

**TUGAS LEMBAGA KONSUMEN SWADAYA
MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN
PENGAWASAN TERHADAP BARANG ATAU
JASA YANG DIPERDAGANGKAN¹**

Oleh : Enjelhard Talumewo²

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimanakah tugas lembaga konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan dan bagaimanakah kerjasama antara pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan, yang dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif disimpulkan: 1. Tugas lembaga konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan dilaksanakan bersama pemerintah dan masyarakat untuk melindungi konsumen. Pengawasan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha. 2. Kerjasama antara pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan yakni untuk mengetahui adanya perbuatan pelaku usaha yang menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen. Menteri dan/atau menteri teknis dapat mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hasil pengawasan yang diselenggarakan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

¹ Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing: Dr. Josephus J. J. Pinori, SH, MH; Fonny Tawas, SH, MH

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 15071101357

Kata kunci: lembaga konsumen; swadaya masyarakat;

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur adanya beberapa lembaga yang dapat melaksanakan upaya pemberdayaan, perlindungan dan penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen, yaitu Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dan Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen. Peran dan kedudukan lembaga-lembaga ini diharapkan dapat mengimplementasikan pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk memberikan kepastian hukum, keadilan dan kemanfaatan bagi pelaku usaha dan konsumen. Salah satu lembaga yang dapat melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha ialah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dan dalam melakukan pengawasan lembaga ini dapat melakukan kerjasama dengan pemerintah.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimanakah tugas lembaga konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan ?
2. Bagaimanakah kerjasama antara pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan ?

C. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum normatif merupakan metode yang digunakan dalam menyusun penulisan ini.

PEMBAHASAN

A. Tugas Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Barang Atau Jasa Yang Diperdagangkan

Peran lembaga konsumen dalam suatu negara sangat penting untuk memberikan

perlindungan terhadap konsumen. Begitu pentingnya peran lembaga konsumen ini, pada kongres konsumen sedunia di Santiago, sempat mengemuka tentang bagaimana peran lembaga konsumen dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan. Untuk menjawab pertanyaan ini, maka format yang ideal adalah bahwa perlindungan konsumen akan efektif jika secara simultan dilakukan dalam dua level/arus sekaligus, yaitu dari arus bawah ada lembaga konsumen yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat dan sekaligus secara representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen, sebaliknya dari arus atas, ada bagian dalam struktur kekuasaan yang secara khusus mengurus perlindungan konsumen.³

Semakin tinggi bagian tersebut semakin besar pula power yang dimiliki dalam melindungi kepentingan konsumen. Dengan demikian, efektif tidaknya perlindungan konsumen suatu negara tidak semata-mata tergantung pada lembaga konsumen, tapi juga kepedulian pemerintah, khususnya melalui institusi yang dibentuk untuk melindungi konsumen.⁴ Seperti diketahui YLKI bertujuan untuk melaksanakan berbagai kegiatan dalam bidang penelitian, bidang pendidikan, bidang penerbitan, warta konsumen dan perpustakaan, bidang pengaduan serta bidang umum dan keuangan.⁵

Sudaryatmo mengatakan peran lembaga konsumen dalam suatu negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Begitu pentingnya peran lembaga konsumen ini, pada kongres konsumen sedunia di Santiago, sempat mengemuka tentang bagaimana peran lembaga konsumen nasional dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan. Untuk menjawab pertanyaan ini, maka format yang ideal adalah bahwa perlindungan konsumen akan efektif jika secara simultan dilakukan dalam dua level/arus sekaligus, yaitu arus bawah ada lembaga konsumen yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat dan sekaligus secara representatif dapat menampung dan

memperjuangkan aspirasi konsumen. Sebaliknya dari arus atas, ada bagian dalam struktur kekuasaan yang secara khusus mengurus perlindungan konsumen. Semakin tinggi bagian tersebut semakin besar pula power yang dimiliki dalam melindungi kepentingan konsumen. Jadi efektif tidaknya perlindungan konsumen suatu negara tidak semata-mata tergantung pada lembaga konsumen, tapi juga kepedulian pemerintah, khususnya melalui institusi yang dibentuk untuk melindungi konsumen.⁶

Sesuai pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa kehadiran Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden, merupakan bentuk perlindungan dari arus atas ("*top-down*"), sementara arus bawah ("*bottom-up*") dalam hal ini diperankan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen. Termasuk kategori arus bawah adalah YLKI.⁷

Organisasi Non Pemerintah, yaitu: Persekutuan antar lembaga internasional di bidang swasta yang mengabdikan diri dalam masalah keagamaan, kemanusiaan, ilmu pengetahuan, kebudayaan dan sebagainya baik yang berorientasi ekonomi maupun teknik sebagai orientasinya.⁸

Hukum bekerja dengan cara mengatur perbuatan seseorang atau hubungan antara orang-orang dalam masyarakat. Untuk keperluan pengaturan tersebut, maka hukum menjabarkan pekerjaannya dalam berbagai fungsinya yaitu: (1) pembuatan norma-norma, baik yang memberikan peruntukan maupun yang menentukan hubungan antara orang dengan orang; (2) penyelesaian sengketa-sengketa; (3) menjamin kelangsungan kehidupan masyarakat, yaitu dalam hal terjadi perubahan-perubahan.⁹

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur mengenai kedudukan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam

⁶ *Ibid*, hal. 199.

⁷ *Ibid*.

⁸ Sudarsono, *Op.Cit*, hal. 331-332.

⁹ Satjipto Raharjo, *Hukum dan Perubahan Sosial Suatu Tinjauan Teoretis Serta Pengalaman-Pengalaman di Indonesia*, Cetakan Ketiga Genta Publishing, Yogyakarta, Oktober 2009, hal. 111

³ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*, Edisi I. Cetakan I. PT. RadjaGrafindo. Jakarta, 2011, hal. 94.

⁴ *Ibid*.

⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hal. 198.

melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan sebagaimana diatur dalam Pasal 44.

Pasal 44 ayat:

- (1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
- (2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
- (3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
 - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Penjelasan Pasal 44 ayat (1) Yang dimaksud dengan memenuhi syarat, antara lain, terdaftar dan diakui serta bergerak di bidang perlindungan konsumen.

Konsumen pada dasarnya dikelompokkan ke dalam dua kategori, yakni kategori pertama adalah konsumen individu, atau konsumen perseorangan atau konsumen perorangan.¹⁰ Kategori yang kedua adalah konsumen organisasi atau konsumen kelompok.¹¹ Konsumen individu dan konsumen institusi memiliki kesamaan, yakni sebagai pembeli, pemakai, pengguna, penggemar,

pengagum, penikmat dan menghabiskan dan atau memanfaatkan apa yang telah dibeli. Kesamaan lainnya adalah ketika berlangsungnya tahapan-tahapan dalam proses mengambil keputusan membeli. Dengan demikian maka perbedaannya adalah dalam hal berlangsungnya proses keputusan membeli, mengingat pembeli institusi biasanya terdiri dari lebih satu orang, maka dalam pertimbangannya untuk membeli dan atau tidak membeli memerlukan waktu dan proses yang lebih panjang.¹² Proses yang panjang tersebut diakibatkan oleh adanya waktu yang dibutuhkan untuk menyamakan persepsi, pengalaman, kepribadian dan sebagainya. Semakin banyak anggota konsumen yang terlibat dalam konsumen kelompok semakin lama waktu yang diperlukan untuk mengambil keputusan.¹³

Pengertian konsumen meliputi: "korban produk cacat" yang bukan hanya meliputi pembeli, tetapi juga korban yang bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pemakai,¹⁴ sedangkan di Eropa, pengertian konsumen bersumber dari *product liability directive* (selanjutnya disebut *directive*) sebagai pedoman bagi negara masyarakat ekonomi Eropa dalam menyusun ketentuan hukum perlindungan konsumen. Berdasarkan *Directive* tersebut konsumen berhak menuntut ganti kerugian (karena kematian atau cedera) atau kerugian berupa kerusakan benda selain produk yang cacat itu sendiri.¹⁵

Hal lain perlu dikemukakan dalam pengertian konsumen ini adalah syarat "tidak untuk diperdagangkan" yang menunjukkan sebagai "konsumen akhir" (*end consumer*) dan sekaligus membedakan dengan konsumen antara (*derived/intermediate consumer*). Dalam kedudukan sebagai *derived/intermediate consumer* yang bersangkutan tidak dapat menuntut pelaku usaha berdasarkan undang-undang ini, lain halnya apabila seorang pemenang undian atau hadiah seperti nasabah Bank, walaupun setelah menerima hadiah

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Ahmadi Miru dan Sutarnan Yodo, *Op.Cit.*, hal. 7.

¹⁵ Nurhayati Abbas, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Beberapa Aspeknya, Makalah Elips Project, Ujung Pandang*, 1996, hal. 13.

¹⁰ H. Mulyadi, Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Alfabeta, CV. Bandung. 2012, hal. 26.

¹¹ *Ibid.*

undian (hadiah) kemudian yang bersangkutan menjual kembali hadiah tersebut kedudukannya tetap sebagai konsumen akhir (*end consumer*) karena perbuatan menjual yang dilakukannya bukanlah dalam kedudukan sebagai *professional seller*. Ia tidak dapat dituntut sebagai pelaku usaha menurut undang-undang ini, sebaliknya ia dapat menuntut pelaku usaha bila hadiah yang diperoleh ternyata mengandung suatu cacat yang merugikan baginya.¹⁶

Kian ketatnya persaingan dalam merebut pangsa pasar melalui bermacam-macam produk barang, maka perlu keseriusan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) perlu memantau secara serius pelaku usaha/penjual yang hanya mengejar profit semata dengan mengabaikan kualitas produk barang.¹⁷

Problematika yang muncul dengan kehadiran LPKSM adalah kelanjutan dari fungsi serupa yang selama ini telah dijalankan oleh lembaga-lembaga konsumen sebelum berlakunya UUPK. Ada pandangan kehadiran LPKSM merupakan bentuk intervensi negara terhadap kebebasan berserikat dan berkumpul dari kelompok masyarakat, namun di sisi lain ia diperlukan untuk memberikan jaminan *accountability* lembaga-lembaga konsumen tersebut, sehingga kehadiran LPKSM ini betul-betul dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.¹⁸ Hal ini disebabkan oleh masih banyak produk tidak bermutu dan palsu yang beredar bebas di masyarakat, apalagi masyarakat pedesaan yang belum memahami efek atau indikasi dari produk barang yang digunakan, misalkan makanan kaleng, minuman botol, obat-obatan dan masih banyak lagi. Ketidaktahuan masyarakat dapat memberi peluang pelaku usaha atau penjual untuk membodohi masyarakat dengan produk yang tidak memenuhi standar.¹⁹

Oleh karena itu, LPKSM dan cabangnya di daerah harus mengontrol dengan sungguh-sungguh kelaikan produk barang yang dipasarkan melalui penyuluhan kepada masyarakat tentang tertib niaga dan hukum perlindungan konsumen agar mereka tidak

terjebak tindakan pelaku usaha yang hanya memprioritaskan keuntungan dengan mengorbankan masyarakat.²⁰

LPKSM diharapkan sering melakukan advokasi melalui media massa agar masyarakat selektif serta hati-hati dalam membeli produk barang yang muncul deras di pasaran. Selain itu, unit pengaduan masyarakat perlu dibentuk sebagai sarana pengaduan masyarakat yang dirugikan dari produk barang yang digunakan. Hasil temuan LPKSM yang disampaikan masyarakat juga harus mendapat tindak lanjut dan penyelesaian secara tuntas. Diharapkan pula kehadiran LPKSM bukan justru berpihak kepada pelaku usaha atau penjual dengan mengorbankan konsumen.²¹

B. Kerjasama antara pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan

Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*) juga merumuskan berbagai kepentingan konsumen yang perlu dilindungi yang meliputi:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.²²

Dari Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa tersebut terlihat bahwa kebebasan berorganisasi merupakan salah satu kepentingan dasar konsumen yang harus

¹⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op.cit.*, hal. 7-8.

¹⁷ Celina Tri Kristiyanti, *Op.Cit.*, hal. 120.

¹⁸ *Ibid.*, hal. 120.

¹⁹ *Ibid.*, hal. 120-121.

²⁰ *Ibid.*, hal. 121.

²¹ *Ibid.*

²² Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008. hal. 28.

diperhatikan, selain perlindungan terhadap keselamatan, kemandirian, kesehatan, perolehan informasi yang benar, ganti rugi dan pendidikan konsumen.²³

Dalam undang-undang tentang perlindungan konsumen dikatakan bahwa pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha, serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen tersebut meliputi upaya untuk:

- a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
- b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- c. **Meningkatnya kualitas sumber daya manusia, serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.**²⁴

Ini berarti bahwa undang-undang tentang perlindungan konsumen juga mengakui adanya hak-hak dari konsumen untuk membentuk organisasi yang dianggap dapat membantu maupun melindungi kepentingan mereka dalam berhadapan maupun berdialog dengan pelaku usaha, serta untuk melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan, bersama-sama dengan pemerintah.²⁵

The UN Guidelines for Consumer Protection yang diterima dengan suara bulat oleh Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui Resolusi PBB No. A/Res/39/248 tanggal 16 April 1985 tentang Perlindungan Konsumen, mengandung pemahaman umum dan luas mengenai perangkat perlindungan konsumen yang asasi dan adil. Satu hal yang diperjuangkan guidelines itu adalah struktur kelompok-kelompok konsumen yang independen, di mana dinyatakan dalam paragraf pertama bahwa pemerintah-pemerintah berbagai negara sepakat untuk memfasilitasi/mendukung pengembangan kelompok-kelompok konsumen (*guideline* 1e). Hal ini merupakan kemajuan

yang sangat berarti di bidang perlindungan konsumen.²⁶

Keberadaan kelompok konsumen tentu saja berbeda dengan organisasi konsumen. Pada hakikatnya kelompok konsumen lebih merupakan pengelompokan konsumen pada berbagai sektor, misalkan kelompok konsumen pemegang kartu kredit, kelompok konsumen barang-barang elektronik dan sebagainya. Apabila dikatakan bahwa kelompok konsumen bertindak dalam kapasitasnya selaku konsumen. Adapun organisasi-organisasi konsumen merupakan lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang perlindungan konsumen. Di dalam segala aktivitasnya tentu saja organisasi konsumen seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) bertindak dalam kapasitasnya selaku perwakilan konsumen (*consumer representation*). Walaupun demikian, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu melayani dan meningkatkan martabat dan kepentingan konsumen.²⁷

Prinsip kebebasan (*independence*) merupakan karakteristik penting, baik bagi organisasi konsumen maupun kelompok konsumen. Mengenai karakteristik ini terdapat 6 (enam) kualifikasi kebebasan yang harus dimiliki organisasi konsumen dan kelompok konsumen:

1. Mereka harus secara eksklusif mewakili kepentingan-kepentingan konsumen; Kemajuan perdagangan akan tidak ada artinya jika diperoleh dengan cara-cara yang merugikan konsumen;
2. Mereka harus *nonprofit making* dalam profil aktivitasnya;
3. Mereka tidak boleh menerima iklan-iklan untuk alasan-alasan komersial apa pun dalam publikasi-publikasi mereka;
4. Mereka tidak boleh mengizinkan eksploitasi atas informasi dan advis yang mereka berikan kepada konsumen untuk kepentingan perdagangan;
5. Mereka tidak boleh mengizinkan kebebasan tindakan dan komentar mereka dipengaruhi atau dibatasi pesan-pesan sponsor/pesan-pesan tambahan.²⁸

²³ *Ibid*, hal. 89.

²⁴ *Ibid*, hal. 90.

²⁵ *Ibid*.

²⁶ Celina Tri Kristiyanti, *Op.Cit*, hal. 123.

²⁷ *Ibid*, hal. 123.

²⁸ *Ibid*, hal. 124.

Pada tataran kebijakan (*policy*) ketika menangani pengaduan-pengaduan konsumen, organisasi konsumen sering dihadapkan pada konstruksi perwakilan. Artinya organisasi konsumen, seperti YLKI bertindak mewakili kepentingan-kepentingan dan pandangan-pandangan konsumen dalam suatu kelembagaan yang dibentuk, baik atas prakarsa produsen dan asosiasinya maupun prakarsa pemerintah.²⁹

Indah Sukaningsih berpendapat bahwa bertahun-tahun Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia berusaha bekerja untuk membuat keadaan sedikit lebih menguntungkan kondisi konsumen dengan hasil-hasil survei dan penelitian yang dilakukan, mencoba untuk mengubah keadaan melalui dialog dengan para pengambil keputusan dan juga membantu konsumen untuk memecahkan masalahnya dalam berhadapan dengan birokrasi pemerintah. Hasilnya sebagian dapat tercapai, tapi lebih banyak yang tak terselesaikan. Pada beberapa tulisan yang ada di media massa disebutkan bahwa jika pelayanan birokrasi masih seperti sekarang, sulit rasanya bagi Indonesia untuk dapat bersaing di Abad XXI.³⁰

Ada beberapa indikator pelayanan umum baik, yakni sebagai berikut:³¹

1. Keterbukaan

Artinya, adanya informasi pelayanan yang dapat berupa loket informasi yang dimiliki dan terpampang jelas, kotak saran dan layanan pengaduan. Dilengkapi juga dengan petunjuk pelayanan. Dalam keterbukaan, mencakup upaya publikasi, artinya penyebaran informasi yang dilakukan melalui media atau bentuk penyuluhan tentang adanya pelayanan yang dimaksud.

2. Kesederhanaan

Artinya, mencakup prosedur pelayanan dan persyaratan pelayanan. Prosedur pelayanan meliputi pengaturan yang jelas terhadap prosedur yang harus dilalui oleh masyarakat yang akan menggunakan pelayanan yang dilengkapi dengan alur proses. Adapun persyaratan pelayanan adalah administrasi yang jelas.

3. Kepastian

Artinya, ada terpampang dengan jelas waktu pelayanan, biaya pelayanan dan petugas pelayanan. Kantor pelayanan hendaknya mencantumkan jam kerja kantor untuk pelayanan masyarakat, jadwal pelayanan dan pelaksanaannya. Untuk biaya pelayanan, pengaturan tarif dan penerapannya harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Adanya pengaturan tugas dan penunjukan petugas haruslah pasti dan sesuai dengan keahlian.

4. Keadilan

Artinya, tidak membedakan si kaya dan si miskin, laki-laki atau perempuan, merata dalam memberikan subjek pelayanan tidak diskriminatif.

5. Keamanan dan Kenyamanan

Hasil produk pelayanan memenuhi kulaitas teknis (aman) dan dilengkapi dengan jaminan purna pelayanan secara administrasi (pencatatan/dokumentasi, tagihan) maupun jaminan purna pelayanan secara teknis. Selain itu dilengkapi dengan sarana/prasarana pelayanan (misalnya peralatannya ada) dan digunakan secara optimal. Penataan ruangan dan lingkungan kantor terasa fungsional, rapi, bersih dan nyaman.

6. Perilaku petugas pelayanan

Pengabdian, keterampilan dan etika petugas. Artinya seorang petugas haruslah tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan, termasuk disiplin dan kemampuan melaksanakan tugas. Dari segi etika keramahan dan sopan santun juga perlu diperhatikan.

Yayasan ini sejak semula tidak ingin berkonfrontasi dengan produsen (pelaku usaha), apalagi dengan pemerintah karena YLKI bertujuan melindungi konsumen. menjaga martabat produsen dan membantu pemerintah.³²

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur kerjasama antara pemerintah dan Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat dan pemerintah dalam melakukan pembinaan dan pengawasan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pasal 29 ayat:

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid*, hal. 125.

³² *Ibid*, hal. 126.

- (1) Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
 - (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
 - (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
 - (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk :
 - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
 - (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pengawasan. Pasal 30 ayat:
- (1) Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
 - (2) Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
 - (3) Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
 - (4) Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil

tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- a. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
- b. Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

Penjelasan Pasal 30 ayat (2) Yang dimaksud dengan menteri teknis adalah menteri yang bertanggung jawab secara teknis menurut bidang tugasnya. Ayat (3) Pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha. Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya.³³

Dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak, untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan dan menyangkut perlindungan konsumen lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.³⁴

³³ Sri Redjeki Hartono, *Op.Cit.* hal. 78.

³⁴ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati (Penyunting) *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke-1. Mandar Maju. Bandung. 2000. hal. 33.

Pada masa kini fungsi dan peran negara terhadap masyarakatnya bukan hanya sekedar menjaga ketertiban dan keamanan, melainkan lebih luas. Dari itu, yaitu memberikan kesejahteraan kepada masyarakat atau yang lebih dikenal dengan negara kesejahteraan (*welfare state*). Di dalam melaksanakan konsep negara kesejahteraan perlindungan bagi warga negara, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok merupakan sisi yang penting karena tanpa ada perlindungan yang menimbulkan rasa aman bagi rakyat tidak mungkin tercapai suatu kesejahteraan bagi masyarakat.³⁵

Perlindungan bagi masyarakat ini berdimensi banyak, salah satunya adalah perlindungan hukum. Apabila dikaitkan dengan keseluruhan individu dalam masyarakat yang secara sendiri sebagai konsumen, perlindungan konsumen merupakan bagian dari pembangunan secara keseluruhan. Dengan demikian merupakan suatu kewajiban yang tidak dapat dihindarkan bagi negara untuk selalu berupaya memberikan perlindungan kepada konsumen.³⁶

Dilihat dari hubungan konsumen secara individual dengan produsen merupakan hubungan perdata, oleh karenanya perlindungan konsumen lebih sering dilihat dari segi hukum perdata, seperti masalah ganti rugi. Pemikiran demikian tidaklah selalu benar karena perlindungan konsumen merupakan juga kewajiban pemerintah, maka peranan pemerintah dalam menerapkan sanksi pidana dan administrasi sangatlah penting. Di dalam hubungannya dengan perlindungan konsumen yang sering terjadi adalah tuntutan hak yang dikemukakan oleh konsumen karena merasa dirugikan oleh suatu produk barang dan jasa.³⁷

Di dalam kaitan ini, setidaknya-tidaknya ada 3 (tiga) masalah yang sering menjadi perdebatan. *Pertama*, masalah prinsip ganti rugi yang di dalamnya mencakup sistem pembuktian. *Kedua*, masalah lembaga tempat penyelesaian sengketa, termasuk di dalamnya peranan lembaga-lembaga di luar pengadilan. *Ketiga*, adalah yang akhir-akhir ini sering dibicarakan juga, yaitu cara mengajukan tuntutan hak (gugatan) apakah harus selalu individual atau

boleh berkelompok (*class/representative action*).³⁸

Dasar hukum berlakunya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan pada bagian: "Menimbang":

1. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
2. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
3. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
4. bahwa 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;
5. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
6. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
7. bahwa untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen.³⁹

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

³⁵Taufik, Simatupang, *Op.Cit.* hal. 62.

³⁶*Ibid*, hal. 63.

³⁷*Ibid*

³⁸*Ibid*.

³⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Untuk mempelajari norma hukum, harus mengetahui asas-asas hukumnya. Dengan perkataan lain, norma hukum itu lahir tidak dengan sendirinya. Ia lahir dilatarbelakangi oleh dasar-dasar filosofi tertentu. Itulah yang dinamakan dengan asas hukum, semakin tinggi tingkatannya, asas hukum ini semakin abstrak dan umum sifatnya serta mempunyai jangkauan kerja yang lebih luas untuk menaungi norma hukumnya. Dengan demikian asas hukum itu merupakan dasar atau *ratio legis* bagi dibentuknya suatu norma hukum. Demikian pula sebaliknya norma hukum itu harus dapat dikembalikan kepada asas hukumnya, jangan sampai lahir norma hukum yang bertentangan dengan asas hukumnya sendiri. Norma hukum tidak lain adalah perwujudan dari asas hukumnya.⁴⁰

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 3. Perlindungan konsumen bertujuan :

1. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Penjelasan Pasal 2. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama

berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :

1. Asas 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. 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 arti materiil ataupun spiritual.
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 baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.⁴¹

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Tugas lembaga konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan dilaksanakan bersama pemerintah dan masyarakat untuk melindungi konsumen. Pengawasan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.

⁴⁰ Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan di Indonesia*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 2001. hal. 12.

⁴¹ Pasal 2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 3. Perlindungan konsumen.

2. Kerjasama antara pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan yakni untuk mengetahui adanya perbuatan pelaku usaha yang menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen. Menteri dan/atau menteri teknis dapat mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hasil pengawasan yang diselenggarakan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

B. SARAN

1. Pelaksanaan tugas pengawasan oleh lembaga konsumen swadaya masyarakat terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan memerlukan dukungan penuh dari masyarakat untuk mengadukan atau melaporkan kepada lembaga konsumen swadaya masyarakat apabila menemukan barang atau jasa yang diperdagangkan telah menimbulkan kerugian bagi konsumen. lembaga konsumen swadaya masyarakat perlu membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.
2. Dalam melakukan kerjasama antara pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan wajib dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan semua hasil pengawasan yang dilakukan perlu dilanjutkan sesuai dengan proses hukum yang berlaku apabila ditemukan adanya barang dan jasa yang diperdagangkan pelaku usaha telah menimbulkan kerugian bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas Nurhayati, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Beberapa Aspeknya, Makalah Elips Project, Ujung Pandang, 1996.*

- Barkatullah Halim Abdul, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*, Pascasarjana FH UII dan FH UII Press. Yogyakarta. 2009.
- Hartono Redjeki Sri, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, (Editor) Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Cetakan I. CV. Mandar Maju. Bandung. 2000.
- Kristiyanti Tri Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta, 2008.
- Mahmud Marzuki Peter, *Penelitian Hukum*, Edisi Pertama Cetakan ke-2, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006.
- Marbun Rocky, Deni Bram, Yuliasara Isnaeni dan Nusya A., *Kamus Hukum Lengkap (Mencakup Istilah Hukum & Perundang-Undangan Terbaru*, Cetakan Pertama, Visimedia, Jakarta. 2012.
- Miru Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Miru Ahmadi, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*, Edisi I. Cetakan I. PT. RadjaGrafindo. Jakarta, 2011.
- Nitisusastro Mulyadi H., *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Alfabeta, CV. Bandung. 2012.
- Nugroho Adi Susanti, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Edisi I. Cetakan ke-I. Kencana Prenada Media Group. Jakarta. 2008.
- Nurmadjito, *Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen Dalam Menghadapi Era Perdagangan Bebas*, Dalam Syawali Husni dan Neni Sri Imaniyati, (Penyunting) *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. CV. Mandar Maju. Bandung, 2000.
- Kristiyanti Tri Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta, 2008.
- Witanto D.Y., *Hukum Acara Mediasi (Dalam Perkara Perdata di Lingkungan Peradilan Umum dan Peradilan Agama Menurut PERMA No. 1 Tahun 2008 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan*, Cetakan Kesatu, Alfabeta, 2011.

- Raharjo Satjipto, *Hukum dan Perubahan Sosial Suatu Tinjauan Teoretis Serta Pengalaman-Pengalaman di Indonesia*, Cetakan Ketiga Genta Publishing, Yogyakarta, Oktober 2009.
- Rahardjo Satjipto, *Ilmu Hukum*, Cetakan ke- IV, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.
- Simatupang H. Taufik, *Aspek Hukum Periklanan Perspektif Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke-1. PT. Citra Bakti, Bandung. 2004.
- Sudarsono, *Kamus Hukum*, Cetakan Keenam, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2009.
- Sudarsono, *Pengantar Ilmu Hukum*, Cetakan Kelima, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2007.
- Syawali Husni dan Neni Sri Imaniyati (Penyunting) *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke-1. Mandar Maju. Bandung. 2000.
- Usman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan di Indonesia*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. 2001.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.