

TUGAS DAN FUNGSI LEMBAGA SWADAYA MASYARAKAT DALAM MELINDUNGI KONSUMEN¹

Oleh : Rio Bertram Atteng²

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tujuan dan fungsi Lembaga Swadaya Masyarakat dalam melindungi hak konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia dan bagaimana pelaksanaan tujuan dan fungsi Lembaga Swadaya Masyarakat dalam melindungi hak konsumen di Indonesia. Dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif sebagai metode penelitian yang digunakan penulis untuk menyusun karya tulis ini dan dapat disimpulkan, bahwa: 1. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat tujuan pembentukannya yaitu untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen karena tanggung jawab untuk melindungi hak-hak konsumen merupakan kewajiban pemerintah dan masyarakat, sedangkan fungsinya atau tugasnya menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia yaitu menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya; bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen; membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. 2. Pelaksanaan Tujuan dan Fungsi Lembaga Perlindungan Konsumen

Swadaya Masyarakat dalam melindungi hak konsumen di Indonesia telah dilaksanakan sebagaimana diatur dalam ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan terutama berkaitan dengan pengawasan terhadap barang dan jasa yang digunakan oleh konsumen. Hal ini dilakukan bekerjasama dengan pemerintah dan hasil pengawasan tersebut merupakan bahan masukan bagi aparat penegak hukum dan Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen untuk menyelesaikan kasus-kasus pelanggaran hak konsumen baik melalui pengadilan maupun di luar pengadilan.

Kata kunci: Lembaga swadaya, konsumen

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dengan konsumen (pemakai barang dan atau jasa). Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Dalam hubungan demikian seringkali terdapat ketidakseimbangan antara keduanya. Konsumen biasanya berada pada posisi tawar-menawar yang lemah karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi memiliki posisi yang kuat. Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan adanya campur tangan negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen.³

Kian ketatnya persaingan dalam merebut pangsa pasar melalui bermacam-macam produk barang, maka perlu keseriusan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) perlu memantau secara serius pelaku

¹Artikel Skripsi

² NIM

³Sanusi Bintang dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Cetakan ke-I. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung, 2000, hal. 107.

usaha/penjual yang hanya mengejar profil semata dengan mengabaikan kualitas produk barang.⁴ Hukum perlindungan konsumen selalu berhubungan dan berinteraksi dengan berbagai bidang dan cabang, hukum lain, karena pada tiap bidang dan cabang hukum itu senantiasa **terdapat** pihak yang berpredikat “konsumen”. Karena, itu ruang lingkup hukum perlindungan konsumen sulit dibatasi hanya dengan menampungnya dalam satu jenis undang-undang, seperti UUPK. Memahami perbedaan antara hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen, antara hak-hak pokok dari konsumen dan keterkaitan antara hukum perlindungan konsumen dengan bidang-bidang hukum yang lain dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang hukum perlindungan konsumen.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, tidak memuat definisi mengenai hukum perlindungan konsumen tetapi memuat perumusan mengenai perlindungan konsumen yaitu sebagai “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”. Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Di dalam Penjelasan Pasal 2 UUPK disebutkan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 asas yang relevan dalam pembangunan nasional.⁵

Hukum bisnis lahir karena adanya istilah bisnis. Istilah “bisnis” sendiri diambil dari kata *business* (bahasa Inggris) yang berarti kegiatan usaha. Karena itu, secara luas

kegiatan bisnis diartikan sebagai kegiatan usaha yang dijalankan oleh orang atau badan usaha (perusahaan) secara teratur dan terus-menerus, yaitu berupa kegiatan mengadakan barang-barang atau jasa maupun fasilitas-fasilitas untuk diperjualbelikan atau disewakan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.⁶ Berkaitan dengan kegiatan di atas, maka dicoba untuk dirumuskan bahwa hukum bisnis adalah “serangkaian peraturan yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan urusan-urusan perusahaan dalam menjalankan roda perekonomian”.⁷

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimanakah tujuan dan fungsi Lembaga Swadaya Masyarakat dalam melindungi hak konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia?
2. Bagaimanakah pelaksanaan tujuan dan fungsi Lembaga Swadaya Masyarakat dalam melindungi hak konsumen di Indonesia ?

C. Metode Penelitian

Metode penelitian hukum normatif sebagai metode penelitian yang digunakan penulis untuk menyusun Karya tulis ini. Bahan-bahan hukum yang digunakan untuk penyusunan Karya tulis ini diperoleh dari studi kepustakaan yang terdiri dari bahan hukum primer, yaitu peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen dan bahan-bahan hukum sekunder yang terdiri dari literatur-literatur, karya-karya ilmiah hukum, khususnya di bidang hukum perlindungan konsumen, termasuk informasi tertulis yang diperoleh dari media cetak maupun elektronik.

⁴Celina Tri Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta, 2008, hal. 120 (Lihat Marianus Gaharpung, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Korban Atas Tindakan Pelaku Usaha*, Jurnal Yustika. Vol. 3. No. 1 Juli 2000, hlm. 42).

⁵ *Ibid*, hal. 59.

⁶ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Edisi Revisi. Cet. 5. PT. RajaGrafindo Persada. 2011, hal. 31.

⁷ *Ibid*, hal. 32.

PEMBAHASAN

A. Tujuan dan Fungsi Lembaga Swadaya Masyarakat Dalam Melindungi Hak Konsumen

Tujuan dari pembentukan Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat sebagaimana dijelaskan dalam penjelasan Pasal 1 angka 9 yaitu untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen karena tanggung jawab untuk melindungi hak-hak konsumen merupakan kewajiban pemerintah dan masyarakat.

Fungsi Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat dapat dipahami merupakan pula Tugas Lembaga Swadaya Masyarakat dalam melindungi hak-hak konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 44 yang menyatakan dalam ayat:

- (1)Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
- (2)Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
- (3)Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
 - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

(4)Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Menurut Penjelasan Pasal 44 ayat (1): Yang dimaksud dengan memenuhi syarat, antara lain, terdaftar dan diakui serta bergerak di bidang perlindungan konsumen. Peran lembaga konsumen dalam suatu negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Begitu pentingnya peran lembaga konsumen ini, pada Kongres Konsumen se dunia di Santiago, sempat mengemuka tentang bagaimana peran lembaga konsumen dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan. Untuk menjawab pertanyaan ini, maka format yang ideal adalah bahwa perlindungan konsumen akan efektif jika secara simultan dilakukan dalam dua level/arus sekaligus, yaitu dari arus bahwa lembaga konsumen yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat dan sekaligus secara representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen, sebaliknya, dari arus atas, ada bagian dalam struktur kekuasaan yang secara khusus mengurus perlindungan konsumen, semakin tinggi bagian tersebut semakin besar pula *power* yang di miliki dalam melindungi kepentingan konsumen dengan demikian, efektif tidaknya perlindungan konsumen suatu negara tidak semata-mata tergantung pada lembaga konsumen, tapi juga perlindungan pemerintah, khususnya melalui institusi yang dibentuk untuk melindungi konsumen.⁸

Keberadaan lembaga-lembaga yang diberikan perlindungan kepada konsumen ini semaking kuat dengan di keluarkannya

⁸Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Ed. I-I. Rajwali Pers. PT. RadjaGrafindo Persada, Jakarta, 2011, hal. 94 (Lihat Sudaryatmo, Model Hukum Perlindungan Konsumen, Kompas 7 Mei 1998).

undang-undang perlindungan konsumen, yang secara tegas menyatakan akan dibentuknya bidang perlindungan konsumen nasional yang diberi tugas untuk:

1. memberi saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
2. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan dan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
4. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
6. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
7. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.⁹

Di samping itu, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, juga telah di akui keberdayaannya berdasarkan undang-undang perlindungan konsumen, dan memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat ini adalah:

1. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengomsumsi barang dan/atau jasa;
2. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;

3. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
4. membantu konsumen dalam memperjuangkan hanya, termasuk menerima keluhan dan pengaduan konsumen;
5. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.¹⁰

Tugas-tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat tersebut, akan diatur lebih lanjut berdasarkan peraturan pemerintah. Dengan adanya bidang perlindungan konsumen Nasional dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, dengan bermacam-macam tugas yang dimaksudkan untuk membantu konsumen tersebut, maka apabila kedua lembaga tersebut berjalan dengan baik, berarti konsumen akan semakin terlindungi. Begitu pula dengan tersedianya badang penyelesaian sengketa konsumen di tiap kabupaten, akan lebih memudahkan konsumen untuk menegakkan hak-haknya. Kedua badan ini, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, di Korea berada dalam satu atap, karena didalam *Concumer Protection Board* terdapat suatu komite independen yang disebut *The Consumer Dispute Settlement Committee* (CDSC), yang berperan sebagai kuasai *Judicial Power*, sehingga lebih memudahkan pelayanan kepada konsumen, namun demikian, kelemahannya karena walaupun di sebut komite independen, akan tetapi dari segi nama, ada kecenderungan bahwa *The Consumer Dispute Settlement Committee* atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Indonesia dalam menjalankan tugasnya menjelesaikan sengketa antara konsumen dengan produsen akan lebih memihak kepada konsumen, sehingga lembaga tersebut, seolah-olah berfungsi

⁹ *Ibid*, hal. 99.

¹⁰ *Ibid*, hal. 99.

sebagai lembaga pembelaan konsumen. Hal tersebut dapat melahirkan keegangan atau perasaan tidak puas dari produsen dalam menyelesaikan sengketa melalui badan penyelesaian sengketa konsumen, sehingga memang lebih tepat jika Badan penyelesaian Sengketa Konsumen tersebut berdiri sendiri.¹¹

Pendirian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) didasari pada perhatian atas kelangkaan produk nasional yang berkualitas dan kecenderungan memilih dan berbelanja untuk produk impor di era 70-an, serta perhatian terhadap perlunya pemberdayaan bangsa dan produk dalam negeri. Kelembagaannya disahkan melalui Akte Notaris Loemban Tobing, S.H. pada tanggal 11 Mei 1973. YLKI diprakarsai oleh figur-figur yang telah ikut berjasa dalam masa perjuangan kemerdekaan, sebagian besar di antaranya adalah para tokoh perempuan pejuang, seperti Ibu Sujono Prawirabisma, Ibu SK Trimurti, Ibu Sumarsono serta Ibu Lasmidjah Hardi (yang kemudian menjadi ketua YLKI pertama) Keterlibatan para tokoh masyarakat tersebut pada masa-masa awal berdirinya menempatkan YLKI pada hubungan yang baik dengan pemerintah.¹²

Keberadaan YLKI diharapkan tidak hanya dapat mendorong penggunaan produk dalam negeri di tengah maraknya keberadaan produk impor, tetapi juga dapat memperkuat posisi konsumen. Motto YLKI: "Melindungi Konsumen, Menjaga Martabat Produsen dan Membantu Pemerintah" dianggap masih cukup relevan untuk kondisi saat ini dan senantiasa menjadi rujukan kegiatan YLKI sampai saat ini.¹³

Selain lembaga yang dibentuk pemerintah, menurut ketentuan dalam Bab VIII Undang-Undang tentang Perlindungan

Konsumen, pemerintah dalam Bab IX, Pasal 44 memungkinkan dibentuknya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat tersebut diberikan kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.¹⁴

Meskipun tidak banyak yang diatur dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, namun mengingat akan posisi strategis Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat tersebut dalam keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan kepentingan dasar konsumen akan organisasi yang akan melindungi hak-haknya, maka suatu Peraturan Pemerintah yang nantinya dibentuk sebagai pelaksanaan Pasal 44 ayat (4) Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen menjadi sangat penting artinya. Peraturan Pemerintah tersebut akan menjadi dasar dari pembentukan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, karena menurut Pasal 44 ayat (1) Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, hanya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang memenuhi syaratlah yang diakui oleh pemerintah. Bagaimana yang memenuhi syarat ? jawabannya tergantung sepenuhnya pada peraturan pemerintah tersebut.¹⁵ Dasar pertimbangan diberlakukannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, menyatakan Presiden Republik Indonesia, Menimbang : bahwa untuk melaksanakan Pasal 44 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlu menetapkan

¹¹ *Ibid*, hal. 99-100.

¹² H. Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Alfabeta, CV. Cetakan Kesatu. Bandung, 2012, hal. 261-262

¹³ *Ibid*, hal. 262.

¹⁴ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008. hal. 93-94.

¹⁵ *Ibid*, hal. 94-95.

Peraturan Pemerintah tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat;

Mengingat :

1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar 1945 sebagaimana telah diubah dengan Perubahan Kedua Undang-Undang Dasar 1945;
2. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821);

Memutuskan: Menetapkan: Peraturan Pemerintah Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Dalam Bab I Ketentuan Umum, sebagaimana dinyatakan pada Pasal 1: Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan :

1. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. 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.
3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang selanjutnya disebut LPKSM adalah Lembaga Non Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
4. Pemerintah adalah Pemerintah Pusat, Pemerintah Propinsi, dan Pemerintah Kabupaten/Kota.
5. Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

Bab II, mengatur mengenai Pendaftaran LPKSM, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 2 ayat:

- (1) Pemerintah mengakui LPKSM yang memenuhi syarat sebagai berikut :

terdaftar pada Pemerintah Kabupaten/Kota; dan bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya.

- (2) LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia.
- (3) Tata cara pendaftaran LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a diatur lebih lanjut dalam Keputusan Menteri.

Menurut Penjelasan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Pasal 2 ayat (1) Huruf (a): Pendaftaran dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Bagi LPKSM yang membuka kantor perwakilan atau cabang di daerah lain, cukup melaporkan kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada Pemerintah Kabupaten/Kota setempat dan tidak perlu melakukan pendaftaran di tempat kedudukan kantor perwakilan atau cabang tersebut. Bab III, mengatur mengenai Tugas LPKSM, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 3: Tugas LPKSM meliputi kegiatan:

1. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta kehati-hatian konsumen, dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan;
3. melakukan kerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
4. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
5. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Pasal 4 menyatakan: Penyebaran informasi yang dilakukan oleh LPKSM, meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen.

Penjelasan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Pasal 4: Yang dimaksud dengan berbagai informasi misalnya hal-hal yang berkaitan dengan pengetahuan mengenai proses produksi, standar, label, promosi dan periklanan, klausula baku, dan lain-lain. Penyebaran informasi yang dilakukan LPKSM dapat dilaksanakan melalui kegiatan: pendidikan, pelatihan, penyuluhan, pelayanan informasi, dan lain-lain. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Pasal 5 menyatakan: Pemberian nasihat kepada konsumen yang memerlukan dilaksanakan oleh LPKSM secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya. Pasal 6 menyatakan: Pelaksanaan kerjasama LPKSM dengan instansi terkait meliputi pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan atas barang dan/atau jasa yang beredar, dan penyuluhan serta pendidikan konsumen.

Pasal 7 menyatakan: Dalam membantu konsumen untuk memperjuangkan haknya, LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara perorangan maupun kelompok.

Pasal 8 menyatakan: Pengawasan perlindungan konsumen oleh LPKSM bersama Pemerintah dan masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Menurut Penjelasan Pasal 8: Penelitian, pengujian dan/atau survei dilakukan terhadap barang

dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Pasal 9 menyatakan pada ayat:

(1) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3, LPKSM dapat bekerjasama dengan organisasi atau lembaga lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional.

(2) LPKSM melaporkan pelaksanaan tugasnya kepada Pemerintah Kabupaten/Kota setiap tahun.

Menurut Penjelasan Pasal 9 ayat (2): Laporan dimaksudkan sebagai sarana komunikasi antara Pemerintah Kabupaten/Kota dengan LPKSM. Dalam rangka penyelenggaraan perlindungan konsumen secara nasional, Menteri dapat meminta laporan kepada Pemerintah Kabupaten/Kota mengenai LPKSM yang ada di wilayahnya.

B. Pelaksanaan Tujuan dan Fungsi Lembaga Swadaya Masyarakat Dalam Melindungi Hak Konsumen di Indonesia

Di Indonesia khususnya di lingkungan pelaku ekonomi, keberadaan etika bisnis tampaknya masih merupakan suatu konsep. Naskah Kode Etik Pengusaha Indonesia sejak tahun 1989 telah disetujui oleh rapim Kadin (Kamar Dagang dan Industri) untuk disosialisasikan dan ditegakkan di lingkungan pengusaha, namun dalam tataran praktis masyarakat dengan mata telanjang telah melihat kekotoran sepak terjang pengusaha-pengusaha Indonesia dalam melakukan aktivitas bisnisnya. Menurut I.S. Susanto, dimensi etik di kalangan bisnis sangat tipis bahkan terabaikan. Di dalam suatu negara yang masyarakatnya beragama, mempunyai ideologi Pancasila dan masih

menjunjung nilai moral, kondisi tersebut tampak sangat memprihatinkan.¹⁶

Berbicara masalah bisnis seringkali dekspresikan sebagai suatu urusan atau kegiatan dagang. Kata “bisnis” itu sendiri diambil dari bahasa Inggris Business yang berarti kegiatan usaha. Secara luas, kata bisnis sering diartikan sebagai keseluruhan kegiatan usaha yang dijalankan oleh orang atau badan secara teratur dan terus-menerus, yaitu berupa kegiatan mengadakan barang-barang atau jasa-jasa maupun fasilitas – fasilitas untuk diperjualbelikan, dipertukarkan atau disewagunakan dengan tujuan mendapatkan keuntungan.¹⁷

Pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menegaskan bahwa pemerintah mengakui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang memenuhi syarat, antara lain terdaftar dan diakui serta bergerak di bidang perlindungan konsumen. Jadi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.¹⁸ Walaupun Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dikatakan sebagai lembaga non pemerintah, tetapi Bukanlah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang selama ini di ketahui “independen”, mengingat Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang di maksud dalam undang-undang ini harus didaftarkan dan mendapat pengakuan pemerintah, dengan tugas-

tugas yang masih harus diatur dengan peraturan pemerintah.¹⁹

Setelah di undangkannya Peraturan Pemerintah Nomor 59 tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, maka dalam Pasal 2 menentukan bahwa:

- (1) Pemerintah mengakui LPKSM yang memenuhi syarat, yakni terdaftar pada pemerintah kabupaten/ kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagai mana tercantum dalam anggaran dasarnya. Pendaftaran tersebut hanya di maksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Demikian pula bagi LPKSM yang dibuka kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada pemerintah kabupaten atau kota setempat dan tidak perlu melakukan pendaftaran di tempat kedudukan kantor perwakilan atau cabang tersebut.
- (2) LPKSM sebagai mana dimaksud dalam ayat (1) dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di di seluruh wilayah Indonesia.
- (3) Tata cara pendaftaran LPKSM sebagai mana di maksud dalam ayat (1) huruf (a) di atur lebih lanjut dalam keputusan dalam menteri.²⁰

Ketentuan di atas secara tegas menyatakan bahwa pendaftaran hanya di maksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Sampai di sini dapat dikatakan bahwa lembaga pendaftaran di maksudkan hanya sebagai alat kontrol bagi pemerintah yang tidak memberikan pengaruh apapun bagi independensi LPKSM. Demikian pula dalam penjelasan umum Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, yang menentukan bahwa untuk menjamin ketertiban, kepastian, dan keterbukaan dalam penyelenggaraan

¹⁶Adi Sulistiyono dan Muhammad Rustamadji, *Hukum Ekonomi Sebagai Panglima*, Cetakan 1. Masmedia Buana Pustaka, Sidoarjo-Jawa Timur, 2009. hal. 111.

¹⁷Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Cetakan Kedua. PT. Rineka Cipta. Jakarta. 2007, hal.1.

¹⁸Racmadi Usman, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, Cet. I. Djambatan, Jakarta, 2000, hal. 230.

¹⁹Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cet. 5. PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2008, hal. 214.

²⁰*Ibid*, hal. 215-216.

perlindungan konsumen, maka LPKSM dipandang perlu untuk melakukan pendaftaran pada pemerintah kabupaten/kota di Indonesia.

Kehadiran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam suatu negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Dalam komentar tentang badan perlindungan konsumen Nasional (BPKN) sebelumnya telah dikemukakan pentingnya 2 (dua) lembaga ini dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan. Keduanya secara simultan melakukan upaya perlindungan konsumen dari harus yang berbeda, yaitu LPKSM sebagai harus bahwa yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat dan sekaligus secara representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen. Arus bawah tersebut, sebelum di undang-undang perlindungan konsumen diperankan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Sebaliknya, BPKN sebagai arus atas memiliki kekuasaan yang secara khusus di berikan undang-undang untuk mengurus perlindungan konsumen.²¹

Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagai mana ditentukan dalam Pasal 44 ayat (3) huruf (a) UUPK yaitu, menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Sedangkan dalam Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, di tentukan bahwa penyebaran informasi yang dimaksud meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan pengetahuan mengenai proses produk, standar, label, promosi dan periklanan, klausula baku dan lain-lain. Sedangkan penyebaran informasi yang di

²¹ *Ibid*, hal. 217.

lakukan LPKSM dapat dilaksanakan melalui kegiatan: pendidikan, pelatihan, penyuluhan, pelayanan informasi, dan lain-lain.²² Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagai mana ditentukan dalam Pasal 44 ayat (3) huruf (b) UUPK yaitu, memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukan dilaksanakan oleh LPKSM secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajiban. Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagai mana ditentukan dalam Pasal 44 ayat (3) huruf (c) UUPK yaitu, bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, sedangkan dalam Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, ditentukan bahwa pelaksana kerja sama LPKSM dengan instansi terkait meliputi pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan atas barang dan/atau jasa yang beredar, dan penyuluhan serta pendidikan konsumen.²³

Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagaimana di tentukan dalam Pasal 44 ayat (3) huruf (d) UUPK yaitu, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; berdasarkan Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 ditentukan bahwa dalam membantu konsumen untuk memperjuangkan haknya, LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara progran maupun kelompok.²⁴ Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana ditentukan dalam Pasal 44 ayat (3) huruf (e) UUPK yaitu, melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan

²² *Ibid*.

²³ *Ibid*, hal. 218.

²⁴ *Ibid*, hal. 218.

perlindungan konsumen sedangkan Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 menentukan bahwa pengawasan perlindungan konsumen oleh LPKSM bersama pemerintah dan masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei. Adapun pelaksanaan penelitian, pengujian dan/atau survei dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.²⁵

PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat tujuan pembentukannya yaitu untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen karena tanggung jawab untuk melindungi hak-hak konsumen merupakan kewajiban pemerintah dan masyarakat, sedangkan fungsinya atau tugasnya menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia yaitu menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya; bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen; membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

- b. Pelaksanaan Tujuan dan Fungsi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam melindungi hak konsumen di Indonesia telah dilaksanakan sebagaimana diatur dalam ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan terutama berkaitan dengan pengawasan terhadap barang dan jasa yang digunakan oleh konsumen. Hal ini dilakukan bekerjasama dengan pemerintah dan hasil pengawasan tersebut merupakan bahan masukan bagi aparat penegak hukum dan Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen untuk menyelesaikan kasus-kasus pelanggaran hak konsumen baik melalui pengadilan maupun di luar pengadilan.

2. Saran

- a. Tujuan dan fungsi Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat dalam melindungi hak konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia perlu semakin ditingkatkan khususnya dalam melakukan sosialisasi dan menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta sikap kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Pelaksanaan tujuan dan fungsi Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat dalam melindungi hak konsumen di Indonesia memerlukan dukungan kerjasama dengan instansi pemerintah terkait khususnya dalam memperjuangkan hak konsumen, melalui dan terus meningkatkan pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Asyhadie Zaeni, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Edisi

²⁵ *Ibid*, hal. 218-219.

- Revisi. Cet. 5. PT. RajaGrafindo Persada. 2011.
- Barkatullah Halim Abdul, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Lintas Negara di Indonesia*, Pascasarjana FH UII dan FH UII Press. Yogyakarta. 2009.
- Bintang Sanusi dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Cetakan ke-I. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung, 2000.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.
- Hadad Tini, *Peranan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Dalam Perlindungan Hukum Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas*, Dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati (Penyunting) *Hukum Perlindungan Konsumen*. Mandar Maju. Bandung. 2000.
- Hartono Redjeki Sri, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, (Editor) Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Cetakan I. CV. Mandar Maju. Bandung. 2000.
- Kristiyanti Tri Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cetakan Pertama. Sinar Grafika. Jakarta, 2008.
- Marbun Rocky, Deni Bram, Yuliasara Isnaeni dan Nusya A., *Kamus Hukum Lengkap (Mencakup Istilah Hukum & Perundang-Undangan Terbaru)*, Cetakan Pertama, Visimedia, Jakarta. 2012.
- Miru Ahmadi, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Ed. I-I. Rajwali Pers. PT. RadjaGrafindo Persada, Jakarta, 2011.
- Miru Ahmadi & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi I. Cet. 5. PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Nitisusastro Mulyadi H., *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Alfabeta, CV. Cetakan Kesatu. Bandung, 2012.
- Nugroho Adi Susanti, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Edisi I. Cetakan ke-I. Kencana Prenada Media Group. Jakarta. 2008.
- Simatupang H. Taufik, *Aspek Hukum Periklanan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke-I. PT. Citra Aditya Bandung, 2004.
- Simatupang Burton Richard, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Cetakan Kedua. PT. Rineka Cipta. Jakarta. 2007.
- Sulistiyono Adi dan Muhammad Rustamadji, *Hukum Ekonomi Sebagai Panglima*, Cetakan 1. Masmedia Buana Pustaka, Sidoarjo-Jawa Timur, 2009.
- Usman Racmadi, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, Cet. I. Djambatan, Jakarta, 2000.