
PENERAPAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN NOMOR 8 TAHUN 1999 DALAM MEMBERIKAN PERLINDUNGAN HUKUM YANG ADIL BAGI KONSUMEN

Asrul Aswar, Resdianto Willem

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Universitas Indonesia Timur

lulu.asrul87@gmail.com, resdianto.willem@gmail.com

Abstract

The Consumer Protection Act is expected to be able to realize consumer protection, which means realizing various dimensions that are interconnected and interdependent between consumers, entrepreneurs, and the government, which on the one hand has benefits for consumers but on the other hand can result in the position of business actors and consumers becoming weaker. unbalanced and consumers are in a weak position. The importance of protecting consumers and entrepreneurs against a conducive economic climate. From the emergence of problems that are often faced by consumers, it is necessary to have a statutory regulation that regulates consumer protection and producer behavior in conducting transactions. In this case, the positive law that regulates consumers and producers is contained in Law no. 8 of 1999 concerning consumer protection.

Keywords: Consumer Protection; Effectiveness; Law

Abstrak

Undang-Undang Perlindungan konsumen diharapkan dapat mewujudkan perlindungan konsumen berarti mewujudkan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha, dan pemerintah, dimana pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen namun disisi lain dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Pentingnya perlindungan konsumen dan pengusaha terhadap iklim ekonomi yang kondusif. Dari munculnya masalah yang sering dihadapi oleh konsumen, perlu adanya sebuah peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen dan perilaku produsen dalam melakukan transaksi. Dalam hal ini Undang-undang hukum positif yang mengatur tentang konsumen dan produsen terdapat dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan konsumen, Efektifitas, Hukum

PENDAHULUAN

Saat Keterlibatan Indonesia dalam perdagangan bebas yang secara yuridis formal, ditandai dengan diratifikasinya Agreement Esthablishing The World Organisation (yang selanjutnya disebut dengan WTO), melalui Undang-Undang Nomor 7 tahun 1994. WTO merupakan organisasi antar pemerintah/dunia yang mengawasi perdagangan barang dan jasa, maka pemerintah/negara penandatangan terikat untuk melaksanakan keputusan WTO tersebut.

Era perdagangan bebas yang disponsori oleh WTO, sangat memungkinkan terjadinya lalu lintas produk barang maupun jasa secara bebas dari suatu negara ke negara lainnya, ataupun sebaliknya. Batas negara seolah tidak lagi menjadi penghalang, menyatu jika ditinjau dari sudut aktivitas ekonomi ini. Dengan demikian terjadi interaksi antar pelaku ekonomi yang berbeda negaradengan sistem hukumnya. Dengan adanya perdagangan bebas membawa konsekuensi antara lain produk barang dan jasa semakin beraneka ragam (diversifikasi produk) baik produk ekspor maupun impor. Pelaku ekonomi yang dimaksud salah satunya adalah konsumen. Hukum Perlindungan Konsumen sebagai salah satu piranti hukum yang kemudian ikut bagian didalamnya, dewasa ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan hanya masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan, namun pelaku usahajuga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat luas dapat tercapai.

Perhatian terhadap perlindungan konsumen, terutama di Amerika Serikat (1960-1970-an) mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan menjadi objek kajian bidang ekonomi, sosial, politik, dan hukum. Di Amerika Serikat bahkan pada era tahun-tahun tersebut berhasil di undangkan banyak peraturan dan dijatuhkan putusan-putusan hakim yang memperkuat kedudukan konsumen¹.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 memiliki ketentuan yang menyatakan bahwa semua undang-undang yang ada dan berkaitan dengan perlindungan konsumen tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus oleh undang-undang. Oleh karena itu, tidak dapat lain haruslah dipelajari juga peraturan perundang-undangan tentang konsumen dan/atau perlindungan konsumen ini dalam kaidah-kaidah hukum peraturan perundang-undangan umum yang mungkin atau dapat mengatur dan/atau melindungi hubungan dan/atau masalah konsumen dengan penyedia barang dan jasa. Sebagai akibat dan penggunaan peraturan perundang-undangan umum ini, dengan sendirinya berlaku pula asas-asas hukum yang terkandung didalamnya pada berbagai pengaturan dan/atau perlindungan konsumen tersebut. Padahal, nanti akan nyata, diantara asas hukum tersebut tidak cocok untuk memenuhi fungsi pengaturan dan/atau perlindungan pada konsumen, tanpa setidak-tidaknya dilengkapi/diadakan pembatasan berlakunya asas-asas tertentu itu.

Pembatasan dimaksudkan dengan tujuan “menyeimbangkan kedudukan” diantara para pihak pelaku usaha dan/atau konsumen yang bersangkutan.

¹Andi Sry Rezky Wulandari & Nurdiyana tadjuddin.2018. Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta:Mitra Wacana Media, h. 1-2

Yang dimaksud peraturan perundang-undangan umum adalah semua peraturan perundang-undangan tertulis yang diterbitkan oleh badan-badan yang berwenang untuk itu, baik pusat maupun di daerah-daerah.

Peraturan perundang-undangan itu antara lain adalah Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang, Peraturan presiden, dan seterusnya. Sementara untuk di daerah-daerah, Peraturan Daerah, (Peraturan Daerah Provinsi atau Kabupaten/Kota serta Peraturan Desa dan sebagainya) yang kita sebut sebagai Undang-undang dalam arti materiil².

Penjelasan pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen menyatakan, perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu antara lain³: (1) Asas Manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Janus Sidabalok dalam bukunya, menerangkan asas ini menghendaki bahwa pengaturan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak diatas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, produsen dan konsumen, apa yang menjadi haknya; (2) Asas Keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan membedakan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil. Menurut Janus Sidabalok, menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, undang-undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha (Produsen). (3) Asas Keseimbangan, adalah asas untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual. Menurut Janus Sidabalok, menghendaki agar konsumen, pelaku usaha (produsen), dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. (4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Menurut Janus Sidabalok asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakai, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Karena itu undang-undang ini membebaskan sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi oleh produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

Asas Kepastian Hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Menurut Janus Sidabalok, artinya undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung didalamnya undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan Konsumen diatur dengan UU 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. UU 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang

²Andi Sry Rezky Wulandari & Nurdiyana tadjuddin.2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Mitra Wacana Media, hlm. 1,2.

³ Janus Sidabalok, *op.cit*, hlm. 18

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.

Pengertian Konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen adalah Konsumen Akhir. Hal ini dijelaskan dalam Penjelasan Pasal 1 angka 2 UU 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu bahwa di dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara.

Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian Konsumen dalam Undang-undang ini adalah konsumen akhir.

UU 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disahkan Presiden BJ Habibie pada tanggal 20 April 2019 di Jakarta. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diundangkan di Jakarta pada tanggal 20 April 2019 oleh Mensesneg Akbar Tanjung.

Agar Setiap orang mengetahuinya Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ditempatkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22. Penjelasan Atas Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ditempatkan dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821⁴.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Makassar, penelitian ini berlokasi di Perpustakaan Universitas Indonesia Timur (UIT) Makassar yang beralamat di Jl. Rappocini Raya Kampus 1, dan searching melalui web browser chrome dan sejenisnya. Penelitian ini dilaksanakan pada hari Jum'at tanggal 03 Desember 2021 sampai tanggal 10 Desember 2021. Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metode penelitian Normative yang mana mengacu pada peraturan tertulis, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan studi kepustakaan. Sumber Data yang digunakan ada dua yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer meliputi kepustakaan dan buku, serta Undang-Undang yang terkait dengan Hukum Perlindungan Konsumen. Data primer yakni dokumen pendukung yang berasal dari pemerintah dan UUD 1945.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang

⁴ <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-8-1999-perlindungan-konsumen> diakses pada tanggal 3 Desember 2021 pukul 16.34 Wita

lemah. Konsumen menjadi obyek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat. Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas. Di samping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dalam pelaksanaannya tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan mencegah. Hal itu dilakukan melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi atas pelanggarannya.

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 1945.⁵ Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 ayat (2) yaitu: “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Unsur-unsur dari definisi ini bila kita uraikan, maka akan menjadi penjelasan sebagai berikut: (a) Setiap Orang ; Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijkepersoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Hal ini berbeda dengan pengertian yang memberikan untuk “pelaku usaha” dalam pasal 1 angka (3), yang secara eksplisit membedakan kedua pengertian person di atas, dengan menyebutkan kata-kata: “orang perorangan atau badan usaha”. Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang perseorangan. Namun, konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum. Undang-Undang perlindungan konsumen tampaknya berusaha menghindari kata “produsen” sebagai lawan kata “konsumen”. Untuk itu, digunakan kata “pelaku usaha” yang bermakna lebih luas. Istilah terakhir ini dipilih untuk memberi arti sekaligus bagi kreditur

⁵ <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-8-1999-perlindungan-konsumen> diakses pada tanggal 3 Desember 2021 pukul 20.04 Wita

(penyedia dana), produsen, penyalur, penjual, terminologi lain yang lazim diberikan. Bahkan, untuk kasus-kasus yang spesifik seperti dalam kasus periklanan, pelaku usaha ini juga mencakup perusahaan media, tempat iklan ditayangkan; (b) Pemakai; Sesuai dengan bunyi Penjelasan Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kata ‘pemakai’ menekankan, konsumen adalah akhir (*ultimate consumer*). Istilah ‘pemakai’ dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta-merta hasil dan transaksi jual beli. Artinya sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus *contractual (the privity of contract)*. Misalnya, seorang memperoleh paket hadiah atau parsel (*parcel*). Isi paketnya makanan dan minuman kaleng yang dibeli si pengirim dari pasar swalayan; (c) Barang dan/atau jasa ; Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai suatu benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah ‘dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan.’ Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Pengertian ‘disediakan bagi masyarakat’ menunjukkan, jasa itu harus ditawarkan kepada masyarakat. Artinya, harus lebih dari satu orang. Jika demikian halnya, layanan yang bersifat khusus (*tertutup*) dan individual, tidak tercakup dalam pengertian tersebut; Yang Tersedia dalam Masyarakat; Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran (lihat juga bunyi pasal 9 ayat (1) huruf e Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Dalam perdagangan yang makin kompleks dewasa ini syarat itu tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (*developer*) perumahan sudah bisa mengadakan transaksi terlebih dahulu sebelum bangunannya jadi. Bahkan, untuk jenis-jenis transaksi konsumen tertentu, seperti *futures trading*, keberadaan barang yang diperjual belikan bukan sesuatu yang diutamakan; (e) Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhhluk Hidup Lain; Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain. Unsur yang diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan untuk diri sendiri, keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (diluar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup lain, seperti hewan dan tumbuhan. Dan sisi teori kepentingan, setiap tindakan manusia adalah bagian dan kepentingannya. Oleh sebab itu, penguraian unsur itu tidak menambah makna apa-apa karena pada dasarnya tindakan memakai suatu barang dan/atau jasa (terlepas ditujukan untuk siapa dan makhluk hidup lain), juga tidak terlepas dari kepentingan pribadi. Seseorang yang membeli makanan untuk kucing peliharaannya, misalnya, berkaitan dengan kepentingan pribadi orang itu untuk memiliki kucing yang sehat; (f) Barang dan/atau Jasa itu tidak untuk Diperdagangkan; Pengertian Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah biasa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen diberbagai negara. Secara teoritis hal demikian terasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen, walaupun dalam kenyataannya, sulit menetapkan batas-batas seperti itu ⁶

Membahas tentang Perlindungan Konsumen, sama halnya dengan membahas tentang tanggung jawab produsen/tanggung jawab produk, karena pada prinsipnya terhadap tanggung jawab produsen,

⁶ Andi Sry Rezky Wulandari & Nurdiyana tadjuddin. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Mitra Wacana Media, hlm. 23,24,25,26,27

dalam hal ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Maka mengenai pertanggungjawaban hukum, pada intinya membahas tentang ada tidaknya suatu kerugian yang telah diderita oleh suatu pihak sebagai akibat (dalam hubungan konsumen-pelaku usaha) dari penggunaan, pemanfaatan serta pemakaian oleh konsumen atas barang dan atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha tertentu.

Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 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 menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pasal 3 ayat (2) *Directive* menyebutkan bahwa: siapa pun yang mengimpor suatu produk ke lingkungan BC adalah produsen. Ketentuan ini sengaja dicantumkan untuk melindungi konsumen dan kemungkinan harus menggugat produsen asing (yang pusat kegiatannya) diluar lingkungan BC. Ketentuan ini mengharuskan importir yang mengimpor barang dan eksportir negara ketiga mendapatkan jaminan melalui suatu perjanjian yang menyatakan bahwa pihak eksportir bertanggung jawab sepenuhnya atas barang yang dimasukkan BC. Lebih lanjut lagi, pedagang/penyalur yang mengedarkan barang yang tidak jelas identitas produsennya, bertanggung jawab atas barang tersebut. Demikian pula tanggung jawab penyalur/pedangan ini timbul atas barang yang diimpor dan negara ketiga, tapi tidak jelas importirnya.

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 produsen disebut sebagai pelaku usaha yang mempunyai hak sebagai berikut: (1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; (2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dan tindakan konsumen yang beritikad tidak baik; (3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen; (4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; (5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sedangkan pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengatur kewajiban pelaku usaha yaitu sebagai berikut: (1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; (2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan; (3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; (4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; (5) Memberi 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; (6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; (7) Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Undang-Undang perlindungan konsumen mewajibkan pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. 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.⁷

Salah satu kewajiban pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Dalam hubungan bisnis, maka kontrak standar umumnya disediakan oleh produsen atau pelaku usaha.

1. Efektivitas Penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang artinya berhasil atau sesuatu yang jika dilakukan akan berhasil dengan baik. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia “KBBI”, efektivitas ialah daya guna, keaktifan serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang ingin dicapai.⁸

Menurut Barda Nawawi Arief, efektivitas mengandung arti “keefektiva-an” pengaruh atau efek keberhasilan/kemajuan/kemujaraban. Dengan kata lain efektivitas adalah tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai, atau dapat disebut juga sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan.⁹

Richard M. Steers berpendapat bahwa efektivitas ialah jangkauan usaha tertentu suatu program sebagai suatu sistem dengan sumber daya dan sarana tertentu untuk memenuhi tujuan dan sasarannya tanpa melumpuhkan cara dan sumber daya itu serta tanpa mencari tekanan yang wajar terhadap pelaksanaannya¹⁰

Pengertian efektivitas secara umum dapat adalah efektivitas merupakan suatu sasaran atau tujuan yang dikehendaki telah tercapai maka hal tersebut dapat dikatakan efektif, sebaliknya apabila sasaran tidak tercapai maka dapat dikatakan tidak efektif. Sehingga, semakin banyak rencana dan tujuan yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap semakin efektif.¹¹

Menakar sejauh mana efektivitas hukum berlaku, maka yang dilakukan pertama kali adalah harus mengukur sejauh mana hukum itu ditaati oleh sebagian besar masyarakat (Pelaku usaha dan Konsumen) yang menjadi sasaran ketaatannya, sehingga hal tersebut dinyatakan bahwa aturan hukum yang bersangkutan adalah efektif. Namun demikian, sekalipun dikatakan aturan yang ditaati itu efektif, tetapi masih dapat dipertanyakan lebih jauh derajat efektivitasnya karena seseorang menaati atau tidak suatu aturan hukum tergantung pada kepentingannya¹²

⁷Andi Sry Rezky Wulandari & Nurdiyana tadjuddin.2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Mitra Wacana Media, hlm. 36,37,38

⁸<https://www.dosenpendidikan.co.id/efektivitas-adalah/>, diakses pada tanggal 04 Desember 2021 pukul 11.37 Wita.

⁹ Barda Nawawi Arief, *Kapita Selektta Hukum Pidana*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2003, hlm. 85.

¹⁰ Muhammad Ali, *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*, Bandung, Angkasa, 1997, hlm 89

¹¹ Richard M Steers, *Efektivitas Organisasai Perusahaan*, Jakarta, Erlangga, 1985, hlm 87

¹² Achmad Ali, *Menguak Teori Hukum (Legal Theory) dan Teori Peradilan (Judicialprudence) Termasuk Interpretasi Undang-Undang (Legisprudence)*, Jakarta, Penerbit Kencana, 2009, hlm. 375

Pada umumnya faktor yang banyak mempengaruhi efektivitas suatu perundang-undangan adalah profesional dan optimal pelaksanaan peran, wewenang dan fungsi dari para penegak hukum, baik ketika menjelaskan tugas yang dibebankan terhadap diri mereka maupun dalam hal penegakan perundang-undangan tersebut. Apabila yang akan dikaji adalah efektivitas pasal ataupun perundangundangan, maka dapat dikatakan bahwa tentang efektifnya suatu perundangundangan atau pasal tersebut banyak tergantung pada beberapa faktor, antara lain (a) Pengetahuan tentang substansi (isi) perundang-undangan. (b) Cara-cara untuk memperoleh pengetahuan tersebut. (c) Institusi yang terkait dengan ruang lingkup perundang-undangan di dalam masyarakatnya.

Bagaimana proses lahirnya suatu perundang-undangan, yang tidak boleh dilahirkan secara tergesa-gesa untuk kepentingan instan (sesaat), yang diistilahkan oleh Gunnar Myrdall sebagai *sweep legislation* (undang-undang sapu), yang memiliki kualitas buruk dan tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat¹³.

Sedangkan, menurut Soerjono Soekanto bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 (lima) faktor, yaitu:¹⁴ (a) Faktor hukumnya itu sendiri (Undang-Undang); Hukum berfungsi untuk keadilan, kepastian dan kemanfaatan. Dalam praktik penyelenggaraan hukum di lapangan ada kalanya terjadi pertentangan antara kepastian hukum dan keadilan. Maka ketika ada permasalahan mengenai hukum setidaknya keadilan menjadi prioritas utama. Karena hukum tidaklah semata-mata dilihat dari sudut hukum tertulis saja.¹⁵ (b) Faktor penegak hukum; yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum. Kecenderungan yang kuat di kalangan masyarakat untuk mengartikan hukum sebagai petugas atau penegak hukum, artinya hukum diidentikkan dengan tingkah laku nyata petugas atau penegak hukum. Sering timbul persoalan karena sikap atau perlakuan yang dipandang melampaui wewenang atau perbuatan lainnya yang dianggap melunturkan citra dan wibawa penegak hukum. Hal ini disebabkan oleh kualitas yang rendah dari aparat penegak hukum itu sendiri.¹⁶ (c) Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum; Para penegak hukum tidak dapat bekerja dengan baik apabila tidak dilengkapi dengan kendaraan dan alat-alat komunikasi yang proporsional. Tanpa adanya sarana atau fasilitas tersebut, tidak akan mungkin penegak hukum menyerasikan peranan yang seharusnya dengan peranan yang aktual.¹⁷ (d) Faktor masyarakat; yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku dan diterapkan. Persoalan yang sering timbul adalah taraf kepatuhan hukum, yaitu kepatuhan hukum yang tinggi, sedang, atau kurang. Adanya derajat kepatuhan hukum masyarakat terhadap hukum, merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum yang bersangkutan. (e) Faktor kebudayaan; yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup. Teori efektivitas hukum yang dikemukakan Soerjono Soekanto ini sangat relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Romli Atmasasmita yaitu faktor-faktor yang menghambat efektivitas penegakan hukum tidak hanya terletak pada sikap mental aparat penegak hukum (Hakim, Jaksa, Polisi dan penasihat Hukum) akan tetapi juga terletak pada faktor sosialisasi hukum yang sering diabaikan.¹⁸ Dengan demikian, efektivitas hukum berarti membahas daya kerja hukum

¹³ *Ibid.*, hlm. 378

¹⁴ Soerjono Soekanto, *op. cit.*, 2008, hlm. 8.

¹⁵ Achmad Ali, *op. cit.*, 2009, hlm. 8

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 21.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 37

¹⁸ Romli Atmasasmita, *Reformasi Hukum, Hak asasi manusia & Penegakan hukum, Bandung, Mandar Maju, 2001, hlm. 55*

dalam mengatur dan/atau memaksa masyarakat untuk taat terhadap hukum. Hukum dapat efektif jika faktor-faktor yang mempengaruhi hukum tersebut dapat berfungsi secara maksimal. Ukuran efektif atau tidaknya suatu peraturan perundang-undangan yang berlaku dapat dilihat melalui perilaku masyarakat. Suatu hukum atau peraturan perundang-undangan akan efektif apabila warga masyarakat berperilaku sesuai dengan apa yang diharapkan atau yang dikehendaki oleh hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut mencapai tujuan yang dikehendaki, maka efektivitas hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut telah tercapai secara maksimal.¹⁹

2. *Langkah-Langkah dalam Memberikan Perlindungan Terhadap Konsumen Yang Terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*

Istilah *product liability* diterjemahkan secara bervariasi kedalam bahasa Indonesia seperti: “tanggung gugat produk” atau juga “tanggung jawab produk”. Pengertian produk liability dapat ditemukan pada beberapa sumber berikut, Henry Campbell dalam Black’s Law Dictionary mendefinisikan *Product Liability* sebagai berikut:

“*Refers to the legal liability of manufacturers and sellers to compensate buyers, users, and even bystanders, for damages or injuries suffered because of defect in good purchase*”.

Adapun Agnes M. Toar memberikan pengertian *product liability* sebagai:

“*tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawahnya kedalam peredaran yang menimbulkan/menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.*”

Product liability adalah suatu tanggung jawab secara hukum dan orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor, assembler*) atau dan orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut. Bahkan dilihat dan konvensi tentang *product liability* diperluas terhadap orang/badan yang terlibat dalam rangkaian komersial tentang persiapan atau penyebaran dan produk, termasuk para pengusaha bengkel dan pergudangan.

Pembentukan hukum nasional perlu memperhatikan dimensi internasional, Indonesia dituntut membentuk hukum nasional yang harus mampu berperan dalam memperlancar lalu lintas hukum ditingkat internasional. Sejarahnya, *product liability* lahir karena ada ketidakseimbangan tanggung jawab antara produsen dan konsumen. Melalui lembaga ini produsen yang pada awalnya menerapkan *strategi product oriented* dalam pemasaran produknya harus mengubah strateginya menjadi *consumer oriented*. Produsen harus berhati-hati dengan produknya, karena tanggung jawab dalam *product liability* ini menganut prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

Setelah dikeluarkannya Resolusi PBB Nomor 39/248 tanggal 16 April 1985 tentang perlindungan konsumen, peran lembaga hukum *strict liability* ini semakin penting. Dalam salah satu konsiderannya menyatakan:

“*Taking into account the interests and needs of consumers in all countries, particularly those in developing countries; recognizing that consumer often face imbalance in Economic terms, educational levels, and bargaining power and bearing in mind that consumer should have the right of access to Non-hazardous product.*”

¹⁹ Soerjono Soekanto, *op. cit.*, 2008, hlm. 82.

Melalui lembaga ini, diharapkan produsen Indonesia dapat menghasilkan produk-produk berkualitas yang dapat bersaing dipasar global. Setelah diratifikasinya Perjanjian Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994. Salah satu bagian dari persetujuan WTO tersebut tentang Hambatan Teknis dalam Perdagangan (*Aggreement on Technical Barriers to Trade*). Diatur mengenai cara-cara proses dan produksi yang berhubungan dengan ciri khas dan produk-produk itu sendiri yang harus memenuhi standar-standar yang ditetapkan oleh lembaga-lembaga standardisasi.²⁰

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 telah menggunakan prinsip *strict liability* sebagaimana yang diatur dalam pasal 19 Bab IV Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha, yang dijelaskan sebagai berikut: (a) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan; (b) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau memberi santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku; (c) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi; (d) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak mengharuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih jelas mengenai adanya unsur kesalahan; (e) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Sementara itu pasal 20 yang berbunyi bahwa pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Disamping itu, tanggung gugat juga diberlakukan bagi importir barang atau jasa sebagai pembuat barang yang diimpor atau sebagai penyedia jasa asing jika importasi barang tersebut atau penyediaan jasa asing jika importasi barang tersebut atau penyedia jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri atau perwakilan penyedia jasa asing.

Ditambah lagi, dalam pasal 28 dinyatakan bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Hal ini berarti berlaku sistem pembuktian terbalik, baik dalam perkara pidana maupun perkara perdata, sesuatu yang menyimpang dan hukum acara yang biasa. Didalam hukum acara pidana, beban pembuktian terletak pada jaksa (penuntut umum), sedangkan didalam hukum acara perdata baik berdasarkan pasal 163 *Herziene Inlands Reglement (HIR)*, pasal 383 *Rechtsreglement Buitengewesten (RBg)*, maupun pasal 1865 BW, beban pembuktian diletakkan pada penggugat.

Konsekuensi dan beban pembuktian adalah tergugat wajib membuktikan ketidaksalahannya. Apabila tergugat tidak dapat membuktikan ketidaksalahannya, maka tergugat harus dikalahkan karena apa yang didalihkan oleh penggugat terbukti.

Dalam perkara pidana, juga berlaku hal yang sama, bahwa apabila tersangka tidak dapat membuktikan ketidaksalahannya, ia harus dinyatakan terbukti melakukan tindak pidana yang disangkakan kepadanya. Akan tetapi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

²⁰ Andi Sry Rezky Wulandari & Nurdiyana tadjuddin.2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Mitra Wacana Media, hlm. 46,47,48

Konsumen juga membebaskan pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi apabila pelaku usaha dapat membuktikan kalau kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen (pasal 19 ayat (5)).

Selain itu, pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dan tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila: (a) Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan; (b) Cacat barang timbul pada kemudian hari; (d) Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang; (e) Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen; (f) Lewatnya waktu penuntutan 4 tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan (pasal 27).

Sistem beban pembuktian terbalik juga digunakan jika kasus perlindungan konsumen diangkat sebagai kasus pidana. Hal ini berarti meskipun ganti rugi telah diberikan namun tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

Adapun untuk membuktikan unsur kesalahan ini digunakan sistem beban pembuktian terbalik. Pasal 22, menegaskan bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.²¹

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan dalam menakar sejauh mana efektivitas hukum berlaku dan langkah-langkah dalam memberikan perlindungan Hukum terhadap konsumen adalah sebagai berikut ; (1) Efektifitas hukum dikatakan efektif apabila sejauh mana hukum itu ditaati oleh sebagian besar masyarakat (pelaku usaha dan konsumen) yang menjadi sasaran ketaatannya, sehingga hal tersebut dinyatakan bahwa aturan hukum yang bersangkutan adalah efektif. Serta profesional dan optimalisasi pelaksanaan peran, wewenang dan fungsi dari para penegak hukum dalam menjalankan tugasnya. Dengan demikian, efektivitas hukum berarti membahas daya kerja hukum dalam mengatur dan/atau memaksa masyarakat untuk taat terhadap hukum. Maka efektivitas hukum atau peraturan perundang-undangan tersebut telah tercapai secara maksimal; (2) Penerapan konteks penerapan hukum perdata, prinsip *Strict Liability* secara konsisten dan konsekuen sebagaimana yang tertuang dalam UU Perlindungan Konsumen sehingga dapat memberikan penguatan kepada konsumen atas produk pelaku usaha yang dapat merugikan konsumen, sementara dalam konteks pidana, pertanggung jawaban pelaku usaha atas produk yang dikeluarkan dapat memberikan konsekuensi hukum yang jelas sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

DAFTAR REFERENSI

Achmad Ali, *Menguak Teori Hukum (Legal Theory) dan Teori Peradilan (Judicial prudence) Termasuk Interpretasi Undang-Undang (Legis prudence)*, Jakarta: Kencana, 2009, hlm. 375

Andi Sry Rezky Wulandari & Nurdiyana Tadjuddin.2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Mitra Wacana Media, hlm. 1,2.

Barda Nawawi Arief, *Kapita Selekta Hukum Pidana*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003, hlm. 85.

<http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/irtifaq/article/download/427/384>

²¹ Andi Sry Rezky Wulandari & Nurdiyana tadjuddin.2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta:Mitra Wacana Media, hlm. 52,53,54.

<http://journal.unla.ac.id/index.php/iustitia/article/download/1774/1075>

<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/31243/16410484-TA-Shabrina%20Paramitha.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.pdf

<https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/3539/>

<https://www.dosenpendidikan.co.id/efektivitas-adalah/>

<https://www.dosenpendidikan.co.id/efektivitas-adalah/>

<https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-8-1999-perlindungan-konsumen>

Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Cet.I, PT Citra Aditya Bakti, 2006.

Muhammad Ali, *Penelitian Pendidikan Prosedur dan Strategi*, Bandung: Angkasa, 1997

Richard M Steers, *Efektivitas Organisasi Perusahaan*, Jakarta: Erlangga, 1985

Romli Atmasasmita, *Reformasi Hukum, Hak asasi manusia & Penegakan hukum*, Bandung: Mandar Maju, 2001

Soerjono Soekanto, *Op Cit.*, 2008