

CHAPTER 10.

Hubungan Etis Konsumen dan Perusahaan

- Hubungan Konsumen Dan Perusahaan
- Pelayanan Terhadap Konsumen Yang Bertanggung jawab
- Perlindungan Terhadap Konsumen
- Bisnis Dan Perlindungan Konsumen

10.1. Hubungan Konsumen Dan Perusahaan

Konsumen merupakan salah satu stakeholder yang penting dalam perusahaan. Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang diproduksi. Banyak ungkapan yang menyatakan bahwa “konsumen adalah raja”, hal ini sebenarnya dapat dipahami secara logika. Perusahaan yang berdiri dalam memproduksi barang dan jasa bertujuan untuk mencari keuntungan dimana keuntungan tersebut akan digunakan untuk menutupi semua biaya yang telah dikeluarkan dalam memproduksi sebuah produk. Oleh karena itu seorang pakar manajemen Peter Drucker menyatakan bahwa, setiap perusahaan memiliki peranan sentral untuk menciptakan pelanggan.

10.2. Pelayanan Terhadap Konsumen Yang Bertanggung Jawab

Dalam menyediakan sebuah produk, produsen memiliki sebuah kepentingan untuk memberikan jaminan dan tanggung jawab kepada konsumen. Beberapa contoh yang mendasar misalnya, seorang konsumen dalam membeli sebuah produk elektronik seperti telepon seluler. Kewajiban produsen adalah memberikan jaminan bahwa produk yang dikeluarkan sudah melalui serangkaian uji coba dan sudah siap digunakan. Garansi produk juga penting untuk menjamin layanan purna jual terhadap produk tersebut. Hal ini untuk memberikan rasa aman bagi konsumen terhadap kemungkinan kesalahan produksi terhadap produk yang sudah dibeli.

Berbeda halnya dengan kewajiban produsen terhadap hal-hal seperti bahayanya penggunaan obat-obatan dalam dosis yang berlebihan atau bahayanya penggunaan benda-benda tajam dalam pemakaian nya sehari-hari. Ada beberapa teori yang mendasari tanggung jawab produsen terhadap konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen.

1. Teori Kontrak

Dalam teori kontrak mengatur mengenai hubungan antara produsen dan konsumen dalam keterkaitan terhadap produk yang dibeli oleh konsumen. Ketika konsumen membeli sebuah produk, maka secara tidak langsung telah mengadakan kontrak dengan perusahaan itu. Kontrak ini menyatakan tentang persetujuan konsumen terhadap semua kegunaan dan ciri-ciri dari produk yang ditawarkan oleh produsen. Perlu dipahami bahwa kontrak yang disebutkan dalam bahasan ini harus memenuhi tiga syarat. Pertama, kedua belah pihak wajib mengetahui arti kontrak dan sifat-sifat produk. Kedua, kedua belah pihak harus melukiskan dengan benar fakta yang menjadi obyek kontrak tanpa adanya gambaran palsu. Ketiga, kontrak tidak boleh dilaksanakan dengan unsur paksaan. Contoh dalam teori ini yaitu dalam sektor finansial khususnya simpan pinjam, dan produk elektronik yang memiliki garansi.

2. Teori Perhatian Semestinya

Dalam teori ini kepentingan konsumen lebih diutamakan Dimana produsen sebagai pihak yang paling mengetahui mengenai produknya mempunyai kewajiban untuk menjaga kualitas agar konsumen tidak mengalami kerugian pada saat membeli produknya. Kewajiban yang lebih besar dipikul oleh pihak produsen, dimana produsen perlu menekankan tentang pentingnya kualitas produk mereka. Dalam teori ini tidak hanya kontrak dengan konsumen saja, akan tetapi dari segi kualitas produk dan tanggung jawab produsen menjadi perhatian utama dari teori ini. Etika menjadi landasan dan pandangan bahwa dalam menciptakan sebuah produk seorang produsen tidak boleh mengorbankan kualitas dan keamanan produk hanya untuk memperoleh keuntungan. Contohnya, produk mainan anak-anak. Dalam memproduksi mainan anak-anak pihak produsen wajib membuat produknya sesuai dengan standar keamanan dan juga penggunaan bahan dasar dalam membuat mainan tersebut tidak boleh mengandung bahan-bahan kimia yang berbahaya.

3. Teori Biaya Sosial

Teori ini lebih merupakan pandangan ekstrim terhadap teori perhatian semestinya. Dimana teori ini membebankan semua biaya kerugian terhadap konsumen kepada produsen. Hal ini juga diwajibkan bahkan ketika produsen

sudah mengambil semua tindakan yang semestinya dalam merancang serta memproduksi produk bersangkutan atau produsen telah memberitahukan resiko yang berkaitan dengan pemakaian produk. Jika biaya sosial semuanya dibebankan kepada produsen, maka dalam hal ini produsen rokok wajib memberikan ganti rugi terhadap berbagai penyakit yang timbul dari menghisap rokok. Teori ini kurang mengalami perkembangan yang baik, dikarenakan kurangnya keadilan jika dilihat dari segi produsen. Diketahui juga bahwa dari sisi keadilan kompensatoris dinyatakan orang harus bertanggungjawab akibat perbuatannya yang diketahui dapat terjadi dan bisa dicegah olehnya.

10.3. Perlindungan Terhadap Konsumen

Ada beberapa hak yang perlu diperhatikan dalam hubungan antara produsen dengan konsumen.

1. Hak atas keamanan

Banyak produk mengandung resiko tertentu untuk konsumen, khususnya resiko untuk kesehatan dan keselamatan. Misalnya, pestisida, obat-obatan, makanan, mainan anak, kendaraan bermotor dan alat kerja. Makanan bisa mengandung zat pengawet atau zat pewarna yang dapat merugikan kesehatan konsumen, misalnya dapat menyebabkan penyakit kanker. Terjadinya kecelakaan lalu lintas juga tidak dapat dihindari apabila pengemudi tidak berhati-hati, disini produsen menciptakan sebuah kendaraan yang mampu untuk meminimalisir efek kecelakaan tersebut. Konsumen berhak atas produk yang aman, dimana produk tidak mengalami yang dinamakan cacat produksi yang bahkan bisa membahayakan konsumen yang menggunakan produk tersebut.

2. Hak atas informasi

Konsumen berhak mengetahui segala informasi yang relevan mengenai produk yang dibelinya, baik bahan baku produksinya, cara memakainya dan juga resiko yang bisa ditimbulkan akibat menggunakan produk tersebut. Jika penggunaan media promosi cetak dan iklan untuk menyampaikan informasi tentang produk, maka informasi tersebut haruslah jelas dan tidak berbelit-belit.

3. Hak untuk memilih

Dalam sistem ekonomi pasar bebas dimana kompetisi merupakan unsur hakiki, konsumen berhak untuk memilih antara berbagai produk dan jasa yang

ditawarkan. Kualitas dan harga produk bisa berbeda, dan konsumen memiliki hak untuk membandingkannya dan mengambil keputusan membeli.

4. Hak untuk didengarkan

Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan pendapatnya mengenai produk yang dia konsumsi terutama mengenai keluhan nya terhadap produk bersangkutan. Hal ini juga berarti bahwa konsumen memiliki suara untuk menetapkan sejumlah regulasi kepada pemerintah mengenai apa saja yang menjadi keharusan atau aturan yang harus diterapkan oleh produsen.

5. Hak lingkungan hidup

Melalui produk yang digunakannya, konsumen memanfaatkan sumber daya alam. Konsumen berhak tahu bahwa produk yang dia gunakan tidak memiliki dampak yang berbahaya bagi lingkungan sekitarnya. Atau yang lebih dikenal dengan produk ramah lingkungan. Selain hak yang dikemukakan diatas, ada juga beberapa faktor penting yang harus diketahui tentang deskripsi produk.

1. Kualitas

Konsumen berhak atas produk yang berkualitas, karena ia membayar lebih untuk keunggulan tertentu dari suatu produk. Dan produsen memiliki kewajiban untuk memberikan secara jelas mengenai rincian kualitas produk yang dipromosikan melalui media cetak dan elektronik, dan juga konsumen berhak atas kejelasan dari suatu produk yang ditawarkan oleh produsen.

2. Harga

Harga yang adil merupakan sebuah penerapan hasil perhitungan ekonomis yang disesuaikan dengan perhitungan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menciptakan sebuah produk. Konsumen berhak memilih harga produk yang menurut nya sesuai dengan kemampuan dan kesediaan dia untuk membayar terhadap suatu produk. Menurut Garret dan Klonoski, ada beberapa faktor untuk mengkategorikan bahwa harga menjadi tidak adil.

1. Penipuan, persekutuan antara produsen dan distributor dalam menentukan harga terhadap sebuah produk merupakan sebuah tindakan yang tidak etis. Prinsip harga ditentukan oleh pasar biasanya sering disalah gunakan oleh produsen untuk menentukan harga.

2. Ketidak tahuan, beberapa contoh bahwa pengetahuan konsumen dalam hal ini selalu terbatas. Misalnya, harga pada kemasan produk yang lebih tinggi dari kenyataan, diskon, promosi beli dengan satu harga dapat dua produk, pengusaha restoran yang tidak mencetak harga pada menu makanannya.
3. Penyalahgunaan kuasa, contohnya pengusaha besar yang mengendalikan harga sehingga merugikan pedagang kecil.
4. Manipulasi emosi, misalnya pengusaha pemakaman yang mengambil keuntungan melalui harga yang sudah di naikkan terlebih dahulu.

3. Pengemasan dan pemberian label

Produk harus dikemas secara menarik dan baik untuk menjaga kualitas dan tampilan produk tersebut. Label sendiri merupakan informasi dari produk yang dibutuhkan oleh konsumen untuk mengetahui apakah produk tersebut memiliki kriteria yang dibutuhkan.

10.4. Bisnis Dan Perlindungan Konsumen

Di tengah persaingan yang ketat para pelaku bisnis berlomba – lomba untuk menjadi yang terbaik untuk tetap survive di bidangnya masing – masing. Namun terlepas dari persaingan yang kuat, para pebisnis tetap dituntut untuk tetap memberikan yang terbaik bagi konsumen, dan tentunya diiringi dengan tindakan yang dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan dari bisnis bagi perusahaan adalah mencari keuntungan. Dalam etika bisnis dimana perusahaan harus menjamin keamanan dan keselamatan konsumen atas produk barang dan jasa yang ditawarkan biasanya disebut dengan perlindungan konsumen dimana bisnis dan perlindungan konsumen sangat berkaitan.

Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen. Sebagai contoh, para penjual diwajibkan menunjukkan tanda harga sebagai tanda pemberitahuan kepada konsumen.

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Dalam hal ini konsumen sering menjadi pihak yang dirugikan, untuk itu pemerintah kita membuat peraturan sebagai berikut :

- UUD Periklanan

- UUD keamanan dan kesehatan produk
- UUD menyangkut mutu produk
- Dll.

Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Pengertian konsumen sendiri 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.

Salah satu hal positif yang ditempuh di Indonesia adalah yayasan lembaga konsumen Indonesia yang melakukan penelitian tentang berbagai produk dan jasa. Dengan hadirnya YLKI ini pengusaha akan berhitung lebih seksama untuk menawarkan barang kepada konsumen.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.

Sesuai dengan pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen, tujuan dari Perlindungan ini adalah :

- ✧ Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- ✧ Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa
- ✧ Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- ✧ Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- ✧ Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan ini sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha
- ✧ Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen

Adapun Azas perlindungan konsumen antara lain :

- **Asas Manfaat:** Mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan ini harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan
- **Asas Keadilan:** partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil
- **Asas Keseimbangan:** Memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual
- **Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen:** Memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan
- **Asas Kepastian Hukum:** baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Masyarakat modern adalah masyarakat bisnis. Pelaku bisnis beranggapan hanya bertanggung jawab memenuhi kebutuhan dan bersikap netral. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) memiliki peran melindungi konsumen dari tindakan produsen. Ada 2 alasan perangkat pengendalian terutama tertuju pada produsen dalam hubungannya dengan konsumen, adalah:

- 1) Dalam hubungan antara konsumen atau pelanggan di satu pihak dan pemasok, produsen, dan penyalur barang atau jasa tertentu di pihak lain, konsumen atau pelanggan terutama berada pada posisi yang lebih lemah dan rentan untuk dirugikan.
- 2) Dalam kerangka bisnis sebagai profesi, konsumen sesungguhnya membayar produsen untuk menyediakan barang kebutuhan hidupnya secara professional

A. Hubungan Produsen dan Konsumen

Pada umumnya konsumen dianggap mempunyai hak tertentu yang wajib dipenuhi oleh produsen, yang disebut sebagai hak kontraktual. Hak kontraktual adalah hak yang timbul dan dimiliki seseorang ketika ia memasuki suatu persetujuan atau kontrak dengan pihak lain. Maka, hak ini hanya terwujud dan mengikat orang-orang tertentu, yaitu orang-orang yang mengadakan persetujuan

atau kontrak satu dengan yang lainnya. Hak ini tergantung dan diatur oleh aturan yang ada dalam masing-masing masyarakat.

Ada beberapa aturan yang perlu dipenuhi dalam sebuah kontrak yang dianggap baik dan adil, yang menjadi dasar bagi hak kontraktual setiap pihak dalam suatu kontrak.

- a) Kedua belah pihak mengetahui sepenuhnya hakikat dan kondisi persetujuan yang mereka sepakati. Termasuk disini, setiap pihak harus tahu hak dan kewajibann, apa konsekuensi dari persetujuan atau kontrak itu, angka waktu dan lingkup kontrak itu dan sebagainya.
- b) Tidak ada pihak yang secara sengaja memberikan fakta yang salah atau memsukan fakta tentang kondisi dan syarat-syarat kontrak untuk pihak yang lain. Semua informasi yang relevan untuk diketahui oleh pihak lain
- c) Tidak boleh ada pihak yang dipaksa untuk melakukan kontrak atau persetujuan itu. Kontrak atau persetujuan yang dilakukan dalam keadaan terpaksa dan dipaksa harus batal demi hukum.
- d) Kontrak juga tidak mengikat bagi pihak mana pun untuk tindakan yang bertentangan dengan moralitas.

B. Gerakan Konsumen

Salah satu syarat bagi terpenuhi dan terjaminnya hak-hak konsumen adalah perlunya pasar dibuka dan dibebaskan bagi semua pelaku ekonomi, termasuk bagi produsen dan konsumen untuk keluar masuk pasar. Gerakan konsumen lahir karena beberapa pertimbangan sebagai berikut :

- a) Produk yang semakin banyak disatu pihak menguntungkan konsumen, karena mereka punya pilihan bebas yang terbuka, namun dipihak lain jugamembuat mereka menjadi rumit.
- b) Jasa kini semakin terspesialisasi sehingga menyulitkan konsumen untuk memutuskan mana yang memang benar-benar dibutuhkannya.
- c) Pengaruh iklan yang merasuki setiap menit dan segi kehidupan manusia modern melalui berbagai media massa dan media informasi lainnya, membawa pengaruh yang besar bagi kehidupann konsumen.
- d) Kenyataan menunjukkan bahwa keamanan produk jarang sekali diperhaatikannn secara serius oleh produsen.

- e) Dalam hubungan jual beli yang didasarkan pada kontrak, konsumen lebih berada pada posisi yang lemah.

C. Konsumen Adalah Raja

Konsumen setia merupakan idaman setiap perusahaan. Bagaimana caranya agar konsumen tersebut setia terhadap suatu perusahaan? Layanilah konsumen kita layaknya “raja”. Jika kita perhatikan kolom surat pembaca dimedia masa, banyak sekali pembaca yang mengkritik atau mengeluh terhadap suatu produk. Kenyataan tersebut memberikan isyarat :

- Pasar yang bebas dan terbuka pada akhirnya menempatkan konsumen menjadi raja.
- Prinsip etika, seperti kejujuran, tanggung jawab dan kewajiban melayani dengan baik.