

BAB VII

PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Pendahuluan

Hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang hukum yang bercorak Universal. Sebagian besar perangkatnya diwarnai hukum asing, namun kalau dilihat dari hukum positif yang sudah ada di Indonesia ternyata dasar-dasar yang menopang sudah ada sejak dulu termasuk hukum adat. Fokus gerakan perlindungan konsumen (konsumerisme) dewasa ini sebenarnya masih paralel dengan gerakan-gerakan pertengahan abad ke-20.

Perkembangan ekonomi yang pesat telah menghasilkan berbagai jenis barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Barang dan/atau jasa tersebut pada umumnya merupakan barang dan/atau jasa yang sejenis maupun yang bersifat komplementer satu terhadap yang lainnya. Bervariasinya produk yang semakin luasnya dan dengan dukungan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, jelas terjadi perluasan ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif, baik yang berasal dari produksi domestik maupun yang berasal dari luar negeri.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Konsumen merupakan pihak yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dan oleh karena itu memerlukan perlindungan hukum terhadap hak-haknya.

Dasar hukum utama perlindungan konsumen di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mulai berlaku sejak tanggal 20 April 2000. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, walaupun judulnya mengenai perlindungan konsumen tetapi materinya lebih banyak membahas mengenai pelaku usaha dengan tujuan melindungi konsumen. Hal ini disebabkan pada

umumnya kerugian yang diderita oleh konsumen merupakan akibat perilaku dari pelaku usaha, sehingga perlu diatur agar tidak merugikan konsumen.

Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasannya. Az Nasution berpendapat bahwa, "Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen". Sedangkan "Hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak atau satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa di dalam pergaulan hidup.

Peraturan Turunan Terkait, antara lain:

- UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE)
- PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik
- Ketentuan OJK, BPOM, dan BPKN

B. Tujuan dan Asas Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 1 angka 1 UU No. 8 Tahun 1999 menjelaskan bahwa Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Tujuan dari UU PK adalah melindungi kepentingan konsumen, dan di satu sisi menjadi pecut bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitasnya. Lebih lengkapnya Pasal 3 UU PK menyebutkan bahwa tujuan perlindungan konsumen adalah:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;

3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada beberapa asas penting, yaitu:

1. Asas manfaat. Asas ini mengandung makna bahwa penerapan UU PK harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada kedua pihak, konsumen dan pelaku usaha. Sehingga tidak ada satu pihak yang kedudukannya lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Kedua belah pihak harus memperoleh hak-haknya.
2. Asas keadilan. Penerapan asas ini dapat dilihat di Pasal 4 – 7 UU PK yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Diharapkan melalui asas ini konsumen dan pelaku usaha dapat memperoleh haknya dan menunaikan kewajibannya secara seimbang.
3. Asas keseimbangan. Melalui penerapan asas ini, diharapkan kepentingan konsumen, pelaku usaha serta pemerintah dapat terwujud secara seimbang, tidak ada pihak yang lebih dilindungi.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen. Diharapkan penerapan UU PK akan memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum. Dimaksudkan agar baik konsumen dan pelaku usaha mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam

penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

C. PENGERTIAN KONSUMEN DAN PRODUSEN

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.”

Anda tentu memahami bahwa tidak semua barang setelah melalui proses produksi akan langsung sampai ke tangan pengguna. Terjadi beberapa kali pengalihan agar suatu barang dapat tiba di tangan konsumen. Biasanya jalur yang dilalui oleh suatu barang adalah: Produsen – Distributor – Agen – Pengecer – Pengguna. Lebih lanjut, di ilmu ekonomi ada dua jenis konsumen, yakni : Konsumen antara dan konsumen akhir. *Satu*, konsumen antara adalah distributor, agen dan pengecer. Mereka membeli barang bukan untuk dipakai, melainkan untuk diperdagangkan. *Kedua*, pengguna barang adalah konsumen akhir.

Yang dimaksud di dalam UU PK sebagai konsumen adalah konsumen akhir. Karena konsumen akhir memperoleh barang dan/atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan, baik bagi kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain.

Pengertian Produsen. Produsen adalah setiap orang yang menciptakan atau membuat suatu barang ataupun jasa untuk dijual kembali sehingga memperoleh keuntungan.

D. Hak dan Kewajiban Konsumen serta Pelaku Usaha

Hak-hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UUPK, antara lain hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, hak atas informasi yang benar, dan hak untuk mendapatkan kompensasi. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk beritikad baik, memberikan informasi yang benar, menjamin mutu produk, serta bertanggung jawab atas kerugian konsumen.

Perlindungan hukum bagi konsumen pada dasarnya merupakan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Dengan demikian, terdapat tiga hak dasar dalam melindungi konsumen, yaitu:

- hak untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik dari kerugian personal dan kerugian harta kekayaan;
- hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar; dan
- hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Dari hak dasar tersebut, jika konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak konsumen harus dipenuhi oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak tersebut akan melindungi konsumen dari kerugian berbagai aspek.

Hukum perlindungan konsumen juga merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya, serta putusan hakim yang substansinya mengatur kepentingan konsumen. Hak konsumen secara umum dan telah diakui oleh organisasi Internasional ada empat hak dasar konsumen, yaitu

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (the right to safety);
2. Hak untuk mendapatkan informasi (the right to be informed);
3. Hak untuk memilih (the right to choose);
4. Hak untuk didengar (the right to be heard).

Sedangkan dalam pasal 4 UUPK , yaitu :

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

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

Kewajiban dari konsumen ;

- a) Membaca, petunjuk & prosedur pemakaian;
- b) Beritikad baik dalam transaksi;
- c) Membayar sesuai nilai tukar;
- d) Mengikuti penyelesaian sengketa perlindungan konsumen;
- e) Meski hak dan kewajiban konsumen ini telah disebut kan dengan jelas tetapi kenyataannya konsumen masih banyak yang belum mengetahui tentang hak dan kewajibannya
- f) Mengikuti upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- g) Biasa konsumen menyampaikan keluhan pada produsen, dan jika gagal biasanya menghentikan proses tersebut,, sangat jarang konsumen menuntut secara hukum.

Kedudukan konsumen

1. Let the buyer beware (caveat emptor). Asas ini berasumsi, pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi si konsumen.
2. The due care theory. Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasyarakatkan produk, baik barang maupun jasa selama berhati-hati dengan produknya ia tak dapat dipersalahkan dan tidak dapat menyalahkan pelaku usaha. Seperti yang tercantum dalam

pasal 1865 BW bahwa seseorang yang mendalilkan sesuatu diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

3. The privity of contract. Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual.

Hak-Hak Produsen

- 1) Hak menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi, cara, dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan dengan konsumen;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan.

Tanggung Jawab Produsen

Produsen bertanggung jawab member ganti rugi kepada konsumen apabila didalam proses transaksi jual beli, konsumen tidak mengetahui adanya perubahan barang atau jasa yang dilakukan oleh produsen atau barang dan jasa tersebut tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi yang semestinya.

Kewajiban Produsen

- 1) Beritikad baik dalam kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang 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 atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu dan jasa yang berlaku;

- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan jasa yang dibuat atau diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, atau pengganti atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberi kompensasi ganti rugi atau penggunaan bila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

E. Lembaga Perlindungan Konsumen

Beberapa lembaga yang berperan dalam perlindungan konsumen:

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur PP no. 57 tahun 2001, berkedudukan di Jakarta, bertanggung jawab pada Presiden & bisa dibentuk perwakilan di tiap provinsi, merupakan bentuk perlindungan konsumen arus atas (top-down), sedang LPKSM (bottom –up) dan BPKN :
 - Memberi saran & rekomendasi pada pemerintah terhadap kebijakan, penelitian terhadap kebijakan, penelitian terhadap barang/jasa, mendorong berkembang lembaga perlindungan konsumen, menyebarkan informasi melalui media, pengaduan, survey kebutuhan konsumen.
2. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). PASAL 44 UUPK- Pemerintah mengakui LPKSM (lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat), yang memenuhi syarat. LPKSM memiliki kesempatan berperan aktif dalam perlindungan konsumen; Tugas LPKSM : menyebar informasi barang/jasa, meningkatkan kesadaran, kehati-hatian, nasihat, bekerja sama dengan instansi terkait, menerima keluhan/pengaduan, pengawasan bersama pemerintah dlm perlindungan konsumen.

Sebuah LPKSM adalah Lembaga non pemerintah, bersifat independent, harus didaftarkan dan mendapat pengakuan pemerintah dan tugas-tugas diatur oleh peraturan pemerintah, memberi kesan lembaga “ plat merah”; Timbul kesan LPKSM ini lembaga “ plat merah “ diatur oleh PP No. 59 tahun 2001 tentang LPKSM; Terdaftar di Kabupaten/Kota.

Merupakan lembaga arus bawah yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat dan representatif menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen dan sebelum ada aturannya di perankan oleh “ YLKI : yayasan lembaga konsumen Indonesia;

3. BPKN (Badan Perlindungan Konsumen Nasional) diatur PP no. 57 tahun 2001, berkedudukan di Jakarta, bertanggung jawab pada Presiden & bisa dibentuk perwakilan di tiap provinsi, merupakan bentuk perlindungan konsumen arus atas (top-down), sedang LPKSM (bottom –up) dan BPKN :

- Memberi saran & rekomendasi pada pemerintah terhadap kebijakan, penelitian terhadap kebijakan, penelitian terhadap barang/jasa, mendorong berkembang lembaga perlindungan konsumen, menyebarkan informasi melalui media, pengaduan, survey kebutuhan konsumen.

4. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dapat diselesaikan melalui dua jalur, yaitu non-litigasi (BPSK, mediasi, konsiliasi, arbitrase) dan litigasi (pengadilan). Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, perawatan kesehatan, atau kompensasi lainnya.

F. Isu Kontemporer dalam Perlindungan Konsumen

Perkembangan teknologi, digitalisasi perdagangan, dan globalisasi ekonomi telah melahirkan berbagai tantangan baru dalam perlindungan

konsumen. Isu-isu kontemporer ini tidak hanya terkait dengan produk fisik, tetapi juga layanan digital, keamanan data pribadi, dan etika bisnis modern.

1. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce.

Perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) meningkat pesat, namun banyak kasus seperti barang tidak sesuai deskripsi atau penipuan online. Permasalahan hukum muncul karena posisi konsumen yang lemah dan tanggung jawab platform digital yang belum jelas. Regulasi yang relevan termasuk UU No. 8 Tahun 1999, UU ITE, dan PP No. 80 Tahun 2019.

2. Perlindungan Data Pribadi Konsumen.

Konsumen menyerahkan data pribadi dalam transaksi digital yang sering disalahgunakan. Kasus kebocoran data seperti pada BPJS Kesehatan dan e-commerce menunjukkan lemahnya keamanan. UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi menjadi dasar hukum utama untuk mengatasi masalah ini.

3. Iklan Menyesatkan dan Influencer Marketing.

Promosi melalui media sosial seringkali menyesatkan karena klaim berlebihan dan testimoni palsu. Peraturan yang relevan adalah UUPK Pasal 9 dan Etika Pariwisata Indonesia. Influencer harus mencantumkan keterangan bahwa konten mereka bersponsor.

4. Produk Ilegal dan Impor Tanpa Izin.

Banyak produk masuk ke pasar tanpa izin edar, seperti kosmetik ilegal atau mainan tanpa standar keamanan. Hal ini membahayakan konsumen dan menimbulkan kerugian ekonomi. Pengawasan dilakukan oleh BPOM dan Bea Cukai.

5. Greenwashing dan Etika Lingkungan.

Perusahaan sering mengklaim produknya ramah lingkungan tanpa bukti (greenwashing). Klaim palsu ini menipu konsumen dan menghambat keberlanjutan lingkungan.

6. Fintech dan Perlindungan Konsumen Keuangan Digital

Layanan pinjaman online dan dompet digital menimbulkan masalah

bunga tinggi, penagihan kasar, dan kebocoran data. OJK mengatur hal ini melalui POJK No. 77/POJK.01/2016 dan pengawasan ketat terhadap fintech ilegal.

7. Tanggung Jawab Platform Digital.

Marketplace seperti Shopee dan Tokopedia wajib memastikan keamanan transaksi dan keaslian produk. Isu tanggung jawab muncul ketika penjual pihak ketiga melakukan pelanggaran.

8. Rendahnya Literasi Konsumen Digital.

Banyak konsumen belum memahami hak-haknya dalam transaksi online. Pendidikan konsumen menjadi langkah penting agar masyarakat lebih sadar dan kritis.