

**KEWAJIBAN KORPORASI TERHADAP
KETERBUKAAN INFORMASI PERUSAHAAN
BAGI PERLINDUNGAN KONSUMEN DI
INDONESIA¹**

Oleh : **Humaira Safira Wahyudi²**

Deasy Soeikromo³

Sarah D. L. Roeroe⁴

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa Saja kewajiban korporasi terhadap keterbukaan informasi publik untuk memberi perlindungan pada konsumen bila terjadi kesalahan produksi dan bagaimanakah jaminan perlindungan hukum ketika terjadi sengketa antara korporasi dan konsumen dalam penyelesaian kasus yang terjadi antara para pihak yang dengan metode penelitian hukum normatif disimpulkan: 1. Kewajiban korporasi terhadap keterbukaan informasi publik untuk memberi perlindungan pada konsumen bila terjadi kesalahan produksi, harus berdasarkan pada prinsip bahwa konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi, dan prosedur pemakaian sebelum konsumen membuat keputusan memilih produk dan layanan. Hak konsumen ini wajib diberikan penyedia produk dan jasa sebagai bentuk pertanggungjawaban pada hak dasar konsumen. Pasal 4 UUPK No. 8 Tahun 1999 mengatur bahwa : Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. 2. Bentuk perlindungan hukum apabila terjadi sengketa antara korporasi dan konsumen dalam penyelesaian kasus yang terjadi antara para pihak, mengacu pada aturan Pasal 45 UUPK, bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha (melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen-BPSK). Mekanisme gugatan dilakukan secara sukarela dari kedua belah pihak yang bersengketa untuk gugatan secara

perorangan, sedangkan gugatan secara kelompok (*class action*) dilakukan melalui peradilan umum.

Kata kunci: keterbukaan informasi; konsumen;

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan dunia bisnis dan korporasi, perlu diseimbangkan dengan upaya-upaya perlindungan konsumen baik dari sisi keterbukaan informasi bisnis perusahaan (korporasi baik publik, private maupun publik quasi), maupun dari upaya untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang diabaikan perusahaan hanya karena ingin memperoleh keuntungan dalam bisnisnya. Hal ini disebabkan oleh persaingan bisnis dari dunia usaha yang semakin ketat, dan iklim persaingan yang sangat kompetitif, menyebabkan banyak perusahaan/korporasi maupun dunia bisnis berupaya memenangkan persaingan dengan strategi yang dikembangkan oleh masing-masing perusahaan, misalnya menekan biaya tanpa memperhatikan keselamatan konsumen.

B. Rumusan masalah

1. Apa Saja kewajiban korporasi terhadap keterbukaan informasi publik untuk memberi perlindungan pada konsumen bila terjadi kesalahan produksi?
2. Bagaimanakah jaminan perlindungan hukum ketika terjadi sengketa antara korporasi dan konsumen dalam penyelesaian kasus yang terjadi antara para pihak?

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang termasuk jenis penelitian normative.

PEMBAHASAN

A. Kewajiban Korporasi Terhadap Keterbukaan Informasi Perusahaan Untuk Memberi Perlindungan Pada Konsumen Bila Terjadi Kesalahan Produksi

Perlindungan konsumen menjadi titik sentral perhatian saat ini, mengingat banyaknya keluhan-keluhan yang merasa dirugikan dan tidak memperoleh haknya terhadap penggunaan produk korporasi maupun usaha lainnya. Konsumen dalam relasi

¹ Artikel Skripsi

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 17071101192

³ Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

ini, senantiasa berada pada posisi yang lemah dan dirugikan.

Dengan demikian perlu adanya aturan-aturan yang dapat menjembatani kepentingan korporasi termasuk kepentingan para pelaku usaha dan kepentingan konsumen atau publik pada umumnya karena dua pihak tersebut bagai dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan, saling membutuhkan, tidak mengambil keuntungan kemudian pihak lainnya dibiarkan merugi, dan tidak ada bentuk pertanggungjawaban termasuk perlindungan bagi pihak-pihak yang dirugikan.

Terhadap penggunaan produk, konsumen memiliki hak yang menurut *Consumer International*, salah satunya adalah Hak untuk memperoleh informasi dan prosedur pemakaian sebelum konsumen membuat keputusan memilih produk dan layanan untuk digunakan. Hak konsumen ini wajib diberikan penyedia produk dan jasa sebagai bentuk pertanggungjawaban pada hak dasar konsumen. Hak konsumen atas informasi ini, kemudian dijamin dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 3 disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Selain hak atas informasi.⁵

Perlindungan konsumen, berhubungan dengan upaya perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapat perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terhadap hak-hak konsumen yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :⁶

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*).

⁵ Pasal 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁶ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000, hal. 26-27.

Empat dasar hak ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumer 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.

Didalam UUPK, empat hak dasar yang dikemukakan oleh John F. Kennedy tersebut juga diakomodasikan. Hak konsumen untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat, tidak dimasukkan dalam UUPK ini karena UUPK secara khusus mengecualikan hak-hak atas kekayaan intelektual (HAKI) dan di bidang 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.

Langkah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen harus diawali dengan upaya untuk memahami hak-hak pokok konsumen, yang dapat dijadikan sebagai landasan perjuangan untuk mewujudkan hak-hak tersebut.

Hak konsumen sebagai tertuang dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 adalah sebagai berikut :⁷

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit*, hal. 31.

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain 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 antinomi 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 sering dilakukan tidak secara jujur, yang dalam hukum dikenal dengan termonologi "persaingan curang" (*unfair competition*).

Didalam hukum positif Indonesia, masalah persaingan curang (dalam bisnis) ini diatur secara khusus pada Pasal 382 *bis* Kitab Undang-undang Hukum Pidana. Selanjutnya, sejak Maret 2000 diberlakukan juga UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Ketentuan-ketentuan ini sesungguhnya diperuntukkan bagi sesama pelaku usaha, tidak bagi konsumen langsung. Kendati demikian, kompetisi tidak sehat di antara mereka pada jangka panjang pasti berdampak negatif bagi konsumen karena pihak yang dijadikan sasaran rebutan adalah konsumen itu sendiri. Di sini letak arti penting mengapa hak ini perlu dikemukakan, agar tidak berlaku pepatah: "dua gajah berkelahi, pelanduk mati di tengah-tengah".⁸

⁸ *Ibid*, hal. 32.

Selain persaingan curang, praktik-praktik bisnis yang tidak sehat dari korporasi atau usaha-usaha yang diselenggarakan masyarakat, terus diwaspadai dan mendapatkan pengawasan dari YLKI, khususnya terhadap kondisi dan jaminan kualitas dari barang dan/atau jasa yang akan dikonsumsi oleh konsumen atau masyarakat/publik.

YLKI saat ini sedang mendorong perlindungan konsumen atas air isi ulang yang dikonsumsi sebagian warga Jakarta. YLKI menegaskan sebagian depo air minum isi ulang di wilayah Jakarta yang tidak memenuhi standar pengisian ulang, sehingga berpengaruh terhadap kualitas air yang dijual. Menurut Peneliti YLKI, Ida Marlinda, dari 20 sampel, ada enam yang mengandung total bakteri, serta ada satu yang mengandung bakteri *E. Coli*.⁹

Selanjutnya Ketua YLKI, Tulus Abadi menyatakan, pihaknya akan terus mengawal kasus ini sehingga konsumen benar-benar dapat mendapatkan haknya atas informasi kualitas air isi ulang tersebut. Masyarakat sendiri, menurutnya, dapat meminta informasi terkait kepada Dinas Kesehatan dan Dinas Perindustrian Provinsi DKI Jakarta. Dia menjelaskan hak konsumen atas informasi ini, selain dijamin dalam UU Perlindungan Konsumen, juga semakin diperkuat dengan kehadiran UU No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Jika UU KIP menempatkan kewajiban pada badan publik, maka UU Perlindungan Konsumen menempatkan kewajiban pada perusahaan atau badan usaha yang memproduksi barang atau jasa bagi publik di negeri ini.

Sebagai bahan perbandingan, untuk tahun 2012 saja, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) telah menerima laporan pengaduan sebanyak 620 kasus pengaduan. Mekanisme pengaduan yang diterima oleh YLKI pada tahun 2012 tersebut, terdiri atas surat langsung sebanyak 145 aduan, 196 melalui surat tembusan, 204 melalui email, dan 75 yang datang langsung ke YLKI. Dari pengaduan tersebut, sudah ada 385 pengaduan yang ditindaklanjuti. Upaya yang dilakukan oleh YLKI untuk advokasi pengaduan adalah klarifikasi

⁹ Parliamentary Center (2013). Undang-Undang KIP Perkuat Hak Informasi Konsumen. <https://kebebasaninformasi.org/id/2013/03/15/uu-kip-dan-perlindungan-konsumen-perkuat-hak-atas-informasi/> Diunduh 18-10-2020

masalah dan mediasi kepada para pelaku usaha.¹⁰

Sebagai konsumen, ada pembelajaran menarik dari Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen (YLPK) Jawa Timur. Seperti informasi yang disampaikan bahwa, YLPK Jawa Timur mengajukan gugatan kepada PT. Pelindo III, karena mereka menemukan adanya penjualan air minum kepada kapal yang berlabuh di Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya. Padahal PT. Pelindo III hanya mendapat izin menjual air untuk kebutuhan Mandi Cuci Kakus (MCK) dan untuk balas kapal. Ketua YLPK Said Sutomo mengatakan dasar gugatan sengketa informasi ke Pelindo III adalah untuk mendapatkan data informasi yang jelas tentang penjualan air minum oleh Termohon. Ia menyatakan praktek penjualan air minum ke kapal di Pelabuhan Tanjung Perak telah berlangsung sangat lama, dan anehnya data penjualan air minum itu tidak tercantum dalam laporan keuangan tahunan PT. Pelindo III.

Selain itu, menurutnya, penjualan air minum oleh PT. Pelindo III juga menggunakan air yang kurang sehat. Ia berani memastikan berdasarkan uji laboratorium air minum yang dijual Pelindo III mengandung banyak deterjen yang bisa mengakibatkan iritasi lambung bahkan menyebabkan penyakit kanker.

Akibat alotnya permintaan data informasi tentang rendahnya kualitas air minum yang dijual Pelindo III ke konsumen kapal, maka Ketua YLPK Jatim, Said Sutomo mengajukan gugatan sengketa informasi ke KI Pusat dan sudah masuk pada persidangan ketiga, bulan Februari 2013.

Pelaku usaha dan badan publik adalah dua jenis lembaga yang saling terkait, seperti kasus air minum isi ulang di atas. Badan publik (Dinas Kesehatan) yang melakukan uji kualitas airnya. Dinas Kesehatan harus mempublikasikannya, sebagai badan publik yang diwajibkan oleh Undang-Undang KIP. Sementara perusahaan air isi ulang, juga wajib menyampaikan informasi produknya karena amanat Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dengan aturan pada dua Undang-Undang ini, seharusnya posisi konsumen lebih kuat, dalam mendapatkan hak atas informasi.

Adapun mengenai kewajiban konsumen dijelaskan dalam Pasal 5, yakni :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.¹¹

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha Tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa berkualitas. Pelaksanaan Undang-undang Perlindungan Konsumen tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Hal ini dilakukan melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi atas pelanggarannya. Oleh karena itu, dalam menjalankan usahanya pelaku usaha juga mempunyai beberapa hak dan kewajiban.

Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999 disebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹²

Didalam penjelasan undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor dan lain-lain.¹³

Kajian atas perlindungan terhadap konsumen tidak dapat dipisahkan dari telaah terhadap hak-hak dan kewajiban produsen. Berdasarkan *Directive*, pengertian "produsen" meliputi :¹⁴

1. Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang-barang manufaktur. Mereka ini bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang

¹¹ *Ibid*, hal. 41.

¹² Az. Nasution, *Op.Cit*, hal. 17.

¹³ *Ibid*.

¹⁴ Agus Brotosusilo, *Loc.Cit*, hal. 53.

¹⁰ *Ibid*.

yang mereka edarkan ke masyarakat, termasuk bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksinya;

2. Produsen bahan mentah atau komponen suatu produk;
3. Siapa saja, yang dengan membubuhkan nama, merek, ataupun tanda-tanda lain pada produk menampakkan dirinya sebagai produsen dari suatu barang.

Selanjutnya Pasal 3 ayat (2) Directive menyebutkan bahwa : siapapun yang mengimpor suatu produk ke lingkungan EC adalah produsen. Ketentuan ini sengaja dicantumkan untuk melindungi konsumen dari kemungkinan harus menggugat produsen asing (yang pusat kegiatannya) di luar lingkungan EC. Ketentuan ini mengharuskan importer yang mengimpor barang dari eksportir Negara ketiga mendapatkan jaminan melalui suatu perjanjian yang menyatakan bahwa pihak eksportir bertanggung jawab sepenuhnya atas barang yang dimasukkan EC. Lebih lanjut lagi, pedagang/penyalur yang mengedarkan barang yang tidak jelas identitas produsennya, bertanggung jawab atas barang tersebut. Demikian pula tanggung jawab penyalur/pedagang ini timbul atas barang yang diimpor dari Negara ketiga, tapi tidak jelas importirnya.

Sebagian besar Negara anggota EC telah meratifikasi Konvensi tentang Yurisdiksi, sehingga berdasar Pasal 5 ayat (3) konvensi ini, gugatan atas product liability dapat diajukan ke pengadilan yang yurisdiksinya meliputi tempat timbulnya kerugian.

Hak-hak produsen dapat ditemukan antara lain pada faktor-faktor yang membebaskan produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen, meskipun kerusakan timbul akibat cacat pada produk, yaitu apabila :¹⁵

1. Produk tersebut sebenarnya tidak diedarkan;
2. Cacat timbul di kemudian hari;
3. Cacat timbul setelah produk berada di luar control produsen;
4. Barang yang diproduksi secara individual tidak untuk keperluan produksi;
5. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan yang ditetapkan oleh penguasa;

Negara Amerika Serikat, faktor-faktor yang membebaskan produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen meliputi :

1. Kelalaian si konsumen penderita;
2. Penyalahgunaan produk yang tidak terduga pada saat produk dibuat (*unforeseeable misuse*);
3. Lewatnya jangka waktu penuntutan (daluarsa), yaitu 6 (enam) tahun setelah pembelian, atau 10 tahun sejak barang diproduksi;
4. Produk pesanan pemerintah pusat (federal);
5. Kerugian yang timbul (sebagian) akibat kelalaian yang dilakukan oleh produsen lain dalam kerja sama produksi (di beberapa Negara bagian yang mengakui *joint and several liability*).

Didalam Pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999 Produsen disebut sebagai pelaku usaha yang mempunyai hak sebagai berikut :¹⁶

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

Adapun dalam Pasal 7 diatur kewajiban pelaku usaha, sebagai berikut :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

¹⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit*, hal. 42.

¹⁶ *Ibid*, hal. 43.

- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Didalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

Didalam UUPK tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha). Sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.¹⁷

Berbicara tentang kewajiban kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi di samping merupakan hak

konsumen, juga karena ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen.

Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi.

Diperlukan representasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutupi.¹⁸

Peringatan ini sama pentingnya dengan instruksi penggunaan suatu produk yang merupakan informasi bagi konsumen, walaupun keduanya memiliki fungsi yang berbeda yaitu instruksi terutama telah diperhitungkan untuk menjamin efisiensi penggunaan produk, sedangkan peringatan dirancang untuk menjamin keamanan penggunaan produk. Peringatan yang merupakan bagian dari pemberian informasi kepada konsumen ini merupakan pelengkap dari proses produksi. Peringatan yang diberikan kepada konsumen ini memegang peranan penting dalam kaitan dengan keamanan suatu produk. Dengan demikian pabrikan (produsen pembuat wajib menyampaikan peringatan kepada konsumen). Hal ini berarti bahwa tugas produsen pembuat tersebut tidak berakhir hanya dengan menempatkan suatu produk dalam sirkulasi.¹⁹ Produk yang dibawa ke pasar tanpa petunjuk cara pemakaian dan peringatan

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid...*, hal. 58 sumber dari HLM. Duintjer Tebbens, International Product Liability, A Study of Comparative and International Legal Aspect of Product Liability, Sijthoff & Noodhoff International Publisher, Netherlands, 1980, hal. 8.

¹⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2004, hal. 54-55.

atau petunjuk dan peringatan yang sangat kurang/tidak memadai menyebabkan suatu produk dikategorikan sebagai produk yang cacat instruksi. Hal ini berlaku bagi peringatan sederhana, misalnya “simpan di luar jangkauan anak-anak” dan berlaku pula terhadap peringatan mengenai efek samping setelah pemakaian suatu produk tertentu.

B. Bentuk Perlindungan Hukum Ketika Terjadi Sengketa Antara Korporasi dan Konsumen Dalam Penyelesaian Kasus Yang Terjadi Antara Para Pihak

Pada relasi bisnis dari transaksi antara konsumen dengan pihak korporasi memiliki konsekuensi-konsekuensi, karena pada hubungan hukum antara pelaku usaha atau penjual dengan para konsumen tidak tertutup kemungkinan timbulnya perselisihan atau sengketa dengan para konsumen. Dalam praktiknya, selama ini sengketa konsumen diselesaikan melalui gugatan pada pengadilan, namun pada kenyataannya yang tidak dapat dipungkiri juga, bahwa lembaga pengadilan pun terkadang tidak akomodatif untuk menampung sengketa konsumen karena proses perkara yang terlalu lama dan sangat birokratis dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan aturan pada Pasal 45 UUPK setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Di luar peradilan umum UUPK membuat terobosan dengan memfasilitasi para konsumen yang merasa dirugikan dengan mengajukan gugatan ke pelaku usaha di luar pengadilan, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Mekanisme gugatan dilakukan secara sukarela dari kedua belah pihak yang bersengketa. Hal ini berlaku untuk gugatan secara perorangan, sedangkan gugatan secara kelompok (*class action*) dilakukan melalui peradilan umum.²⁰

BPSK merupakan pengadilan khusus konsumen (*small claim court*) yang sangat diharapkan dapat menjawab tuntutan

masyarakat agar proses berperkara berjalan cepat, sederhana dan murah. Dengan demikian, BPSK hanya menerima perkara yang nilai kerugiannya kecil. Pemeriksaan dilakukan oleh hakim tunggal dan kehadiran penuh pihak ketiga (pengacara) sebagai wakil pihak yang bersengketa tidak diperkenankan. Putusan dari BPSK tidak dapat dibanding kecuali bertentangan dengan hukum yang berlaku.²¹

BPSK dibentuk di setiap daerah Tingkat II (Pasal 49) BPSK dibentuk untuk menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan (Pasal 49 ayat (1)), dan badan ini mempunyai anggota-anggota dari unsur pemerintah, konsumen dan pelaku usaha. Setiap unsur tersebut berjumlah 3 (tiga) orang atau sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang, yang kesemuanya diangkat dan diberhentikan oleh Menteri (Perindustrian dan Perdagangan). Keanggotaan Badan terdiri atas ketua merangkap anggota, dan anggota dengan dibantu oleh sebuah sekretariat (Pasal 50 jo 51).

Tugas dan wewenang BPSK (Pasal 52) meliputi :

- a. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi, arbitrase atau konsolidasi
- b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen
- c. Pengawasan klausul baku
- d. Melapor kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran undang-undang ini.
- e. Menerima pengaduan dari konsumen, lisan atau tertulis, tentang dilanggarnya perlindungan konsumen
- f. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa konsumen
- g. Memanggil pelaku usaha pelanggar
- h. Menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran itu
- i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan mereka tersebut huruf g apabila tidak mau memenuhi panggilan
- j. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen atau alat-alat

²⁰ Marianus Gaharpung, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Tindakan Pelaku Usaha, Jurnal Yustika, Vol. 3 No. 1 Juli 2000.

²¹ *Ibid.*

- bukti lain guna penyidikan dan/atau pemeriksaan
- k. Memutuskan dan menetapkan ada tidaknya kerugian konsumen
 - l. Memberitahukan keputusan kepada pelaku usaha pelanggaran undang-undang
 - m. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha pelanggar undang-undang.

Penyelesaian sengketa konsumen dibentuk Majelis yang terdiri atas sedikitnya 3 (tiga) anggota dibantu oleh seorang panitera (Pasal 54 ayat (1) dan (2)). Putusan yang dijatuhkan Majelis BPSK bersifat final dan mengikat (Pasal 54 ayat (3)). BPSK wajib menjatuhkan putusan selama-lamanya 21 (dua puluh satu) hari sejak gugatan diterima (Pasal 55).²² Keputusan BPSK itu wajib dilaksanakan pelaku usaha dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari setelah diterimanya, atau apabila ia keberatan dapat mengajukannya kepada Pengadilan Negeri dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari. Pengadilan Negeri yang menerima keberatan pelaku usaha memutus perkara tersebut dalam jangka waktu 21 hari sejak diterimanya keberatan tersebut (Pasal 58). Selanjutnya kasasi pada putusan Pengadilan Negeri ini diberi luang waktu 14 hari untuk mengajukan kasasi kepada Mahkamah Agung. Keputusan Mahkamah Agung wajib dikeluarkan dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak permohonan kasasi (Pasal 58).

Melihat keseluruhan proses persidangan berdasarkan ketentuan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 terlihat setidaknya dari sudut biaya dan waktu penyelenggaraan keadilan itu pihak konsumen dan pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab dimudahkan dan dipercepat (putusan yang mempunyai kekuatan hukum pasti dapat dijatuhkan dalam jangka waktu relatif pendek, maksimum 100 (seratus) hari (total dari proses pertama sampai akhir).

Berdasarkan uraian di atas dapat dibuat skema proses penyelesaian sengketa melalui BPSK sebagai berikut.²³

Peran lembaga yang bergerak di bidang perlindungan konsumen menjadi penting, di

mana peran-peran ini diakui oleh pemerintah. Lembaga perlindungan konsumen yang secara swadaya didirikan masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.²⁴ Lembaga perlindungan konsumen berperan untuk menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa, memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukannya, serta bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen, melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Lembaga pengawasan dalam peranannya dapat dinilai sebagai yang bertanggungjawab terhadap pengawasan peredaran barang-barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat dari produk yang membahayakan. Padahal seperti kasus formalin, HIT dan juga minuman isotonic misalnya, ini merupakan kasus yang sudah lama diketahui, namun ketika media ramai-ramai mengangkatnya, barulah mereka bergerak. Untuk konteks daerah, BPOM dan dinas-dinas terkait juga selalu reaktif dalam menanggapi persoalan.²⁵ Seharusnya mereka lebih proaktif dan antisipatif, bukan menunggu telah muncul kasus ke permukaan akibat keluhan konsumen baru mereka bertindak.

Keberadaan BPSK dapat menjadi bagian dari pemerataan keadilan, terutama bagi konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha/produsen, karena sengketa di antara konsumen dan pelaku usaha/produsen, biasanya nominalnya kecil sehingga tidak mungkin mengajukan sengketa di pengadilan karena tidak sebanding antara biaya

²² *Ibid*, hal. 127.

²³ Az. Nasution, *Loc.Cit*, hal. 190.

²⁴ Sudaryatmo, 1999, Hukum dan Advokasi Konsumen, Citra Aditya Bakti Bandung, <http://www.scribd.com/doc/18545014/makalah-perlindungan-konsumenhttp://www.pemantauperadilan.com/delik/16P-ERLINDUNGAN520KONSUMEN.pdfUndang-Undang-Nomor-8-Tahun-1999-Tentang-Perlindungan-Konsumen>.

²⁵ *Ibid*.

perkara dengan besarnya kerugian yang akan dituntut.²⁶

Pembentukan BPSK sendiri didasarkan pada adanya kecenderungan masyarakat yang segan untuk beracara di pengadilan karena posisi konsumen yang secara sosial dan financial tidak seimbang dengan pelaku usaha.²⁷

Terbentuknya lembaga BPSK, maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan secara cepat, mudah dan murah. Cepat karena penyelesaian sengketa melalui BPSK harus sudah diputus dalam tenggang waktu 21 hari kerja, dan tidak dimungkinkan banding yang dapat memperlama proses penyelesaian sengketa.²⁸ Mudah karena prosedur administratif dan proses pengambilan keputusan yang sangat sederhana, dan dapat dilakukan sendiri oleh para pihak tanpa diperlukan kuasa hukum. Murah karena biaya persidangan yang dibebankan sangat ringan dan dapat terjangkau oleh konsumen.²⁹ Jika putusan BPSK bersifat final dan mengikat, sehingga tidak perlu diajukan ke pengadilan. Keberadaan BPSK juga diharapkan akan mengurangi beban tumpukan perkara di pengadilan.³⁰

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kewajiban korporasi terhadap keterbukaan informasi publik untuk memberi perlindungan pada konsumen bila terjadi kesalahan produksi, harus berdasarkan pada prinsip bahwa

konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi, dan prosedur pemakaian sebelum konsumen membuat keputusan memilih produk dan layanan. Hak konsumen ini wajib diberikan penyedia produk dan jasa sebagai bentuk pertanggungjawaban pada hak dasar konsumen. Pasal 4 UUPK No. 8 Tahun 1999 mengatur bahwa : Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

2. Bentuk perlindungan hukum apabila terjadi sengketa antara korporasi dan konsumen dalam penyelesaian kasus yang terjadi antara para pihak, mengacu pada aturan Pasal 45 UUPK, bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha (melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen-BPSK). Mekanisme gugatan dilakukan secara sukarela dari kedua belah pihak yang bersengketa untuk gugatan secara perorangan, sedangkan gugatan secara kelompok (*class action*) dilakukan melalui peradilan umum.

B. Saran

1. Dalam menggunakan/mengonsumsi suatu produk atau jasa, sebaiknya konsumen berhati-hati terutama terhadap kondisi dan jaminan kualitas dari barang dan/atau jasa yang akan dikonsumsi oleh konsumen atau masyarakat/publik, dan bila konsumen merasa dirugikan terhadap hal tersebut, maka terhadap penyimpangan/praktik-praktik bisnis yang tidak sehat, yang dilakukan korporasi atau usaha-usaha yang diselenggarakan masyarakat, dapat dilaporkan kepada YLKI, ataupun ditempuh melalui gugatan pada pengadilan.
2. Sebaiknya masyarakat secara aktif mencari/meminta informasi terhadap kualitas dan keamanan produk sebelum dikonsumsi karena terhadap produk

²⁶ Indah Sukmaningsih, Harapan Segar Dari Kehadiran Undang-undang Perlindungan Konsumen, Kompas 20 April 2000, Kumpulan Kliping Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, lihat juga, J Widijanto dan Al Wisnubroto, Fakultas Hukum Universitas Admajaya, Jakarta, hal. 44.

²⁷ Sularsi, *Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen, Dalam Lika Liku Perjalanan Undang-undang Perlindungan Konsumen, disunting oleh Arimbi*, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2001, hal. 86-87.

²⁸ Pasal 54 ayat (3) dan Pasal 55 Undang-undang Perlindungan Konsumen Dengan Konsep Dasar Putusan BPSK bersifat final dan mengikat.

²⁹ Yusuf Sofie dan Somi Awan, *Sosok Peradilan Konsumen Mengungkap Berbagai Persoalan Mendasar Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Piramida, Jakarta, 2004, hal. 17.

³⁰ Susanti Adi Nugraha, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana, Jakarta, 2006, hal. 75.

perusahaan yang dijual, masyarakat/publik memiliki hak untuk memperoleh informasi dari instansi terkait, seperti Badan publik (Dinas Kesehatan, dll. Aturan UU KIP) yang melakukan uji kualitas produk untuk dipublikasikan, dan pihak perusahaan untuk menyampaikan informasi produknya untuk mengikuti amanat UUPK. Ketiadaan informasi (informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk/cacat informasi, yang akan sangat merugikan konsumen).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2004
- Marianus Gaharpung, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Tindakan Pelaku Usaha*, Jurnal Yustika, Vol. 3 No. 1 Juli 2000
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000
- Sularsi, *Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen, Dalam Lika Liku Perjalanan Undang-undang Perlindungan Konsumen, disunting oleh Arimbi*, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2001
- Susanti Adi Nugraha, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana, Jakarta, 2006
- Yusuf Sofie dan Somi Awan, *Sosok Peradilan Konsumen Mengungkap Berbagai Persoalan Mendasar Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Piramida, Jakarta, 2004