



PERLINDUNGAN KONSUMEN YANG DIRUGIKAN OLEH PELAKU USAHA BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Mohd. Yusuf D.M.¹, Dedy Siswanto², Alam Karta³

^{1,2,3}Program Pascasarjana Magister Ilmu Hukum, Universitas Lancang Kuning, Indonesia
yusufdm@gmail.com, dedysiswanto@gmail.com, alamkarta@gmail.com



ABSTRACT

This law on consumer protection has indeed been issued but in the process of implementation or application of the law itself it has not been maximized or in other words the existing regulations in the law are not in accordance with reality. In several cases, violations were found which were detrimental to consumers, which of course were related to the responsibility of producers (business actors) at levels that were considered to endanger the health and even the lives of consumers. The condition of consumers who suffer a lot of losses requires increased efforts to protect them, so that their rights can be upheld. But on the other hand, this protection must also protect the existence of producers who are very essential in the country's economy. Therefore, we need legislation that can protect both parties. This consumer protection issue will never run out and will always be the subject of discussion in society. As long as there are still many consumers who are harmed, the problem will never be resolved. Therefore, it is necessary to pay attention to the issue of consumer protection. The formulation of the problem in this study is the protection of consumers who are harmed by business actors based on Law No. 8 of 1999 concerning consumer protection. The method used is normative legal research. Based on the results of the study it is known that consumer protection is harmed by business actors based on Law Number 8 of 1999 concerning consumer protection that consumers are all users of goods and/or services available in society, both for their own interests, family, other people, and other living things and not for trade.

Keywords: *Consumer Protection, Business Actors, Consumers*

✉ Alamat korespondensi:

Program Pascasarjana Magister Ilmu Hukum, Universitas Lancang Kuning, Indonesia
E-mail: yusufdm@gmail.com

PENDAHULUAN

Undang undang tentang perlindungan konsumen ini memang telah di terbitkan namun dalam proses pelaksanaan atau aplikasi dari undang undang itu sendiri belum maksimal atau dengan kata lain peraturan yang ada dalam undang undang tidak sesuai dengan kenyataan. Dalam beberapa kasus banyak ditemukan pelanggaran-pelanggaran yang merugikan para konsumen yang tentunya berkaitan dengan tanggung jawab produsen (pelaku usaha) dalam tingkatan yang dianggap membahayakan kesehatan bahkan jiwa dari para konsumen.¹

Kondisi konsumen yang banyak dirugikan memerlukan peningkatan upaya untuk melindunginya, sehingga hak-haknya dapat ditegakkan. Namun di sisi lain, perlindungan tersebut harus juga melindungi eksistensi produsen yang sangat esensial dalam perekonomian negara. Oleh karena itu, diperlukan perundang-undangan yang dapat melindungi kedua belah pihak.

Permasalahan perlindungan konsumen ini tidak akan pernah habis dan akan selalu menjadi bahan perbincangan di masyarakat. Selama masih banyak konsumen yang dirugikan, masalahnya tidak akan pernah tuntas. Oleh karena itu, masalah perlindungan konsumen perlu diperhatikan.

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen di tanah air, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran barang secara langsung.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang akan dilakukan penulis bersifat normatif, yaitu penelitian yang berdasarkan pada kaidah hukum yang berlaku, dalam hal ini penelitian dilakukan terhadap dalam Perlindungan Konsumen Yang Dirugikan Oleh Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Peter Mahmud Marzuki merumuskan penelitian hukum sebagai suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.² Dalam Penelitian hukum normatif menggunakan juga prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan hukum dari sisi normatifnya. Logika keilmuan yang dalam penelitian hukum normatif dibangun berdasarkan disiplin ilmiah dan cara-cara kerja ilmu hukum normatif, yaitu ilmu hukum yang objeknya hukum itu sendiri.³

Selanjutnya dijelaskan pula pendekatan penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian adalah

- a. Pendekatan Peraturan Perundang-undangan (*Statute Approach*) adalah pendekatan yang digunakan untuk menelaah seluruh peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan atau isu hukum yang dihadapi. Pendekatan yang digunakan untuk mengkaji dan menganalisis undang-undang/peraturan yang terkait dengan permasalahan penelitian, yaitu:
 - 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
 - 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- b. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*) adalah pendekatan yang digunakan yang berangkat dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.

¹ N.H.T Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, (Bogor: Panta Rei, 2004), hlm 6

² Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan II, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm 29

³ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia, 2001), hlm. 57.

- c. Pendekatan Kasus (*Case Approach*) adalah pendekatan yang digunakan untuk menelaah kasus-kasus yang berkaitan dengan isu hukum yang dihadapi. Kasus-kasus yang ditelaah merupakan kasus dari putusan pengadilan berkekuatan hukum tetap terkait dengan permasalahan penelitian.⁴

Sumber data yang digunakan dalam penelitian hukum normatif ini adalah data sekunder yang dibedakan menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu:

- a. Bahan Hukum Primer, yakni bahan-bahan ilmu hukum yang berhubungan erat dengan permasalahan yang diteliti
- b. Bahan Hukum Sekunder, yakni bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan atau membahas lebih hal-hal yang telah diteliti pada bahan-bahan hukum primer yaitu:
 - 1) Buku mengenai Undang-undang Dasar, pendapat-pendapat yang relevan dengan masalah yang diteliti serta data tertulis yang terkait dengan penelitian.
 - 2) Berbagai makalah, jurnal, surat kabar, majalah, dokumen dan data-data dari internet yang berkaitan dengan penelitian.

Bahan Hukum Tertier, yakni bahan-bahan yang memberikan penjelasan terhadap bahan-bahan hukum Primer dan Sekunder, yakni Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Hukum, dan berbagai kamus lain yang relevan. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian hukum normatif hanya digunakan teknik studi documenter/studi kepustakaan, yaitu dengan metode melakukan pengumpulan data-data literature yang terdapat pada kajian kepustakaan yang nantinya akan dikorelasikan dengan permasalahan yang akan diteliti. Dan juga wawancara secara nonstruktur yang berfungsi sebagai penunjang bukan sebagai alat untuk mendapatkan data primer.

Data yang dikumpulkan dari bahan hukum primer, sekunder, dan tertier selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif. Teknik analisis ini tidak menggunakan angka-angka atau statistik, namun lebih kepada penjelasan dalam bentuk kalimat yang dipaparkan secara lugas. Data yang telah dianalisis dan dideskriptifkan selanjutnya disimpulkan dengan metode induktif, yakni menyimpulkan dari pernyataan yang bersifat khusus ke dalam pernyataan yang bersifat umum.

Penarikan kesimpulan menggunakan logika berpikir deduktif, yaitu penalaran (hukum) yang berlaku umum pada kasus individual dan konkrit (persoalan hukum faktual yang konkrit) yang dihadapi. Proses yang terjadi dalam deduksi adalah konkritisasi (hukum), karena temuan-temuan hukum berupa nilai-nilai, asas-asas, konsep-konsep, dan norma-norma hukum yang dirumuskan secara umum dalam aturan-aturan hukum positif, kemudian dikonkritisasi (dijabarkan) dan diterapkan guna penyelesaian persoalan hukum konkrit yang dihadapi, sehingga diperoleh kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan hukum yang diajukan sebelumnya. Dimana dalam mendapatkan suatu kesimpulan dimulai dengan melihat faktor-faktor yang nyata dan diakhiri dengan penarikan suatu kesimpulan yang juga merupakan fakta dimana kedua fakta tersebut dijembatani oleh teori-teori.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Perlindungan Konsumen Yang Dirugikan Oleh Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dengan demikian dapat diartikan bahwa perlindungan konsumen mengandung aspek perlindungan hukum. Adapun materi yang mendapat perlindungan bukan hanya fisik investor selaku konsumen produk dan jasa

⁴ Pedoman Penulisan Tesis Program Magister Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Lancang Kuning Tahun 2019, hlm. 16.

investasi, melainkan juga pada hak-haknya yang bersifat abstrak. Hak-hak konsumen ini merupakan suatu bentuk cerminan kepentingan-kepentingan konsumen yang harus dilindungi dan dipenuhi dengan baik oleh para pelaku usaha.

Dengan kata lain, perlindungan konsumen itu sendiri sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum kepada konsumen sekaligus haknya. Perlindungan konsumen meliputi perlindungan yang berawal dari kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut.

Pengertian Konsumen menurut Philip Kotler dalam bukunya *Prinsiples Of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi.⁵ Sedangkan pengertian Konsumen Menurut pengertian Pasal 1 angka 2 UU PK, "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan."

Jadi, Konsumen ialah orang yang memakai barang atau jasa guna untuk memenuhi keperluan dan kebutuhannya. Dalam ilmu ekonomi dapat dikelompokkan pada golongan besar suatu rumah tangga yaitu golongan Rumah Tangga Konsumsi (RTK), dan golongan Rumah Tangga Produksi (RTP). Sedangkan menurut Undang-undang No. 8 tahun 1999, yang dimaksud Perlindungan konsumen yaitu Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Di Indonesia, dasar hukum yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan adalah:

1. Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), pasal 21 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33.
2. Undang Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 No. 42 Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821.
3. Undang Undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Usaha Tidak Sehat.
4. Undang Undang No. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
5. Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
6. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 Tentang Penangan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota.
7. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795 /DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Sesuai tertuang dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Hak-hak Konsumen adalah:⁶

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

⁵ Philip Kotler, *Principles of Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 166.

⁶ Junaidi Abdullah, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, (Nora Media Enterprise, Kudus, 2010), hlm.129

5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sesuai dengan Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, Kewajiban Konsumen adalah:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Seperti halnya konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban. Hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 UUPK adalah:

1. Hak menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adapun kewajiban produsen:

1. Beritikad baik dalam kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan, penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu dan/atau jasa yang berlaku
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan
6. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian bila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁷

Secara historis mengenai hak-hak dasar konsumen pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy "Presiden yang pertama kali mengangkat martabat konsumen" saat menyampaikan pidato revolusioner di depan kongres (*US Congress*) pada tanggal 15 Maret 1962 tentang hak konsumen, yang diberi judul *A Special*

⁷ *Ibid*

Massage of Protection the Consumer Interest. Dalam masyarakat internasional lebih dikenal dengan "*Declaration of Consumer Right*".

Presiden John F. Kennedy menyebut empat hak dasar konsumen atau *the four consumer basic rights*, yaitu; (1). *the right to safety* (hak atas keamanan); (2). *the right to choose* (hak untuk memilih); (3). *the right to be informed* (hak mendapatkan informasi); (4). *the right to be heard* (hak untuk didengar pendapatnya).

Kemudian muncul beberapa hak konsumen selain itu, yaitu hak ganti rugi, hak pendidikan konsumen, hak atas pemenuhan kebutuhan dasar dan hak atas lingkungan yang sehat. Selanjutnya, keempat hak tersebut merupakan bagian dari Deklarasi Hak-hak Asasi Manusia yang dicanangkan PBB pada tanggal 10 Desember 1948, masing-masing pada pasal 3, 8, 19, 21 dan pasal 26, yang oleh Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union- IOCU*) ditambahkan empat hak dasar konsumen lainnya, hak untuk memperoleh kebutuhan hidup, hak untuk memperoleh ganti rugi, hak untuk memperoleh pendidikan konsumen, hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.⁸

Masyarakat Ekonomin Eropa (*Europese Economische Gemeenschap* atau *EEG*) juga menyepakati lima hak dasar konsumen, yaitu; hak perlindungan kesehatan dan keamanan (*recht op bescherming van zijn gezondheid en veiligheid*), hak perlindungan kepentingan ekonomi (*recht op bescherming van zijn economische belangen*), hak mendapat ganti rugi (*recht op schadevergoeding*), hak atas penerangan (*recht op voorlichting en vorming*), hak untuk didengar (*recht om te worden gehoord*).

Dua dekade kemudian setelah Kennedy menyampaikan pidato, pada tanggal 15 Maret 1983, maka Hari Hak Konsumen dirayakan untuk pertama kali, dan setelah perjalanan panjang gerakan konsumen sejak pidatonya, hak konsumen akhirnya diterima secara prinsip oleh pemerintah seluruh dunia dalam Sidang Majelis Umum PBB (*UN General Assembly*) tanggal 9 April 1985. Pengakuan hak konsumen dilakukan melalui adopsi *UN guidelines for Consumers Protection*. Lobi yang konsisten oleh kelompok konsumen berdasarkan guidelines tersebut merupakan kesinambungan untuk meningkatkan dan memperkuat perlindungan hukum bagi kelanjutan gerakan konsumen di dunia; baik di negara berkembang maupun di negara maju. Usai Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy sesudah itu, L.B. Johnson, menambahkan perlu dikembangkan konsep *product warranty and product liability*.

Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka produk yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas produk yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen. Dengan semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi juga tetap harus menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan produk maupun jasa yang diperolehnya dipasar.

Untuk itu diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Maka pada tanggal 20 April 1999 dibentuk Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen; yang terdiri dari 15 Bab dan 65 Pasal.

Esensi dari diundangkannya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ini adalah untuk mengatur perilaku pelaku usaha dengan tujuan agar konsumen dapat terlindung secara hukum. Hal ini berarti bahwa upaya untuk melindungi

⁸ Gunawan Wijaya dan A Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2001), hlm 27

kepentingan konsumen yang dilakukan melalui perangkat hukum diharapkan mampu menciptakan norma hukum perlindungan konsumen. Pada sisi lain diharapkan dapat menumbuhkan kembangkan sikap usaha yang bertanggung jawab, serta meningkatkan harkat dan martabat konsumen. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam upaya memberikan perlindungan kepada konsumen menetapkan enam pokok materi yang menjadi muatan UU yaitu mengenai larangan-larangan, tanggungjawab produsen, tanggung gugat produk, perjanjian atau klausula baku, penyelesaian sengketa dan tentang ketentuan pidana.⁹

Dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 1 butir (2) dijelaskan bahwa konsumen adalah ;

“Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Subyek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Sesuai bunyi penjelasan Pasal 1 butir (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 kata pemakai menekankan konsumen adalah *konsumen akhir (ultimade consumer)*. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam penjelasannya mengenai konsumen menegaskan bahwa didalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam Undang-Undang ini adalah konsumen akhir. Hal ini pun diperkuat oleh pendapat Nasution yang mengatakan bahwa ;

“Konsumen akhir yaitu setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadi, keluarga atau rumah tangganya, dan tidak untuk keperluan komersil.”¹⁰

Adapun menurut Shidarta istilah *pemakai* sebagaimana yang dijelaskan oleh Pasal 1 butir (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah menekankan bahwa, konsumen adalah *konsumen akhir (ultimate consumer)*.¹¹ Istilah *pemakai* dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil transaksi jual beli. Artinya sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak harus kontraktual (*the privity of contract*). Berdasarkan dari definisi konsumen dan penjelasan tentang konsumen akhir, maka secara garis besar ada beberapa poin utama yang dapat dirangkum mengenai konsumen, yaitu ;

Pertama, konsumen adalah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain. *Kedua*, barang dan/jasa diperoleh melalui mekanisme pemberian prestasi dengan cara membayar uang, namun dapat juga barang dan/atau jasa diperoleh tidak melalui mekanisme pemberian prestasi dengan cara membayar uang. Mekanisme seperti ini dikenal dengan istilah *the privity of contract*. Sebagai contoh seseorang memperoleh parcel pada hari lebaran, isi paketnya adalah makanan dan minuman kaleng yang dibeli oleh si pengirim dari pasar swalayan, namun konsumen akhir dari makanan dan minuman itu adalah si penerima parcel dengan tanpa harus

⁹ Nurmandjito, *Kesiapan Perangkat Perundang-undangan Tentang Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm 31

¹⁰ A.Z Nasution, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm 73

¹¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hlm 18

mengeluarkan sejumlah uang. *Ketiga*, barang dan/atau jasa yang telah diperoleh tidak untuk diperdagangkan kembali.

Sengketa tidak lepas dari suatu konflik. Dimana ada sengketa pasti disitu ada konflik. Begitu banyak konflik dalam kehidupan sehari-hari. Entah konflik kecil ringan bahkan konflik yang besar dan berat. Hal ini dialami oleh semua kalangan. Karena hidup ini tidak lepas dari permasalahan.

Sengketa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pertentangan atau konflik, Konflik berarti adanya oposisi atau pertentangan antara orang-orang, kelompok-kelompok, atau organisasi-organisasi terhadap satu objek permasalahan. Sedangkan menurut Ali Achmad sengketa adalah pertentangan antara dua pihak atau lebih yang berawal dari persepsi yang berbeda tentang suatu kepentingan atau hak milik yang dapat menimbulkan akibat hukum bagi keduanya.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak memberikan batasan apakah yang dimaksud dengan sengketa konsumen. Definisi "sengketa konsumen" dijumpai pada Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan yaitu Surat Keputusan Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001, dimana yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah:

"Sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa."

Jadi, sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa.

Melalui pasal 45 ayat (1) ini dapat diketahui bahwa untuk menyelesaikan sengketa konsumen, terdapat dua pilihan yaitu :

- a. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha;
- b. Melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Alternatif penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan cara berikut :

- a. Konsultasi
- b. Negosiasi
- c. Mediasi
- d. Konsialisasi
- e. Penilaian ahli

Jika terjadi pelanggaran terhadap hak-hak konsumen oleh pelaku usaha, maka pihak konsumen dapat mengadukannya kepada lembaga yang berwenang, seperti tercantum dalam Undang UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 45 ayat (1) ;

"Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum"

Konsumen bisa meminta bantuan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) terlebih dahulu untuk meminta bantuan hukum atau bisa langsung menyelesaikan masalahnya ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Konsumen juga bisa mendatangi sub Direktorat Pelayanan Pengaduan di Direktorat Perlindungan Konsumen, Departemen Perdagangan. Disini setelah dilakukan proses konfirmasi, pejabat yang bersangkutan akan melakukan analisis terhadap masalah yang diadukan, kemudian diadakan klarifikasi kepada konsumegmn dengan cara meminta bukti-bukti dan kronologi kejadian. Baru kemudian dilakukan proses klarifikasi terhadap pelaku usaha. Seandainya pelaku usaha menyanggah tuduhan dan tidak ada titik kejelasan, akan dilakukan beberapa langkah seperti mediasi atau konsiliasi.

Kemudian pada Pasal 45 ayat (2); Seandainya kedua media diatas belum menghasilkan suatu keputusan, penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan ;

1. Pelimpahan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)
2. Melakukan jalur yuridis (pengadilan) secara formil.

Direktorat Perlindungan Konsumen merupakan unit operasional dibawah Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan RI. Fungsi dan peran direktorat ini sangat terkait dengan penanganan isu-isu konsumen yang melekat dengan pembangunan sektor perdagangan.

Pelaksanaan pembinaan atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sesuai Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berada pada Menteri Perdagangan secara hierarki (struktural dan fungsinya) dilimpahkan kepada Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, yang kemudian dilaksanakan oleh Direktorat Perlindungan Konsumen. Sesuai dengan tugas pokok, fungsi dan perannya yang mengacu pada Keputusan Menteri Perdagangan No.01/M-Dag/Per/3/2005, upaya tersebut terkait dengan perumusan kebijakan, standar, norma, kriteria dan prosedur, bimbingan teknis, serta evaluasi pelaksanaan di bidang kerjasama, informasi dan publikasi perlindungan konsumen, analisis penyelenggaraan perlindungan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, pelayanan pengaduan serta fasilitasi kelembagaan perlindungan konsumen.¹² Dalam upaya pengembangan perlindungan konsumen, sebagaimana diamanatkan oleh Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional maka dibentuklah Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Namun demikian, operasional lembaga ini baru terlaksana pada 5 Oktober 2004, sesuai Keppres Nomor 150 Tahun 2004.

BPKN yang dibentuk Pemerintah merupakan lembaga independen yang berfungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Aktivitas BPKN yang menonjol saat ini adalah penyusunan *grand scenario* kebijakan perlindungan untuk memastikan kecenderungan dan prioritas penanganan perlindungan konsumen yang efektif di masa datang, serta peningkatan dan perumusan amandemen Undang-undang Perlindungan Konsumen, sebagai pertimbangan bagi pemerintah untuk penyempurnaan Undang-undang Perlindungan Konsumen. Tugas dari BPKN adalah sebagai berikut;

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen,
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen,
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen,
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat,
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperipikah kepada konsumen,
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pelaku usaha; dan
7. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

LPKSM adalah lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dalam bidang perlindungan konsumen. Pada Pasal 44 ayat (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa LPKSM memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.

Tugas LPKSM, adalah:

¹² Sumber; Direktorat Perlindungan Konsumen, Dirjen Dagri Dep. Perdagangan

- (1). Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa,
- (2). Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya
- (3). Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen
- (4). Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen
- (5). Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

LPKSM posisinya amat strategis dalam ikut mewujudkan perlindungan konsumen. Saat ini LPKSM telah berkembang sebanyak kurang lebih 200 lembaga yang tersebar di berbagai propinsi, kabupaten dan kota. Selain menyuarakan kepentingan konsumen, lembaga ini juga memiliki hak gugat (*legal standing*) dalam konteks litigasi kepentingan konsumen di Indonesia. Hak gugat tersebut dapat dilakukan oleh lembaga konsumen (LPKSM) yang telah memenuhi syarat, yaitu bahwa LPKSM yang dimaksud telah berbentuk Badan Hukum atau Yayasan yang dalam anggaran dasarnya memuat tujuan perlindungan konsumen. Gugatan oleh lembaga konsumen hanya dapat diajukan ke Badan Peradilan Umum (Pasal 46 Undang-Undang Perlindungan Konsumen).

Sedangkan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah institusi non struktural yang memiliki fungsi sebagai "institusi yang menyelesaikan permasalahan konsumen diluar pengadilan secara murah, cepat dan sederhana". Badan ini sangat penting dibutuhkan di daerah dan kota di seluruh Indonesia. Anggota-anggotanya terdiri dari perwakilan aparaturnya pemerintah, konsumen dan pelaku usaha. Tugas-tugas utama BPSK diantaranya;

1. Menangani permasalahan konsumen melalui mediasi, konsiliasi atau arbitrase;
2. Konsultasi konsumen dalam hal perlindungan konsumen;
3. Mengontrol penambahan dari bagian-bagian standarisasi;
4. Memberikan sanksi administrasi terhadap pengusaha yang menyalahi aturan;

Contoh Kasus Perlinudngan Konsumen dan Cara Penyelesaiannya, sebagai berikut :

Di Surabaya, seorang advokat menggugat Lion selaku pemilik Maskapai Penerbangan Wings Air di karena penerbangan molor 3,5 jam. Maskapai tersebut digugat oleh seorang advokat bernama DAVID ML Tobing. DAVID, lawyer yang tercatat beberapa kali menangani perkara konsumen, memutuskan untuk melayangkan gugatan setelah pesawat Wings Air (milik Lion) yang seharusnya ia tumpangi terlambat paling tidak sembilan puluh menit.

Kasus ini terjadi pada 16 Agustus lalu ia berencana terbang dari Jakarta ke Surabaya, pukul 08.35 WIB. Tiket pesawat Wings Air sudah dibeli. Hingga batas waktu yang tertera di tiket, ternyata pesawat tak kunjung berangkat. DAVID mencoba mencari informasi, tetapi ia merasa kurang mendapat pelayanan. Pendek kata, keberangkatan pesawat telat dari jadwal.

DAVID menuding Wings Air telah melakukan perbuatan melawan hukum dengan keterlambatan keberangkatan dan tidak memadainya layanan informasi petugas maskapai itu di bandara. Selanjutnya DAVID mengajukan gugatan terhadap kasus tersebut ke pengadilan untuk memperoleh kerugian serta meminta pengadilan untuk membatalkan klausa baku yang berisi pengalihan tanggung jawab maskapai atas keterlambatan, hal mana dilarang oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Cara Penyelesaian:

Sebagaimana berita diatas bahwa David mengajukan kasus ini ke pengadilan untuk memperoleh kerugian serta meminta pengadilan untuk membatalkan klausa baku yang berisi

tanggung jawab maskapai atas keterlambatan, yang mana hal ini dilarang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 18 ayat 1 huruf a.

KESIMPULAN

Perlindungan Konsumen Yang Dirugikan Oleh Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan." Perlindungan konsumen adalah perangkat yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak sebagai contoh para penjual diwajibkan menunjukka tanda harga sebagai tanda pemberitahuan kepada konsumen. Dengan kata lain, segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Oleh karena itu, Sebagai pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu.

REFERENSI

- A.Z Nasution, 1995. *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Annas, Y., Endrawijaya, I., Harsono, Y., & Wicaksono, A. B. (2022). THE EFFECT OF DISCIPLINE AND WORK MOTIVATION ON THE PERFORMANCE OF PT GADING PRIMA PERKASA EMPLOYEES. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA)*, 6(4), 1865-1870.
- Gunawan Wijaya dan A Yani, 2001, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia.
- Harsono, Y., Permada, D. N. R., & Munarsih, M. (2022). Marketing Strategy for MSME Management Students at Pamulang University During the Covid-19 Pandemic. *Journal Socio Humanities Review*, 2(2), 40-47.
- Harsono, Y., & Haryanto, H. (2022). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bank BRI Cabang Bintaro. *Jurnal Ilmiah Publika*, 10(1), 114-123.
- Junaidi Abdullah, 2010. *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Nora Media Enterprise, Kudus
- N.H.T Siahaan, 2004. *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, Bogor: Panta Rei.
- Nurmandjito, 2000. *Kesiapan Perangkat Perundang-undangan Tentang Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju
- Philip Kotler, 2000. *Principles Of Marketing*, Jakarta: Erlangga
- Shidarta, 2000. *Hukum Perlindungan Indonesia*, Jakarta: Grasindo
- Siregar, N. F., Fajarianto, O., Nurlia, T., & Harsono, Y. (2022). THE EFFECTIVENESS WAY FOR IMPROVING THE USING OF VOCABULARIES FOR GENERAL PUBLIC. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBA)*, 6(4).
- Direktorat Perlindungan Konsumen, Dirjen Dagri Dep. Perdagangan
Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen