

**KERJASAMA PEMERINTAH DAN LEMBAGA  
PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA  
MASYARAKAT DALAM MELAKUKAN  
PENGAWASAN TERHADAP BARANG ATAU  
JASA YANG DIPERDAGANGKAN MENURUT  
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999  
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN<sup>1</sup>**

Oleh : Ida Ayu Komang Krisma<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana kerjasama pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan dan bagaimana tugas lembaga konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan. Dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif, disimpulkan: 1. Kerjasama 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. 2. 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.

Kata kunci: Kerjasama, Pemerintah dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Pengawasan, Barang Atau Jasa Yang Diperdagangkan.

**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.

Pada era perdagangan bebas di mana arus barang dan jasa dapat masuk kesemua negara dengan bebas, maka yang seharusnya terjadi adalah persaingan jujur. Persaingan jujur adalah suatu persaingan di mana konsumen dapat memiliki barang dan atau jasa karena jaminan kualitas dengan harga yang wajar. Oleh karena itu pola perlindungan konsumen perlu diarahkan pada pola kerjasama antarnegara, antar semua pihak yang berkepentingan agar terciptanya suatu model perlindungan yang harmonis berdasarkan atas persaingan jujur.<sup>3</sup>

Sampai **saat** ini secara universal diakui adanya hak-hak konsumen yang secara universal pula harus dilindungi dan dihormati yaitu:

<sup>1</sup> Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing: Dientje Rumimpunu, SH., MH; Dr. Anna S. Wahongan, SH., MH

<sup>2</sup> Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 15071101246

<sup>3</sup> Sri Redjeki Hartono, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, (Editor) Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Cetakan I. CV. Mandar Maju. Bandung. 2000 hal. 83.

- a. Hak keamanan dan keselamatan;
- b. Hak atas informasi;
- c. Hak untuk memilih;
- d. Hak untuk didengar;
- e. Hak atas lingkungan hidup.<sup>4</sup>

Bertolak dari hak-hak konsumen tersebut di atas sudah waktunya sekarang dipertanyakan darimana hak-hak tersebut diperoleh. Bagaimana hak-hak tersebut dapat dinikmati, dipertahankan dan kapan adanya jaminan perlindungan. Secara universal, hak-hak tersebut adalah hak yang melekat pada setiap **konsumen**, meskipun demikian kiranya masih dapat dikaji lebih cermat lagi dalam hubungan hukum yang mikro sifatnya. Bagaimana penjabaran dan pelaksanaan hak-hak tersebut di dalam hukum nasional masing-masing negara.<sup>5</sup>

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi **negara** Undang-Undang Dasar 1945.<sup>6</sup>

Tugas lembaga konsumen swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan sangatlah penting sebagai upaya untuk mencegah terjadinya pelanggaran-pelanggaran hukum atas hak-hak konsumen. Pelaksanaan tugas lembaga swadaya masyarakat dalam melakukan pengawasan terhadap barang atau jasa yang diperdagangkan tentunya memerlukan kerjasama dengan pemerintah.

## B. Rumusan Masalah

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

2. Bagaimana tugas lembaga 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. Bahan-bahan hukum yang diperlukan dikumpulkan melalui studi kepustakaan. Identifikasi dan inventarisasi bahan-bahan hukum primer, sekunder dan tersier.

## PEMBAHASAN

### A. Kerjasama Antara Pemerintah Dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Barang Atau Jasa Yang Diperdagangkan

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:

- (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

<sup>4</sup> *Ibid*, hal. 83.

<sup>5</sup> *Ibid*.

<sup>6</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

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.<sup>7</sup>

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.<sup>8</sup>

#### **B. Tugas Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat Dalam Melakukan Pengawasan Terhadap Barang Atau Jasa Yang Diperdagangkan**

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 terosialisasi 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

<sup>7</sup> Sri Redjeki Hartono, *Op.Cit.* hal. 78.

<sup>8</sup> Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati (Penyunting) *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke-1. Mandar Maju. Bandung. 2000. hal. 33.

mengurusi 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.<sup>9</sup>

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.<sup>10</sup>

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.<sup>11</sup>

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.<sup>12</sup>

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.<sup>13</sup> 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.<sup>14</sup>

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.<sup>15</sup>

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

<sup>9</sup> *Ibid*, hal. 199.

<sup>10</sup> *Ibid*.

<sup>11</sup> Sudarsono, *Op.Cit*, hal. 331-332.

<sup>12</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen di Indonesia*, Edisi I. Cetakan I. PT. RadjaGrafindo. Jakarta, 2011, hal. 94.

<sup>13</sup> *Ibid*.

<sup>14</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hal. 198.

<sup>15</sup> Satjipto Raharjo, *Hukum dan Perubahan Sosial Suatu Tinjauan Teoretis Serta Pengalaman-Pengalaman di Indonesia*, Cetakan Ketiga Genta Publishing, Yogyakarta, Oktober 2009, hal. 111

- 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.<sup>16</sup> Kategori yang kedua adalah konsumen organisasi atau konsumen kelompok.<sup>17</sup> 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.<sup>18</sup> 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.<sup>19</sup>

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,<sup>20</sup> 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.<sup>21</sup>

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 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.<sup>22</sup>

Ketatnya persaingan dalam merebut pangsa pasar melalui bermacam-macam produk barang, maka perlu keseriusan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

<sup>16</sup> H. Mulyadi, Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Alfabeta, CV. Bandung. 2012, hal. 26.

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> *Ibid.*

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hal. 7.

<sup>21</sup> Nurhayati Abbas, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Beberapa Aspeknya*, Makalah Elips Project, Ujung Pandang, 1996, hal. 13.

<sup>22</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *op.cit*, hal. 7-8.

(LPKSM) perlu memantau secara serius pelaku usaha/penjual yang hanya mengejar profit semata dengan mengabaikan kualitas produk barang.<sup>23</sup>

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 mafaatnya oleh masyarakat.<sup>24</sup> 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.<sup>25</sup>

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.<sup>26</sup>

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.<sup>27</sup>

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 4: Barang adalah **setiap** benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Pasal 1 angka 50: Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Munculnya gerakan "konsumerisme" dan segala permasalahannya ke permukaan masih relatif baru. Kepopuleran dan paham konsumerisme ini baru mulai mendapat perhatian dunia bisnis maupun birokrasi sejak Presiden Amerika Serikat, Kennedy pada tahun 1962 mengukuhkan adanya hak-hak konsumen. Penguatan ini timbul atas desakan konsumen di Amerika pada tahun 1930-an yang sudah mulai mempertanyakan adanya ketidakadilan dalam memperoleh pelayanan, baik jasa pelayanan yang disediakan oleh pemerintah. Konsumen mulai memperlakukan adanya ketidaksesuaian harga dengan mutu barang atau jasa serta keselamatan penggunaannya. Pemasaran barang dan jasa serta keselamatan penggunaannya. Pemasaran barang dan jasa secara bebas dan cangguh di negara liberal itu telah menimbulkan mekanisme defensive di kalangan konsumen dan mulai terdapat ketidakpercayaan akan informasi sepihak yang disampaikan para produsen.<sup>28</sup>

Di sisi lain pemerintah dengan inisiatifnya sendiri memang sudah menyediakan pelayanan umum kepada masyarakat atau konsumen, jauh sebelum upaya perlindungan konsumen ini ada. Misalnya fasilitas kereta api, pelayanan rumah sakit umum, jalan raya dan angkutan transportasi.<sup>29</sup> Semua ini dilakukan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen dan memastikan konsumen dapat menggunakan **fasilitas** umum tersebut dengan biaya yang murah dan bahkan tanpa membayar, tetapi

<sup>23</sup> Celina Tri Kristiyanti, *Op.Cit*, hal. 120.

<sup>24</sup> *Ibid*, hal. 120.

<sup>25</sup> *Ibid*, hal. 120-121.

<sup>26</sup> *Ibid*, hal. 121.

<sup>27</sup> *Ibid*.

<sup>28</sup> Celina Tri Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta, 2008, hal. 122.

<sup>29</sup> *Ibid*.

sebenarnya konsumen dalam menggunakan pelayanan tersebut, tidaklah gratis. Mereka sudah membayarnya melalui pajak. Hanya saja sampai saat ini kenyataannya masih banyak konsumen yang belum memperoleh kepuasan dalam menggunakan pelayanan publik meskipun pemerintah telah berubah status menjadi penyedia jasa monopoli.<sup>30</sup> Dengan bangkitnya kesadaran konsumen ini tampaknya aparat pemerintah belum siap menerima tuntutan dan masyarakat baik dalam segi dana maupun SDM nya. Keadaan ini mungkin akan diperburuk lagi dengan adanya pernyataan pemerintah sehingga siapa yang punya uang dialah yang mendapat pelayanan.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Kerjasama 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.
2. 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.

### 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

- 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-*

<sup>30</sup> *Ibid.*

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