

PEMBENTUKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN YANG TAAT ASAS HUKUM DAN PRINSIP-PRINSIP PERLINDUNGAN KONSUMEN

GOKMA TONI PARLINDUNGAN S
Fakultas Hukum Universitas Sumatera Barat
gokmatoniparlindungan@gmail.com

***Abstract:** Indonesia already has a law that regulates consumer protection, namely Law No. 8 of 1999 concerning consumer protection. This law was passed by BJ Habibie, the transitional president at that time. In Article 4 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, it is stated that consumer rights include the right to comfort, security and safety in consuming goods or services. This law stipulates that every consumer, including Muslim consumers who constitute the majority of consumers in Indonesia, has the right to obtain goods and services that they are comfortable consuming. This law also states that consumers have the right to correct, clear and honest information regarding the condition and guarantee of goods or services.*

***Keywords:** Consumer Protection Law, Compliance with Principles, Principles.*

Abstrak: Indonesia telah memiliki undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen, yaitu Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Undang-undang ini disahkan oleh BJ Habibie presiden peralihan pada saat itu. Dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ini disebutkan bahwa hak konsumen di antaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Undang-undang ini mengatur bahwa setiap konsumen, termasuk konsumen muslim yang merupakan mayoritas konsumen di Indonesia, berhak untuk mendapatkan barang dan jasa yang nyaman dikonsumsi olehnya. Dalam undang-undang ini juga disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.

Kata Kunci: Undang-undang Perlindungan Konsumen, Taat Asas, Prinsip.

A. Pendahuluan

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri (Nurfajryanti, 2023). Istilah konsumen ini berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris- Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian *consumer* dan *consument* ini hanya bergantung dimana posisi ia berada. Secara hafiah arti kata *consumer* itu adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa.

Tujuan penggunaan barang dan jasa itu nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut, begitu pula Kamus Besar Bahasa Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen. Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi dan menurut pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa: "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Hukum perlindungan konsumen ini mendapatkan landasan hukumnya dari Undang-Undang Dasar 1945, pembukaan, Alinea ke-4 yang berbunyi: "Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa

Indonesia.”

Umumnya, sampai sekarang ini orang bertumpu pada kata ”segenap bangsa” sehingga ia diambil sebagai asas tentang persatuan seluruh bangsa Indonesia (asas persatuan bangsa). Akan tetapi disamping itu, dari kata ”melindungi” terkandung pula asas perlindungan (hukum) pada segenap bangsa tanpa ada kecualinya, ini artinya baik laki-laki maupun perempuan, orang kaya atau orang miskin, orang kota atau orang desa, orang asli atau keturunan, dan pengusaha atau konsumen. Dalam berbagai literatur ditemukan sekurang-kurangnya dua istilah mengenai hukum yang mempersoalkan konsumen, yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Oleh Az. Nasution menjelaskan bahwa kedua istilah itu berbeda, yaitu bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen. Menurut beliau hukum konsumen adalah: ”Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, didalam pergaulan hidup.” Dan Sedangkan hukum perlindungan konsumen adalah: ”Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa konsumen.”

Pada dasarnya, baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum konsumen, dengan demikian, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai seluruh peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya. Az. Nasution (2002) menambahkan bahwa Hukum perlindungan konsumen inilah yang menjembatani permasalahan yang timbul tersebut. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi konsumen.

Menurut Mochtar Kusumaatmaja hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen. Berbicara tentang perlindungan konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibatnya dari pemakaian barang jasa tersebut. Kedudukan seorang konsumen tidak seimbang dengan pelaku usaha, hal ini dapat dilihat dari faktor ekonomi pelaku usaha yang lebih tinggi dibandingkan konsumen. Keadaan seperti ini tidak hanya terjadi di Indonesia melainkan di negara-negara maju dan berkembang lainnya. Hal ini telah menjadi permasalahan yang terus dipelajari agar ditemukan jalan yang terbaik dalam menyelesaikannya.

B. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah yuridis normative (Soemitro 1990,). Metode pendekatan yang bersifat yuridis normatif dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang merupakan data sekunder dan disebut juga dengan penelitian hukum kepustakaan, yang di dukung oleh pendekatan yuridis empiris.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

UUPK memberikan perlindungan kepada konsumen bersama-sama dengan pelaku usaha berdasarkan atas asas-asas yang relevan dengan pembangunan nasional. Asas-asas ini telah diatur di dalam Pasal 2 UUPK. Adapun asas-asas tersebut dapat disebutkan sebagai berikut (Nasional, 2005):

1. Asas Manfaat. Asas ini mengamanatkan penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas Keadilan Asas ini dimaksudkan untuk mewujudkan partisipasi masyarakat secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas Keseimbangan Asas ini memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual.
4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen Asas ini ditujukan agar konsumen terjamin dalam hal keamanan, keselamatan dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi.
5. Asas Kepastian Hukum Asas ini dimaksudkan agar konsumen dan pelaku usaha mematuhi hukum yang ada, dapat memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen dan negara menjamin kepastian hukum atas hal tersebut.

Indonesia telah memiliki undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen, yaitu Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Undang-undang ini disahkan oleh BJ Habibie presiden peralihan pada saat itu (Shfie, 2002). Dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ini disebutkan bahwa hak konsumen di antaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Undang-undang ini mengatur bahwa setiap konsumen, termasuk konsumen muslim yang merupakan mayoritas konsumen di Indonesia, berhak untuk mendapatkan barang dan jasa yang nyaman dikonsumsi olehnya. Dalam undang-undang ini juga disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.

Hal ini memberikan pengertian kepada kita bahwa keterangan halal yang diberikan oleh perusahaan haruslah benar atau telah teruji terlebih dahulu. Dengan demikian perusahaan tidak dapat dan serta merta mengklaim bahwa produknya halal, sebelum melalui pengujian kehalalan yang telah ditentukan. Pada dasarnya pembentukan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dibentuk memiliki beberapa tujuan seperti:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen, untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari aspek negatif pemakaian barang dan 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 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. Bentuk-bentuk perlindungan konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen tercermin dari adanya aturan mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen dan juga pelaku usaha.

Pada dasarnya terdapat empat hak dasar konsumen yang sudah berlaku secara universal, yaitu sebagai berikut:

- a. Hak atas keamanan dan kesehatan.
- b. Hak atas informasi yang jujur.

- c. Hak pilih.
- d. Hak untuk didengar.

Selain dari empat hak dasar seperti tersebut di atas, dalam literatur hukum terkadang keempat hak dasar tersebut digandengkan dengan hak untuk mendapat lingkungan hidup yang bersih sehingga, kelima-limanya disebut dengan “panca hak konsumen”. Disamping itu, perundang-undangan di bidang perlindungan konsumenselain empat hak dasar seperti tersebut di atas, menambahkan beberapa hak lagi bagi konsumen yang disebut sebagai hak tambahan bagi konsumen, di antaranya sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 4 dan 5 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut (Zulham, 2013):

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa, 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.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapat advokasi perlindungan konsumen dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya.
- h. Hak untuk mendapat 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.

Dari sembilan butir hak-hak konsumen yang diuraikan di atas, terlihat bahwa kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen hal ini jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat.

2. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen

Selain asas yang terdapat dalam UU Perlindungan Konsumen, terdapat beberapa prinsip perlindungan konsumen, antara lain (hukumonline, 2023):

- a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (*negligence*). Tanggung jawab berdasarkan kelalaian merupakan prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, artinya tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku produsen. Berdasarkan prinsip ini, kelalaian produsen yang membawa akibat pada kerugian yang dirasakan konsumen adalah faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi pada produsen.

Prinsip ini dibagi menjadi:

- 1) Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dengan persyaratan hubungan kontrak, yaitu teori tanggung jawab yang paling merugikan konsumen. Gugatan konsumen hanya dapat dilakukan jika telah memenuhi unsur kelalaian dan kesalahan dan hubungan kontrak antara produsen dan konsumen.
- 2) Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan dengan beberapa pengecualian terhadap persyaratan hubungan kontrak. Dalam prinsip ini terdapat 3 (tiga) pengecualian terhadap hubungan kontrak, pertama, pengecualian berdasarkan alasan karakter produk

- membahayakan kesehatan dan keselamatan konsumen. Kedua, pengecualian berdasarkan konsep *implied invitation* di mana tawaran produk pada pihak ketiga yang tidak memiliki hubungan hukum. Ketiga, jika produk membahayakan konsumen, kelalaian produsen untuk memberitahu kondisi produk saat penyerahan barang dapat melahirkan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga, walaupun tidak ada hubungan hukum antara produsen dan konsumen.
- 3) Tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan tanpa persyaratan hubungan kontrak. Prinsip ini memiliki filosofi di mana pelaku usaha yang menjual produk berbahaya, bertanggung jawab bukan karena atau berdasarkan kontrak, melainkan karena ancaman yang dapat diperhitungkan jika tidak melakukan upaya untuk mencegah kerugian konsumen.
 - b. Prinsip praduga lalai dan prinsip praduga bertanggung jawab dengan pembuktian terbalik. Prinsip ini mengandung arti bahwa dengan adanya beban pembuktian terbalik, kelalaian tidak perlu dibuktikan lagi. Berdasarkan doktrin ini, pembuktian dibebankan kepada pihak tergugat, apakah tergugat lalai atau tidak. Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah.
 - c. Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi (*breach of warranty*). Gugatan berdasarkan *breach of warranty* dapat diterima walaupun tidak ada hubungan kontrak, namun dengan pertimbangan bahwa dalam praktik bisnis modern, proses distribusi dan iklan langsung ditujukan kepada konsumen melalui media massa. Maka, tidak perlu ada hubungan kontrak yang mengikat antara produsen dan konsumen.

Prinsip ini dibagi menjadi:

- 1) Tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tertulis (*express warranty*). *Express warranty* adalah jaminan dalam bentuk kata-kata atau tindakan penjual, artinya pernyataan yang dikemukakan produsen merupakan janji yang mengikat produsen untuk memenuhinya.
- 2) Tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tidak tertulis (*implied warranty*). Artinya, tanggung jawab dibebankan kepada produsen dan produk yang didistribusikan kepada konsumen sudah memenuhi standar kelayakan.
- 3) Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*)
Prinsip ini memiliki dasar bahwa konsumen tidak dapat berbuat banyak untuk memproteksi diri dari risiko kerugian yang disebabkan oleh produk cacat, maka dari itu penerapan prinsip ini terhadap produsen memberikan perlindungan bagi konsumen. Karena, tidak dibebani untuk membuktikan kesalahan produsen akibat penggunaan suatu produk.

D. Penutup

Indonesia telah memiliki undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen, yaitu Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Undang-undang ini disahkan oleh BJ Habibie presiden peralihan pada saat itu. Dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ini disebutkan bahwa hak konsumen di antaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Undang-undang ini mengatur bahwa setiap konsumen, termasuk konsumen muslim yang merupakan mayoritas konsumen di Indonesia, berhak untuk mendapatkan barang dan jasa yang nyaman dikonsumsi olehnya. Dalam undang-undang ini juga disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.

Daftar Pustaka

- <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/629/1/Nurfajryanti%20Ramadhani.pdf>, diakses hari Sabtu tanggal 24 Juni tahun 2023.
- Informasi Media, *Sejarah Perlindungan Konsumen* diakses dari:<http://wenjackperlindungankonsumen.blogspot.co.id/> pada tanggal 24 Juni 2023.
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Cet. 2, Diadit Media Jakarta, 2002.
- Ronny Hanijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimentri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional, *Perlindungan Konsumen Indonesia* , Cet.2, Jakarta, 2002.
- Yusuf Shofie. *Pelaku Usaha, Konsumen dan Tindak Pidana korporasi*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002.
- <https://www.hukumonline.com/klinik/a/3-prinsip-dan-5-asas-hukum-perlindungan-konsumen-1t62e0d9cc75e23/>, diakses pada tanggal 26 Juni 2023.