

BAB II

TINJAUN PUSTAKA

A. Pengertian Perlindungan Konsumen dan Pelaku Usaha

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut *Business English Dictionary*, perlindungan konsumen adalah *protecting consumers against unfair or illegal traders*.¹ Sementara itu *Black's Law Dictionary* mendefinisikan *a statute that safe guards consumers in the use good and services*.² Perlindungan Konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri terhadap permasalahan-permasalahan yang merugikan konsumen itu sendiri. Tujuan hukum adalah untuk mewujudkan keadilan, melahirkan ajaran mengenai keadilan (*justice*) yang menyatakan *the end of the justice source from the injury*.³

Hak yang diberikan oleh hukum ternyata tidak hanya mengandung unsur perlindungan dan kepentingan tetapi juga untuk kehendak. Hukum pada hakikatnya adalah suatu yang abstrak, namun dalam manifestasinya dapat berwujud konkrit. Suatu ketentuan hukum dapat dinilai baik jika akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah kebaikan, kebahagiaan, dan berkurangnya penderitaan, maka hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen

¹ Peter Colin, *Business English Dictionary*, Linguaphone, London, 2006, Hal. 61

² Bryan A. Garner, *Black's Law Dictionary, Eight Edition*, St. Paul Minnesota, 2004, Hal. 335

³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Kharisma Putra Utama, Jakarta, 2013

antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari bermasyarakat.⁴

Di dalam perlindungan konsumen terdapat dua teori perlindungan hukum yaitu perlindungan hukum represif dan perlindungan hukum preventif.⁵ Perlindungan hukum represif yaitu perlindungan hukum yang dilakukan dengan cara menerapkan sanksi terhadap pelaku agar dapat menegakkan hukum sebenarnya yang biasanya dilakukan di pengadilan. Perlindungan hukum preventif adalah perlindungan hukum yang bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu sengketa.⁶

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Artinya perlindungan konsumen merupakan perangkat hukum yang diciptakan oleh lembaga pemerintah untuk memberikan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum bagi para konsumen dari berbagai sengketa ataupun permasalahan karena merasa dirugikan oleh para pelaku usaha.⁷

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa, yang berawal dari tahap kegiatan mendapatkan barang dan/atau jasa hingga sampai akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.⁸

⁴ Az Nasution, Op. Cit

⁵ Piliphus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat di Indonesia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, hlm. 21.

⁶ Ibid hlm. 22

⁷ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

⁸ Zulham, Op. Cit,

Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan menjadi dua aspek, yaitu:⁹

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen ini adalah untuk menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam menggunakan setiap barang/atau jasa yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan hidup. Hal tersebut dapat dibuktikan bahwa semua norma perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana yang berarti bahwa segala upaya dalam hukum perlindungan konsumen tidak hanya dapat berlaku secara preventif tetapi juga dapat berlaku represif. Oleh karena itu perlindungan hukum bagi konsumen adalah suatu masalah yang besar, dengan persaingan global yang terus berkembang.¹⁰

Dalam pertimbangan aktualisasinya, perlindungan konsumen perlu ditegaskan pada sebuah pemerintahan berdasarkan rumusan situasi yang sedang dan akan berkembang terhadap nasib masyarakat konsumen. Pertimbangan ini biasanya ditempuh dengan memperhatikan:¹¹

- a. Tingkat pembangunan masing-masing negara;
- b. Pertumbuhan industri dan teknologi;

⁹ Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1993, hlm. 152.

¹⁰ Zulham, *Op., Cit*, hlm. 34.

¹¹ Aman Sinaga, *Tata Hukum di Indonesia*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1993, hlm. 34.

c. Filosofi dan kebijakan pembangunan.

Tumbuhnya kesadaran negara untuk memberikan perlindungan bagi konsumen yang berada pada posisi tawar menawar yang lemah dimulai dengan memikirkan kebijakan.

2. Hubungan Pelaku Usaha dan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce Melalui PT. Shopee Internasional Indonesia

Hubungan antar konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang tinggi.¹²

Akibat dari rendahnya kesadaran dan pengetahuan konsumen atas hak-hak yang seharusnya didapatkan dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai lahan transaksi yang tidak beriktikad baik serta melupakan kewajiban dan tanggung jawabnya. Hal tersebut membuat hubungan antara konsumen dan pelaku usaha sering menimbulkan permasalahan. Permasalahan yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha menempatkan konsumen pada posisi yang lemah. Posisi lemah konsumen didasarkan pada:¹³

¹² Ridwan Khairandy, Hukum Kontrak Indonesia dalam Prespektif Perbandingan (Bagian Pertama) FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 6

¹³ Abdul Halim Barkatullah, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi ECommerce Lintas Negara di Indonesia, FH UII Press, Yogyakarta, 2009, hlm. 19.

- a. Dalam masyarakat modern, pelaku usaha menawarkan berbagai jenis produk baru hasil kemajuan teknologi dan manajemen. Barang-barang tersebut diproduksi secara massal;
- b. Terdapat perubahan-perubahan mendasar dalam pasar konsumen (*consumer market*), dimana konsumen sering tidak memiliki posisi tawar untuk melakukan evaluasi yang memadai (*make a proper evaluation*);
- c. Metode Periklanan modern yang sering melakukan disinformasi kepada konsumen daripada memberikan informasi secara objektif (*provide information on an objectify basis*);
- d. Pada dasarnya konsumen berada dalam posisi tawar yang tidak seimbang.

Salah satu faktor posisi lemah konsumen dalam bidang pemanfaatan jasa yang tersedia disebabkan oleh adanya perjanjian/klausula baku. Perjanjian berdasarkan definisi yang diberikan Pasal 1313 KUHPerdara adalah suatu perbuatan yang mengakibatkan dirinya antara satu orang atau lebih terhadap satu orang lain atau lebih. Ketentuan mengenai perjanjian diatur Pasal 1320 KUHPerdara yang terdiri dari:¹⁴

- a. Kesepakatan yang bebas;
- b. Dilakukan oleh pihak yang demi hukum dianggap cakap untuk bertindak;
- c. Untuk melakukan suatu prestasi tertentu;

¹⁴ Subekti dan Tjitrosudibio, Hukum perdata dan Pembuktian, Pradnya Paramita, Jakarta, 1985, hlm. 98.

- d. Prestasi tersebut haruslah suatu prestasi yang diperkenankan oleh hukum, kepatutan, kesusilaan, ketertiban umum dan kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat luas (klausula halal).

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak mendefinisikan perjanjian baku, tetapi memberikan rumusan mengenai klausula baku yaitu, setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi konsumen. Klausula baku biasanya dibuat oleh pihak yang berkedudukan lebih kuat, yang dalam kenyatannya biasa dipegang oleh penyedia jasa (pelaku usaha) dimana sering merugikan pihak yang menerima klausula baku yaitu konsumen. Klausula/perjanjian baku ini tidak dapat dihindari oleh konsumen karena jika dihindari maka konsumen tidak mendapatkan barang/jasa yang dibutuhkannya dan klausula baku ini akan selalu ditemui pada setiap penyedia jasa (pelaku usaha) lain. Cara ini merupakan cara yang paling efisien, praktis, dan cepat tidak bertele-tele bagi para pelaku usaha tapi bagi konsumen justru merupakan pilihan yang tidak menguntungkan karena hanya dihadapkan pada suatu pilihan yaitu menerima walaupun dengan berat hati.¹⁵

Pasal 1 ayat (10) Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan

¹⁵ Abdulkadir Muhammad, Perjanjian Baku dalam Praktik Perusahaan Perdagangan, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, hlm. 6.

syaratsyarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.¹⁶

Oleh karena itu Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur ketentuan yang dilarang oleh pelaku usaha dalam membuat klausula/perjanjian baku dan setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha memenuhi ketentuan yang dilarang pada pasal tersebut dinyatakan batal demi hukum. Ketentuan yang diatur Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:¹⁷

- a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
- b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang/jasa yang dibeli konsumen;
- d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;

¹⁶ Sudaryatmo, Hukum dan Advokasi Konsumen, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, hlm. 93.

¹⁷ Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

- f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa;
- g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
- h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Pengaturan mengenai pencantuman klausula baku bukan merupakan keberpihakan kepada konsumen dan merugikan pelaku usaha namun sesuai dengan asas keseimbangan dalam hukum perlindungan konsumen menginginkan kepentingan semua pihak harus dilindungi. Perjanjian baku sangat dibutuhkan guna mempersingkat waktu bernegosiasi maka dari itu pembatasan klausula baku tersebut dimaksudkan untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan keadaan oleh pihak yang memiliki kedudukan lebih kuat, yang pada akhirnya akan merugikan konsumen.¹⁸

3. Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Konsumen

Ada beberapa prinsip yang berangkat dari doktrin dan teori yang muncul dalam hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha sebagaimana dikemukakan oleh Shidarta sebagai berikut:¹⁹

¹⁸ Zulham, Op., Cit, hlm. 23.

¹⁹ Eli Wuria Dewi, Op., Cit, hlm. 76.

- a. Prinsip *let the buyer beware (caveat emptor)*;
- b. Prinsip *the due care theory*;
- c. Prinsip *the privity of contract*;
- d. Prinsip kontrak bukan syarat. Keempat prinsip tersebut lebih lanjut dijelaskan sebagai berikut:²⁰

- 1) Prinsip *let the buyer beware (caveat emptor)* berasumsi pelaku usaha dan konsumen merupakan dua pihak yang sangat seimbang sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi konsumen. Konsumen tidak mendapat akses informasi yang sama terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsi, jika mengalami kerugian pelaku usaha dapat dengan ringan dan berdalih, semua itu kelalaian konsumen.
- 2) Prinsip *the due care theory* menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasyarakatkan produk, baik barang maupun jasa jika kewajibannya sudah dilaksanakan maka untuk mempersalahkan pelaku usaha konsumen harus membuktikan bahwa pelaku usaha yang disalahkan tersebut melanggar prinsip kehati-hatian.
- 3) Prinsip *the privity of contract* mengatakan pelaku usaha memiliki kewajiban untuk melindungi konsumen tetapi hal tersebut baru dapat terlaksana setelah kedua belah pihak terlibat hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan atas hal-hal di luar yang telah

²⁰ Ahmadi Miru, Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, PT, Raja Grafindo Persada, Surabaya, 2000, hlm. 160.

disepakati. Konsekuensi bagi konsumen mereka hanya dapat menggugat berdasarkan wanprestasi

- 4) Prinsip kontrak bukan syarat, prinsip ini menghendaki kontrak bukan lagi merupakan syarat untuk menetapkan eksistensi suatu hubungan hukum.

Meskipun ada pandangan yang menyatakan prinsip kontrak bukan syarat hanya berlaku untuk transaksi berupa barang, sebaliknya kontrak selalu dipersyaratkan untuk transaksi konsumen dibidang jasa.

B. Ketentuan-Ketentuan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce

1. Dasar Perlindungan Konsumen Internasional

Guidelines for Consumer Protection of 1985 yang dikeluarkan oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) menyatakan: “Konsumen dimanapun mereka berada, dari segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya”. Yang dimaksud hak-hak dasar tersebut adalah:

- a. Hak untuk mendapatkan gantirugi;
- b. Hak untuk mendapatkan kebutuhan dasar manusia (cukup pangan dan papan);
- c. Hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan bersih serta kewajiban untuk menjaga lingkungan; dan
- d. Hak untuk mendapatkan pendidikan dasar.
- e. Hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur;

PBB menghimbau seluruh anggotanya untuk memberlakukan hak-hak konsumen tersebut di negaranya masing-masing.²¹

Dengan lahirnya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen pada Indonesia yang selama ini dianggap kurang diperhatikan, bisa menjadi lebih diperhatikan. Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan proteksi konsumen yang direncanakan ialah buat menaikkan prestise serta pencerahan konsumen dan secara tak pribadi mendorong pelaku usaha pada menyelenggarakan aktivitas usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab. Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yg mengandung akses dan isu, serta menjamin kepastian aturan;
- b. Melindungi kepentingan konsumen di khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
- d. Menyampaikan proteksi pada konsumen berasal praktik usaha yang menipu dan menyesatkan;
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan serta pengaturan proteksi konsumen dengan bidang-bidang proteksi di bidang-bidang lainnya.

2. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

²¹ Tini Hadad, Dalam AZ. Nasution, "Hukum Perlindungan Konsumen, Diadit Media", Yogyakarta 2001 Cet. II, Hal. VII

Setiap orang, di suatu ketika baik dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok beserta orang lain, pada keadaan apapun pasti menjadi konsumen buat suatu produk atau jasa eksklusif. Keadaan yang universal ini di beberapa sisi memberikan adanya banyak sekali kelemahan di konsumen sehingga konsumen tidak memiliki kedudukan yang “*safety*”. oleh karena itu secara mendasar konsumen pula membutuhkan proteksi aturan yang sifatnya universal pula. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan menggunakan kedudukan pembuat yang relatif lebih kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu krusial buat dikaji ulang.²²

Kehadiran Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi tonggaksejarah perkembangan hukum perlindungan konsumendi Indonesia. Diakui, bahwa undang-undang tersebut bukanlah yang pertama dan yang terakhir, karena sebelumnya telah ada beberapa rumusan hukum yang melindungi konsumen tersebar dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Undang-undang ini mengatur tentang kebijakan perlindungan konsumen, baik menyangkut hukum materiil, maupun hukum formil mengenai penyelesaian sengketa konsumen.²³

Disamping Undang-undang Perlindungan Konsumen, hukum konsumen “ditemukan” di dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku.²⁴ Sebagai bagian dari sistem hukum nasional, salah satu

²² Sri Redjiki Hartono, “Perlindungan Konsumen di Indonesia (Tinjauan Makro)”, *Mimbar Hukum FH UGM*, Edisi Khusus No. 39/X/2001, Hal. 147.

²³ Inosentius Samsul, “Op. Cit, Hal. 20.

²⁴ Az. Nasution, *Op. Cit.*, Hal. 30.

ketentuan UUPK dalam hal ini Pasal 64 (Bab XIV Ketentuan Peralihan), dapat dipahami sebagai penegasan secara implisit bahwa UUPK merupakan ketentuan khusus (*lex specialis*) terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang sudah ada sebelum UUPK, sesuai *asas lex specialis derogat legi generali*. Artinya, ketentuan-ketentuan di luar UUPK tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dalam UUPK dan/atau tidak bertentangan dengan UUPK.²⁵

2. Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian jual-beli Barang dan Jasa dalam Transaksi E-Commerce Melalui PT. Shopee Internasional Indonesia

Perjanjian jual-beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPerdara, sedangkan *e-commerce* pada dasarnya merupakan version transaksi jual-beli *current* yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Dengan demikian selama tidak diperjanjikan lain, maka ketentuan umum tentang perikatan dan perjanjian jual-beli yang diatur dalam Buku III KUH Perdata berlaku sebagai dasar hukum aktifitas *e-trade* di Indonesia. Jika dalam pelaksanaan transaksi *e-trade* tersebut timbul sengketa, maka para pihak dapat mencari penyelesaiannya dalam ketentuan tersebut. Pemberlakuan syarat dan ketentuan dalam situs transaksi on line bukan merupakan suatu masalah sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan,

²⁵ Yusuf Shofie, "Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Koorporasi", Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002, Hal. 29

ketertiban umum, *ethical* dan kesusilaan. Hanya saja terhadap penerapan syarat dan ketentuan yang bersifat sepihak tersebut harus turut diimbangi dengan adanya layanan yang lebih baik kepada konsumen dan juga konsumen diberikan kesempatan untuk melakukan upaya hukum yang merupakan haknya sebagai warga negara Indonesia.²⁶

Undang-Undang perlindungan Konsumen yang memberikan wewenang bagi pemerintah dalam melakukan proteksi terhadap konsumen. Undang-undang perlindungan Konsumen ini memuat hukum-hukum aturan ihwal proteksi kepada konsumen yang berupa payung bagi perundang-undangan lainnya yang menyangkut konsumen, sekaligus mengintegrasikan perundang-undangan itu sebagai akibatnya memperkuat penegakan hukum dibidang proteksi konsumen. perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas meliputi proteksi terhadap konsumen barang serta jasa, yang berawal dari termin aktivitas untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke dampak-dampak berasal pemakaian barang serta jasa itu. Cakupan perlindungan dalam dua aspeknya itu, dapat dijelaskan menjadi berikut:

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Pada kaitan ini termasuk problem-dilema mengenai penggunaan bahan standar, proses produksi, proses distribusi, desain produk dan sebagainya, apakah telah sinkron

²⁶ Ari Wahyudi Hertanto, Pencantuman Batasan Tanggung Jawab Pemilik/Pengelola Situs Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online Dan Dampaknya Bagi Konsumen, Jurnal Hukum dan Pembangunan Tahun ke-45 No.1 Januari-Maret 2015, Hal 140.

menggunakan baku sehubungan keamanan serta keselamatan konsumen. Pula, dilema wacana bagaimana konsumen mendapatkan penggantian bila timbul kerugian karena menggunakan atau mengkonsumsi produk yang tidak sesuai.

- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya pada konsumen kondisi-kondisi yg tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-dilema kenaikan pangkat serta periklanan, standar kontrak, harga, layanan purna jual serta sebagainya. Aspek yg pertama, mencakup masalah barang atau jasa yang didapatkan serta diperdagangkan, dimasukkan pada cakupan tanggung jawab produk, yaitu tanggung jawab yang dibebankan pada pembuat sebab barang yang diserahkan kepada konsumen itu mengandung stigma di dalamnya sebagai akibatnya menyebabkan kerugian bagi konsumen. Sedangkan yang ke 2, meliputi cara konsumen memperoleh barang serta jasa, yang dikelompokkan dalam cakupan baku kontrak yang mempersoalkan syarat-syarat perjanjian yang diberlakukan oleh Produsen pada konsumen pada saat konsumen hendak mendapatkan barang atau jasa kebutuhannya.²⁷

C. Pembinaan dan Pengawasan Perlindungan Konsumen

1. Pembinaan Perlindungan Konsumen

Tanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen secara keseluruhan berada pada tangan pemerintah. Yang pada hal ini dilaksanakan oleh menteri-menteri teknis terkait. Sehubungan

²⁷ Op. Cit

dengan penyelenggaraan proteksi konsumen, maka menteri-menteri yang terkait yang bertugas untuk menyelenggarakan *training* ini artinya:

- a. Menteri Perindustrian dan Perdagangan,
- b. Menteri Kesehatan,
- c. Menteri Lingkungan hidup,
- d. Menteri-Menteri lain yang mengurus kesejahteraan warga.²⁸

Para menteri sebagaimana dianggap diatas kemudian berkoordinasi dalam melakukan tugasnya pada bidang masing-masing. Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait pada hal:

1. Penyusunan kebijakan di bidang proteksi konsumen;
2. Pemasarakatan peraturan perundang-undangan serta informasi yang berkaitan menggunakan proteksi konsumen;
3. Peningkatan peranan BPKN dan BPSK melalui peningkatan kualitas sumber daya insan serta lembaga;
4. Peningkatan pemahaman serta kesadaran pelaku usaha serta konsumen terhadap hak serta kewajiban masing-masing;
5. Peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan, keterampilan;
6. Penelitian terhadap barang serta/atau jasa tersebar yang menyangkut perlindungan konsumen;

²⁸ Janus Sidabalok, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

7. Peningkatan kesadaran perilaku jujur serta tanggung jawab pelaku perjuangan dalam memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, serta menjual barang dan /atau jasa; serta;
8. Peningkatan pemberdayaan usaha kecil serta menengah dalam memenuhi standar mutu produksi barang serta/atau jasa dan pencantuman label dan klausula standar. Pada rangka melakukan tugas *training*, maka menteri terkait bisa mengeluarkan sejumlah peraturan yang sifatnya teknis sehingga tujuan dari *training* itu tercapai menggunakan baik. di sini diharapkan kejujuran serta mental bersih asal aparat pemerintah sebagai akibatnya tujuan asal pelatihan itu sah-h benar tercapai menggunakan baik.

Training penyelenggaraan proteksi konsumen dimaksudkan buat:

- a. Terciptanya iklim perjuangan dan tumbuhnya korelasi yang sehat antara pelaku perjuangan serta konsumen.
- b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- c. Meningkatnya kualitas asal daya manusia dan meningkatnya aktivitas penelitian serta pengembangan di bidang perlindungan konsumen.²⁹

2. Pengawasan Perlindungan Konsumen

Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan dilaksanakan oleh:

- a. Pemerintah,

²⁹ Pasal 29 ayat (4) Undang-Undang Perlindungan Konsumen Tentang Pembinaan Dan Pengawasan

- b. Masyarakat,
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.³⁰

Aspek pengawasan yg dilakukan rakyat ini meliputi; pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan norma dalam praktik global usaha. Misalnya, masyarakat dapat melakukan berita umum atas penulisan/pencantuman masa daluwarsa produk eksklusif yang tersebar di supermarket wacana:

- a. Apakah produk eksklusif itu memuat/mencantumkan masa daluwarsa atau tidak;
- b. Apakah pencantuman masa daluwarsanya kentara atau tidak;
- c. Apakah produk yang telah melewati masa daluwarsa masih dipajangkan pada kawasan penjualan;



³⁰ Pasal 30 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen Tentang Pengawasan