

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM KEGIATAN JUAL BELI

Oleh : Salamiah

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi konsumen tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks dari itu yang menyangkut pada kesadaran semua pihak, baik pelaku usaha ,maupun konsumen itu sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Tujuan penyelenggaraan ,pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyalahgunakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab yang perlu disadari oleh konsumen adalah mereka mempunyai hak yang dilindungi UU perlindungan konsumen sehingga dapat melakukan social control terhadap perbuatan dan prilaku pelaku usaha dan pemerintah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian sosiologi hukum (*socio-legal research*) dengan menggunakan pendekatan interdisipliner atau “hibrida” antara aspek penelitian sosiologi dengan pendekatan normatif yang memakai cara analisis kualitatif.

Kata Kunci : *Hak Konsumen, Perlindungan Konsumen, Jual Beli.*

PENDAHULUAN

Permasalahan yang dihadapi konsumen tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang ,tetapi jauh lebih kompleks dari itu yang menyangkut pada kesadaran semua pihak ,baik pengusaha ,maupun konsumen itu sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Pelaku usaha menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsumen, dalam memproduksi barang dan jasa yang berkualitas,aman untuk digunakan atau dikonsumsi, mengikuti standar yang berlaku, dengan harga yang sesuai.

Pemerintah menyadari bahwa diperlukan sebuah Undang-Undang serta peraturan –peraturan disegala sector yang

berkaitan dengan berpindahnya barang dan jasa dari pelaku usaha ke konsumen,dan pemerintah juga harus bertugas untuk mengawasi berjalannya peraturan serta Undang-Undang tersebut dengan baik.

Tujuan penyelenggaraan ,pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen ,dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab . Yang perlu disadari oleh konsumen adalah mereka mempunyai hak yang dilindungi Undang-Undang perlindungan konsumen sehingga dapat melakukan social control terhadap

perbuatan dan perilaku pengusaha dan pemerintah .

Perkembangan perekonomian ,perdagangan ,dan perindustrian yang kian hari kian meningkat telah memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen karena ada beragam variasi produk barang dan jasa yang biasa dikonsumsi.Perkembangan globalisasi dan perdagangan besar didukung oleh teknologi ,informasi dan telekomunikasi yang memberikan ruang gerak yang sangat bebas dalam setiap transaksi perdagangan ,sehingga barang atau jasa yang dipasarkan dengan mudah dapat dikonsumsi atau digunakan.

RUMUSAN MASALAH

Apa saja yang menjadi factor-faktor penyebab rendahnya kesadaran konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan penelitian hukum normative ,yaitu suatu metode penulisan hukum yang bertujuan untuk memperoleh bahan hukum pustaka dengan cara menganalisa bahan hukum yang berhubungan dengan masalah yang dibahas serta mempelajari peraturan perUndang-Undangan yang terkait dengan permasalahan yang dibahas.

ANALISA PEMBAHASAN

Konsumen secara arti harfiahnya adalah orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu,atau sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang .Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu UU no 8 tahun 1999 konsumen adalah setiap 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 .

Konsumen sebagai peng-Indonesia-an istilah asing (Inggris) yaitu *consumer*, bahasa Belanda *consument* secara harfiah diartikan sebagai "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu"; atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang". ada juga yang mengartikan "setiap orang yang menggunakan barang atau jasa". Dari pengertian di atas terlihat bahwa ada perbedaan antar konsumen sebagai orang alami atau pribadi kodrati dengan konsumen sebagai perusahaan atau badan hukum perbedaan ini penting untuk membedakan apakah konsumen tersebut menggunakan barang tersebut untuk dirinya sendiri atau

untuk tujuan komersial (dijual, diproduksi lagi).¹

UUPK Mendefinisikan konsumen sebagai ... "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".² Definisi ini sesuai dengan pengertian bahwa konsumen adalah *end user*/pengguna terakhir, tanpa si konsumen merupakan pembeli dari barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 1 angka 1 mendefinisikan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK telah memberikan cukup kejelasan. Kalimat yang menyatakan "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum", diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku

usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Dan menurut Janus Sidabalok dalam bukunya *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, hukum perlindungan konsumen adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.³

Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat barang dan atau jasa untuk tujuan tertentu.⁴ Sedangkan pengertian menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen di atas 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.⁵

Berdasarkan pengertian di atas, subyek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan jasa. Istilah "orang"

¹ Lihat Arrianto Mukti Wibowo, et.al., *Kerangka Hukum Digital Signature Dalam Electronic Commerce*, Grup Riset Digital Security dan *Electronic Commerce* (Depok, Jawa Barat: Fakultas Ilmu Komputer UI, 1999), hlm 102.

² Lihat Ketentuan Umum Pasal 1 Ayat 2 Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 1

⁴ AZ. Nasution, *Perlindungan Hukum Konsumen, Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999-LN 1999 No. 42*, Makalah Disampaikan Pada Diklat Mahkamah Agung, Batu Malang, 14 Mei 2001, hlm.5.

⁵ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal 1 butir 2.

sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk juga badan hukum (*rechts person*). Menurut AZ. Nasution, orang yang dimaksudkan adalah orang alami bukan badan hukum. Sebab yang memakai, menggunakan dan atau memanfaatkan barang dan atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain tidak untuk diperdagangkan hanyalah orang alami atau manusia.⁶

Pengertian konsumen antar negara yang satu dengan yang lain tidak sama, sebagai contoh di Spanyol, konsumen diartikan tidak hanya individu (orang), tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir. Dan yang menarik, konsumen tidak harus terikat dalam hubungan jual beli, sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli.⁷ Namun dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Belanda (BW Buku VI, Pasal 236), konsumen dinyatakan sebagai orang alamiah. Maksudnya ketika mengadakan perjanjian tidak bertindak

selaku orang yang menjalankan profesi perusahaan.⁸

Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai, pemakai terakhir dari benda dan jasa; (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*). Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dengan konsumen pemakai terakhir. Di Perancis, berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang, konsumen diartikan sebagai, "*The person who obtains goods or services for personal or family purposes*". Dari definisi itu terkandung dua unsur, yaitu, pertama, konsumen hanya orang, dan kedua, barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya. Sekalipun demikian, makna kata "memperoleh" (*to obtain*) masih kabur, apakah maknanya hanya melalui hubungan jual beli atau lebih luas dari pada itu?

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan diundangkannya masalah perlindungan konsumen, dimungkinkannya dilakukan

⁶ *Ibid*, hlm. 6.

⁷ Lihat Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm 3.

⁸ Az. Nasution, *loc.cit*.

pembuktian terbalik jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Konsumen yang merasa haknya dilanggar bisa mengadakan dan memproses perkaranya secara hukum di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah, Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Undang-Undang tentang perlindungan konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan Nasional bahwa pembangunan Nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar Negara Pancasila dan Konstitusi Negara Undang-Undang Dasar 1945.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), pelaku usaha berhak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.⁹ Sebaliknya, pelaku usaha wajib menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.¹⁰ Sementara itu, konsumen berhak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut.

Hak Konsumen

Setiap orang, pada suatu waktu baik dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk atau jasa tertentu. Keadaan yang universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang "aman". Oleh karena itu secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang sifatnya universal juga. Mengingat lemahnya kedudukan

⁹ Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 8 Tahun 1999, LN No. 42 Tahun 1999, TLN No. 3821, ps. 6 huruf a.

¹⁰ *Ibid.*, Pasal. 7 huruf d.

konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu penting untuk dikaji ulang.¹¹

Signifikansi pengaturan hak-hak konsumen melalui Undang-undang merupakan bagian dari implementasi sebagai suatu negara kesejahteraan, karena Undang-undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut konstitusi ekonomi, yaitu konstitusi yang mengandung ide negara kesejahteraan yang tumbuh berkembang karena pengaruh sosialisme sejak abad sembilan belas.¹² Melalui Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen, yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/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. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau 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.

Dari sembilan butir hak konsumen yang diberikan di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Selanjutnya, untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam

¹¹ Sri Redjiki Hartono, "Perlindungan Konsumen di Indonesia (Tinjauan Makro)", *Mimbar Hukum Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, Edisi Khusus No. 39/X/2001, hlm 147.

¹² Jimly Asshiddiqie, "Undang-undang Dasar 1945: Konstitusi Negara Kesejahteraan dan Realitas Masa Depan", *Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Madya* (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 1998), hlm 1-2. Konsep Negara Kesejahteraan ini dinamakan oleh Muhammad Hatta sebagai konsep Negara "pengurus". Muhammad Yamin, *Naskah Persiapan Undang-undang Dasar 1945* (Jakarta: Jajasan Prapantja, 1960), hlm 298.

penggunaannya akan nyaman, aman maupun tidak membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi.¹³

Hak-hak dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen di atas merupakan penjabaran dari Pasal-pasal yang bercirikan negara kesejahteraan, yaitu Pasal 27 ayat (2)¹⁴ dan Pasal 33¹⁵ Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia.¹⁶

Betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan pemikiran yang berpendapat bahwa hak-hak konsumen

merupakan “generasi keempat hak asasi manusia”, yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia dalam perkembangan di masa-masa yang akan datang.¹⁷

Kewajiban Konsumen

Selain memperoleh hak tersebut, sebagai *balance*, konsumen juga diwajibkan untuk:

- 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;

¹³ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 30.

¹⁴ Pasal 27 ayat (2) ini berbunyi: “Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”.

¹⁵ Pasal 33 ini berbunyi: “(1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan; (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara; (3) Bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.”

¹⁶ Lihat Ketentuan konsideran “Mengingat” dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.

¹⁷ Lihat Jimly Asshiddiqie, “Dimensi Konseptual dan Prosedural Kemajuan Hak-hak Asasi Manusia Dewasa ini, Perkembangan ke Arah Pengertian Hak Asasi Manusia Generasi Keempat”, *Paper Diskusi Terbatas tentang Perkembangan Pemikiran mengenai Hak Asasi Manusia, Institute for Democracy dan Human Rights* (The Habibi Center, Jakarta, 2000), hlm 12. Dasar pemikiran adanya generasi keempat hak-hak asasi manusia adalah bahwa untuk masa yang akan datang konsep hak asasi manusia tidak saja dalam konteks hubungan vertikal antara rakyat dengan negara, tetapi dalam hubungan horizontal, sesama warga masyarakat, dalam hal ini antara konsumen dan produsen, karena praktik eksploitasi tidak saja dalam hubungan vertikal tetapi juga dalam hubungan horisontal.

- 4 mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Itu dimaksudkan agar konsumen sendiri dapat memperoleh hasil yang optimum atas perlindungan dan/atau kepastian hukum bagi dirinya.

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, kepada para pelaku usaha diberikan hak sebagaimana diatur pada Pasal 6 UUPK.

“Hak Pelaku Usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak Pelaku Usaha untuk menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikan kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umunya atas barang dan/atau jasa yang sama. Dalam praktik yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.

Menyangkut hak pelaku usaha yang tersebut pada huruf b, c, dan d, sesungguhnya merupakan hak-hak yang lebih banyak berhubungan dengan pihak aparat pemerintah dan/atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/Pengadilan dalam tugasnya melakukan penyelesaian sengketa. Melalui hak-hak tersebut diharapkan perlindungan konsumen tidak mengabaikan kepentingan pelaku usaha. Kewajiban konsumen dan hak-hak pelaku usaha yang disebutkan pada huruf b, c, dan d tersebut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya

penyelesaian sengketa sebagaimana diuraikan sebelumnya.¹⁸

Selanjutnya, sebagai konsekuensi dari hak konsumen yang telah disebutkan pada uraian terdahulu, maka kepada pelaku usaha dibebankan pula kewajiban-kewajiban sebagai mana diatur dalam Pasal 7 UUPK:

“Kewajiban Pelaku Usaha adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;*
- b. memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;*
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur, serta tidak diskriminatif;*
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;*
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;*
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.*

Penjelasan:

Huruf c

“Pelaku usaha dilarang membedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membedakan mutu pelayanan kepada konsumen.”

Huruf e

“Yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian.”

Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang iktikad baik ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara. Bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik. Sedangkan Arrest H.R. di Negeri Belanda memberikan peranan tertinggi terhadap iktikad baik dalam tahap pra perjanjian, bahkan kesesatan ditempatkan di bawah iktikad baik, bukan lagi pada teori kehendak. Begitu pentingnya iktikad baik tersebut, sehingga dalam perjanjian antara para pihak, kedua belah pihak harus mempunyai iktikad baik.¹⁹

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan

¹⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen, op.cit.*, hlm. 51.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 52.

bagi konsumen, diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

Dalam UUPK tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya bagi konsumen dimulai sejak barang di rancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.

Bersumber dari adanya iktikad baik dari pelaku usaha, maka pelaku usaha akan melakukan kewajiban-kewajiban yang lainnya, seperti memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, memberlakukan atau melayani konsumen dengan benar, menjamin mutu barang/atau jasa yang diproduksi, dan lain sebagainya.

Jika disimak baik-baik, jelas bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain

yang "ditargetkan" untuk menciptakan "budaya" tanggung jawab, pada diri para pelaku usaha.

Purba dalam menguraikan konsep perlindungan konsumen mengemukakan sebagai berikut:²⁰

“Kunci Pokok Perlindungan Konsumen adalah bahwa konsumen dan pengusaha (produsen atau pengedar produk) saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pengusaha.”

Secara umum dan mendasar hubungan antara produsen (pelaku usaha) dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan kesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara satu dengan yang lain. Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan

²⁰A. Zen Umar Purba, *Perlindungan Konsumen: Sendi-sendi Pokok Pengaturan : Hukum dan Pembangunan*, 4, Tahun XXII, Agustus 1992, hlm. 34.

usahanya. Sebaliknya konsumen kebutuhannya sangat tergantung dari hasil produksi produsen (pelaku usaha).²¹

Saling ketergantungan karena kebutuhan tersebut dapat saling menciptakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan sepanjang masa, sesuai dengan tingkat ketergantungan akan kebutuhannya yang tidak terputus-putus. Hubungan antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi di pemasaran dan penawaran. Rangkaian kegiatan tersebut merupakan rangkaian perbuatan dan perbuatan hukum yang tidak mempunyai akibat hukum dan yang mempunyai akibat hukum baik terhadap semua pihak maupun hanya kepada pihak-pihak tertentu saja.

Hak tersebut secara sistematis dimanfaatkan oleh produsen dalam suatu sistem distribusi dan pemasaran produk barang guna mencapai suatu tingkat produktifitas dan efektivitas tertentu dalam rangka mencapai sasaran usaha.

Sampai pada tahapan hubungan penyaluran atau distribusi tersebut menghasilkan suatu hubungan yang sifatnya massal. Karena sifatnya yang massal

tersebut, maka peran negara sangat dibutuhkan dalam rangka melindungi kepentingan konsumen pada umumnya. Untuk itu perlu diatur perlindungan konsumen berdasarkan undang-undang antara lain mutu barang, cara dan prosedur produksi, syarat kesehatan, syarat pengemasan, syarat lingkungan dan sebagainya.

Perlunya Undang-Undang perlindungan konsumen tidak lain, karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen karena mengenai proses sampai hasil produksi barang dan jasa yang telah dihasilkan tanpa campur tangan konsumen sedikitpun.

Bertolak dari luas dan kompleksnya hubungan antara produsen dan konsumen, serta banyaknya mata rantai penghubung keduanya, maka untuk melindungi konsumen sebagai pemakai akhir dari produk barang atau jasa membutuhkan berbagai aspek hukum agar benar-benar dapat dilindungi dengan adil. Sejak awal produksi perlindungan konsumen harus sudah dimulai.

Diawali dengan sistem pengawasan terhadap mutu dan kesehatan serta ketepatan pemanfaatan bahan untuk sasaran produk. Untuk itu aspek hukum publik sangat dominan.

²¹ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Ed, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm. 36.

Setelah hubungan bersifat personal, hukum perdatalah yang akan lebih dominan dalam rangka melindungi kepentingan masing-masing para pihak.

Pada era pasar bebas dimana lalu lintas hubungan semakin dekat dan makin terbuka, campur tangan negara, kerjasama antar negara dan kerjasama internasional sangat dibutuhkan, yaitu guna mengatur pola hubungan produsen, konsumen dan sistem perlindungan konsumen. Sistem perlindungan tersebut tidak hanya dapat memanfaatkan perangkat hukum nasional saja, tetapi membutuhkan pula perangkat hukum internasional dalam jaringan kerjasama antara negara dan kerjasama internasional. Hal ini sangat penting mengingat konflik hukum antara negara dan pihak yang berkepentingan di dalam era perdagangan bebas makin luas dan terbuka serta makin bervariasi, yaitu antar negara asosiasi produsen sejenis, antar kawasan ekonomi dan bahkan antar pihak-pihak yang mempunyai pengaruh untuk produk tertentu dalam rangka memperebutkan pasar.

Hubungan antar produsen dan konsumen yang bersifat massal tersebut hubungan antar pihak secara individual/personal dapat menciptakan hubungan-hubungan hukum yang spesifik. Hubungan hukum yang spesifik ini sangat bervariasi, yang sangat dipengaruhi oleh berbagai keadaan antara lain :

1. Kondisi, harga dari suatu jenis komoditas tertentu.
2. Penawaran dan syarat perjanjian.

3. Fasilitas yang ada, sebelum dan purna jual dsb.

4. Kebutuhan para pihak pada rentang waktu tertentu.

Keadaan-keadaan seperti tersebut diatas, pada dasarnya akan sangat mempengaruhi dan menciptakan kondisi perjanjian yang juga sangat bervariasi. Meskipun demikian didalam praktik hubungan hukum yang terjadi bahkan makin melemahkan posisi konsumen karena secara sepihak pada produsen/distributor sudah menyiapkan satu kondisi perjanjian dengan adanya perjanjian baku, yang syarat-syaratnya secara sepihak ditemukan pula oleh produsen atau jaringan distribusinya.

Bertolak dari keadaan yang demikian, maka perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen tidak dapat diberikan oleh satu aspek hukum saja, melainkan oleh suatu sistem perangkat hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif sehingga terjadi persaingan yang jujur yang secara langsung atau tidak langsung akan menguntungkan konsumen.

KESIMPULAN

Pemerintah sebagai perancang ,pelaksana serta pengawasatas jalannya hukum dan UU tentang perlindungan konsumen harus benar-benar

memperhatikan fenomena-fenomena yang terjadi pada kegiatan produksi dan konsumsi ,agar para pelaku usaha yang untuk mencari keuntungan jangan sampai merugikan pihak lain.

Kesadaran pelaku usaha akan hak-hak konsumen juga sangat dibutuhkan agar tercipta harmonisasi tujuan antara produsen yang ingin memperoleh laba tanpa membahayakan konsumen yang ingin memiliki kepuasan maksimum.

Kesadaran konsumen bahwa mereka memiliki hak,kewajiban serta perlindungan hukum atas mereka harus diberdayakan dengan meningkatkan kualitas pendidikan yang layak atas mereka ,mengingat factor utama perlakuan yang semena-mena oleh pelaku usaha kepada konsumen adalah kurangnya kesadaran serta pengetahuan konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen serta kewajiban mereka sebagai konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel , Street journal.

Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.Raja Grafindo, 2002.

Arrianto Mukti Wibowo, et.al., *Kerangka Hukum Digital Signature Dalam Electronic Commerce*, Grup Riset *Digital Security* dan *Electronic*

Commerce (Depok, Jawa Barat: Fakultas Ilmu Komputer UI, 1999).

AZ. Nasution, *Perlindungan Hukum Konsumen, Tinjauan Singkat UU No. 8 Tahun 1999-LN 1999 No. 42*, Makalah Disampaikan Pada Diklat Mahkamah Agung, Batu Malang, 14 Mei 2001.

A. Zen Umar Purba, *Perlindungan Konsumen: Sendi-sendi Pokok Pengaturan : Hukum dan Pembangunan*, 4, Tahun XXII, Agustus 1992.

Badruzaman, Maria Darus, *KUHPerd buku III Hukum Perikatan dan Penjelasannya*, Alumni, Bandung, 1996.

Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani, *Tentang Perlindungan Hukum*, Jakarta. 2000.

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Ed, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2000.

Jimly Asshiddiqie, “Undang-undang Dasar 1945: Konstitusi Negara Kesejahteraan dan Realitas Masa Depan”, *Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap Madya* (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 1998).

Jimly Asshiddiqie, “Dimensi Konseptual dan Prosedural Kemajuan Hak-hak Asasi Manusia Dewasa ini, Perkembangan ke Arah Pengertian

Hak Asasi Manusia Generasi Keempat”, *Paper Diskusi Terbatas tentang Perkembangan Pemikiran mengenai Hak Asasi Manusia, Institute for Democracy dan Human Rights* (The Habibi Center, Jakarta, 2000).

Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi (Jakarta: Grasindo, 2004).

Sri Redjiki Hartono, “Perlindungan Konsumen di Indonesia (Tinjauan Makro)”, *Mimbar Hukum Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, Edisi Khusus No. 39/X/2001.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.