

ASAS DAN TUJUAN-HAK KONSUMEN-KEDUDUKAN DAN SUMBER HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (Materi-Minggu 4)

A. Azas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam setiap undang-undang yang dibuat pembentuk undang-undang biasanya dikenal sejumlah azas atau prinsip yang mendasari diterbitkannya undang-undang itu. Azas-azas hukum merupakan fondasi suatu undang-undang dan peraturan-peraturan pelaksanaannya. Bila azas-azas dikesampingkan, maka runtuhlah bangunan undang-undang tersebut dan peraturan pelaksanaannya. Mertokusumo memberikan ulasan azas hukum sebagai berikut ;

“..... bahwa azas hukum bukan merupakan hukum kongkrit, melainkan pikiran dasar yang umum dan abstrak, atau merupakan latar belakang peraturan kongkrit yang terdapat dalam dan dibelakang setiap sistem hukum yang terjelma dalam peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang merupakan hukum positif dan dapat diketemukan dengan mencari sifat-sifat atau cirri-ciri yang umum dalam peraturan kongkrit tersebut. (Sudikno Mertokusumo, 1996 : h. 5-6).

Pengaturan mengenai azas-azas atau prinsip-prinsip yang dianut dalam hukum perlindungan konsumen. Dirumuskan dalam Pasal yang berbunyi, “Perlindungan konsumen berasaskan *manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum*”. pabila mencermati azas-azas tersebut tanpa melihat memori penjelasan UU No. 8 Tahun 1999 dirasakan tidak lengkap. Penjelasan tersebut menegaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima azas yang terdapat dalam pembukaan nasional, yaitu sebagai berikut ;

1. Azas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2. Azas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil.
3. Azas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual.
4. Azas 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. Azas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum (Ade Maman Suherman, 2002, h. 68).

Ad. 1. Azas manfaat ini mengkehendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, pelaku usaha dan konsumen apa yang menjadi haknya. Dengan demikian diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat.

Ad. 2. Azas keadilan ini mengkehendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Karena itu, undang-undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Ad. 3. Azas keseimbangan ini mengkehendaki agar konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang

seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya.

Ad. 4. Azas keamanan dan kenyamanan konsumen mengkehendaki ada jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya.

Ad. 5. Azas kepastian hukum ini mengharuskan undang-undang perlindungan konsumen yang menyangkut hak dan kewajiban harus dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, Negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang perlindungan sesuai dengan bunyinya. (Janus Sidabalok, 2006; h. 31-33).

Selain azas-azas seperti disebut di atas, tujuan yang ingin dicapai melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 3 nya, yaitu ;

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan

bertanggung jawab dalam berusaha;

- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Mengamati azas dan tujuan yang terkandung di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang No. 8 tahun 1999) jelas bahwa undang-undang ini membawa misi yang besar dan mulia dalam mewujudkan kehidupan berbangsa dan bernegara. Untuk mewujudkan tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen.

B. Hak-Hak Konsumen

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekadar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu;

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

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Namun, tidak semua organisasi konsumen menerima penambahan hak-hak tersebut. Mereka bebas untuk menerima semua atau sebagian. YLKI, misalnya memutuskan untuk menambahkan satu hak lagi sebagai pelengkap empat hak dasar konsumen, yaitu hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat sehingga keseluruhannya dikenal sebagai panca hak konsumen.

Dalam Rancangan Akademik Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang disusun oleh Tim Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Departemen Perdagangan (1992), hak-hak dasar konsumen ditambahkan lagi dengan hak untuk mendapatkan “barang” (!) sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, dan hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum.

Dalam UUPK, empat hak dasar yang dikemukakan oleh John F. Kennedy juga diakomodasikan. Hak konsumen untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat, tidak dimasukkan dalam UUPK ini karena UUPK secara khusus mengecualikan hak-hak yang diatur dalam undang-undang di bidang hak-hak atas kekayaan intelektual (HAKI) dan dibidang pengelolaan lingkungan. Tidak jelas mengapa hanya kedua bidang hukum ini saja yang dikecualikan secara khusus, mengingat sebagai undang-undang payung (*umbrella act*), UUPK, seharusnya dapat mengatur hak-hak konsumen itu secara lebih komprehensif.

Ada delapan hak yang secara eksplisit dituangkan dalam Pasal 4 UUPK, sementara satu hak terakhir dirumuskan secara terbuka. Hak-hak konsumen itu sebagai berikut :

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

jaminan barang dan/atau jasa.

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

Disamping hak-hak dalam Pasal 4 juga terdapat hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, khususnya dalam Pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha.

Kewajiban dan hak merupakan antimony dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen.

Selain hak-hak yang disebutkan itu, ada juga hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang. Hal ini berangkat dari pertimbangan, kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha secara tidak jujur, yang dalam hukum dikenal dengan terminology "persaingan curang" (*unfair competition*).

Dalam hukum positif Indonesia, masalah persaingan curang (dalam bisnis) ini diatur secara khusus pada Pasal 382 bis Kitab Undang-Undang Hukum Pidana. Selanjutnya, sejak 5 Maret 2000 diberlakukan juga Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Ketentuan-ketentuan ini sesungguhnya diperuntukkan bagi sesama pelaku usaha, tidak bagi konsumen langsung. Kendati demikian, kompetisi tidak sehat diantara mereka pada jangka panjang pasti

berdampak negatif bagi konsumen karena pihak yang dijadikan sasaran rebutan adalah konsumen itu sendiri. Disini letak arti penting mengapa hak ini perlu dikemukakan, agar tidak berlaku pepatah : “Dua gajah berkelahi, pelanduk mati ditengah-tengah “.

C. Kedudukan Konsumen

Prinsip-prinsip yang muncul tentang kedudukan konsumen dalam hubungan hukum dengan pelaku usaha berangkat dari dokfusi atau teori yang dikenal dalam perjalanan sejarah HPK. Termasuk dalam kelompok ini adalah :

1. Prinsip *let the buyer beware (Caveat emptor)*
2. *The due care theory*
3. *The privity of contract*
4. Prinsip kontrak bukan merupakan syarat.

Ad. 1. Azas ini berasumsi, pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi si konsumen. Dalam perkembangannya konsumen tidak mendapat akses informasi yang sama terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.

Menurut prinsip ini, ada suatu hubungan jual beli keperdataan, yang wajib berhati-hati adalah pembeli. Adalah kesalahan pembeli (konsumen) jika ia sampai membeli dan mengkonsumsi barang-barang yang tidak layak. Dengan adanya UUPK, kecendrungan *caveat emptor* mulai diarahkan menuju *caveat venditor* (pelaku usaha yang perlu hati-hati).

Ad. 2. Deklarasi ini menyatakan, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasyarakatkan produk, baik barang maupun jasa selama berhati-hati dengan produknya ia tak dapat dipersalahkan dan tidak menyalahkan pelaku usaha, seseorang harus dapat membuktikan pelaku usaha melanggar prinsip kehati-hatian hukum pembuktian di Indonesia pada umumnya

menganut beban pembuktian pada si penggugat.

Pasal 1865 BW :

Barang siapa yang mendalilkan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka ia diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut. Dalam realita sulit bagi konsumen untuk menghadirkan bukti-bukti dan disinilah letak kelemahan teori ini.

Ad. 3. Prinsip ini merupakan, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontruktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan atas hal-hal diluar yang diperjanjikan. Fenomena kontrak-kontrak standar yang banyak beredar di masyarakat merupakan petunjuk yang jelas betapa tidak budayanya konsumen menghadapi dimensi pelaku usaha.

D. Sumber-Sumber Hukum Perlindungan Konsumen

Yang dimaksud dengan sumber hukum adalah tempat dimana HPK itu dapat ditemukan. Dengan demikian, untuk memahami HPK dapat mencari dan menemukan tempat atau instrument tersebut. Pada prinsipnya sumber-sumber hukum tersebut terdiri dari perundang-undangan, perjanjian, traktat, yurisprudensi, kebiasaan dan pendapat para sarjana. Tingkat kepentingan dan penggunaan sumber-sumber tersebut sangat bergantung pada kekhususan masing-masing masalah hukum atau sistem hukumnya yang dianut suatu Negara.

Beberapa sumber Hukum Perlindungan Konsumen sebagai berikut ;

a. Peraturan Perundang-Undangan. Hal ini sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat antara lain :

a.1. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dengan beberapa peraturan pelaksanaannya antara lain PP

No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

- a.2. UU No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan
- a.3. UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan dengan beberapa Instruksi Presiden, Keputusan Menteri Pertanian, Keputusan Menteri Kesehatan, Peraturan Menteri Kesehatan
- a.4. Peraturan Perundang-Undangan tentang Standarisasi, Sertifikasi, Akreditasi dan Pengawasan Mutu di Indonesia
- a.5. UU No. 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal
- a.6. UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian
- a.7. UU No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta
- a.8. UU No. 14 Tahun 2001 tentang Paten
- a.9. UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merk.

b. Perjanjian

Perjanjian (kontrak) memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perundang-undangan. Artinya perjanjian yang dibuat oleh pihak-pihak tertentu dapat dijadikan dasar hukum bagi yang membuatnya. Hal ini dijamin oleh Pasal 1338 BW, yang menyatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Perbedaannya dengan perundang-undangan adalah dalam hal ini perjanjian hanya berlaku bagi pihak yang membuatnya saja, tidak mengikat masyarakat umumnya, sedangkan perundang-undangan berlaku umum kepada semua pihak yang menjadi subyek pengaturannya. Perbedaan lainnya perjanjian diciptakan oleh atau atas inisiatif pihak-pihak tersebut. Sedangkan perundang-undangan dipaksakan berlakunya oleh penguasa.

c. Traktat

Traktat merupakan perjanjian antar Negara dapat dibuat oleh dua Negara (*bilateral*) atau oleh beberapa Negara (*multilateral*). Pentingnya Traktat mengingat adanya paham kedaulatan Negara.

Dimana setiap Negara berdaulat mempunyai kekuasaan untuk menentukan nasib bangsa dan negaranya sendiri. Termasuk juga menentukan hukum yang berlaku di Negara tersebut. Akibatnya hukum asing (Negara lain) tidak dapat diberlakukan di Negara tersebut.

Selanjutnya agar perjanjian antar Negara tersebut mengikat masing-masing warga Negara peserta perjanjian, maka perjanjian antar Negara tersebut perlu ditindak lanjuti dengan pengesahan (ratifikasi) agar setara dengan hukum nasional di masing-masing Negara peserta serta diundangkan misalnya dalam bentuk undang-undang atau keputusan presiden.

Sebagaimana telah diketahui Indonesia telah menjadi peserta dari banyak konvensi. Internasional di bidang ekonomi dan bisnis diantaranya, persetujuan pembentukan organisasi perdagangan dunia (World Trade Organization : WTO) diratifikasi dengan Undang-Undang No. 7 tahun 1994.

d. Yurisprudensi

Yurisprudensi adalah putusan-putusan pengadilan yang dapat dianggap suatu sumber hukum karena bila sudah ada suatu yurisprudensi yang tetap, maka hal ini akan selalu diikuti oleh hakim-hakim dalam memberikan keputusannya dalam soal yang serupa. Namun di Indonesia hukum bebas untuk menggerakkan atau tidak karena kita tidak menganut azas presiden.

e. Kebiasaan

Kegiatan bisnis termasuk pelaku usaha tumbuh dan berkembang dalam masyarakat dengan berbagai kebiasaan yang diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat yang kemudian sebagian diatur dalam peraturan perundang-undangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Nasution AZ, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta.
- Rosady Ruslan, *Aspek-Aspek Hukum dan Etika Dalam Aktivitas Public Relation Kehumasan*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rudy Indradjaja, *Era Baru Perlindungan Konsumen*, IMNO, Bandung.
- Setiawan, *Aneka Masalah Hukum dan Hukum Acara Perdata*, Alumni, Bandung.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta.
- Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, PT . Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Toms Djajakusumah, *Periklanan*, Armico, Bandung.
- Yusuf Shofie, *Perlindungan Hukum dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, Dan Tindak Pidana Korupsi*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Yusuf Shofie, *Penyelesaian Sengketa Konsumen, Menurut UUPK, Teori dan Praktek Penegakan Hukum*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Zumrotin K. Soesilo, *Penyambung Lidah Konsumen*, Puspa Swara, Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*.

E. Penutup

1. Rangkuman Materi

- a. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan. Sementara yang dimaksud dengan Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
- b. Perlindungan konsumen seperti diatur dalam Pasal 2 Undang- Undang Perlindungan Konsumen didasarkan pada beberapa azas, yaitu ; azas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta azas kepastian hukum. Salah satu tujuan perlindungan konsumen adalah meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- c. Secara umum ada 4 (empat) hak dasar konsumen yaitu ; 1) Hak untuk mendapatkan keamanan, 2) Hak untuk mendapatkan informasi, 3) Hak untuk memilih, dan 4) Hak untuk didengar. Empat hak dasar konsumen ini sudah diakui secara internasional. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, kemudian mengatur hak-hak konsumen secara lebih luas. Ada 8 (delapan) hak yang diatur secara eksplisit dalam ketentuan Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sumber hukum perlindungan konsumen

yang paling utama dan pokok adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, masih banyak ketentuan perundang-undangan lainnya yang berhubungan dengan perlindungan konsumen, yang juga merupakan sumber hukum. Sumber hukum lain selain peraturan perundang-undangan adalah perjanjian, traktat, kebiasaan, yurisprudensi, dan doktrin.