

HAK KONSUMEN TERHADAP STANDAR MUTU BAKU BARANG DITINJAU DARI UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN¹

Oleh : Angelita Mariska Claudya Retor²

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana jaminan hak konsumen terhadap standar mutu baku barang dan bagaimana tanggung jawab produsen terhadap mutu baku barang, yang dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif disimpulkan bahwa: 1. Hak Konsumen Terhadap Standar Mutu Baku Barang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 belum terpenuhi semuanya, hal ini terbukti bahwa masih banyak hak-hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha. Pencantuman klausula baku menjadi contoh dari hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha. 2. Akibat Hukum Terhadap Hak Konsumen Terhadap Standar Mutu Baku Barang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, tidak adanya kepastian hukum terhadap aturan perundang-undangan terutama dalam memberikan perlindungan hak konsumen serta masih ada pelanggaran hak konsumen akibat pencantuman aturan klausula baku. Kewajiban dan hak merupakan antonym dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha merupakan hak konsumen. Padahal hak konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Ketidaktegasaan pelaksanaan peraturan mengenai hak konsumen akan menyebabkan manusia terutama pelaku usaha keluar dari koridor aturan hukum yang telah ditetapkan. Artinya aturan tersebut belum dapat memberikan kepastian hukum.

Kata kunci: konsumen; mutu baku barang;

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perlindungan Konsumen merupakan salah satu aspek penting yang senantiasa harus diperhatikan dalam menyikapi dinamika perkembangan ekonomi pasar. Di pasar bebas,

secara klasik pelaku usaha selalu menawarkan produk-produknya, baik yang berupa barang maupun jasa, dengan tujuan untuk mencari keuntungan yang semaksimal mungkin. Namun dilain pihak konsumen pun ingin memperoleh barang dan/atau jasa yang selain murah tetapi sesuai dengan kebutuhan dan juga aman. Pada kenyataannya kedudukan antara pelaku usaha dengan konsumen tidaklah memiliki perimbangan kekuatan yang sama. Posisi pelaku usaha lazimnya jauh lebih kuat daripada (para) konsumen, khususnya konsumen-konsumen perorangan. Dominasi pelaku usaha tersebut merebak salah satunya dikarenakan oleh penguasaan produk yang sepenuhnya berada pada produsen. Kondisi semacam ini menyebabkan rentannya eksploitasi konsumen oleh para pelaku usaha. Ketidakkondusifan situasi ini mendorong pemerintah untuk memberlakukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).³

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana jaminan hak konsumen terhadap standar mutu baku barang?
2. Bagaimana tanggung jawab produsen terhadap mutu baku barang?

C. Metode Penelitian

Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian hukum yuridis normative.

PEMBAHASAN

A. Bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap Hak Konsumen

Indonesia sudah punya badan khusus perlindungan konsumen yang di bawah langsung kementerian perdagangan. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dibentuk sebagai upaya merespon dinamika dan kebutuhan perlindungan konsumen yang berkembang dengan cepat di masyarakat. Pembentukan BPKN berdasarkan pada ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang ditindak lanjuti dengan PP No. 57 Tahun 2001 tentang Tugas, Fungsi serta Keanggotaan BPKN. Keanggotaan BPKN Periode I masa jabatan 2004

¹ Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing: Christine Tooy, SH, MH; Cevonnie M. Ngantung, SH, MH

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 16071101674

³ Salim HS, 2003, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis*, Jakarta: Sinar Grafika, hal.161

- 2007 berjumlah 17 orang, yang terbentuk berdasarkan Keppres RI No. 150/M tahun 2004 tentang Pengangkatan Anggota BPKN. Dengan semangat baru, terbentuk 20 Anggota BPKN Periode II masa jabatan 2009-2012 Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 80/P Tahun 2009 tanggal 11 Oktober 2009, Periode III masa jabatan 2013 –2016 dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 80/P Tahun 2013 terbentuk 23 Orang Anggota BPKN yang mewakili pemerintah, akademisi, tenaga ahli dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Fungsi dan tugas BPKN ditetapkan dalam Pasal 33 dan 34 UU 8/1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:

- Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen;
- Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
- Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau Pelaku Usaha; dan Melakukan survei

Penyelenggaraan perlindungan konsumen oleh pemerintah harus memperhatikan aspek-aspek yang mempengaruhinya. Dalam kaitan ini, pemerintah memerlukan masukan-masukan, saran, dan pertimbangan dari suatu lembaga berkompeten (competence) dan dapat dipercaya (credible) yang disebut dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) Selain lembaga pemerintah yang menangani perlindungan konsumen, terdapat juga lembaga perlindungan konsumen non pemerintah, yaitu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Di Indonesia LSM di bidang

perlindungan yang telah eksis sejak orde baru hingga saat ini adalah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.

Menurut undang-undang, pengertian Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), yaitu: Badan Perlindungan Konsumen Nasional merupakan badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. Sedangkan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat mempunyai pengertian, yaitu : Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen. Dasar berdirinya BPKN selain UUPK adalah Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Namun demikian, operasional BPKN baru terlaksana pada 5 Oktober 2004, sesuai Keppres Nomor 150 Tahun 2004. BPKN yang dibentuk Pemerintah merupakan lembaga independen yang berfungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsinya, BPKN mempunyai tugas:

- a. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen.
- b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen.
- c. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen.
- d. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- e. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
- f. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha, dan,
- g. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Berdasarkan tugas tersebut, BPKN diharapkan dapat menjadi lembaga perlindungan konsumen yang mengelola kepentingan dan hak-hak konsumen, mengingat BPKN bertanggungjawab langsung terhadap presiden. Sedangkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, juga tak kalah berperan dalam menangani perlindungan konsumen. Walaupun Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dikatakan sebagai Lembaga non Pemerintah, tetapi bukanlah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang selama ini diketahui “independen”, mengingat Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang dimaksud dalam undang-undang ini harus didaftarkan dan mendapat pengakuan pemerintah, dengan tugas-tugas yang masih diatur dengan Peraturan Pemerintah. 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.

Dalam penyelesaian sengketa konsumen, pemerintah membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dibentuk atas amanat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, untuk melindungi konsumen. Secara hukum, BPSK kedudukannya setara dengan pengadilan. BPSK hanya menangani kasus perdata saja yang umumnya bersifat ganti rugi langsung yang dialami oleh konsumen atas kesalahan/kelalaian Pelaku Usaha. Cara penyelesaiannya adalah dengan konsiliasi, mediasi dan arbitrase, tetapi BPSK lebih mengutamakan musyawarah dalam melakukan

penyelesaian sengketa konsumen dan keputusan BPSK bersifat final dan mengikat.

Masalah perlindungan konsumen semakin gencar dibicarakan. Permasalahan ini tidak akan pernah habis dan akan selalu menjadi bahan perbincangan di masyarakat. Selama masih banyak konsumen yang dirugikan, masalahnya tidak akan pernah tuntas. Oleh karena itu, masalah perlindungan konsumen perlu diperhatikan. Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen di tanah air, baik melalui promosi, iklan, maupun penawaran barang secara langsung. Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang/jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi objek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya.⁴ Perkembangan perekonomian, perdagangan, dan perindustrian yang kian hari kian meningkat telah memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen karena ada beragam variasi produk barang dan jasa yang bias dikonsumsi. Perkembangan globalisasi dan perdagangan besar didukung oleh teknologi informasi dan telekomunikasi yang memberikan ruang gerak yang sangat bebas dalam setiap transaksi perdagangan, sehingga barang/jasa yang dipasarkan bisa dengan mudah dikonsumsi. Permasalahan yang dihadapi konsumen tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks dari itu yang menyangkut pada kesadaran semua pihak, baik pengusaha, pemerintah maupun konsumen itu sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Pengusaha menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsumen, memproduksi barang dan jasa yang berkualitas, aman untuk digunakan atau dikonsumsi, mengikuti standar yang berlaku, dengan harga yang sesuai. Pemerintah menyadari bahwa diperlukan undang-undang serta peraturan-peraturan disegala sektor yang berkaitan dengan berpindahannya barang dan jasa dari pengusaha ke konsumen. Pemerintah

⁴ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen, Perlindungan dan Tanggung Jawab Produk*, Grafika Mardi Yuana, Bogor, 2005, hlm. 23.

juga bertugas untuk mengawasi berjalannya peraturan serta undang-undang tersebut dengan baik. Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan yaitu untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab. Yang perlu disadari oleh konsumen adalah mereka mempunyai hak yang dilindungi oleh undang-undang perlindungan konsumen sehingga dapat melakukan siasat kontrol terhadap perbuatan dan perilaku pengusaha dan pemerintah.⁵Dengan lahirnya Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diharapkan upaya perlindungan konsumen di Indonesia dapat lebih diperhatikan.

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab. Asas, Tujuan dan Prinsip dalam Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Penjelasan Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaksanaan perlindungan konsumen berdasarkan pada 5 (lima) asas, yaitu:

- a. Asas manfaat yaitu segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan yaitu agar partisipasi seluruh pihak dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan yaitu untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha

dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.

- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen yaitu untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum yaitu agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.⁶

Tujuan yang ingin dicapai melalui perlindungan konsumen sesuai dengan yang terdapat pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a) meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b) mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses 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.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen [Republik Indonesia](#) menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya yaitu hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan

⁵ Ibid Hlm,24.

⁶ Ibid Hlm,25.

dalam mengonsumsi barang dan atau jasa; hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya.⁷

Di Indonesia, dasar hukum yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan merupakan :

- Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33.
- Undang Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 No. 42 Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821
- Undang Undang No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Usaha Tidak Sehat.
- Undang Undang No. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
- Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 Tentang Penangan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota
- Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795 /DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Dalam hukum perlindungan konsumen terdapat beberapa prinsip tanggung jawab yaitu :

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian/Kesalahan (Negligence)
Tanggung jawab berdasarkan kelalaian (negligence) adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu

⁷ Gunawan Widjaja Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm. 35.

tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen.

2. Prinsip Praduga untuk selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini menyatakan bahwa, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (presumption of liability principle), sampai ia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah.

3. Prinsip Praduga untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab.¹⁵ Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (presumption nonliability principle) hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara common sense dapat dibenarkan.

4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (Strict Product Liability)

Strict liability adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan, namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya force majeure. Penerapan strict liability didasarkan pada alasan bahwa konsumen tidak dapat berbuat banyak untuk memproteksi diri dari resiko kerugian yang disebabkan oleh produk cacat sehingga penerapan strict liability terhadap produsen memberikan perlindungan kepada konsumen, karena tidak dibebani untuk membuktikan kesalahan produsen akibat penggunaan suatu

5. Prinsip Tanggung Jawab dengan Pembatasan (limitation of liability principle)

Prinsip ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha.¹⁹ Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya, dan jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang jelas.⁸

⁸ *Ibid* | Hlm,37.

Adapun peranan hukum dalam perlindungan konsumen dapat dilihat dari dua aspek yaitu :

1. Aspek hukum privat merupakan aspek hukum yang berkaitan dengan hak dan kewajiban konsumen.

Menurut pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hak-hak konsumen yang harus dilindungi dan dihormati yaitu hak keamanan dan keselamatan, hak atas informasi, hak untuk memilih, hak untuk didengar, dan hak atas lingkungan hidup.

2. Aspek hukum publik merupakan aspek hukum yang dapat dimanfaatkan oleh Negara, pemerintah instansi yang mempunyai peran dan kemenangan untuk dapat dimanfaatkan oleh pihak untuk kepentingan-kepentingan subyektif. Yang termasuk dalam aspek hukum publik yaitu :
 - a. Kementrian perdagangan yaitu menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi perdagangan.
 - b. Direktorat jenderal standarisasi bertugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standarisasi teknis di bidang standarisasi dan perlindungan konsumen.
 - c. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen

B. Penerapan Standar Mutu Baku Barang Di Tinjau Dari Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Dengan standarisasi tercapailah kesamaan kualitas dari barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan yang berlainan. Dengan kualitas dimaksudkan keseluruhan ciri dan karakteristik dari barang atau jasa yang menentukan kemampuannya untuk memenuhi suatu kebutuhan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kesamaan kualitas yang tercapai dengan memenuhi standar tertentu, terlebih-lebih standar yang sudah diberlakukan secara wajib, membawa konsekuensi bahwa para produsen dirangsang untuk berlomba dan bersaing dalam efisiensi dan produktivitas, suatu bentuk persaingan yang sehat dan jujur karena ongkos produksi dan harga jual dari

berbagai produsen tidak akan berbeda jauh. Bagi konsumenpun, pemenuhan standar tertentu menjadi jaminannya untuk memperoleh barang atau jasa yang kualitas tertentu, dengan harga yang tidak berbeda jauh antara merk yang satu dengan merk berbeda jauh.⁹ Bagi konsumenpun, pemenuhan standar tertentu menjadi jaminannya untuk memperoleh barang atau jasa yang kualitas tertentu, dengan harga yang tidak berbeda jauh antara merk yang satu dengan merk yang lain. Konsumen pun akan semakin tumbuh kepercayaannya pada produsen tertentu, apabila produsen itu semakin memantapkan manajemen dan kualitas dan sistim kualitas dalam keseluruhan perusahaannya. Dewasa ini tidak lagi memadai untuk sekedar menjalankan pengawasan dan pengendalian kualitas (quality inspection and control) atas produknya, melainkan sudah dituntut pengelolaan mutu yang memberikan jaminan kualitas (quality Pentingnya Standar Dalam Dunia Usaha (Aniek Wahyuati) assurance. Dengan jaminan kualitas dimaksudkan semua tindakan terencana dan sistematis sebagaimana diperlukan untuk memberikan keyakinan yang memadai bahwa suatu barang atau jasa akan memenuhi persyaratan kualitas tertentu. Kepercayaan konsumen untuk memperoleh kualitas tertentu apabila membeli barang atau jasa yang memenuhi standar, maka hal ini benar-benar merupakan barometer bagi produsen yang bersangkutan untuk mengembangkan bisnisnya dalam iklim persaingan yang kian kompetitif. Hal ini semakin mendesak lagi dalam era globalisasi dan liberalisasi ekonomi yang pengaruhnya kini telah meluas masuk ke dalam dunia bisnis Indonesia. Dalam iklim sedemikian itu standarisasi perlu menjadi sarana yang semakin diefektifkan, demi mengupayakan tertib usaha niaga, kepastian berusaha dan terlindunginya kepentingan konsumen. Dalam hubungan ini terdapat kesejajaran antara upaya menegakkan etika dan sopan santun dalam peraturan bisnis dengan upaya melindungi kepentingan konsumen. Inilah titik temu utama antara kegiatan organisasi perusahaan (asosiasi / gat ungan, federasi) dengan organisasi masyarakat konsumen. Maka kesadaran dan kepatuhan pada standar perlu ditumbuh

⁹ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, 2004, Hlm. 50.

kembangkan, baik pada pelaku-pelaku bisnis maupun pada seluruh masyarakat konsumen. Kebersamaan mereka dalam taat-standar itu akan turut menentukan citra tentang tertib usaha niaga di Indonesia. tandar merupakan panggilan dan tanggung jawab yang sama bobotnya bagi pelaku bisnis dan bagi masyarakat konsumen.

Sebagai upaya perlindungan konsumen terhadap keamanan pangan, maka pemerintah melarang para produsen untuk memproduksi pangan dengan kualitas mutu yang rendah. Caranya dengan menetapkan batas mutu yang boleh diproduksi yaitu penetapan standar batas mutu. Di Indonesia sendiri ditetapkan Standar Nasional Indonesia, sebagai syarat bagi produsen dalam memproduksi produk pangan, dengan demikian produsen tersebut diharuskan menghasilkan produk yang bermutu baik.

Untuk memenuhi tuntutan konsumen akan mutu suatu produk/komoditas, maka pemerintah melalui suatu tim khusus menetapkan batas mutu, misalnya SNI. Tujuan penetapan batas mutu antara lain :

1. Produsen diikat untuk memproduksi komoditas dengan mutu yang baik
2. Konsumen dapat menerima produk seperti yang diinginkan.

Oleh karena tuntutan konsumen berkembang, maka batas mutu akan berkembang pula sehingga standar mutu yang ditetapkan juga harus berkembang. Contoh dulu digunakan SII, kini diubah menjadi SNI (sebagian batas kriteria mutu tetap, sebagian yang lain berubah).

Adanya keragaman mutu dan ditetapkannya batasmutu, maka di daerah mutu dari suatu komoditas yang dianggap baik masih dapat dikelompokkan menjadi berbagai tingkatan atau kelas mutu (grade). Proses pengelompokkan kelas mutu disebut "Grading". Kegunaan kelas mutu antara lain yaitu :

1. Menciptakan keadilan dalam perdagangan komoditas kelas mutu dapat mempertemukan produsen/penjual, konsumen/pembeli, dan komoditasnya pada posisi (tempat dan waktu) yang sama.
2. Untuk pelayanan konsumen kelas mutu memudahkan produsen/penjual kelas-kelas mutu yang tersedia, sekaligus memudahkan konsumen/pembeli

mengenali macam-macam pilihan kelas mutu.

3. Penggunaan komoditas yang berbeda kelas mutu bahan mentah ataupun produk jadi dimanfaatkan untuk kegunaan bahan/produk yang berbeda.
4. Untuk perdagangan dan usaha kelas mutu dapat menjadi dasar menetapkan dan menaikkan harga produk. Menciptakan usaha yang bergerak khusus dalam sortasi komoditas atau "grading".¹⁰

Produk yang baik dapat disebut juga produk normal. Apabila ada penyimpangan yang mengakibatkan produk tersebut tidak baik/tidak normal, maka penyimpangan tadi disebut cacat atau abnormalitas. Oleh karena konsumen berjumlah banyak dan bervariasi, maka dalam penentuan produk yang baik dikenal istilah mutu ideal (ideal quality). Kondisi yang menyimpang dari batas mutu yang ideal disebut sebagai cacat. Cacat bahan/produk menyangkut bentuk, ukuran, dan sifat-sifat atau atribut mutu bahan/produk.

Cacat bentuk memperlihatkan anomali dari bentuk yang normal. Misalnya telur yang bentuknya sangat lonjong atau bulat seperti bola. Permasalahan bagi produsen saat ini terkait dengan biaya produksi. Tentunya untuk menghasilkan produk bermutu baik, dibutuhkan tambahan biaya produksi. Jadi dalam penetapan batas mutu harus memperhatikan 2 hal, yaitu batas mutu tidak terlalu rendah agar tidak merugikan konsumen dan batas mutu tidak terlalu tinggi agar dapat dijangkau oleh produsen. Untuk itu perlu adanya pemeriksaan secara berkesinambungan agar standarisasi, keseragaman kualitas dan mutu dari suatu produk dapat tercapai. Sasaran yang ingin dicapai dalam penetapan standar mutu yaitu :

- Mengetahui informasi mengenai karakteristik produk apakah sudah sesuai standar
- Menyelesaikan dan mengurangi jumlah produk yang bermutu rendah
- Membangun atau meningkatkan reputasi produsen dengan cara memberi

¹⁰ J.M. van Dunne dan van der Burght, Gr, *Perbuatan Melawan Hukum, Dewan Kerja Sama Ilmu Hukum Belanda Dengan Indonesia, Proyek Hukum Perdata*, Ujungpandang, 1988., hlm. 15.

perlindungan kepada konsumen dari mutu produk yang rendah

Prosedur pengendalian mutu yang tepat sangat diperlukan untuk menjaga produk tetap berada dalam batas yang telah ditetapkan. Mutu produk bersifat dinamis dan menyebabkan tuntutan konsumen juga terus berkembang. Mutu yang sekarang dianggap cukup kemungkinan akan dianggap rendah di masa mendatang, sehingga batas mutu juga akan mengalami perkembangan mengikuti tuntutan konsumen.

pengendalian mutu yang tepat sangat diperlukan untuk menjaga produk tetap berada dalam batas yang telah ditetapkan. Mutu produk bersifat dinamis dan menyebabkan tuntutan konsumen juga terus berkembang. Mutu yang sekarang dianggap cukup kemungkinan akan dianggap rendah di masa mendatang, sehingga batas mutu juga akan mengalami perkembangan mengikuti tuntutan konsumen.

Kelas mutu berguna untuk memberikan keadilan dalam transaksi, untuk memberi pelayanan mutu pada berbagai strata konsumen dan memberi peluang pada bidang usaha. Disamping itu kelas mutu juga dapat memberi petunjuk untuk berbagai penggunaan barang, menciptakan keadilan dalam berjual beli. Keadilan itu mencerminkan bahwa komoditas yang bermutu tinggi diberi harga tinggi, sedangkan bermutu rendah diberi harga rendah pula. Suasana keadilan ini hanya diperlukan dalam suasana pasar yang bebas dalam menjual dan membeli, adanya persaingan penawaran, jumlah penawaran yang seimbang dengan permintaan dan masyarakat yang berbeda selera dan berbeda daya belinya

Pasal 19 ayat (2) dilakukan terhadap barang dan/atau jasa dengan kriteria sebagai berikut:

- a. aspek keselamatan, keamanan, kesehatan konsumen, dan lingkungan hidup;
- b. dipakai, dipergunakan, dan/atau dimanfaatkan oleh masyarakat banyak; .
- c. produk yang SNI-nya telah diberlakukan wajib, SNI yang diterapkan oleh pelaku usaha, atau persyaratan teknis lain yang diberlakukan wajib oleh instansi teknis yang berwenang; dan/atau
- d. sering terjadi pengelabuan atau penyesatan dalam pemenuhan

ketentuan standar, label, klausula baku, pengiklanan, pelayanan purna jual, cara menjual melalui pemaksaan, baik fisik maupun psikis serta kandungan/kadar tertentu yang merugikan konsumen.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hak Konsumen Terhadap Standar Mutu Baku Barang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 belum terpenuhi semuanya, hal ini terbukti bahwa masih banyak hak-hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha. Pencantuman klausula baku menjadi contoh dari hak konsumen yang dilanggar oleh pelaku usaha.
2. Akibat Hukum Terhadap Hak Konsumen Terhadap Standar Mutu Baku Barang Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, tidak adanya kepastian hukum terhadap aturan perundang-undangan terutama dalam memberikan perlindungan hak konsumen serta masih ada pelanggaran hak konsumen akibat pencantuman aturan klausula baku. Kewajiban dan hak merupakan antonym dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha merupakan hak konsumen. Padahal hak konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Ketidak tegasan pelaksanaan peraturan mengenai hak konsumen akan menyebabkan manusia terutama pelaku usaha keluar dari koridor aturan hukum yang telah ditetapkan. Artinya aturan tersebut belum dapat memberikan kepastian hukum.

B. Saran

1. Disarankan kepada setiap pelaku usaha untuk lebih mementingkan keadilan terhadap kebebasan hak konsumen yang tercantum di dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen berhak atas kenyamanan, konsumen memilih, konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas dan jujur, konsumen berhak untuk diperlakukan

secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

2. Disarankan kepada setiap pelaku usaha untuk lebih memperhatikan ketentuan pencantuman klausula baku yang melanggar hak konsumen dan aturan yang mengandung klausula eksonerasi. Diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alih Zainudin, *“Metode penulisan hukum”*, Sinar grafika, Jakarta 2010, cet-1.
- HS Salim, 2003, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Marwan M. dan Jimmy. P, *Kamus Hukum*, Surabaya: Reality Publisher, 2009.
- Mertokusumo Sudikno, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Miru Ahmadi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, 2004.
- _____, Sutarman Yodo, 2015, *Hukum Peerlindungan Konsumen*, Jakarta, rafindo Persada.
- Nasution Az., 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, Diadit Media.
- Sadar M., Moh. Taufik Makarao, Habloel Mawadi, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* Jakarta; akademia, 2012.
- Siahaan N.H.T., *Hukum Konsumen, Perlindungan dan Tanggung Jawab Produk*, Grafika Mardi Yuana, Bogor, 2005.
- Sidabolok Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010.
- Subekti, 2002, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT Intermasa.
- van Dunne J.M. dan van der Burght, Gr, *Perbuatan Melawan Hukum, Dewan Kerja Sama Ilmu Hukum Belanda Dengan Indonesia, Proyek Hukum Perdata*, Ujungpandang, 1988.
- Wardiono Kelik, 2005, *Perjanjian Baku Klausula Eksonerasi Dan Konsumen: Sebuah Diskripsi Tentang Landasan Normatif, Doktrin, dan Praktiknya*, Sukoharjo: Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sukoharjo.

Widjaja Gunawan & Ahmad Yani, 2001, *Seri Hukum Bisnis: Jaminan Fidusia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Widjaja Gunawan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003.