

**KEADILAN BAGI KONSUMEN: MEMBEDAH
UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 8 TAHUN 1999**

Holijah*

***Abstract:** Ideologically the nation of Indonesia agreed to build a laws of the state based on Pancasila. It's serve as the source of all sources of law of Indonesian. The value of Pancasila implemented to all products of laws. This article will be studied more in depth about act - consumer protection perspective of Pancasila.*

ملخص: وافق أيديولوجيا إندونيسيا لإقامة دولة القانون التي هي الحال في دولتنا رية الخاصة على أساس البانشاسيلا. البانشاسيلا تستخدم كمصدر لجميع . يجب أن تكون القيم البانشاسيلا التلويين المهيمين أي منتجات القانونية وتنفيذ و الإنفاذ. من خلال هذا المقال سوف تدرس أكثر في العمق عن وجهة نظر قانون حماية المستهلك البانشاسيلا.

Kata Kunci: Pancasila, Perlindungan Konsumen

Pembudayaan Pancasila sebagai ideologi terbuka di era globalisasi saat ini, adalah melalui pengembangan jatidiri pelaku ekonomi dan konsumen Indonesia, dengan mempertahankan nilai-nilai dasar yang mendasar bagi bangsa Indonesia dalam era keterbukaan dan keduniaan, bukanlah tantangan mudah (Kartasasmita, 3 Desember 1997: 1). Oleh karena itu, dalam proses globalisasi tidak boleh hilang arah betapa pun kuat arus yang membawanya, sebagai penuntunnya adalah nilai dasar sebagai jatidiri bangsa harus tetap terpelihara, bahkan diperkaya dengan berbagai gagasan baru tersebut, karena globalisasi tidak hanya berkenaan dengan mekanisme hubungan ekonomi antar bangsa, tetapi secara lebih mendasar merupakan proses universalisasi nilai-nilai (Davitt, 2012: 1-2).

*Alamat koresponden penulis via email: holijahzais@yahoo.com

Nilai mengandung makna sebuah kode atau standar yang terus dipertahankan di sepanjang waktu, atau lebih luas lagi, mengorganisasikan sebuah sistem tindakan. Nilai yang sudah dikenal baik dan sesuai dengan penggunaan yang diterima, meletakkan benda-benda, tindakan, cara bersikap dan tujuan tindakan di *kontinum* persetujuan dan tidak (Kluckhohn, 1959: 395).

Perkembangan komunikasi dan informasi di era globalisasi saat ini, berjalan sangat pesat sejalan dengan laju pembangunan di segala bidang. Hal tersebut menuntut suatu gerak manusia yang cepat, efisien, dan mudah agar segala kebutuhan dapat segera terpenuhi. Globalisasi informasi dalam bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya berkembang dengan baik karena cepatnya jaringan informasi. Globalisasi adalah gerakan perluasan pasar, dan di semua pasar pasti berdasarkan persaingan, selalu ada menang dan kalah. Perdagangan bebas juga menambah kesenjangan antara negara maju dan negara pinggiran (*periphery*), yang akan membawa akibat pada komposisi masyarakat dan kondisi kehidupannya.

Negara yang disebut sebagai negara maju saat ini adalah negara yang sudah mengalami 3 (tiga) tingkatan pembangunannya yaitu, unifikasi, industrialisasi, dan negara kesejahteraan. Pada tingkat pertama yang menjadi masalah berat adalah bagaimana mencapai integrasi politik untuk menciptakan persatuan dan kesatuan nasional. Tingkat kedua, perjuangan untuk pembangunan ekonomi dan modernisasi politik. Akhirnya pada tingkat ketiga tugas negara yang terutama adalah melindungi rakyat dari sisi negatif, membetulkan kesalahan-kesalahan pada tahap-tahap sebelumnya dengan menekankan kesejahteraan masyarakat (Syawali dan Imaniyati (eds), 2000: 1).

Keberadaan suatu bangsa ketika memasuki tahap negara kesejahteraan, maka, tuntutan terhadap intervensi pemerintah melalui pembentukan hukum yang melindungi yang lemah sangatlah kuat (Rajaguguk, 5 Pebruari 2000: 14). Periode ini negara mulai memperhatikan antara lain kepentingan tenaga kerja, konsumen, usaha kecil dan

lingkungan hidup (Fishman, 1986: 7-9). Kenyataannya memang perlindungan konsumen merupakan konsekuensi dari kemajuan teknologi dan industri, karena perkembangan produk-produk industri di satu pihak, pada pihak lain memerlukan perlindungan terhadap konsumen. Sebenarnya sistem hukum perlindungan konsumen juga demikian, terbukti dari pencantuman beberapa undang-undang terkait, termasuk undang-undang di bidang ketenagakerjaan (Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan) dan lingkungan hidup dalam Penjelasan Umum Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen) (Samsul, 2004: 2).

Signifikansi pengaturan hak-hak konsumen di Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan bagian dari implementasi sebagai negara kesejahteraan, karena Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (untuk selanjutnya disingkat UUD NRI Tahun 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 19 (Samsul, 2004: 7).

Ide negara kesejahteraan, merupakan negara hukum modern, yaitu Konsep Negara Hukum Kesejahteraan Pancasila yang mempunyai karakteristik atau ciri-ciri sebagaimana yang diuraikan oleh Baschan Mustafa. Ciri-ciri atau karakteristik negara hukum kesejahteraan sebagaimana yang diuraikan oleh Baschan Mustafa sebagai berikut:

1. Negara mengutamakan kepentingan rakyat (*welfare state*);
2. Negara campur tangan dalam semua lapangan kehidupan masyarakat;
3. Negara menganut sistem ekonomi yang lebih dipimpin oleh pemerintah pusat, bukan ekonomi liberal;
4. Negara menjaga keamanan dalam arti luas di segala lapangan kehidupan masyarakat (Mustafa, 1988: 114).

Adanya pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan

berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dikonsumsi. Kondisi ini di satu pihak menguntungkan konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang/dan atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen (Sutedi, 2008: 1).

Ketatnya persaingan mengubah perilaku ke arah persaingan yang tidak sehat karena para pelaku usaha memiliki kepentingan yang saling berbenturan di antara mereka. Prasasto Sudyatmiko, mengemukakan 4 (empat) contoh elemen yang mempengaruhi perilaku bisnis menjadi tidak sehat, yaitu konglomerasi, *kartel/trust*, *insider trading* dan persaingan tidak sehat/curang (Meliala (peny), 1993). Meskipun tidak selalu bertentangan dengan hukum, konglomerasi ini cenderung melahirkan ketidakadilan di tengah-tengah masyarakat, antara lain karena dapat melahirkan praktik monopoli dan praktik bisnis curang. *Insider trading* merupakan tindakan yang menganggangi prinsip kesamaan dalam memperoleh kesempatan mengakses sebuah perusahaan. Sekurang-kurangnya ada 4 (empat) bentuk perbuatan yang lahir sebagai akibat dari tidak sehatnya praktik bisnis tersebut di atas adalah, menaikkan harga, menurunkan mutu, dumping, dan memalsukan produk.

Selanjutnya, jika pembangunan nasional dipandang sebagai pengamalan dari Pancasila, maka pembangunan ekonomipun harus berlandaskan Pancasila, yang dijadikan sebagai dasar, tujuan dan pedoman dalam penyelenggaraannya, dengan kata lain ekonomi Pancasila harus dijiwai oleh nilai-nilai Pancasila.

Dengan dasar pemikiran tersebut, sistem ekonomi yang ingin bangun adalah sistem ekonomi Pancasila. Akan tetapi ini tidak akan mudah untuk mengembangkan konsep ini, karena sebagai konsep ekonomi dan konsep pembangunan harus memenuhi berbagai syarat, di samping idealisme atau pandangan-pandangan yang normatif, harus juga memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, sehingga ada asas-asas objektif dan rasional yang dapat dikembangkan., dengan kata lain perlunya pengembangan ekonomi sebagai ekonomi Pancasila tentulah

yang dijiwai oleh nilai-nilai Pancasila (Kartasasmita, 1997: 3-4).

Peran pelaku ekonomi mempunyai tempat yang sangat signifikansi dalam pembangunan negara secara umum. Sementara itu, kedudukan konsumen adalah juga pelaku ekonomi, yang diharapkan dapat memperkuat upaya kita untuk membangun wujud masyarakat yang kita harapkan, yaitu yang maju, mandiri, sejahtera, dan berkeadilan. Bagaimanapun juga pada kenyataannya, konsumen pada masyarakat modern akan dihadapkan pada beberapa persoalan antara lain:

1. Bisnis modern menampakkan kapasitas untuk mempertahankan produksi secara massal barang baru sehubungan dengan adanya teknologi canggih serta penelitian dan manajemen yang efisien;
2. Banyaknya barang dan jasa yang dipasarkan berada di bawah standar, berbahaya atau sia-sia;
3. Ketidaksamaan posisi tawar merupakan masalah serius (kebebasan berkontrak);
4. Konsep kedaulatan mutlak konsumen bersandar pada persaingan sempurna yang ideal, namun persaingan terus menurun sehingga kekuatan konsumen di pasar menjadi melemah. Barang-barang yang makin canggih, menyebabkan konsumen tidak mengenalnya.

Fakta dan keadaan ini, menyebabkan konsumen menyerahkan kepercayaan sepenuhnya kepada pelaku usaha (Sutedi, 2008: 87). Oleh karena, makin meningkatnya teknologi masa kini, menyebabkan konsumen tidak mampu menentukan pilihan barang yang makin canggih dan konsumen tidak mengenalnya. Dengan demikian perlu perlindungan hukum bagi konsumen, karena tiadanya perlindungan konsumen adalah sebagian dari gejala negara yang kalah dalam perdagangan bebas (Delors, 1995: 723).

Ketatnya persaingan dapat mengubah perilaku ke arah persaingan yang tidak sehat karena para pelaku usaha memiliki kepentingan yang saling berbenturan diantara mereka. Persaingan tidak sehat ini pada gilirannya dapat merugikan konsumen (Sutantra, 2001: 1). Pertumbuhan dan

perkembangan industri barang dan jasa di satu pihak membawa dampak positif, antara lain yang dapat disebutkan tersedianya kebutuhan dalam jumlah yang mencukupi, mutunya yang lebih baik, serta adanya alternatif pilihan bagi konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya. Akan tetapi di lain pihak terdapat dampak negatif, yaitu dampak penggunaan teknologi itu sendiri serta perilaku bisnis yang mempengaruhi masyarakat konsumen. Karena itu perlindungan konsumen, yang kunci pokoknya bahwa antara konsumen dan pelaku usaha tersebut adalah saling membutuhkan.

Upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Berdasarkan pertimbangan tersebut diperlukan perangkat perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat.

Adanya piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/jasa yang berkualitas. Oleh karena itu, di Indonesia semua kebijakan ekonomi termasuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999) haruslah dilandasi dengan asas-asas Pancasila, agar negara tidak kehilangan kendali dalam dan tetap fokus dalam upaya untuk mensejahterakan rakyat. Pancasila sebagai ideologi memiliki karakter utama sebagai ideologi nasional, karena itu harus digali dan dirumuskan untuk kepentingan membangun negara bangsa Indonesia. Dengan ideologi nasional yang mantap seluruh dinamika sosial, budaya, dan politik dapat diarahkan untuk menciptakan peluang positif bagi pertumbuhan kesejahteraan bangsa.

Perlindungan konsumen secara sistematis dalam hukum di Indonesia tercermin dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (berikutnya disingkat dengan UUPK). UUPK pada dasarnya lahir dengan misi perlindungan dan pengamanan atas kesejahteraan masyarakat dalam segala sektor kegiatan ekonomi yang digambarkan dalam frasa kalimat "melindungi konsumen sama dengan melindungi bangsa". Hal ini menjadi motivasi dasar dari pemberlakuan UUPK bahwa setiap masyarakat baik secara individual maupun komunal merupakan konsumen yang selalu menikmati barang/jasa. Motivasi ini dilatarbelakangi pemahaman bahwa filosofi pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen untuk membentuk manusia Indonesia seutuhnya. Dari uraian di atas, dapat ditarik suatu analisis bahwa dengan adanya UUPK ini maka sedikit banyak konsumen dapat terlindungi haknya. Disebutkan dalam Bab IV UUPK merupakan salah satu upaya dari undang-undang ini untuk menjangkau perlindungan tersebut.

Sesungguhnya banyak keuntungan yang diperoleh konsumen dengan diundangkannya UUPK. Di antaranya adalah dijaminnya hak-hak dasar konsumen secara eksplisit, kewajiban produsen, larangan penggunaan klausula baku (standar) oleh produsen yang berpotensi merugikan konsumen, tersedianya jalur *litigasi* (pengadilan) dan *non litigasi* dalam hukum acara sengketa konsumen, diaturnya pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Yang juga cukup menggembirakan dengan adanya UUPK adalah pasal-pasal yang berhubungan dengan *class action*. Dengan adanya *class action*, tidak perlu lagi maju sendiri-sendiri dalam kasus-kasus yang merugikan banyak konsumen. Keputusan *class action* berlaku untuk semua, sehingga konsumen tidak banyak menghabiskan tenaga, biaya, dan waktu (<http://ekonomi.kompasiana.com/diakses tanggal 12 Januari 2013>, Pukul 15:00 WIB).

Saat ini dasar hukum Sistem Ekonomi Indonesia yang berdasarkan Pancasila adalah Pasal 33 UUD 1945 sebagai

pasal utamanya sistem ekonomi Indonesia yang berdasarkan Pancasila, dengan kelengkapannya, yaitu Pasal-pasal 23, 27 (ayat 2) dan 34. Secara normatif landasan idiil sistem ekonomi Indonesia adalah Pancasila dan UUD 1945. Dengan demikian maka sistem ekonomi Indonesia adalah sistem ekonomi yang berorientasi kepada Ketuhanan Yang Maha Esa (berlakunya etik dan moral agama, bukan materialisme); Kemanusiaan yang adil dan beradab (tidak mengenal pemerasan atau eksploitasi); Persatuan Indonesia (berlakunya kebersamaan, asas kekeluargaan, sosio-nasionalisme dan sosio-demokrasi dalam ekonomi); Kerakyatan (mengutamakan kehidupan ekonomi rakyat dan hajat hidup orang banyak); serta keadilan sosial (persamaan/emansipasi, kemakmuran masyarakat yang utama bukan kemakmuran orang-seorang). Dari butir-butir di atas, keadilan menjadi sangat utama di dalam sistem ekonomi Indonesia. Keadilan merupakan titik-tolak, proses dan tujuan sekaligus.

Landasan normatif-imperatif ini mengandung tuntunan etik dan moral luhur, yang menempatkan rakyat pada posisi mulianya, rakyat sebagai pemegang kedaulatan, rakyat sebagai umat yang dimuliakan Tuhan, yang hidup dalam persaudaraan satu sama lain, saling tolong-menolong dan bergotong-royong. Indonesia adalah negara yang termasuk menganut sistem ekonomi campuran yaitu menggabungkan antara sistem ekonomi kapitalis dengan liberal. Lebih tepatnya Indonesia menganut sistem demokrasi ekonomi yang perwujudannya berasal dari falsafah Pancasila dan UUD 1945 yang berasaskan kekeluargaan dan kegotongroyongan dari, oleh dan untuk rakyat dibawah pimpinan dan pengawasan pemerintah.

Memahami permasalahan tersebut di atas, adalah dikembalikan kepada apa yang dimaksud dengan asas itu sendiri. Sesuai dengan pengertian yang dimaksud dari asas itu sendiri yaitu berarti dasar, landasan, fundamen, prinsip dasar, jiwa atau cita-cita, dengan kata lain asas adalah dalil umum yang dinyatakan dalam istilah umum dengan tidak menyebutkan secara khusus cara pelaksanaannya (Gie, 1977: 9). Maka asas dapat juga disebut sebagai pengertian-pengertian

dan nilai-nilai yang menjadi tolak ukur berfikir tentang sesuatu.

Dengan melihat dari pengertain asas ini, jika kemudian dikaitkan dengan sistem ekonomi Pancasila yang ingin dikembangkan dan dasar lahirnya UUPK dengan misi perlindungan dan pengamanan atas kesejahteraan masyarakat dalam segala sektor kegiatan ekonomi yang digambarkan dalam frasa kalimat "melindungi konsumen sama dengan melindungi bangsa". Ini artinya ada hubungan antara asas Pancasila yang terkandung dari kelima Sila Pancasila dan asas hukum dari UUPK, sehingga ada unsur yang harus dipenuhi yaitu asas Pancasila dan asas hukum yang diterapkan dalam UUPK itu sendiri.

Untuk mengetahui permasalahan ini, dalam tulisan akan dibahas apakah asas-asas Pancasila memenuhi asas-asas hukum dari UUPK serta apakah asas-asas Pancasila tersebut telah dimasukkan dalam pasal-pasal UUPK, sehingga tercapainya perlindungan konsumen berupa kesejahteraan masyarakat yang artinya adalah tercapainya keadilan bagi konsumen, yang menurut John Rawls, yang merumuskan sebuah teori yang dapat mengakomodasi pribadi individu secara serius tanpa mempertaruhkan kesejahteraan atau hak-haknya demi kebaikan orang lain (Leback, 1986: 49-50).

Sesuai dengan keadilan yang melekat pada tujuan hukum yang dikemukakan Tourtoulon yang dengan tegas menyatakan *lex injuste non est lex*, yaitu hukum yang tidak adil adalah bukan hukum. Sementara ide keadilan itu menuntut pemberian kepada setiap orang hak perlindungan dan pembelaan diri. Kemudian juga dikombinasikan dengan teori tujuan hukum dari Gustav Radbruch, bahwa tujuan hukum adalah untuk manfaat, keadilan dan kepastian hukum, ketiga tujuan hukum tersebut tidak dapat bersamaan diterapkan dan masalah keadilan yang sering mendapat sorotan utama. Fungsinya tujuan hukum dari keadilan adalah melihat bagaimana persepektif dalam asas Pancasila dan tujuan pembangunan nasional yang bertujuan untuk keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat.

Makna Asas-Asas Pancasila dalam Hukum Positif Indonesia

Sebelum membahas isi/materi Pancasila secara mendalam, terlebih dahulu harus mengetahui arti istilah Pancasila, dari bahasa apakah asal perkataannya dan di mana dipergunakannya dan perkembangan perkembangannya selanjutnya baik secara etimologis (bahasa), historis (sejarah), dan secara terminologis (berdasarkan istilahnya). Pancasila berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti lima aturan tingkah laku yang penting, yang dalam Jawa Kuno berarti lima pantangan yang semuanya dipergunakan dalam agama Budha. Akhirnya Pancasila menjadi Bahasa Indonesia yang dipakai sebagai istilah untuk nama dasar filsafat negara Republik Indonesia sampai saat ini (Bakry, 2003: 11-12).

Nilai pancasila dalam kehidupan bangsa Indonesia diakui sebagai pandangan hidup (filsafat hidup) yang berkembang dalam sosio-budaya Indonesia. Nilai pancasila dianggap sebagai nilai dasar dan puncak (sari-sari) budaya bangsa, karenanya nilai Pancasila diyakini sebagai jiwa dan kepribadian bangsa. Nilai-nilai Pancasila secara intrinsik bersifat filosofis, dan di dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Nilai Pancasila secara praktis merupakan filsafat hidup (pandangan hidup). Nilai dan fungsi filsafat Pancasila telah ada jauh sebelum Indonesia merdeka.

Thomas Aquinas yang menggunakan *term* Aristoteles yang dikutip Sutrisno, mengartikan nilai sebagai suatu yang baik. Artinya, nilai dapat dikonstruksikan ke berbagai macam objek. Ada 4 (empat) unsur penyusunan dasar nilai (unsur konstruktif yang membuat sesuatu itu bernilai). Dua unsur berasal dari objek, yaitu unsur kegunaan atau manfaat (*utility*) dan unsur kepentingan (*importance*). Sementara dua unsur lainnya berasal dari subjek yaitu unsur kebutuhan (*need*) dan unsur penilaian, penafsiran dan penghargaan (*estimasi*) (Sutrisno, dan Putranto, 2004: 26).

Internalisasi nilai akan efektif jika diikuti konsistensi dari peran institusi formal dalam melaksanakan fungsi transformasi nilai. Lunturnya identitas tradisi, budaya yang diwarisi leluhur merupakan bukti kegagalan internalisasi nilai. Di era Orde Baru sebenarnya telah dilakukan internalisasi

nilai-nilai Pancasila lewat Penataran Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila (P4). Namun, terbukti gagal karena internalisasi dilakukan secara paksa, bahkan cenderung menyakralisasikan Pancasila. Unsur-unsur kritis, kontrol dan ikhtiar kebenaran yang disuarakan masyarakat ditumpas habis. Pemerintah tidak mengizinkan pemikiran-pemikiran kritis yang berlawanan dengan Pancasila. Akal sehat masyarakat pun melemah akibat represi fisik. Pola tersebut yang menyebabkan matinya kreatifitas dalam sejarah bangsa dan masyarakat karena dikendalikan, dikuasai dan dipasung oleh sentralisasi kekuasaan (Sutrisno, dan Putranto, 2004: 48).

Akibat perubahan-perubahan dan dinamika dalam kehidupan ekonomi serta terjadinya pergeseran nilai yang berlangsung cepat menyebabkan terjadinya krisis nilai yang memunculkan sikap yang mengutamakan rasionalitas khususnya rasionalitas efektivitas dan rasionalitas efisiensi yang dengan sepenuhnya mengabaikan rasionalitas nilai dan rasionalitas berkaidah. Adanya kecenderungan *otio*n bahwa kebaikan dan kebenaran diputuskan bersarkan pertimbangan *cost and benefit*. Dalam bidang hukum, situasi krisis nilai ini tampak dari munculnya gejala apa yang oleh Nonet Selznick disebut *legal moralism*, hukum yang sok moralis yang akan menumbuhkan kemunafikan (Kartohadiprodjo, 2010: 17-18).

Indonesia, secara ideologis Indonesia sepakat untuk membangun negara hukum khas Indonesia yaitu negara hukum berdasarkan Pancasila. Pancasila dijadikan sebagai sumber dari segala sumber hukum negara. Nilai-nilai Pancasila harus mewarnai secara dominan setiap produk hukum, baik pada tataran pembentukan, pelaksanaan maupun penegakannya. Simbolisasi ideologi Pancasila dalam lambang negara di negara hukum Republik Indonesia yang kemudian menjadi amandemen kedua UUD NRI Tahun 1945. Pasal 36 A Lambang Negara ialah Garuda Pancasila dengan semboyan Bhinneka Tunggal Ika.

Pancasila sebagai ideologi artinya sebagai gagasan atau konsep tujuan suatu negara mempunyai tujuan atau cita-cita bagi masyarakat Indonesia dan sebagai solusi dari segala konflik yang ada di Indonesia (<http://id.scrib.com/> diakses

tanggal 13 Januari 2013, Pukul 20: 30 WIB). Penempatan kedudukan Pancasila sebagai dasar negara artinya menjadi sumber, landasan norma, serta memberi fungsi konstitutif dan regulatif bagi penyusunan hukum negara. Inilah sifat dasar Pancasila yang pertama dan utama, yakni sebagai dasar negara (*philosophische grondslaag*) Republik Indonesia, sebagaimana Pancasila yang terkandung dalam alinea keempat Pembukaan UUD NRI Tahun 1945 tersebut ditetapkan sebagai dasar negara pada tanggal 18 Agustus 1945 oleh Panitia Persiapan Kemerdekaan Indonesia (PPKI) yang dapat dianggap sebagai penjelmaan kehendak seluruh rakyat Indonesia yang merdeka.

Revitalisasi Pancasila sebagai dasar negara mengandung makna bahwa Pancasila harus diletakkan utuh dengan pembukaan, dieksplorasikan dimensi-dimensi. Ada 3 (tiga) konsep Pancasila, yaitu konsep Pertama, Pancasila sebagai dasar negara, kedua, Pancasila sebagai ideologi negara, Pancasila sebagai dasar filosofis bangsa dan negara. Terhadap ketiga konsep Pancasila ini diharapkan materi muatan peraturan perundang-undangan tidak boleh bertentangan dengan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila. teks hukum kenegaraan di atas masih terpengaruh pada pola pikir positivisme, masih perlu merekonstruksi kembali agar membumi.

Permasalahan mengenai peraturan oleh hukum itu bukan saja dilihat dari segi legitimitasnya, dan bukan juga semata-mata dilihat sebagai ekspresi dari nilai-nilai keadilan. Itulah sebabnya muncul suatu cara berpikir lain (aliran pemikiran non-analitis) yang tidak lagi melihat hukum sebagai lembaga yang otonom di dalam masyarakat, melainkan sebagai suatu lembaga yang bekerja untuk dan di dalam masyarakat (Warassih, 2005, dan Wignjosoebroto, 2008).

Selain itu layak pula dikemukakan pendapat Soejadi (1998: 214) tentang Pancasila sebagai sumber tertib hukum Indonesia, antara lain nilai-nilai dasar yang terkandung dalam Pancasila ditransformasikan dalam cita hukum serta asas-asas hukum, yang selanjutnya dirumuskan dalam konsep hukum nasional Indonesia. Dengan demikian dapat diperoleh

pemahaman bahwa hukum nasional Indonesia mengandung corak, tidak menganut positivisme hukum, menolak faham *legisme* dan *sekuleristik*, mewujudkan nilai keadilan, dan melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia.

Sudah seharusnya asas-asas Pancasila yang ditransformasikan dalam asas hukum. Adapun asas hukum yang merupakan landasan terbentuknya suatu peraturan hukum atau *ratio logis* dari suatu peraturan hukum (Rahardjo, 1982: 85-86). Selain itu asas hukum merupakan prinsip yang dianggap dasar atau fundamen hukum yang terdiri dari pengertian-pengertian atau nilai-nilai yang menjadi titik tolak berfikir tentang hukum (Hujber, 1982: 79). Sehingga asas hukum tidak boleh dianggap sebagai norma-norma hukum konkrit yang harus dipandang sebagai dasar umum atau petunjuk bagi hukum yang berlaku (Mertokusumo, 1997: 32). Maka asas hukum dapat dibedakan menjadi:

1. Asas objektif, yaitu prinsip yang menjadi dasar bagi pembentuk peraturan hukum;
2. Asas Subjektif, yaitu prinsip-prinsip yang menyatakan kedudukan subjek berhubungan dengan hukum.

Berdasarkan Pancasila sebagaimana yang tertuang dalam Pembukaan UUD NRI Tahun 1945 dan ditegaskan keseragaman sistematikanya melalui Instruksi Presiden No.12 Tahun 1968 itu tersusun secara hirarkis-piramidal. Setiap sila (dasar/asas) memiliki hubungan yang saling mengikat dan menjiwai satu sama lain sedemikian rupa hingga tidak dapat dipisah-pisahkan. Melanggar satu sila dan mencari pembenarannya pada sila lainnya adalah tindakan sia-sia. Oleh karena itu, Pancasila pun harus dipandang sebagai satu kesatuan yang bulat dan utuh, yang tidak dapat dipisah-pisahkan.

Upaya perlindungan konsumen sebagai upaya menjamin adanya kepastian hukum dari tindakan kesewenang-wenangan yang mungkin merugikan konsumen karena untuk kepentingan pelaku usaha. Perlunya untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian,

kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Keberpihakan kepada konsumen ini sesungguhnya adalah wujud dari ekonomi kerakyatan (Simmarta, 1998: 117-118).

Hak-hak konsumen ini terdiri dari hak-hak konsumen sebagai manusia (yang perlu hidup) dan hak konsumen sebagai subjek hukum dan warga negara (yang bersumber dari undang-undang/hukum) dan hak konsumen sebagai pihak-pihak dalam kontrak (dalam hubungan kontrak dengan produsen). Dalam pengertian hukum, umumnya yang dimaksud dengan hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Kepentingan pada hakikatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan lindungi oleh hukum dan melaksanakannya (Mertokusumo, 1986: 40). Pemberdayaan konsumen dimaksudkan untuk karena tidak mudah untuk mengharapakan kesadaran pelaku usaha yang pada umumnya melaksanakan prinsip ekonomi untuk mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal yang seminimal mungkin. Perlunya undang-undangnya perlindungan konsumen yang terdiri dari 15 bab dan 65 Pasal, tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan dengan posisi produsen.

Pemberian perlindungan kepada konsumen juga bertujuan untuk menjaga eksistensi konsumen itu sendiri sebagai suatu potensi di dalam pembangunan ekonomi, yang berarti melindungi konsumen adalah sama artinya dengan menjaga kelangsungan produksi. Artinya selain aspek sosial ekonominya, perlindungan konsumen juga memuat aspek pembangunan, yang esensi dari ketentuan yang diharapkan untuk melindungi konsumen tersebut merupakan tujuan demi kesejahteraan dari hasil pembangunan ekonomi (Djumhana, 1994: 35). Sesungguhnya kedudukan masyarakat sebagai konsumen adalah tidak mungkin ditanggalkan, jika masalah perlindungan konsumen yang jelas-jelas menyangkut hajat hidup orang banyak kurang mendapat perhatian adalah suatu hal yang sungguh mengherankan (Hakim GN, 1998: 41).

Pancasila juga sebagai paradigma pembangunan, maksudnya sebagai kerangka pikir, sumber nilai, orientasi dasar, sumber asas serta arah dan tujuan dari suatu perkembangan perubahan serta proses dalam suatu bidang tertentu termasuk perlindungan konsumen. Keberadaan Pancasila yang memuat asas-asas yang terintegritas dalam sistem kenegaraan Pancasila terpancar dalam integritas asas.

Nilai nilai ini secara bulat dan utuh mencerminkan asas kekeluargaan, cinta sesama dan cinta keadilan. Oleh karena itu, konsep perlindungan konsumen di Indonesia dalam pembangunan nasional harus mendasarkan pada hakikat nilai-nilai sila-sila Pancasila dengan mewujudkan peningkatan harkat dan martabat manusia secara konsisten berdasarkan pada nilai-nilai hakikat kodrat manusia. Pancasila mengarahkan pembangunan agar selalu dilaksanakan demi kesejahteraan umat manusia dengan rasa nasionalis.

Selaras dengan ide normatif pengaturan perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut di atas, mempunyai relevansi dengan Konsep Negara Hukum Kesejahteraan Pancasila dalam UUD NRI Tahun 1945. Negara Hukum Kesejahteraan Pancasila dikonseptualisasikan dalam UUD NRI Tahun 1945, adalah negara yang didirikan dan diselenggarakan berdasarkan atas Pancasila sebagai ideologi negara dan UUD NRI Tahun 1945 sebagai konstitusi negara, yang dijabarkan dalam berbagai peraturan hukum dan peraturan kebijakan yang secara formal dibentuk secara demokratis dan secara materiil menjamin kepastian, keadilan dan kemanfaatan hukum, yang bertujuan mewujudkan kesejahteraan dalam arti seluas-luasnya bagi sebanyak-sebanyaknya rakyat Indonesia sebagai mahluk Tuhan Yang Maha Esa (Jurnal, Simbur Cahaya No. 47 Tahun XVII, Januari 2012: 2834).

Konsep Negara Hukum Kesejahteraan Pancasila mengandung unsur-unsur dari konsep *rechtstaat* dan *rule of Law*, dengan perbedaan prinsipilnya terletak pada filsafat kenegaraannya yaitu berbasis pada filsafat Pancasila. Secara teori Negara Hukum Kesejahteraan Pancasila adalah

merupakan negara hukum materiil (negara hukum dalam pengertian luas) atau negara hukum modern, yang tugas negaranya berperan aktif mensejahterakan rakyatnya. Sementara secara substantif, konsep Negara Hukum Kesejahteraan Pancasila, mengandung jiwa dan semangat Negara hukum Pancasila (Hadjon, 1987: 84).

Berdasarkan konsep Negara Hukum Kesejahteraan Pancasila, adanya keterlibatan pemerintah dalam melindungi konsumen dari dampak negatif kekuatan pasar yang cenderung merugikan konsumen di samping melindungi hak-hak konsumen, yang didasarkan karena lemahnya kedudukan konsumen (Harianto, 2010: 19), sehingga konsumen cenderung dieksploitasi oleh pelaku usaha. Ini senada yang diungkapkan oleh Allam Asher yang menyatakan:

“Government intervention model, where consumers required countervailing market power, particularly as the old buyer beware became meaningless with the introduction of complex product and service on the market”.

Seiring dengan fungsi negara sebagai penyelenggara kesejahteraan umum, maka dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, pemerintah memegang peranan sentral, yaitu bahwa pemerintah harus dapat mengusahakan terwujudnya perlindungan terhadap kepentingan konsumen dengan baik melalui penciptaan iklim yang kondusif baik, terpenuhinya hak-hak konsumen baik melalui pembuatan peraturan-peraturan yang baik dan melaksanakan peraturan tersebut sebaik-baiknya sebagai fungsi penegakan hukum. Dan jangan sampai ada kesan bahwa mematuhi hukum yang berlaku malah mendatangkan kerugian dan sebaliknya lebih menguntungkan kalau bertindak melawan hukum. Dengan demikian perlunya pemerintah untuk mengontrol dan mengawasi penataan terhadap suatu peraturan perundang-undangan, yang menurut Agnes M. Toar mengatakan bahwa meskipun sudah banyak peraturan mengenai perlindungan konsumen, namun kontrol penataan peraturan tersebut (masih) sangat kurang (Toar, 1988: 37).

Memperhatikan dan mengelaborasi dari ide dasar Negara Hukum Kesejahteraan Pancasila sebagaimana yang dikonseptualisasikan dalam UUD NRI Tahun 1945 dengan ide normatif pengaturan perlindungan konsumen dalam UUPK, maka dapat dipahami bahwa ketiadaan asas-asas Pancasila berakibat suatu ketentuan dalam suatu peraturan menjadi kehilangan makna atau bahkan filosofisnya.

Keberadaan asas Pancasila yang dikonseptualisasi dalam asas hukum merupakan *conditio sine quanon*, karena mengandung nilai-nilai moral dan etis yang mengarahkan pembentukan hukum yang memenuhi nilai-nilai filosofis berintikan rasa keadilan dan kebenaran, nilai-nilai sosiologis yang sesuai dengan tata nilai budaya yang berlaku di masyarakat, serta nilai-nilai yuridis yang sesuai dengan hukum yang berlaku (Soejadi, 1999: 68).

Pengaturan perlindungan konsumen dalam UUPK didasarkan atas asas-asas hukum penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana yang termuat dalam Pasal 2, yang terdiri dari asas manfaat, asas keadilan, keseimbangan serta kepastian hukum. Sesuai dengan penjelasan UUPK, maka yang dimaksud dengan:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam materiil dan spritual;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan

pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;

5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

Kelima asas hukum perlindungan konsumen ini jika disesuaikan dengan asas-asas Pancasila yang bersumber dari lima silanya, maka Pancasila yang memuat lima (5) asas, yang substansi masing-masing asas Pancasila dari sila pertama (1) adalah memuat etika, sila kedua (2) adalah asas kemanusiaan, sila ketiga (3) nasionalisme, sila keempat (4) kerakyatan/demokrasi, dan sila kelima (5) keadilan sosial.

Dengan demikian yang menjadi benang merah kesesuaiannya, dengan memperhatikan dan elaborasi antara isi asas-asas Pancasila dengan asas hukum perlindungan konsumen, adalah sebagai berikut:

1. Asas etika dari sila pertama Pancasila pada asas hukum perlindungan konsumen termuat dalam asas keamanan dan keselamatan konsumen;
2. Asas kemanusiaan pada sila kedua Pancasila pada asas hukum perlindungan konsumen termuat dalam asas keseimbangan;
3. Asas nasionalisme pada sila ketiga Pancasila pada asas hukum perlindungan konsumen termuat dalam asas manfaat;
4. Asas kerakyatan/demokrasi pada sila keempat Pancasila pada asas hukum perlindungan konsumen termuat dalam asas kepastian hukum;
5. Asas keadilan sosial pada sila kelima Pancasila pada asas hukum perlindungan konsumen termuat dalam asas keadilan.

Memperhatikan substansi Pasal 2 UUPK termasuk Penjelasan tersebut di atas, tercermin perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada Pancasila sebagai falsafah negara Republik

Indonesia. Selanjutnya, kelima asas yang disebutkan dalam Pasal 2 UUPK tersebut dari substansinya sesuai dengan tujuan hukum menurut Radbruch berupa keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum sebagai 3 (tiga) ide dasar hukum atau 3 (tiga) nilai dasar yang dapat dipersamakan asas hokum (Radbruch, 1996: 95), maka substansinya dapat dibagi menjadi:

1. Asas kemanfaatan yang didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen;
2. Asas keadilan yang didalamnya meliputi asas keseimbangan dan;
3. Asas kepastian hokum (Miru dan Yodo, 2007: 26).

Ketiga asas ini, ada kesulitan untuk mewujudkan secara bersamaan. Yang sering menjadi sorotan adalah masalah asas keadilan yang menurut Friedman *every function of law, general or spesifik is allocative*. Sesuai dengan asas Pancasila yang kelima merupakan paling khusus dan terutama yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, merupakan tujuan dari kelima sila lainnya (Marzuki, IX, Agustus 1997: 28).

Adapun mengenai keadilan menurut perspektif Radbruch, yang mengajarkan “bahwa kita harus menggunakan asas prioritas di mana prioritas pertama selalu jatuh pada keadilan, baru kemanfaatan, dan terakhir kepastian hukum” (Ali, 1996: 95-96). Akan tetapi prioritas kasuitis, artinya tujuan hukum diprioritaskan sesuai dengan kasus yang dihadapi (Miru dan Yodo, 2007: 28). Sementara menurut teori keadilan John Rawls, mengemukakan ada 3 (tiga) hal yang merupakan solusi bagi problem keadilan, yaitu (Rawls, 1971: 301):

1. Prinsip kebebasan yang sama bagi setiap orang (*principle of greatest equal liberty*). Rumusan ini mengacu pada rumusan Aristoteles tentang kesamaan, oleh karenanya kesamaan dalam memperoleh dan penggunaannya berdasarkan hukum alam. Ini *inheren* dengan pengertian *equal* yaitu sama derajat antara sesama manusia, sehingga konsep keadilan yang diterapkan adalah konsep keadilan sosial;

2. Prinsip perbedaan (*the difference principle*), rumusan ini merupakan modifikasi atau imbangan terhadap rumusan pertama yang menghendaki persamaan terhadap semua orang apabila memberi manfaat kepada setiap orang;
3. Prinsip persamaan yang adil untuk memperoleh kesempatan bagi setiap orang (*the principle of fair equality of opportunity*), yaitu ketidaksamaan ekonomis harus diatur sedemikian rupa agar memberi kesempatan bagi setiap orang untuk menikamatinya.

Dengan konsep keadilan tersebut, John Rawls (1971), membagi keadilan kedalam:

1. Keadilan yang formal (*formal justice*), menerapkan keadilan yang sama bagi setiap orang sesuai dengan bunyi peraturan;
2. Keadilan substantif, keadilan lebih dari keadilan formal saja, karena menerapkan hukum berarti mencari keadilan yang hakiki, dan dalam melaksanakan keadilan yang substantif itu harus didukung oleh rasa keadilan sosial, keadilan yang mengandung hak-hak dan kewajiban yang dapat diterima oleh masyarakat umum.

Dengan teori keadilan dari John Rawls ini, maka dapat disebutkan bahwa keadilan sebagai kesetaraan dengan tidak boleh ada pertukaran kebebasan atau kesejahteraan seseorang (individu) dengan kesejahteraan orang lain yang diperbolehkan. Kebebasan dasar harus didistribusikan setara dan tidak boleh dikorbankan demi pencapaian ekonomi, karena ketidakadilan ada pada masyarakat yang berada di bawah, dan keadilan tergantung pada kebebasan, kesetaraan dan rasionalitas manusia untuk tercapai keadilan sosial dengan mengutamakan untuk golongan yang lemah atau kurang beruntung.

Pendapat ini sejalan dengan tujuan yang ingin di capai dalam perlindungan konsumen seperti yang termuat dalam Pasal 3 UUPK untuk terpenuhinya hak-hak konsumen. Memberikan perlindungan kepada konsumen sama artinya juga memberikan perlindungan kepada masyarakat, karena semua manusia adalah konsumen.

Dengan demikian pencapaian keadilan merupakan yang utama dari semua tujuan yang ingin dicapai, dan keadilan yang tertinggi adalah keadilan sosial untuk semua manusia. Adapun konsep keadilan yang ingin dicapai dalam UUPK tersebut adalah terpenuhinya tujuan dari perlindungan konsumen di Indonesia sebagai penghormatan manusiawi terhadap harkat dan martabat manusia sebagai konsumen. Dan untuk melihat penerapan asas-asas Pancasila dalam asas hukum perlindungan konsumen yang terdapat pada pasal-pasal Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dapat dilihat garis besar dari UUPK yang memuat hal-hal sebagai berikut:

1. Ketentuan umum, pada Bab 1 Pasal 1 memuat pengertian-pengertian tentang beberapa kata dan istilah yang dipakai di dalam UUPK;
2. Asas dan Tujuan, Memuat lima asas perlindungan konsumen dan tujuan yang ingin diharapkan akan tercapainya tujuan yang ingin dicapai melalui pemberlakuan UUPK;
3. Hak dan Kewajiban, pada Bab III Pasal 4 dan Pasal 5 mengatur Hak dan Kewajiban Konsumen, dan Pasal 6 dan Pasal 7 mengatur Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha sebagai pelaku usaha. Ini memuat asas keadilan dari sila kelima Pancasila keseimbangan dari asas hukum UUPK;
4. Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha, Pada Bab IV Pasal 8-Pasal 17, yaitu sejumlah perbuatan yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya;
5. Ketentuan pencantuman Klausula Baku, mengatur batasan-batasan penggunaan klausula baku dalam transaksi konsumen. Ini memuat asas. Ini memuat asas kepastian hukum dari asas hukum UUPK ;
6. Pembinaan dan Pengawasan, pada Bab VII Pasal 19-Pasal 28, mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha di dalam menjalankan usahanya. Ini memuat asas etika dari sila kesatu dari asas Pancasila dan asas keamanan dan keselamatan dari asas hukum UUPK;

7. Pembinaan dan Pengawasan, pada Bab VII Pasal 29-Pasal 30, memuat ketentuan-ketentuan tentang pelaksanaan pembinaan dan pengawasan usaha. Ini memuat asas kemanusiaan dari sila kedua Pancasila dan asas keamanan dan keselamatan dari asas hukum UUPK;
8. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), pada Bab VIII Pasal 31-Pasal 43, memuat ketentuan tentang fungsi, tugas, susunan organisasi, dan keanggotaan dari sebuah badan yang bertanggungjawab dalam meningkatkan perlindungan kepada konsumen secara nasional. Ini memuat asas nasionalisme dari sila ketiga Pancasila dan asas manfaat dari asas hukum UUPK;
9. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), pada Bab IX Pasal 44 tentang eksistensi serta tugas Lembaga Swadaya Masyarakat. Ini memuat asas manfaat dari asas hukum UUPK ;
10. Penyelesaian sengketa, pada Bab X Pasal 45-Pasal 48, memuat ketentuan-ketentuan tentang penyelesaian sengketa konsumen, baik di dalam maupun di luar pengadilan. Ini memuat asas keseimbangan dari asas hukum UUPK;
11. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Pasal 49-Pasal 58, memuat ketentuan-ketentuan tentang eksistensi, tugas, dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, ini memuat asas manfaat dari asas hukum UUPK;
12. Penyidikan, pada Bab XII Pasal 59, memuat ketentuan tentang penyidikan perkara konsumen yang diduga memenuhi unsur-unsur pidana, ini memuat asas kepastian hukum dari UUPK;
13. Sanksi, pada Bab XIII Pasal 60-Pasal 63, memuat ketentuan tentang jenis dan penjatuhannya sanksi. Ini memuat asas kepastian hukum dari UUPK;
14. Ketentuan Peralihan, pada Bab XIV Pasal 64, memuat ketentuan tentang peralihan dari keadaan yang lalu ke keadaan pada masa berlakunya UUPK. Ini memuat asas kepastian hukum dari asas hukum UUPK;

15. Ketentuan Penutup, pada pasal XV Pasal 65, memuat ketentuan tentang mulai berlakunya UUPK. Ini memuat asas nasionalisme dari sila ketiga Pancasila dan asas kepastian hukum dari UUPK.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan masalah yang diuraikan di atas, maka dapat suatu kesimpulan bahwa Keberadaan asas-asas Pancasila yang dikonseptualisasikan ke dalam asas hukum merupakan *conditio sine quanon*, karena mengandung nilai-nilai moral dan etis yang mengarahkan pembentukan hukum yang memenuhi nilai-nilai filosofis, sosiologis dan yuridis.

Terdapat kesesuaian antara asas-asas Pancasila dengan asas hukum perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun mengenai penerapan asas-asas Pancasila dalam asas hukum perlindungan konsumen yang terdapat pada pasal-pasal UUPK, dan dapat dilihat garis besar dari UUPK. Dengan demikian dari elaborasi penerapan asas Pancasila dalam asas-asas hukum pada pasal-pasal UUPK ternyata tidak semua pasal-pasal UUPK yang menerapkan asas Pancasila dalam asas hukum dari UUPK tersebut.

Daftar Pustaka

- Ali, Achmad, 1996, *Menguak Tabir Hukum*, Chandra Pratama, Jakarta.
- Azhary, 1995, *Negara Hukum Indonesia: Analisis Yuridis Normatif tentang Unsur-Unsurnya*, Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Davitt, Thomas E., 1978, *Revised Edition for American Philosophical Society*, Diterjemahkan oleh Yudi Santoso, 2012, *Nilai-Nilai Dasar di Dalam Hukum: Menganalisa Implikasi-implikasi Legal Etik, Psikologi & Antropologi bagi Lahirnya Hukum*, Yogyakarta.
- Djumhana, Muhammad 1994, *Hukum Ekonomi Sosial Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

- GN, Abudul Hakim, 1998, *Politik Hukum Indonesia*, Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonsesa, Jakarta.
- Gie, The Liang, 1977, *Teori-Teori Keadilan*, Super, Jakarta.
- Hadjon, Philpus M., 1987, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, Bina Ilmu, Surabaya.
- Harianto, Dedi 2010, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Huijber, Theo, 1990, *Filsafat Hukum*, Kanisius, Jakarta.
- Kluckhohn, Clyde, "Values and Value Orentation in Theory of Action : An Exploration in Definition and Classification", Di dalam Talcoot Persons dan Edward Shills (ed), 1959, *Toward a General Theory of Action*, Mass, Cambridge.
- Kartohadiprodjo, Soediman 2010, *Pancasila sebagai Pandangan Hidup Bangsa Indonesia*, Gatra Pustaka, Jakarta.
- Krisdiyanti, Celina Tri Siwi 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Miru, Ahmadi, 2011, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen Indonesia*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Miru, Ahmadi & Sutarman Yodo, 2007, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Marzuki, Peter Mahmud, Tanpa tahun, *Pembaharuan Hukum Ekonomi Indonesia*, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Mertokusumo, Sudikno 1986, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta.
- Samsul, Inocentius 2004, *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggungjawab Mutlak*, Program Pascasarjana Fakultas Hukum UI, Jakarta.
- Sutrisno, Mudji dan Hendar Putranto, 2004, *Menafsir Keindonesiaan, Hermeneutika Pascakolonial, Soal Identitas*, Kanisius, Yogyakarta.
- Rahardjo, Satjipto, 1982, *Ilmu Hukum*, Alumni, Bandung.
- Radbruch, Gustav 1950, *Legal Philosophy, in The Legal Philosophies of Lask, Radbruch, and Dabin*, translated by Kurt Wilk, Harvard University Press, Massachussetts.
- Rawls, John 1971, *A Theory of Justice*, The Bellnap Press of Harvard University, Massachussetts.

Wignjosoebroto, Soetandyo 2008, *Hukum Dalam Masyarakat, Perkembangan dan Masalah*, Bayu Media, Bandung.

Jurnal, Makalah dan Naskah Akademik:

- Jaques Delors, 1995, *The Future of Free in Europe and The World*, Fordham International Law Journal Vol. 18.
- Fishman, Karen S. *An Overview of Consumer Law* dalam Donald P. Rothhschild & David W. Carrol, 1986, *Consumer Protection Reporting Service*, Volume One, National Law Publishing Corporation.
- Kartasasmita, Ginandjar *Peran Pelaku Ekonomi dalam Sistem Ekonomi Pancasila*, Makalah, disampaikan pada Rapat Kerja BP7 Pusat Jakarta, 3 Desember 1997.
- Marzuki, Peter Mahmud *The Need for the Indonesian Economic Legal Framework* dalam Jurnal Hukum Ekonomi Ekonomi, Edisi IX, Agustus 1997.
- Rajaguguk, Erman. *Peranan Hukum di Indonesia: Menjaga Persatuan, Memulihkan Ekonomi dan Memperluas Kesejahteraan Sosial*, Pidato yang Disampaikan dalam rangka Dies Natalis dan Peringatan Tahun Emas Universitas Indoensai (1950-2000), Kampus UI Depok, 5 Pebruari 2000.
- , 2000, *Pentingnya Jukum Perlindungan Konsumen dalam Era Perdagangan Bebas*, Makalah, Penyunting Husni Syawali dan Neni Imaniyati, Mandar Maju, Bandung.
- Sekretrariat Jenderal MPR-RI, 2007, *Panduan Pemasarakatan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*.
- Syam, M Noor 2000, *Penjabaran Fislafat Pancasila dalam Filsafat Hukum (sebagai Landasan Pembinaan Sistem Hukum Nasional)*, Disertasi edisi III, Malang, Laboratorium Pancasila, Malang, hlm. XV.
- Syaifuddin Muhamaad, *Nasionalisasi Perusahaan Modal Asing: Ide Normatif Pengaturan Hukumnya dalam UU No. 25 Tahun 2007 dan Relevansinya dengan Konsep Negara Hukum Kesejahteraan Pancasila dalam UUD NRI Tahun 1945*, Jurnal, Simbur Cahaya No. 47 Tahun XVII, Januari 2012, Inderalaya.