

**SOSIALISASI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS PRODUK YANG MERUGIKAN KONSUMEN**
*Socialization Of Law Number 8 Of 1999 Concerning Consumer Protection Of Products That
Are Detrimental To Consumers*

Marthen B. Salinding^{1*}, Viktor Patabang²

¹*Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Borneo Tarakan, Jl. Amal Lama No. 1, Fakultas Hukum
Universitas Borneo Tarakan, – Kotak Pos No. 77115 – Tarakan 2024*

e-mail korespondensi : : marthensalinding@gmail.com

ABSTRAK

Tingkat kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah, hal ini dapat dilihat dari perbedaan harga di setiap barang. Perbedaan disebabkan harga barang yang tidak seberapa dan Proses Komplet yang ribet. Pengabdian ini dilaksanakan di Kota Tarakan yang difokuskan kepada ibu-ibu PKK sebagai pelaku UMKM di kota ini. Metode kegiatan yang digunakan adalah ceramah sosialisasi, diskusi dan sesi Tanya jawab tentang Sosialisasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Adapun tujuan dari sosialisasi ini adalah agar para ibu-ibu PKK dapat langsung mengetahui bagaimana selayaknya perlindungan konsumen diberikan kepada masyarakat yang mengalami kerugian atas produk yang di berikan. Dan juga untuk memberikan pemahaman tentang batas tanggungan yang harus dipenuhi dalam pertanggungjawaban pelaku usaha.

Kata Kunci: *Sosialisasi, Undang-Undang, Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha*

ABSTRACT

The level of consumer awareness of their rights is still low, this can be seen from the price differences in each item. The difference is caused by the price of the goods which is not much and the complicated Completion Process. This service was carried out in Tarakan City which was focused on PKK women as MSME actors in this city. The activity methods used were socialization lectures, discussions and question and answer sessions on the Socialization of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. The purpose of this socialization is so that PKK women can immediately find out how appropriate consumer protection should be given to people who suffer losses from the products provided. And also to provide an understanding of the limits of dependents that must be fulfilled in the accountability of business actors.

Keywords : *Socialization, Laws, Consumer Protection, Business Actors*

(1) PENDAHULUAN

Menghadapi persaingan di bidang perdagangan dalam era globalisasi bukan suatu pekerjaan yang mudah terutama bagi para pengusaha sehingga sering terjadi pihak konsumen merupakan korban potensial (potential Victims) dari ulah para pengusaha tersebut. Sekalipun lazimnya diakui dan secara logis posisi produsen/ pengusaha dan konsumen sering dipandang “lebih kuat” dibandingkan dengan konsumen akan tetapi hal ini tidak mutatis mutandis bahwa kelompok produsen/ pengusaha juga terluput sebagai “potensi victims” dari kelompok konsumen. Dalam kaitan

ini maka “labeling process” yang buruk terhadap kelompok pengusaha/ produsen yng berkembang selama ini di dalam masyarakat dirasakan sangat tidak adil secara hukum karena hukum selalu berintikan menentukan kebenaran di antara kedua belah pihak.

Asas-asas Perlindungan Konsumen
a). Asas Manfaat; mengamatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan, b). Asas Keadilan; partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal

dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil, c). Asas Keseimbangan; memberikan”keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual, d). Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen; memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan; e). Asas Kepastian Hukum; baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum

Dalam”Pasal 3 UU No 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen. Betujuan:

a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri; b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau 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 yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha; f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Penyebab utama yang menjadi kelemahan konsumen yang Penulis bahas di latar belakang adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan harga barang yang tidak seberapa dan Proses Komplit yang ribet atau memakan waktu oleh karena itu secara tegas disebutkan dalam Pasal 10 UU perlindungan konsumen: Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai: a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa; b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa; c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa; d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan; e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa banyaknya kita temui di minimarket harga yang tertera tidak sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir, ketika konsumen tau banyak dari mereka memilih untuk diam dan tidak menanyakan “kenapa kok harganya berbeda”. Pada hal yang dilakukan sipelaku usaha jelas merugikan konsumen.

Perlindungan hukum kepada konsumen diarahkan untuk tercapainya tujuan: 1). Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang menggandung unsur keterbukaan akses dan informasi serta menjamin kepastian hukum; 2). Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan seluruh pelaku dunia usaha; 3). Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa; 4). Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan. Kesemuanya akan dicakup dalam sebuah sistem

hukum yang didalamnya sekurang-kurangnya akan mengandung aspek hukum administrasi, aspek hukum pidana, aspek hukum perdata dan aspek hukum acara. Perspektif hukum perlindungan konsumen dikembangkan tidak saja atas dasar hak-hak konsumen (Hak atas keamanan dan keselamatan, hak atas informasi yang benar dan jelas, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya, hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, hak untuk mendapat penyelesaian hukum yang patut) tetapi juga dasar tanggung jawab produsen terhadap produk yang dihasilkannya (product liability) yang keduanya bermuara pada penerapan etika bisnis yang universitas. Kaitannya dengan product liability, pemikiran yang dominan mengarah pada penerapan prinsip tanggung jawab mutlak (strict liability) bagi produsen, terutama pada produk-produk yang sangat berbahaya bagi keamanan dan keselamatan manusia.

Konteks Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), pembicaraan tentang subjek hukum, adalah untuk mengetahui siapa saja yang dapat memiliki hak dan dibebani kewajiban menurut UUPK dan dengan demikian berarti juga untuk mengetahui siapa sajakah yang dapat “mempergunakan” UUPK untuk memperjuangkan hak-haknya. Terdapat dua subjek hukum yang diatur dalam UUPK, yaitu

- a. Konsumen
- b. Pelaku usaha

(2) METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi yang dilanjutkan dengan Tanya jawab. Tujuan dilakukannya Tanya jawab tersebut Salinding *et al.*, *Sosialisasi Undang-undang...*

agar hal-hal yang belum jelas, atau adanya kasus-kasus yang sedang dihadapi oleh peserta akan memperoleh penegasan pemahaman, termasuk penyelesaian atau solusinya. Adapun sarana pengabdian secara *luring* dalam sosialisasi tersebut menggunakan Ruang serbaguna di Kantor Walikota Tarakan.

(3) HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formil makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak, untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen.

Walaupun kenyataan telah ditebitkan undang-undang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang menjamin hak dari konsumen. kadang di abaikan oleh pelaku usaha dan mirisnya konsumenpun berlaku cuek dalam memperjuangkan hak yang harus didapatkan oleh konsumen yang telah di lindungi oleh Undang-undang. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 29 ayat 1 UU No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dinyatakan bahwa “Pemerintah bertanggung

jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Hukum perlindungan konsumen, merupakan bagian dari hukum konsumen yang lebih luas. Secara definitif “hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat melindungi kepentingan konsumen”. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup. Asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah konsumen itu tersebar dalam berbagai bidang hukum, baik tertulis maupun tidak tertulis. Ia menyebutkan, “seperti hukum perdata, hukum dagang, hukum pidana, hukum administrasi Negara dan hukum internasional, terutama konvensi-konvensi yang berkaitan dengan kepentingan-kepentingan konsumen.”



(4) KESIMPULAN

Penyuluhan hukum dengan tema Sosialisasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memang sangat diperlukan agar mengetahui hak-hak dan kewajiban masyarakat tentang konsumen. Sosialisasi berupa ceramah dan Tanya jawab ternyata sangat bermanfaat, karena semula masyarakat tidak tahu adanya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi mengetahui dan dapat memahaminya.

(5) DAFTAR PUSTAKA

- Waluyo, Bambang. Penelitian Hukum dalam Praktek, (Jakarta, Sinar Grafika, 2002).
- Mansyur, Ali. dan Irsan Rahman. Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi

- Nasional, Jurnal Pembaharuan Hukum Volume II No. 1 Januari - April 2015
- Putra, Panji. Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* Vol.1 No. 1 Januari 2017 Hal. 150-165 Online ISSN : 2540-8402
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen
- Brotosusilo, Agus. *Instrumen Aspek-aspek Perlindungan Komsumen dalam System Hukum di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 1997.
- Nasution, Az. *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995.
- Syawali, Husni; Neni Sri Imaniyati. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju, 2000.
- Wardiono, Kelik *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ombak, Yogyakarta, 2014.
- Wijaya, Gunawan; Ahmad Yani. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No 8, LN Nomor 42 Tahun 1999, TLN Nomor 3821.
- Peraturan Pemerintah tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional Peraturan Pemerintah Nomor 57 tahun 2001, LN No. 102 Tahun 2001, TLN Nomor 4125.
- Peraturan Pemerintah tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001, LN No. 103 Tahun 2001, TLN Nomor 4126.
- Peraturan Pemerintah tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Peraturan Pemerintah No 59 Tahun 2001, LN No. 104 Tahun 2001, TLN Nomor 4127.