁴⁵

Traktat Roma hanya memuat lima referensi eksplisit ke konsumen.⁴⁶ Pertama, Pasal 39 berisi daftar lima tujuan dari kebijakan pertanian bersama, yang kelima adalah untuk memastikan bahwa pasokan hasil pertanian mencapai konsumen dengan harga yang wajar. Kedua, Pasal 40 mensyaratkan organisasi pertanian tidak melakukan diskriminasi apa pun antara produsen atau konsumen di dalam Komunitas. Ketiga, Pasal 85(3) mewajibkan konsumen menjadi bagian

⁴³ Id

⁴⁴ Id.

⁴⁵ Traktat Roma atau Traktat Masyarakat Ekonomi Eropa, membentuk Masyarakat Ekonomi Eropa, atau yang lebih dikenal sebagai Masyarakat Eropa.

⁴⁶ Stephen Weatherill, *EU Consumer Law and Policy*, Edward Elgar, Cheltenham 2005, hlm. 3.

yang adil dari manfaat yang dihasilkan dari perjanjian antara perusahaan. Keempat, Pasal 86 memberikan daftar perilaku tidak layak oleh perusahaan yang memiliki posisi dominan, termasuk membatasi produksi, pasar, atau pengembangan teknis untuk merugikan konsumen. Kelima, Pasal 92(2)(a) mengidentifikasi bantuan yang diberikan oleh negara-negara anggota yang memiliki karakter sosial dan diberikan kepada konsumen individu sebagai hal yang sesuai dengan hukum pasar.

Hak konsumen mendapatkan perhatian setelah diadopsi hukum lunak (*soft law*) berupa Resolusi Dewan (*the Council Resolution*) 14 April 1975 tentang program awal Masyarakat Ekonomi Eropa untuk kebijakan perlindungan konsumen dan informasi. Resolusi ini merupakan pengukuhan resmi kebijakan perlindungan konsumen dan informasi bagi Masyarakat Eropa. Berdasarkan resolusi ini, konsumen memiliki hak dasar sebagai berikut.

1. Hak atas perlindungan kesehatan dan keselamatan.
2. Hak atas perlindungan kepentingan ekonomi.
3. Hak ganti rugi.
4. hak atas informasi dan pendidikan.
5. Hak representasi (hak untuk didengar).⁴⁷

Pada tingkat global, Pedoman PBB untuk Perlindungan Konsumen menjadi instrumen hukum internasional paling penting dalam bidang perlindungan lingkungan, berkontribusi dalam membangun kepercayaan konsumen dan penyedia produk pasar.⁴⁸ Namun demikian, Pedoman ini seperti namanya hanyalah sebuah pedoman, dengan demikian, tidak mengikat secara hukum. Pedoman dapat diikuti oleh negara-negara tetapi bukan suatu kewajiban. Berdasarkan Pedoman PBB ini, konsumen memiliki hak untuk memperoleh akses atas barang dan jasa yang penting atau pokok, hak perlindungan bagi konsumen yang rentan dan kurang beruntung, hak perlindungan dari risiko bahaya atas keselamatan mereka, dan hak mendapatkan pendidikan konsumen.⁴⁹

⁴⁷ Id, h. 6.

⁴⁸ M. Durovic, *International Consumer Law: What Is It All About?* Journal of Consumer Policy, Vol. 43, 2020, hlm. 129.

⁴⁹ *United Nations Conference on Trade and Development, United Nations Guidelines for Consumer Protection*, United Nations, New York and Geneva, 2016, hlm. 7 (United Nations Conference on Trade and Development II).

Pembedaan jenis hak, diantaranya adalah antara hak positif (*positive right*) dan hak negatif (*negative right*). Hak positif adalah hak seseorang bahwa orang lain akan memberikannya barang atau jasa, sedangkan hak negatif berarti mewajibkan orang lain untuk tidak mencampuri tindakan seseorang.⁵⁰ Hak positif terkait dengan kewajiban pihak lain untuk menyediakan kemanfaatan bagi pemegang hak, sedangkan hak negatif berhubungan dengan kewajiban orang lain untuk menghalangi pemilik hak melaksanakan hak-haknya.⁵¹

Bertitik anjak dari pembagian hak tersebut, hak konsumen juga dapat dibedakan antara hak positif dan hak negatif. Hak konsumen positif adalah hak konsumen untuk menerima dari pihak lain, seperti pemerintah atau pelaku usaha, sedangkan hak negatif adalah hak konsumen untuk secara bebas menggunakan atau menikmati haknya tanpa hambatan oleh pihak lain.

Hak konsumen positif diantaranya hak atas keselamatan, hak informasi, dan hak memperoleh ganti kerugian. Berdasarkan hak konsumen positif tersebut, pihak lain yang terikat, wajib untuk memberikan kepada konsumen produk yang aman untuk digunakan, menyediakan informasi tentang produknya, dan memberikan ganti kerugian jika konsumen dari mengkonsumsi produk yang disediakan mengalami kerugian. Hak konsumen negatif, misalnya hak untuk memilih produk yang diminatinya. Konsumen tidak boleh dihalangi ketika menggunakan haknya ini.

Hak berisi kebebasan untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu, atau hak berarti bahwa orang lain melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu. Menerima seperangkat hak berarti menyetujui distribusi kebebasan dan otoritas (kekuasaan), dan demikian mendukung pandangan tertentu tentang apa yang boleh, harus, dan tidak boleh dilakukan.⁵²

⁵⁰ <https://www.libertarianism.org/media/around-web/negative-rights-vs-positive-rights>, diakses 3 Desember 2021, Pukul 8:31 WIB.

⁵¹ https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-1-4020-9160-5_359, diakses 3 Desember 2021, Pukul 8:35 WIB.

⁵² Leif Wenar, *Rights*, <https://plato.stanford.edu/entries/rights/>, diakses 3 Desember 2021, Pukul 20:40 WIB.

Menurut Joel Feinberg, fungsi hak adalah sebagai klaim yang sah.⁵³ Bagi Hohfeld, semua hak adalah klaim.⁵⁴ Alec D. Walen menyatakan bahwa hak dibangun di sekitar klaim pasien pada agen.⁵⁵ Jadi, fungsi hak adalah untuk klaim atau menuntut. Pemilik hak dapat mengklaim kepada pihak lain yang terikat untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu kepada pemegang hak.

Bahwa fungsi hak untuk klaim sebagaimana dikatakan oleh John Stuart Mill sebagai berikut.

Ketika kita menyebut sesuatu sebagai hak seseorang, yang kita maksudkan adalah bahwa ia memiliki klaim yang sah atas masyarakat untuk melindunginya dalam kepemilikannya, baik oleh kekuatan hukum, atau oleh pendidikan dan opini. Untuk memiliki hak, maka saya membayangkan, untuk memiliki sesuatu yang masyarakat harus membela saya dalam kepemilikan.⁵⁶

Ada dua teori utama untuk menjelaskan fungsi hak, yaitu teori kehendak (*the will theory*) dan teori kepentingan (*the interest theory*). Menurut teori kehendak, pemegang hak berdaulat skala kecil kepada siapa kewajiban harus dilakukan.⁵⁷ Berdasarkan teori kehendak, fungsi hak memberi pemegang hak kendali atas kewajiban orang lain. Hak di dalamnya mengandung kekuasaan untuk membebaskan kewajiban orang lain. Misalnya, pemilik mobil dapat membolehkan orang lain untuk menggunakannya atau tidak sesuai kehendaknya.

Berbeda dengan teori kehendak, teori kepentingan menyatakan bahwa fungsi hak untuk memajukan kepentingan pemegang hak. Seseorang yang menerima janji memiliki hak karena ia memiliki kepentingan dalam pelaksanaan janji atau beberapa kepentingan untuk dapat membentuk hubungan sukarela

⁵³ Joel Feinberg, *The Nature and Value of Rights*, Journal of Value Inquiry, Vol. 4, 1970, hlm. 257.

⁵⁴ Wesley Newcomb Hohfeld, *Fundamental Legal Conceptions as Applied in Judicial Reasoning and Other Legal Essays*, Edited by Walter Wheeler Cook, Yale University, New Haven, 1919, hlm. 36.

⁵⁵ Alec D. Walen, *The Mechanics of Claims and Permissible Killing in War*, Oxford University Press, New York, 2019, hlm. 58.

⁵⁶ John Stuart Mill, *Utilitarianism*, The Floating Press, Auckland, 2009, hlm. 96-97.

⁵⁷ H.L.A. Hart, *Essays on Bentham Jurisprudence and Political Theory* (Oxford: Clarendon Press, 1982), h. 183.

dengan orang lain. Hak, menurut teori kepentingan, baik bagi kepentingan pemegangnya.⁵⁸

Merujuk pada teori kehendak dan teori kepentingan, hak konsumen dapat dilihat dari dua sisi teori itu. Berdasarkan teori kehendak, konsumen memiliki kebebasan untuk menggunakan atau tidak menggunakan haknya terhadap produsen atau penyedia produk. Misalnya, konsumen yang telah dirugikan haknya karena telah mengkonsumsi suatu produk, memiliki kebebasan untuk mengajukan atau tidak mengajukan tuntutan ganti kerugian terhadap produsen atau penyedia produk. Dari sudut pandang teori kepentingan, konsumen adalah orang yang berkepentingan dalam hubungannya dengan kegiatan produsen atau penyedia produk. Konsumen berhak memperoleh janji dari pelaku usaha, misalnya konsumen berhak memperoleh produk yang aman untuk dikonsumsi sebagaimana telah dijanjikan oleh pelaku usaha. Kegagalan pelaku usaha untuk memenuhi janjinya, menjadikan konsumen memiliki kepentingan terhadap produsen atau penyedia produk.

Prospek Perlindungan Konsumen PRG yang Efektif

Perlindungan konsumen adalah gerakan terorganisir dari individu dan lembaga pemerintah untuk meningkatkan hak dan kekuatan konsumen dalam hubungannya dengan penyedia barang atau jasa.⁵⁹ Perlindungan konsumen adalah tindakan melindungi konsumen dari produk atau cara-cara bisnis yang berbahaya.⁶⁰

Pondasi dasar dibutuhkannya perlindungan konsumen adalah kebutuhan konsumen untuk memiliki apa yang mereka inginkan, dengan harga yang wajar, tanpa bahaya atau ketidaknyamanan.⁶¹ Perlindungan konsumen diperlukan karena

⁵⁸ Leif Wenar, *Rights*, <https://plato.stanford.edu/entries/rights/>, diakses 3 Desember 2021, Pukul 22:01 WIB.

⁵⁹ <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095634250>, diakses 3 Desember 2021, Pukul 11:14 WIB.

⁶⁰ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/consumerism>, diakses 3 Desember 2021, Pukul 11:26 WIB.

⁶¹ Theodora Mwenegoha, *The Development of Consumer Protection Laws in Tanzania for Electronic Consumer Contracts*, A Thesis Submitted in Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, Faculty of Law, Bond University, 2015, hlm. 51.

posisi yang lemah dari konsumen terhadap bisnis, situasi yang lebih rumit dengan adanya prinsip dan doktrin seperti *caveat emptor* yang merugikan konsumen.⁶² Tujuan perlindungan konsumen untuk melindungi konsumen dari praktik perdagangan yang tidak adil dan tawar-menawar yang tidak seimbang.⁶³

Prospek perlindungan konsumen PRG yang efektif dilakukan dalam kerangka mata rantai perlindungan konsumen yang saling terkait. Pertama, kebijakan perlindungan konsumen. Apa itu kebijakan? Tidak ada jawaban sederhana untuk pertanyaan ini. Mungkin itu sebabnya sebagian besar mengakui kurang atau tidak memahami tentang kebijakan, padahal kehidupan seseorang setiap harinya bersentuhan dengan kebijakan publik.⁶⁴

Kebijakan adalah pemandu untuk melakukan tindakan atau perbuatan. Kebijakan dapat berupa pedoman, aturan, peraturan, undang-undang, prinsip, atau petunjuk. Kebijakan berisi tentang apa yang harus dilakukan, siapa yang harus melakukannya, bagaimana hal itu harus dilakukan, dan untuk (atau kepada) siapa hal itu harus dilakukan.⁶⁵ Sebab itu, kebijakan harus ada sebelum tahap pelaksanaan. Tanpa ada kebijakan, tidak akan bergerak ke arah dalam proses pelaksanaan. Kebijakan berarti memuat apa yang menjadi tujuan dan sarana apa untuk mencapai tujuan itu.⁶⁶ Sementara itu, pelaksanaan adalah menyelesaikan atau memenuhi kebijakan.⁶⁷ Setiap organisasi apapun membutuhkan kebijakan yang ditulis dengan baik untuk bekerjanya organisasi secara efektif. Kebijakan tidak hanya untuk melindungi organisasi dan organ-organnya dari ketidakpatuhan, tetapi juga untuk menetapkan dan membentuk budaya.⁶⁸

Kebijakan perlindungan konsumen adalah kebijakan publik karena dilakukan oleh organisasi publik (negara). Kebijakan publik adalah apa yang

⁶² Id

⁶³ Id.

⁶⁴ *Sherri Torjman, What is Policy?*, Ottawa, Caledon Institute of Social Policy, September 2005, hlm. 1.

⁶⁵ <http://partcfood.msvu.ca/section4/4.pdf>, diakses 29 November 2021, Pukul 5:23 WIB.

⁶⁶ *Michael Hill and Peter Hupe, Implementing Public Policy: Governance in Theory and in Practice*, SAGE Publications Ltd, London, California, and New Delhi, 2002, hlm. 4.

⁶⁷ Id, h. 3.

⁶⁸ <https://www.powerdms.com/policy-learning-center/what-is-a-policy-vs.-a-procedure>, diakses 29 November 2021, Pukul 5:43 WIB.

dilakukan atau tidak dilakukan oleh pemerintah terhadap masalah yang muncul di hadapan mereka untuk pertimbangan dan tindakan yang mungkin dilakukan.⁶⁹

Kebijakan perlindungan konsumen menetapkan hal-hal sebagai berikut.

1. Apa yang harus dilakukan untuk melindungi konsumen.
2. Siapa (badan) yang harus melaksanakan perlindungan konsumen.
3. Bagaimana perlindungan konsumen dilakukan.
4. Kepada siapa (konsumen) perlindungan dilakukan.

Kedua, menetapkan kebijakan perlindungan konsumen dalam undang-undang perlindungan konsumen. Tujuannya supaya kebijakan itu menjadi norma hukum yang memiliki otoritas atau mengikat untuk dipatuhi dan dilaksanakan. Menurut John TD Wood, HPK yang baik, paling tidak harus berisi komponen-komponen sebagai berikut.

1. Larangan atau pengaturan praktik yang tidak diinginkan atau tidak adil;
2. Preskripsi ketentuan-ketentuan yang akan tersirat ke dalam kontrak yang dibuat dengan konsumen;
3. Penetapan standar barang dan jasa yang akan diberikan kepada konsumen;
4. Pengaturan barang dan jasa berbahaya untuk perlindungan kesehatan dan keselamatan publik;
5. Pembentukan badan-badan untuk menerima pengaduan dari konsumen, untuk menyelidiki pengaduan tersebut dan untuk mengambil tindakan (termasuk, jika perlu, tindakan di pengadilan) untuk memperbaiki pengaduan yang dapat dibenarkan;
6. Pembentukan mekanisme untuk meningkatkan pendidikan konsumen;
7. Perijinan dan pengaturan yang sedang berlangsung tentang jenis orang atau organisasi yang dapat diizinkan untuk memasok jenis barang dan jasa tertentu kepada konsumen.⁷⁰

Ketiga, menjamin kebijakan perlindungan konsumen yang telah diadopsi dalam undang-undang perlindungan konsumen dilaksanakan dan dipatuhi. Dalam studi regulasi, kepatuhan (*compliance*) adalah kumpulan respon perilaku dan sikap yang dibuat oleh individu dan badan-badan terhadap suatu regulasi atau

⁶⁹ <https://www.civiced.org/project-citizen/what-is-public-policy>, diakses 29 November 2021, Pukul 6:21 WIB.

⁷⁰ John TD Wood, supra no. 24, hlm. 643.

peraturan.⁷¹ Undang-undang dapat diimplementasikan untuk mencapai tujuan kebijakan yang telah ditetapkan, sangat tergantung pada kepatuhan ini.

Dalam studi tentang kepatuhan, dapat dibedakan antara pendekatan objektivis dan pendekatan interpretivis.⁷² Pendekatan objektivis mengidentifikasi dan menjelaskan bagaimana, mengapa dan dalam keadaan apa individu dan badan-badan mematuhi peraturan, dan kapan dan mengapa mereka tidak mematuhi. Inti kepatuhan dalam konteks ini adalah perilaku yang patuh pada suatu kewajiban yang ditetapkan dalam peraturan.

Pendekatan interpretivis memahami kepatuhan sebagai proses yang kompleks dan ambigu di mana makna peraturan diubah ketika ditafsirkan, diimplementasikan, dan dinegosiasikan dalam kehidupan sehari-hari oleh mereka yang menjadi sasaran berlakunya peraturan. Di sini, kepatuhan dapat merujuk pada makna dan interpretasi, kebiasaan dan praktik sosial serta interaksi dan komunikasi antara aktor yang berbeda dalam proses implementasi peraturan.

Kepatuhan dapat terjadi karena sukarela maupun paksaan. Kepatuhan karena sukarela di mana seseorang dengan kesadaran dirinya mematuhi suatu peraturan yang berlaku kepadanya. Pelaksanaan kepatuhan karena paksaan terjadi dari proses penegakan hukum. Penegakan hukum adalah tindakan mewujudkan apa yang dimuat dalam peraturan menjadi suatu kenyataan. Penegakan hukum berarti memaksakan isi hukum substantif pada individu.⁷³ Penegakan hukum bekerja dalam kerangka hukum prosedur (hukum acara).⁷⁴

Pada umumnya, undang-undang (undang-undang perlindungan konsumen) membebankan penegak hukum kewajiban untuk menegakkan undang-undang, tetapi tidak berarti harus selalu dalam mewujudkan melaksanakan isi undang-undang sebagaimana adanya. Penegak hukum umumnya memiliki diskresi tentang

⁷¹ *Christine Parker and Vibeke Lehmann Nielsen, Compliance: 14 Questions*, dalam Peter Drahos (Ed), *Regulatory Theory Foundations and Applications*, Australian University Press, Acton, 2017, hlm. 218.

⁷² Id.

⁷³ *Franziska Weber, The Law and Economics of Enforcing European Consumer Law A Comparative Analysis of Package Travel and Misleading Advertising*, Ashgate, Surrey, 2014, hlm. 4.

⁷⁴ Id

tindakan apa, jika ada, yang harus diambil. Keterbatasan sumber daya yang ada pada penegak hukum harus dimanfaatkan secara optimal.

Penegak hukum memiliki pilihan strategi penegakan hukum, yaitu strategi pencegahan (*deterrence strategies*) dan strategi kepatuhan (*compliance strategies*). Strategi pencegahan untuk memastikan bahwa perilaku sesuai dengan dengan hukum dengan mendeteksi adanya pelanggaran, menentukan siapa yang bertanggung jawab atas pelanggaran, dan menghukum pelanggaran untuk mencegah pelanggaran di masa depan, baik oleh mereka yang dihukum atau oleh mereka yang mungkin melakukannya (potensi melanggar) adalah pelanggaran yang tidak dihukum.⁷⁵ Sebaliknya, strategi kepatuhan untuk memastikan bahwa perilaku sesuai dengan hukum dengan cara memastikan kepatuhan atau dengan mengambil tindakan untuk mencegah potensi pelanggaran hukum tanpa keharusan untuk mendeteksi, memproses dan menghukum pelanggaran.⁷⁶

Penegakan hukum dapat berupa penegakan hukum privat dan penegakan hukum publik. Penegakan hukum privat dilakukan oleh individu yang haknya merasa dirugikan oleh pihak lain. Penegakan hukum privat untuk menetapkan suatu kontravensi (perikatan antara para pihak) yang dilakukan melalui proses litigasi maupun pihak privat (non litigasi) yang tujuannya untuk mengganti kerugian atau memulihkan kerusakan oleh suatu pelanggaran hukum.⁷⁷

Penegakan hukum publik dilakukan oleh otoritas berwenang. Misal, dalam hukum administrasi, pejabat pemerintahan yang berwenang mengawasi pelaksanaan izin usaha industri oleh industri pemegang izin tersebut untuk memastikan bahwa syarat izin dipatuhi dan tidak dilanggar. Penegakan hukum termasuk, pembebanan sanksi, misalnya pencabutan izin usaha industri karena terbukti industri pemegang izin melakukan pelanggaran terhadap syarat izin. Penegakan hukum publik lainnya adalah penegakan hukum pidana. Penegakan

⁷⁵ Peter Cartwright, supra no.3, hlm. 214.

⁷⁶ Id.

⁷⁷ Bronwen Morgan and Karen Yeung, *An Introduction to Law and Regulation Text and Materials*, Cambridge University Press, Cambridge, 2007, hlm. 204.

hukum pidana merupakan penegakan hukum oleh pejabat publik dan dimaksudkan untuk mencela dan menghukum mereka yang melanggar hukum pidana.⁷⁸

Keempat, ganti kerugian kepada konsumen yang mengalami kerugian dari suatu produk. Ganti kerugian tujuan pokoknya memulihkan kerugian yang dialami konsumen. Dalam hukum berlaku prinsip “bahwa pelanggaran hak hukum apa pun memberikan hak kepada korban untuk pemulihan yang sepadan”⁷⁹ dan prinsip *ubi jus, ibi remedium*, artinya di mana ada hak, maka di situ juga ada ganti kerugian.⁸⁰ Menurut Geoffrey Samuel, prinsip *ubi jus ibi remedium* berarti “di mana ada hak maka juga ganti kerugian “ atau “di mana ada ganti kerugian maka di situ ada hak”.⁸¹ Dua prinsip ini menjadi dasar pemberian ganti kerugian kepada konsumen.

Mekanisme ganti rugi konsumen harus mudah diakses, independen atau mandiri, dan memberikan ganti rugi yang cepat kepada konsumen yang dirugikan.⁸² Ada beberapa alasan mengapa diperlukan mekanisme yang secara efektif memberikan ganti rugi kepada konsumen yang mengalami kerugian, yaitu:

1. Tuntutan ganti rugi muncul sebagai akibat dari pasokan barang atau jasa yang tidak sesuai atau tidak adil, di mana ada pelanggaran kontrak atau kerugian.
2. Pelanggaran tersebut merupakan perdagangan yang tidak adil yang akan mengurangi kepercayaan konsumen terhadap pedagang individu, pasar dan penegak hukum dan dengan demikian melumpuhkan kegiatan ekonomi.
3. Jika itu merupakan perdagangan melanggar hukum oleh penyedia barang atau jasa, akumulasi keuntungan tidak sah oleh mereka tidak boleh dipertahankan.
4. Kecuali jika posisinya diperbaiki, maka pada nomor 3 merepresentasikan tempat pasar yang tidak adil, tidak merata dan tidak kompetitif.
5. Kerugian yang diderita konsumen biasanya berupa kerugian kecil (nilai) yang dialami individu konsumen dan yang merupakan tantangan bagi individu untuk mendapatkan ganti rugi, tetapi secara kolektif dapat

⁷⁸ Id.

⁷⁹ Scott R. Daniel, *The Spy Who Sued The King: Scaling The Fortress of Executive Immunity for Constitutional Torts in Wilson v. Libby*, *Journal of Gender, Social Policy & The Law*, Vol.16:4, 2008, hlm. 506.

⁸⁰ Id.

⁸¹ Geoffrey Samuel, *Sourcebook on Obligations & Legal Remedies*, Second Edition, Cavendish Publishing Limited, London and Sidney, 2000, hlm. 215.

⁸² United Nations Conference on Trade and Development I, supra no.42.

digabungkan menjadi masalah pasar yang signifikan yang perlu ditangani.⁸³

Namun, penting untuk diperhatikan, tidak setiap sengketa konsumen, penggugat dapat mengajukan klaim ganti kerugian. Sengketa konsumen yang penggugatnya *nongovernmental organization* atau lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang perlindungan lingkungan tidak memiliki akses untuk mengajukan tuntutan ganti kerugian tetapi diberi hak untuk membuat tuntutan, misalnya perintah pengadilan untuk menghentikan produksi produk berbahaya, menarik produk-produk berbahaya yang telah beredar di pasar, memenuhi hak konsumen atas informasi suatu produk, dan lain sebagainya. Tidak diberikannya akses ganti kerugian untuk gugatan yang diajukan *nongovernmental organization* karena mereka memang bukan pihak yang mengalami kerugian tetapi tampil sebagai penggugat untuk mewakili kepentingan konsumen secara umum.

Perubahan UUPK

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) pada beberapa bagian muatannya menyediakan kerangka perlindungan konsumen PRG. Pertama, hak-hak konsumen. Pasal 4 UUPK menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut.

1. Keselamatan atas produk yang dikonsumsi;
2. Memilih dan mendapatkan produk sesuai nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang diperjanjikan;
3. Informasi atas produk;
4. Ditanggapi keluhannya atas produk yang dikonsumsi;
5. Memperoleh advokasi, perlindungan, dan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen secara layak;
6. Memperoleh pendidikan konsumen;
7. Mendapatkan pelayanan yang benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak memperoleh ganti kerugian;
9. Hak lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan selain UUPK 1999.

Kedua, menetapkan kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur pada Pasal 7 UUPK dan tanggung jawab pelaku usaha dalam Pasal 19-Pasal 28 UUPK. Kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha ini dalam rangka melindungi hak-hak

⁸³ Id, hlm. 83.

konsumen. Ketiga, perlindungan konsumen dilakukan dengan mengatur perbuatan-perbuatan yang dilarang untuk dilakukan pelaku usaha sebagaimana terdapat pada Pasal 8-Pasal 17 UUPK. Keempat, pembentukan badan-badan untuk perlindungan konsumen baik badan publik seperti badan perlindungan konsumen nasional dan badan penyelesaian sengketa konsumen maupun organisasi privat, yaitu lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Kelima, penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dengan pelaku usaha baik melalui gugatan di pengadilan maupun penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Keenam, penegakan hukum terhadap pelanggaran UUPK oleh pelaku usaha baik menggunakan instrumen hukum administrasi (pengawasan dan sanksi administratif) maupun hukum pidana (pidanaan terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan pidana dalam UUPK).

UUPK sejak berlaku 20 April 1999, kini telah berusia sekitar 23 tahun. Dari segi usia dan substansi maupun masalah dalam penerapannya, terhadap UUPK sudah layak untuk dilakukan perubahan. Perubahan undang-undang terutama mengubah atau membuat perubahan terhadap undang-undang lainnya. Perubahan dapat mengubah beberapa kata, mengganti seluruh bagian atau mencabut seluruh undang-undang.⁸⁴ Jadi, yang dimaksud perubahan UUPK di sini dapat dilakukan dengan mengubah muatan UUPK, atau membuat undang-undang baru yang mencabut UUPK.

Ada beberapa bagian dari UUPK yang harus diubah atau ditambah materi muatan baru. Pertama, definisi konsumen. Konsumen adalah *raison d'être* dari UUPK, jadi definisinya harus menjadi pusat perhatian. Konsumen harus diberikan pengertian secara tepat. Misal, apakah konsumen hanya meliputi individu atau orang perorangan saja atau termasuk badan hukum. Pengertian konsumen dalam UUPK (Pasal 1) menggunakan kata “orang” yang berarti dapat orang perorangan atau badan hukum, tetapi rumusannya berikutnya “untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain” seakan merujuk pada konsumen orang perorangan saja.

⁸⁴ <https://www.legislation.gov.au/content/whatisit>, diakses 5 Desember 2021, Pukul 13:55 WIB.

Badan-badan hukum yang tidak didirikan untuk kegiatan bisnis, mereka menggunakan barang atau jasa juga untuk kepentingan mereka sendiri atau tidak untuk kebutuhan perdagangan.

Kedua, pelaku usaha harus diberi definisi dalam hubungannya dengan konsumen. Pelaku usaha di sini dapat meliputi produsen (penghasil produk), pemasok atau pihak yang menyediakan (menjual atau menyewakan) produk di masyarakat, perantara antara pemasok dengan konsumen (pihak ketiga yang menawarkan produk atau biasa disebut marketing), pihak yang mengiklankan produk, penyedia suku cadang produk, dan lainnya.

Ketiga, kebijakan perlindungan konsumen. UUPK harus memuat kebijakan perlindungan lingkungan yang pada intinya berisi instrumen atau sarana apa untuk melindungi konsumen, badan atau lembaga mana yang diberikan otoritas melindungi konsumen, bagaimana cara melindungi konsumen, dan siapa konsumen yang harus dilindungi.

Keempat, tujuan perlindungan konsumen. Tujuan perlindungan konsumen harus ditetapkan secara konkrit dan dapat diukur sehingga dapat dievaluasi.

Kelima, transaksi elektronik dan lintas batas negara. Pada era digital seperti sekarang, konsumen dapat lebih banyak melakukan transaksi online dibandingkan transaksi langsung dengan penyedia produk. Transaksi elektronik memudahkan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkannya, misalnya ia dapat membeli produk di manapun produk itu dijual. Jarak kediaman konsumen dengan lokasi penyedia produk tidak lagi menjadi suatu persoalan. Namun, transaksi elektronik juga syarat risiko. Misalnya, persyaratan jual beli yang ada dalam akun penyedia produk tidak dibaca konsumen, juga konsumen tidak melihat langsung produk yang diinginkannya sehingga dapat saja setelah produk diterima tidak sesuai harapannya. Transaksi elektronik juga memudahkan konsumen membeli produk dari luar negeri dengan segala risiko buruknya. Hal ini harus diatur dalam UUPK pada waktu yang akan datang.

Keenam, tanggung jawab produk. Tanggung jawab produk tidak bisa dipisahkan dari perlindungan konsumen mengingat inti hubungan antara konsumen dan produsen atau penyedia produk adalah karena adanya suatu

produk. Tanggung jawab produk merupakan instrumen umum yang digunakan untuk melindungi konsumen. Untuk perbandingan, Malaysia mengatur secara komprehensif tanggung jawab produk dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Malaysia Tahun 1999 pada Bagian X tentang Tanggung Jawab Produk.

Ketujuh, kerja sama internasional. Pada era digital, relasi konsumen dan penyedia produk tidak hanya dalam satu negara tetapi dapat lintas negara. Sebab itu, UUPK perlu mengatur kerja sama antara pemerintah atau antar badan perlindungan konsumen dari satu negara dengan negara lainnya dalam rangka perlindungan konsumen.

Kedelapan, mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dan ganti kerugian yang efektif. Sengketa konsumen merupakan keniscayaan dan sebab itu harus disediakan perangkat hukum untuk menyelesaikannya. Penyelesaian sengketa konsumen dan ganti kerugian harus disediakan secara efektif, misalnya prosedurnya mudah, tidak berbiaya mahal, waktunya tidak lama, putusan mudah dilaksanakan, dan lainnya.

Penutup

Posisi tidak berimbang dalam hubungan antara konsumen dengan produsen PRG menjadi rasionalitas perlindungan konsumen PRG. Produsen PRG berposisi superior dengan aksesnya ke pelbagai sumber daya seperti ekonomi, teknologi, informasi, dan pemegang otoritas publik, sedangkan konsumen PRG pada posisi terbatas secara ekonomi, akses informasi, dan terhadap suatu produk hanya ada pilihan untuk mengambil atau menolaknya. Perlindungan konsumen untuk menjamin bahwa hak-hak konsumen dilaksanakan dan mereka memiliki akses untuk menegakkannya jika hak-hak itu dilanggar.

Hak konsumen dalam perlindungan konsumen PRG berfungsi sebagai dasar klaim kepada siapa yang terikat terhadap hak konsumen tersebut. Tiga hak konsumen PRG yang utama adalah hak atas keselamatan, hak atas informasi, dan hak menuntut ganti kerugian. Tiga hak ini saling terkait satu dengan lainnya. Hak atas keselamatan untuk menjamin bahwa PRG yang tersedia aman untuk dikonsumsi, dan keamanan PRG ini harus diberitahukan oleh produsen karena

merupakan hak konsumen untuk memperoleh informasi tentang produk yang akan dibelinya. Jika ternyata PRG yang telah dikonsumsi konsumen menyebabkan kerugian maka konsumen berhak untuk menuntut dan memperoleh ganti kerugian.

Prospek perlindungan konsumen PRG pada waktu yang akan datang dilakukan dalam kerangka mata rantai perlindungan konsumen. Mata rantai ini meliputi menetapkan kebijakan perlindungan lingkungan, menuangkan kebijakan perlindungan lingkungan dalam undang-undang perlindungan konsumen, memastikan kepatuhan dan penegakan hukum UUPK, dan menyediakan mekanisme yang efektif bagi konsumen untuk memperoleh ganti kerugian.

Daftar Pustaka

Buku:

- Campbell, Enid, York, Lee Poh-, and Tooher, Joyce, Legal Research Materials and Methods, Fourth Edition, Sidney, LBC Information Services, 1996.*
- Cartwright, Peter, Consumer Protection and the Criminal Law: Law, Theory and Policy in the UK, Cambridge University Press, Cambridge, 2004.*
- Dobinson, Ian and Johns, Francis, Qualitative Legal Research, dalam Mike McConville and Wing Hong Chui. Research Methods for Law, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2007.*
- Hart, H.L.A, Essays on Bentham Jurisprudence and Political Theory, Clarendon Press, Oxford, 1982.*
- Hill, Michael and Hupe, Peter, Implementing Public Policy: Governance in Theory and in Practice, SAGE Publications Ltd, London, California, and New Delhi, 2002.*
- Hohfeld, Wesley Newcomb, Fundamental Legal Conceptions as Applied in Judicial Reasoning and Other Legal Essays, edited by Walter Wheeler Cook, Yale University, New Haven, 1919.*
- Keenan, Mary, Riches, Sarah, and Allen, Vida, Keenan & Riches' Business Law, Ninth Edition, Pearson Education Limited, Essex, 2009.*
- Massachusetts Medical Society, Genetically Modified Foods Benefits and Risks, Massachusetts Medical Society, Massachusetts, 2015.*
- Mill, John Stuart, Utilitarianism, The Floating Press, Auckland, 2009.*
- Morgan, Bronwen and Yeung, Karen, An Introduction to Law and Regulation Text and Materials, Cambridge University Press, Cambridge, 2007.*

- Parker, Christine and Nielsen, Vibeke Lehmann, *Compliance: 14 Questions*, dalam Peter Drahos (Ed), *Regulatory Theory Foundations and Applications*, Australian University Press, Acton, 2017.
- Samuel, Geoffrey, *Sourcebook on Obligations & Legal Remedies, Second Edition*, Cavendish Publishing Limited, London and Sidney, 2000.
- Smith, Adam, *Wealth of Nations*, Cosimo, Inc., New York, 2007.
- The ASEAN Secretariat Community Relations Division, *Handbook on ASEAN Consumer Protection Laws and Regulations*, The ASEAN Secretariat Community Relations Division, Jakarta, 2018.
- Torjman, Sherry, *What is Policy?*, Caledon Institute of Social Policy, Ottawa, September 2015.
- United Nations Conference on Trade and Development, *United Nations Guidelines for Consumer Protection*, United Nations, New York and Geneva, 2016.
- United Nations Conference on Trade and Development, *Manual on Consumer Protection*. United Nations, New York, 2017.
- Walen, Alec D, *The Mechanics of Claims and Permissible Killing in War*, Oxford University Press, New York, 2019.
- Weatherill, Stephen, *EU Consumer Law and Policy*, Edward Elgar, Cheltenham, 2005.
- Weber, Franziska, *The Law and Economics of Enforcing European Consumer Law A Comparative Analysis of Package Travel and Misleading Advertising*. Ashgate, Surrey, 2014.
- Wood, John TD, *Consumer Protection: A Case of Successful Regulation*, dalam Peter Drahos (Ed), *Regulatory Theory Foundations and Applications*. Acton: Australian University Press, Acton, 2017.

Disertasi:

- Mwenegoha, Theodora, *The Development of Consumer Protection Laws in Tanzania for Electronic Consumer Contracts*, A Thesis Submitted in Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, Faculty of Law, Bond University, 2015.

Jurnal:

- Bawa, A. S. and Anilakumar, K.R., "Genetically Modified Foods: Safety, Risks and Public Concerns—a Review", *Journal Food Sci Technol*, 10:6, 1035-1046, 2013.
- Boccia, Flavio and Sarnacchiaro, Pasquale, "Genetically Modified Foods and Consumer Perspective, Recent Patents on Food", *Nutrition & Agriculture*, 7:1, 28-34: 2015.
- Bongyu, Moye, Billinsley, Gloria, and Nwagqu, Mustafa Younis Emeka, "Genetically Modified Foods and Public Health Debate: Designing Programs to Mitigate Risks", *Public Administration & Management*, 13:3, 191-217, 2009.
- Collins, Lauren M., Silver, Susan, Curtis, Whitney, *Legal Research Using Technological Tools: Librarians' View*, *Legal Studies Research Paper Series, Research Paper*, 123, 1-29, 2015.
- Daniel, Scott R., "The Spy Who Sued The King: Scaling The Fortress of Executive Immunity for Constitutional Torts in *Wilson v. Libby*", *Journal of Gender, Social Policy & The Law*", 16:4, 503-526, 2008.

- Defossez, Delphine Aurelie Laurence, "Consumer Law in Constitution: a Big Mistake? The Specific Case of Aviation in Brazil", *Curitiba*, 4:2, 61-83, 2017.
- Dona, Artemis and Arvanitoyannis, Ioannis S., "Health Risks of Genetically Modified Foods", *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 49, 164-175, 2009.
- Durovic, M, "International Consumer Law: What Is It All About?", *Journal of Consumer Policy*, 43, 125-143, 2020.
- Evans, Helie M., "A New Age of Evolution: Protecting the Consumer's Moral and Legal Right to Know through the Clear and Transparent Labeling of All Genetically Modified Foods", *Journal of Law and Health*, 33:1, 1-29, 2019.
- Feinberg, Joel, "The Nature and Value of Rights", *Journal of Value Inquiry*, 4, 245-257, 1970.
- Hutchinson, Terry, "The Doctrinal Method: Incorporating Interdisciplinary Methods in Reforming the Law", *Erasmus Law Review*, 3, 130-138, 2015.
- Kellow, Aynsley, "Risk Assessment and Decision-Making for Genetically Modified Foods", *Risk: Health, Safety & Environment*, 13:1, 115-135, 2002.
- Organization for Economic Co-operation and Development, "Genetically Modified Foods: Widening the Debate on Health and Safety", *The OECD Edinburgh Conference on the Scientific and Health Aspects of Genetically Modified Foods*, 3-46, 2000.
- Ozkok, Gulcin Algan, "Genetically Modified Foods and the Probable Risk on Human Health", *International Journal of Nutrition and Food Sciences*, 4:3, 356-363, 2015.
- Sadriwala, Kaneez Fatima and Younes, Said Eid, "Consumer Protection in Digital Age", *Pacific Business Review International*, 10:1, 59-65: 2008.
- Vranken, Jan, "Exciting Times for Legal Scholarship", *Recht en Methode in onderzoek en onderwijs*, 2: 2, 42-62, 2012.

Internet:

- Lamont, Julian and Favor, Christi, *Distributive Justice*, <https://plato.stanford.edu/entries/justice-distributive/>, diakses pada 17 November 2021, Pukul 13.47 WIB.
- Wenar, Leif, *Rights*, <https://plato.stanford.edu/entries/rights/>, diakses 3 Desember 2021, Pukul 20:40 WIB.
- <https://www.coi.cz/en/about-ctia/history-of-consumer-rights-protection/>, diakses 30 November 2021, Pukul 5:38 WIB.
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/consumerism>, diakses 3 Desember 2021, Pukul 11:26 WIB.
- <https://lawtimesjournal.in/the-history-of-consumer-protection/>, diakses 30 November 2021, Pukul 5:32 WIB.
- <https://www.libertarianism.org/media/around-web/negative-rights-vs-positive-rights>, diakses 3 Desember 2021, Pukul 8:31 WIB.
- <https://www.legislation.gov.au/content/whatisit>, diakses 5 Desember 2021, Pukul 13:55 WIB.
- https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007%2F978-1-4020-9160-5_359, diakses 3 Desember 2021, Pukul 8:35 WIB.

<https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095634250>, diakses 3 Desember 2021, Pukul 11:14 WIB.

<https://www.presidency.ucsb.edu/documents/special-message-the-congress-protecting-the-consumer-interest>, diakses 24 Oktober 2021, Pukul 19.43 WIB.

Peraturan Perundang-undangan:

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821).