



URGENSI HUKUM BISNIS DALAM MELINDUNGI HAK KONSUMEN

Siti Fathonah, Taun

Prodi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi urgensi hukum bisnis dalam perlindungan hak konsumen. Studi ini bertujuan untuk memahami dampak positif perlindungan hukum terhadap konsumen dalam konteks bisnis melalui analisis mendalam terhadap aturan dan praktik bisnis. Pendahuluan akan menjelaskan latar belakang filosofis dan kontekstual perlunya perlindungan konsumen dalam konteks dinamika bisnis.

Kata Kunci: Hukum Bisnis, Perlindungan Hak Konsumen, Praktik Bisnis.

PENDAHULUAN

Pentingnya perlindungan hak konsumen dalam lingkungan bisnis sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan keseimbangan dalam bertransaksi. Pengantar ini memberikan konteks teoritis dan kontemporer mengapa hukum bisnis harus fokus pada perlindungan konsumen. Pemahaman menyeluruh terhadap kerangka filosofis tersebut dalam konteks dinamika bisnis yang selalu berubah akan memberikan dasar bagi pengembangan kebijakan yang responsif dan relevan.

Saat ini perekonomian Indonesia semakin berkembang berkat perkembangan globalisasi yang memberikan dampak signifikan

terhadap pesatnya perkembangan dunia usaha. Tentu saja proses tersebut tidak terjadi secara otomatis dan pandangan masyarakat terhadap pembuatan dan pemeliharaan undang-undang pun berubah. Ini menyangkut hubungan dengan orang lain, yaitu perubahan sosial dalam organisasi sosial.

Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dengan jelas menyatakan bahwa "*Indonesia adalah negara hukum*". Hukum bukan sekedar pedoman untuk dibaca, dicermati dan dipelajari. Hukum ditegakkan atau dihormati oleh seluruh komponen negara hukum. Menurut Pancasila dan UUD 1945, masyarakat adil dan

*Correspondence Address : 2310631010065@student.unsika.ac.id, taun@fh.unsika.ac.id

DOI : 10.31604/jips.v11i2.2024.622-628

© 2024UM-Tapsel Press

makmur harus sejalan dengan terwujudnya pembangunan nasional Indonesia yang mencakup berbagai aspek seperti aspek ekonomi, aspek politik, aspek sosial budaya, pertahanan dan keamanan.

Dari beberapa penjelasan dalam konteks luas sebelumnya tersebut terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang secara konsisten selanjutnya disingkat UUPK) terutama dalam ruang lingkup pembentukan keberlanjutan kearah yang lebih positif terkait perkonomian dengan pembahasan khusus didalam ruang lingkup bidang industri maupun dunia usaha skala nasional dimana dalam bidang tersebut telah memberikan berbagai macam opsi yang inovatif serta kreatif tentang barang dan/atau jasa yang dapat dinikmati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Dalam Pasal 9 telah ditentukan terkait perbuatan-perbuatan yang dilarang dan tidak boleh dilakukan oleh para pelaku usaha yakni terkait cara menyebarluaskan informasi produknya seperti dilarangnya melakukan penawaran, pengiklanan, serta mempromosikan barang dan/atau jasanya dengan tidak jujur. Efek atau tujuan yang diharapkan dari adanya Pasal 9 UUPK tersebut adalah untuk melindungi hak memilih barang dan/atau jasa secara bebas oleh konsumen dan juga guna menjaga kualitas kemanfaatan suatu barang/dan atau jasa tersebut. Faktor utama yang menjadi landasan dasar sisi lemah konsumen adalah dari pemahaman mereka akan kesadaran hak hukum yang mereka miliki cenderung masih rendah, hal ini disebabkan oleh faktor edukasi atau pendidikan. Pemerintah dalam kewenangannya melahirkan sebuah UUPK guna melindungi konsumen yang memiliki kelemahan tersebut agar bisa dipertanggung jawabkan secara konkrit dimata hukum merupakan salah satu

tujuan dari pembentukan dan alasan UUPK itu muncul. Selain itu juga UUPK menghadirkan sebuah bangunan hukum yang kuat karena pemerintah bersama-sama membangun sistem yang kolaborataif bersama organisasi non-pemerintah untuk melakukan pemberdayaan kepada konsumen lewat citra-citra pendidikan serta pelatihan.

Pemberdayaan yang menjadi salah satu upaya untuk membangun konsumen dari kelemahannya tersebut merupakan sebuah upaya yang krusial untuk diimplementasikan karena guna menghindari kerugian yang dialami konsumen akibat tindakan pelaku usaha yang menerapkan konsep bisnis dari modal sekecil-kecilnya namun mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dari konteks tersebut maka perlindungan konsumen mendapatkan perhatian khusus didalam ranah hukum keperdataan terutama dalam perspektif materil dan formilnya.

Hukum positif Indonesia mengenai perlindungan konsumen ada di beberapa peraturan perundang-undangan, salah satunya ada dalam Pasal 1 Angka 1 UUPK yang menjelaskan definisi dari perlindungan konsumen yakni sebuah langkah-langkah dalam berbagai cara, teknik, ataupun metode untuk memberikan tujuan hukum yakni kepastian hukum kepada konsumen.

Hal itu juga secara eksplisit dijelaskan dalam *Burgerlijk Wetboek* atau Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (BW) tentang perlindungan konsumen, rincinya terdapat di Buku III : Bab IV dan Bab II dimulai dari Pasal 1365. UUPK juga merincikan terkait hak dan kewajiban serta tanggung jawab dari masing-masing pihak dengan dasar pandangan yang filosofis pada pembangunan nasional yakni pembangunan hukum untuk melindungi para pihak terutama konsumen secara menyeluruh dan konkrit. Jumlah bisnis yang ditampilkan di atas. Sebagai konsumen, masyarakat yang

menggunakan jasa pengiriman menikmati perlindungan konsumen yang baik.

Keuntungan dari ditaatinya UU Perlindungan Konsumen adalah dengan diberlakukannya UU Perlindungan Konsumen membuat produsen memperhatikan risiko hukum dan secara tidak langsung berdampak pada perusahaan (pelaku usaha) secara hukum sehingga memberikan kenyamanan kepada masyarakat (konsumen). Didalam perspektif Hukum Positif Indonesia, konsumen yang mengalami kerugian hasil dari penggunaan suatu barang dan/atau jasa (yang secara konsisten disebut produk) mempunyai hak untuk melakukan tuntutan kepada pihak yang menyebabkan penderitaan kerugian tersebut yakni pelaku usaha oleh karena itulah pihak pelaku usaha harus secara serius bertanggung jawab atas tindakannya maupun kepada produknya yang mereka publikasikan serta yang dikonsumsi oleh masyarakat yang mengkonsumsinya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis hukum normatif dan studi kasus untuk memahami kebijakan dan implementasi perlindungan konsumen. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menilai efektivitas sistem hukum yang ada dalam menjamin keadilan dan hak-hak konsumen. Metode pengumpulan data penelitian menggunakan studi dokumentasi sehingga ditemukan beberapa klasifikasi bahan data khusus yang terdiri dari primer (berisikan data-data berasal dari peraturan perundang-undangan), sekunder (berupa literatur hukum). Metode analisis datanya melalui analisis data secara deduktif yakni pembahasan secara mengerucut dari yang luas ke yang lebih khusus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan menyoroti tantangan dan peluang dalam penerapan hukum bisnis untuk melindungi hak konsumen. Faktor-faktor seperti globalisasi, teknologi dan dinamika pasar dibahas untuk mengilustrasikan kompleksitas dalam menciptakan kerangka kerja yang efektif. Perlindungan hukum bagi konsumen untuk saat ini telah menjadi urgensi khusus terutama yang menyangkut terkait regulasi-regulasi yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat. Dalam rumusan UUPK juga tidak hanya menyoroti perlindungan untuk konsumen namun juga melingkupi perlindungan untuk pelaku usahanya dimana masing-masing pihak memiliki hak, kewajiban serta tanggung jawab yang seimbang. Pemerintah juga mempunyai peranan yang eksklusif yakni sebagai pengontrolnya guna membangun sebuah sistem perdagangan yang kondusif serta konsisten guna mensejahterakan masyarakat.

Perlindungan konsumen yang dipandang secara garis fungsinya yakni materil dan formal menjadi sebuah pertimbangan yang tidak kalah penting, hal ini juga menjadi semakin krusial karena adanya perkembangan teknologi serta globalisasi dimana perkembangan ini menjadi sumber dorongan masyarakat bergerak kearah yang lebih inovasi bagi pelaku usaha dalam melakukan produktifitas serta efisiensi produknya di kegiatan usaha yang mereka tuju. Dalam skema tersebutlah perlindunga konsumen berupaya untuk memberikan sebuah jaminan keamanan bagi kepentingan konsumen, namun disatu sisi juga hal tersebut memiliki tantangannya sendiri yang hadir dari bentuk kompleks perdagangan bebas.

Keadaan perdagangan bebas ini menjadi sebuah tantangan dalam mengupayakan konsumen agar tetap setia kepada produk pelaku usaha karena perdagangan bebas ini

menyebabkan lingkungan persaingan yang sangat ketat. Persaingan ketat yang dialami para pelaku usaha juga menjadi salah satu efek yang menyebabkan dampak tidak baik bagi para konsumen. Dalam pandangan yang luas bagi pelaku usaha di era perdagangan bebas ini adalah untuk memantapkan produknya agar masuk ke pasar global, dari hal ini juga menjadi membuat sebuah paradigma baru didalam metode-metode yang dilakukan pelaku usaha dalam memasarkan produknya sehingga juga akan mempengaruhi konsumen serta cara melindunginya. Era pasar bebas yang hadir ini menjadikan peraturan perundang-undangan untuk melindungi konsumen dalam tingkatan yang sangat penting karena didalamnya terdapat hak-hak komprehensif namun memiliki klasifikasi yang spesifik. Era ini juga menjadi sebuah pandangan utama bagi dunia sehingga metode-metode pemasaran serta konsep-konsep dasar perdagangan akan terus berkembang. Terdapat beberapa tahapan perkembangannya sebagai berikut ini :

Pertama, terkait tentang konsep pemasaran. Sebelum adanya era pasar bebas tertuju pada tingkatan kualitas produk dengan nilai-nilai tertentu, hal ini tentunya bertujuan untuk mendapatkan minat para konsumen. *Kedua*, pada perkembangan dunia perdagangan di era tahun-60an pemasaran tertuju pada bentuk-bentuk produk yang dibutuhkan oleh konsumen dengan tujuan utama yang sama untuk mencari keuntungan. Akan tetapi secara implementasiannya menggunakan teknik-teknik pemasaran yang lebih luas seperti lahirnya konsep teori 4P yakni *product, price, promotion, and place*.

Tahapan tersebut membawa teoritikal konsep pemasaran dasar kearah paradigma baru yang lebih luas dari sebelumnya. Sehingga pemerintah dengan berbagai perselisihan secara dipaksa untuk memanfaatkan apa yang ada seperti pesaingnya, konsumen,

bahkan kebijakan-kebijakan yang ada guna menjaga ekosistem perdagangan yang baik. Salah satu upaya yang dilakukan adalah mengadopsi resolusi yang diusungkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) Nomor 1 Tahun 1985 dalam Pasal 39/248. Didalam Resolusi tersebut dijelaskan tentang kepentingan konsumen yang seharusnya sebagai berikut ini :

1. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari efek samping penggunaan produk terhadap kesehatan dan keselamatannya;
2. Memberikan perlindungan serta himbauan yang menyangkut tentang kepentingan sosio-ekonomi bagi konsumen;
3. Menyebarkan informasi terkait produk secara benar kepada konsumen sehingga konsumen dapat memilih apa yang mereka butuhkan dengan tepat serta menghindari kerugian-kerugian yang berpotensi.
4. Pengupayaan untuk memberikan pendidikan kepada konsumen.
5. Hyperaktif dalam memberikan solusi yang efektif kepada konsumen bagi para pemilik kewenangan;
6. Hak konsumen secara bebas untuk dapat membentuk, mendirikan atau membangun sebuah perkumpulan, komunitas atau organisasi.

Indonesia dalam hukum positifnya selain pengadopsian resolusi PBB tersebut telah berusaha secara mandiri untuk melindungi harkat dan martabat konsumen seperti pembentukan UUPK. Dalam bagian menimbang yang ada dalam alasan pembentukan UUPK dijelaskan bahwa :

1. Suatu pertumbuhan pembangunan nasional memiliki tujuan yang penting bagi masyarakat banyak yakni mewujudkan kehidupan yang adil dan makmur serta merata dalam konteks materil maupun spiritual di era demokrasi ekonomi yang berlandaskan ideologi negara yakni Pancasila.
2. Bahwasannya, pembangunan perekonomian nasional ini juga yang berada di era globalisasi harus bisa menjadi penopang pertumbuhan dunia perdagangan nasional sehingga menghasilkan produk-produk yang berkualitas tanpa menghadirkan suatu kerugian bagi konsumen.
3. Semakin bebasnya pasar nasional dari efek samping era globalisasi ini harus tetap menjunjung tinggi nilai dari suatu produk agar bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari kepastian yang diberikan dalam kualitas, kuantitas, serta keamanan dan keselamatan suatu produk.
4. Untuk dapat meningkatkan harkat dan martabat seorang konsumen serta kepribadian yang harusnya mandiri maka perlunya peningkatan tentang kesadaran dan juga wawasan serta kepekaan dan kemampuannya untuk dapat melindungi dirinya sendiri dari resiko negatif yang ada namun selaras dengan hal tersebut perlu juga ditingkatkan kesadaran akan rasa tanggung jawab bagi para pelaku usaha.
5. Dan alasan yang terakhir pembentukan UUPK ini karena belum adanya sebuah regulasi atau kebijakan yang memadai untuk melindungi dan memberikan jaminan kepastian hukum kepada konsumen maupun pelaku usaha guna mewujudkan perekonomian yang sehat.

Jikalau didalam pengimplementasiannya terdapat pelaku usaha yang tidak mengindahkan UUPK sehingga memberikan kerugian bagi konsumen akibat dari penggunaan produknya maka pelaku usaha tersebut wajib bertanggung jawab dengan cara memberikan ganti rugi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Ganti rugi yang dimaksud bisa berupa *refund* atau metode pengembalian uang sesuai harga kesepakatan produk tersebut atau juga bisa dengan metode penggantian barang dengan jenis atau harga yang sama, dan apabila terdapat kondisi kerugian yang dialami konsumen lebih khusus maka pertanggungjawabannya bisa berupa pemulihan kesehatan atau pemberian santunan dengan batasan yang telah ditentukan oleh UUPK dengan catatan semua bentuk ganti rugi ini harus dilakukan dalam waktu 7 hari setelah adanya transaksi. Dan tidak luput bagi pelaku usaha dalam mengiklankan produknya yang tidak sesuai.

Penyelesaian perselisihan konsumen, pada prinsipnya tidak ada seorang pun yang ingin berselisih dengan pihak lain terutama antara produsen dan konsumen didalam dunia usaha. Dan jikalau memang terjadi sebuah perselisihan maka para pihak yang bersangkutan akan mengalami sebuah kerugian, tidak peduli apakah mereka berada di pihak yang benar atau tidak benar. Namun terkadang perselisihan di antara mereka tidak bisa dihindari. Faktor timbulnya perselisihan

bisaanya karena adanya kesalahpahaman antar pihak atau salah satu pihak telah melanggar hukum, adanya sebuah konflik kepentingan. Pandangan Shidarta dalam sebuah sengketa konsumen menggambarkan sebuah perselisihan yang memiliki keterkaitan dengan sebuah pelanggaran terhadap hak-hak konsumen memiliki cakupan yang luas baik dari pertanggungjawaban hukumnya berdasarkan ranah keperdataan, kepidanaan bahkan bisa mencakup ketata usahaan negara.

Sengketa yang timbul juga dilahirkan dari salah satu pihak yang diberikan atau memberikan sesuatu pemberian sesuatu, berbuat atau tidak berbuat sesuatu seperti yang termaktub dalam Pasal 1233 *juncto* Pasal 1234 Kitab Undang-Undang Perdata (BW). Obyek sengketa yang ada juga terbatas pada produk dari pelaku usaha.

Pasal 23 UUPK telah menjelaskan bahwasannya semua pelaku usaha yang masuk kedalam klasifikasi produsen maupun distributor yang tidak memberikan respon atau tidak mau memberikan respon terkait pemenuhan ganti kerugian dari tuntutan yang dilontarkan konsumen akibat dari kerugian yang dideritanya maka konsumen bisa menggugat pelaku usaha serta menyelesaikan permasalahannya lewat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai metode penyelesaian secara non-litigasi atau bilamana konsumen ingin menggunakan metode litigasi maka bisa mengajukan gugatan tersebut lewat pengadilan sesuai dengan domisili konsumen..

SIMPULAN

Hukum Bisnis untuk saat ini masih memiliki nilai relevansi yang cukup dalam melindungi hak-hak para masyarakat yang menjadi konsumen. Perlindungan hukum juga terbilang sangat efektif dalam mengurangi resiko kekosongan hukum dan meningkatkan

kepercayaan konsumen dalam sebuah transaksi bisnis.

Temuan-temuan ini menyoroti pentingnya terus memperbarui dan memperkuat kerangka hukum untuk merespons perubahan dinamika bisnis. Sistem penerapan perlindungan konsumen di Indonesia masih banyak permasalahan. Permasalahan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain terkait struktur hukum, badan hukum, budaya hukum, dan birokrasi. Secara garis besar problematika yang dihadapi dalam pelaksanaan UUPK yaitu: karena tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah; rendahnya pendidikan konsumen; belum ada pihak yang paham tentang bagaimana mempersiapkan konsumen Indonesia menghadapi pasar bebas; masih lemahnya pengawasan dibidang standarlisasi mutu barang; lemahnya produk perundang-undangan; persepsi pelaku usaha yang keliru dengan perlindungan konsumen akan menimbulkan kerugian.

Untuk mengatasi permasalahan-permasalah tersebut, maka perlu dicarikan solusi, antara lain prasyarat-prasyarat apa yang harus dipenuhi agar era perdagangan bebas bagi konsumen di Indonesia menjadi anugerah, justru bukan sebaliknya menjadi musibah. Dalam melakukan suatu bisnis harus dipegang prinsip bahwa produsen dan konsumen sama-sama membutuhkan, dan saling ketergantungan satu sama lain baik dalam jangka waktu yang singkat maupun yang lama. Sehingga berdampak pada hubungan yang berkesinambungan sepanjang masa yang harus sama-sama dijaga. Hubungan antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan terjadi dalam proses produksi, distribusi pada pemasaran dan penawaran.

Rangkaian perbuatan tersebut merupakan perbuatan hukum yang mempunyai akibat hukum terhadap semua pihak, atau pihak-pihak tertentu. Untuk itu perlu diatur perlindungan

konsumen berdasarkan undang-undang menyangkut, antara lain: kualitas barang, mekanisme pemroduksian, syarat kesehatan, syarat pengemasan, syarat lingkungan, dan sebagainya. Sehingga tujuan dari hukum perlindungan konsumen dapat tercapai, yaitu: secara langsung dapat meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung, hukum ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan bisnis dengan penuh tanggung jawab. Semua tujuan tersebut tentu dapat tercapai apabila hukum perlindungan konsumen dapat diterapkan secara konsekuen. Untuk mewujudkannya harapan tersebut, antara lain :

1. Hukum perlindungan konsumen harus adil dan jujur untuk melindungi hak haknya konsumen maupun produsen.
2. Aparat penegak hukum harus dilengkapi dengan alat yang memadai dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Meningkatkan kesadaran akan hak-hak konsumen.
4. Mengubah sistem nilai masyarakat dengan mendukung terselenggaranya perlindungan hak konsumen. Kami berharap melalui penerapan persyaratan di atas, harkat dan martabat konsumen dapat ditingkatkan sehingga konsumen dapat diakui sebagai subyek sistem perekonomian nasional bersama dengan Badan Usaha Milik Negara, Koperasi, dan Badan Usaha Swasta.

DAFTAR PUSTAKA

Az. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Diadit Media, Jakarta, 2007

Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Hukum Perlindungan Konsumen, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014.

Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Erman Rajagukguk, makalah Pentingnya Perlindungan Konsumen Dalam Era Perdagangan Bebas dalam buku Hukum Perlindungan Konsumen, penyunting Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Bandung: Mandar Madju, 2000, dalam buku Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Holijah, Jurnal Dinamika Hukum, Vol. 14 No. 1 Januari 2014.

Sri Redjeki Hartono, makalah Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam buku Hukum Perlindungan Konsumen, dalam buku Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Jakarta: PT.Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004.

Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen