



## **Studi Komparatif Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Singapura terhadap Kenaikan Harga yang Tidak Wajar**

**Luh Widya Saraswati, Susilowati Suparto**  
Fakultas Hukum

### **ABSTRAK**

Munculnya fenomena wabah virus Korona (Covid-19) yang melanda hampir disebagian besar negara di dunia membuat kepanikan tersendiri diantara masyarakat, termasuk Indonesia dan Singapura. Kepanikan tersebut membawa imbas pada kebutuhan guna pencegahan penyebaran virus seperti masker pernapasan. Tingginya animo masyarakat yang membeli masker pernapasan kemudian dimanfaatkan oleh sejumlah penjual untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan menerapkan kenaikan harga yang sangat tidak wajar. Masyarakat sebagai konsumen tentu merasa haknya untuk mendapatkan kebutuhan dengan harga yang wajar merasa terlanggar. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif analitis dengan menganalisa produk hukum yang dianggap relevan baik di Indonesia maupun di Singapura.

**Kata Kunci : Indonesia; Singapura; Perlindungan Konsumen; Harga Tidak Wajar**

### **PENDAHULUAN**

Kenaikan harga pada suatu barang tertentu merupakan hal yang wajar terjadi dalam transaksi ekonomi. Hal tersebut sesuai dengan hukum ekonomi: apabila permintaan akan suatu barang meningkat sementara penawaran akan barang tersebut menurun, maka akan membawa implikasi naiknya harga barang tersebut.

Kenaikan harga yang merupakan fenomena yang wajar terjadi tersebut akan menjadi tidak lazim apabila kenaikan harga terjadi pada situasi darurat global. Sebagai contoh kasus merebaknya virus Korona (Covid-19) yang telah menjadi wabah di hampir sebagian besar negara di seluruh dunia. Penyebaran virus yang sangat cepat dan menimbulkan korban meninggal hingga ribuan orang di seluruh dunia membuat masyarakat dunia dilanda kepanikan, termasuk Indonesia dan Singapura.

Kepanikan yang terjadi di masyarakat pun bukan tanpa sebab. Di Indonesia sendiri sudah ditemukan 514 kasus pasien positif terkena virus Korona dengan rincian 48 orang

meninggal dan 29 orang dinyatakan sembuh . Sementara itu, di Singapura jumlah kasus pasien positif terkena virus Korona jauh lebih sedikit dibandingkan Indonesia, yaitu berjumlah 385 dengan rincian 2 orang meninggal dan 131 telah dinyatakan sembuh kasus. Tentunya dengan ditemukannya kasus terjangkit virus Korona yang tidak sedikit itulah yang menyebabkan terjadinya kepanikan di masyarakat.

Kepanikan tersebut berimbas pada meningkatnya kebutuhan akan alat bantu kesehatan guna mencegah terjadinya penularan virus. Sebagai contoh, permintaan akan masker pernapasan yang meningkat secara drastis namun tidak diimbangi dengan ketersediaan stok barang yang ada menyebabkan terjadinya kelangkaan. Lebih lanjut, kelangkaan tersebut pun berimplikasi pada kenaikan harga masker pernapasan di pasaran.

Momen kelangkaan inilah yang dimanfaatkan oleh beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab untuk menjual masker pernapasan dengan harga yang sangat tinggi. Di Indonesia, kenaikan harga masker pernapasan telah melebihi 100 % (seratus persen) dari harga normal di pasaran. Konsumen yang tidak memiliki pilihan lain pun terpaksa membeli masker pernapasan dengan harga yang jauh berlipat-lipat lebih tinggi. Kondisi inipun dianggap merugikan pihak konsumen. Kenaikan harga pun juga terjadi di Singapura.

Tidak jauh berbeda dengan kondisi di Indonesia, para konsumen di Singapura juga mengeluhkan tingginya harga masker pernapasan yang ada di pasaran Singapura saat ini. Sama halnya dengan konsumen di Indonesia, para konsumen di Singapura yang ingin membeli masker pernapasan gunaantisipasi penyebaran virus Korona juga tidak memiliki pilihan lain selain terpaksa membeli barang tersebut dengan harga yang naik berkali-kali lipat.

Adanya kenaikan harga yang tidak wajar ini membuat konsumen baik berada di Indonesia maupun di Singapura sama-sama merasa keberatan sebab mereka tidak memiliki pilihan lain selain membeli masker pernapasan yang harganya telah naik berkali-kali lipat guna mencegah terpaparnya virus korona.

Dari kasus ancaman kesehatan global ini pula terlihat bahwa telah terjadi fenomena dimana kedudukan antara pelaku usaha dengan konsumen yang tidak berimbang. Pihak penjual memanfaatkan kondisi darurat yang ada guna mengambil keuntungan yang sebesar-besarnya dari para konsumen yang tidak memiliki pilihan lain selain membeli dengan harga yang naik dengan tidak wajar tersebut.

Adapun kenaikan harga barang secara tidak wajar ini seringkali diartikan dengan price gouging atau pencungkilan harga. Istilah price gouging atau pencungkilan harga tidak mempunyai definisi yang baku yang dapat diterima secara universal. Namun, price gouging dapat diartikan sebagai suatu fenomena yang mengacu pada peningkatan harga secara eksekutif dan cenderung eksploitatif pada barang yang sangat dibutuhkan dalam kondisi darurat seperti bencana alam atau wabah penyakit. Fenomena inilah yang terjadi di Indonesia dan Singapura dalam hal terjadinya kenaikan harga barang tertentu di situasi darurat pandemi Covid-19.

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum. Perlindungan yang dimaksud ialah perlindungan dari kesewenangan atau dari hal-hal yang dirasa dapat mencederai harkat dan martabat yang dimiliki oleh setiap orang sebagai manusia. Apabila dikaitkan dengan konsumen, hukum dimaksudkan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak yang dimiliki oleh setiap konsumen dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut. Interaksi antara konsumen dan pelaku usaha menimbulkan suatu hubungan hukum. Setiap hak dan kewajiban yang tercipta dari hubungan tersebut haruslah dilindungi oleh hukum, sehingga masyarakat memperoleh rasa aman dalam menjalankan kepentingannya. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum dapat diartikan sebagai suatu pemberian jaminan bahwa setiap orang akan mendapatkan hak dan kewajibannya, sehingga orang tersebut merasa aman.

Secara umum, Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB), dalam Guidelines for Consumer Protection of 1985 menyatakan: "Konsumen di manapun mereka berada, dari segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya". Hak dasar adalah hak yang paling utama yang dimiliki setiap orang sebagai manusia. Apabila hak-hak dasar yang dimiliki oleh seseorang tidak terpenuhi, maka orang tersebut akan terganggu kelangsungan hidupnya. Dalam konteks perlindungan konsumen, hak-hak dasar tersebut berupa hak untuk mendapatkan kebutuhan dasar manusia; hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur; serta hak untuk mendapatkan ganti rugi atas kerugian yang diperolehnya sebagai konsumen. Pemenuhan hak-hak dasar tersebut sangat penting sehingga PBB menghimbau seluruh anggotanya untuk memberlakukan hak-hak konsumen tersebut di negara masing-masing. Berdasarkan pernyataan yang dikeluarkan oleh PBB tersebut, dapat pula terlihat bahwa PBB mendorong setiap negara untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak yang dimiliki oleh konsumen.

Adapun Menurut Jhon F. Kennedy konsumen memiliki hak yang mendapat perlindungan oleh hukum, yaitu :

1. Hak memperoleh keamanan (the right to safety);
2. Hak memilih (the right to choose);
3. Hak mendapat informasi (the right to informed); dan
4. Hak untuk didengar (the right to be heard).

Semua hak dasar di atas merupakan hak-hak yang paling mendasar yang dimiliki oleh setiap konsumen dimanapun mereka berada dan diakui secara internasional. Seiring dengan perkembangan yang ada, The International Organization of Consumer Union (IOCU) menambahkan beberapa hak lain seperti hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen, hak untuk mendapatkan ganti kerugian, dan hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Lebih lanjut, adapun pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen memiliki tujuan:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan pelaku usaha;
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
4. Memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan;
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Dengan munculnya fenomena ekonomi ini tentunya merugikan konsumen baik di Indonesia maupun di Singapura, khususnya dalam pemenuhan hak-hak konsumen, dalam kasus ini hak untuk memperoleh barang dengan harga yang wajar. Oleh karena terjadi kerugian terhadap hak yang dimiliki konsumen tersebut, maka hukum dari masing - masing negara bekerja untuk melindungi hak-hak yang dimiliki oleh setiap konsumen.

Selain memberi perlindungan terhadap hak-hak yang dimiliki konsumen tersebut, baik di Indonesia maupun di Singapura juga menjangkau ranah penyelesaian sengketa apabila terdapat konsumen yang merasa haknya terlanggar. Dari uraian singkat disebut diatas maka akan dibahas lebih lanjut dalam tulisan ini mengenai:

1. Bagaimana pengaturan hukum perlindungan konsumen di Indonesia dan Singapura terkait peristiwa naiknya harga barang tidak wajar?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa perlindungan konsumen baik di Indonesia maupun di Singapura?

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan metode pendekatan yuridis normati melalui penelaahan data berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Data diperoleh melalui studi kepustakaan. Selanjutnya, data sekunder yang diperoleh dianalisa secara yuridis kualitatif. Adapun spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif analitis dengan menggambarkan kajian mengenai perlindungan konsumen di Indonesia maupun di Singapura terkait kenaikan harga tidak wajar.

## **PEMBAHASAN**

### **Perlindungan Konsumen di Indonesia**

Pada umumnya, baik penjual maupun konsumen memiliki kedudukan yang sama, dimana penjual membutuhkan uang sebagai timbal balik barang yang dijualnya begitu juga konsumen yang membutuhkan barang-barang tertentu guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun pada kenyataannya sering kali kedudukan masing-masing pihak tidak seimbang, dalam hal ini pihak konsumen sering berada di posisi yang lebih lemah dibandingkan dengan pihak penjual. Kondisi yang tidak seimbang tersebut sering disebabkan karena pihak penjual memiliki sumber daya yang tidak dimiliki oleh pihak konsumen sehingga pihak penjual memiliki keleluasaan dalam melakukan kontrol harga terutama bila permintaan akan suatu barang tertentu meningkat.

Terlebih pada dewasa ini dimana terjadi keadaan luar biasa: munculnya wabah virus Korona yang telah memakan korban hingga ribuan orang di seluruh dunia membuat permintaan akan barang pencegahan penularan virus seperti masker pernapasan banyak diburu oleh konsumen. Momen inilah yang dimanfaatkan oleh sejumlah penjual untuk menaikkan harga jual masker pernapasan hingga harga yang sangat tinggi dari harga normal.

Kenaikan harga yang drastis ini juga membuat para penjual lainnya juga melakukan penyesuaian harga sehingga membuat iklim transaksi jual beli masker pernapasan semakin tidak kondusif. Konsumen yang tidak memiliki pilihan lain pun terpaksa membeli dengan harga yang sangat mahal. Tentunya kondisi ini dikeluhkan oleh para konsumen sebab mereka merasa hak mereka tidak dilindungi secara baik.

Sebagai negara hukum, Perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia dilakukan dengan cara memberi perlindungan terhadap hak-hak yang dimiliki oleh setiap konsumen. Bila diuraikan secara garis besar, hak-hak yang dimiliki oleh konsumen dapat digolongkan menjadi tiga hak dasar, yaitu:

1. hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
2. hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar; dan
3. hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Di Indonesia terkait dengan hak para konsumen, telah diatur secara detail mengenai hak-hak apa saja yang dimiliki oleh konsumen yang dilindungi dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU 8/1999). Menurut UU 8/1999, dalam Pasal 1 angka 1 diuraikan mengenai pengertian perlindungan konsumen, yaitu “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Bila dilihat lebih mendalam UUPK mengamanatkan segala pihak, utamanya pemerintah, untuk mengambil segala upaya baik dengan pembentukan peraturan teknis maupun merumuskan kebijakan guna mewujudkan perlindungan hukum atas hak-hak yang dimiliki konsumen.

Dalam pasal 1 angka 2 UU 8/1999, disebutkan bahwa: “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Dalam rumusan pasal tersebut, jelas terlihat bahwa yang dimaksud adalah konsumen akhir. Istilah konsumen akhir dapat ditemukan dalam kepustakaan ekonomi dan selain istilah tersebut, dikenal pula istilah konsumen antara. Konsumen akhir merupakan konsumen yang melakukan penggunaan atau pemanfaatan akhir dari suatu produk dan tidak untuk maksud diperjual-belikan kembali, sementara konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan atau memanfaatkan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi lainnya. Dengan kata lain, konsumen antara memanfaatkan suatu barang guna memperoleh keuntungan ekonomis lebih lanjut, bukan untuk pemanfaatan pribadi.

Definisi pelaku usaha dapat ditemukan dalam rumusan Pasal 1 butir 3 UU 8/1999, yaitu:

“setiap orang- perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia. Baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Undang-undang Perlindungan Konsumen di Indonesia memuat tujuan diperlukannya Perlindungan Konsumen yang secara jelas dijabarkan dalam Pasal 3:

- I. Konsumen
  - (1) meningkatkan kesadaran konsumen akan hak dan kewajibannya;
  - (2) mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindari eksekusi negatif pemakaian barang/jasa;
  - (3) meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya;
- II. Pelaku usaha: menumbuhkan kesadaran pelaku usaha sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab;
- III. Sistem perlindungan konsumen: menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- IV. Kualitas barang/jasa: meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin:
  - (1) kelangsungan usaha produksi barang/jasa;
  - (2) kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan.

Dalam Pasal 3 dijabarkan secara rinci terkait apa saja yang hendak dicapai dengan adanya pengaturan Undang-undang Perlindungan Konsumen ini. Pada angka I, Pembentuk undang-undang menginginkan para konsumen mengentahui apa saja yang menjadi haknya sehingga para konsumen di Indonesia dapat mempertahankan hak-haknya tersebut.

Lebih lanjut, alasan pemberian perlindungan kepada konsumen tersebut dapat dilihat dalam penjelasan UU 8/1999 bagian umum yang secara garis besar menyebutkan:

1. Adanya pembangunan dan perkembangan perekonomian yang mengikuti arus globalisasi serta perdagangan bebas yang dapat membuat kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang;
2. Kedudukan konsumen lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usahamelalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen;
3. Lemahnya kedudukan konsumen diakibatkan karena rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya. Oleh karenanya, UU 8/1999 dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Bila dilihat lebih jauh lagi, adapun hak-hak konsumen yang dilindungi oleh undang-undang yang mulai efektif diberlakukan pada tanggal 20 April 2000 tersebut, dalam Pasal 4 disebutkan 9 (sembilan) hak yang dimiliki oleh konsumen, antara lain:

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak konsumen yang telah disebut di atas merupakan hak-hak mendasar yang dimiliki oleh setiap konsumen di Indonesia. Salah satu hak konsumen yang krusial termuat dalam ketentuan Pasal 4 angka 2 UU 8/1999 dimana secara tersirat dapat ditafsirkan jika setiap konsumen di Indonesia memiliki hak untuk memilih serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang ada.

Artinya dalam hal ini, para konsumen di Indonesia berhak untuk membeli masker pernapasan sesuai dengan harga yang wajar. Para konsumen di Indonesia dapat menuntut haknya untuk mendapatkan harga yang wajar dan hak tersebut dilindungi secara hukum oleh pemerintah Indonesia. Konsekuensinya para penjual di Indonesia, khususnya para penjual masker pernapasan, haruslah menjual barang mereka dengan harga yang wajar.

Hal ini juga sesuai dengan Pasal 3 angka 2 UU 8/1999 yang menghendaki bahwa setiap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya haruslah dilandasi dengan sikap jujur dan bertanggungjawab. Namun permasalahan lebih lanjut adalah apakah semua penjual masker pernapasan di Indonesia dengan harga yang tidak wajar merupakan pelaku usaha sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang Perlindungan Konsumen.

Menurut ketentuan umum yang diatur dalam Pasal 1 angka 3 UU 8/1999, yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah "setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi". Definisi pelaku usaha sebagaimana disebut dalam ketentuan pasal tersebut memiliki jangkauan yang sangat luas, dapat mencakup individu ataupun badan usaha selama terdapat kegiatan usaha di bidang ekonomi yang diselenggarakan dalam lingkup wilayah hukum Indonesia.

Meskipun pengertian pelaku usaha yang dimaksud dalam dalam Pasal 1 angka 3 UU 8/1999 sangat luas, namun terdapat pengecualian dalam ketentuan tersebut. Pengecualian tersebut diterangkan dalam lembar penjelasan Pasal 1 angka 3 UU 8/1999 dimana disebutkan bahwa pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian yang dimaksud dalam pasal tersebut adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain. Dari pemaparan mengenai definisi pelaku usaha dalam UU 8/1999, maka dapat disebutkan bahwa penjual yang menjual masker pernapasan dengan harga yang tidak wajar di Indonesia masuk ke dalam definisi pelaku usaha sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 angka 3 UU 8/1999.

Bila dikaitkan dengan peristiwa kenaikan harga masker pernapasan selama terjadinya pandemi, tidak ditemukan pengaturan hukum di Indonesia yang secara khusus menjerat para penjual sebagai pelaku usaha yang menjual masker kesehatan dengan harga yang tidak wajar termasuk di dalam rumusan UU 8/1999. Sebagai peraturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen di Indonesia, UU 8/1999 tidak mengatur lebih spesifik terutama sanksi yang dapat diberikan terkait dengan perbuatan yang dilarang untuk dilakukan oleh pihak penjual sebagai pelaku usaha berupa penetapan harga yang tidak wajar.

Di sisi lain, UU 8/1999 mengatur tentang keberadaan sebuah badan yang bertugas untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi berkenaan dengan pelanggaran hak-hak konsumen. Adapun secara rinci tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) ini dimuat dalam Pasal 52 UU 8/1999, antara lain:

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna menyelidiki dan/atau pemeriksaan;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;



- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Dari ketentuan di atas, pemerintah Indonesia telah menyediakan sebuah wadah dimana para konsumen yang merasa hak-haknya terlanggar untuk mengajukan pengaduan untuk selanjutnya ditindak lanjuti. Mengenai tata cara penyelesaian hingga sanksi yang dijatuhkan menjadi kewenangan badan ini.

Dengan hadirnya badan ini, pemerintah Indonesia berharap dapat memberikan jaminan perlindungan yang layak bagi para konsumen di Indonesia. Melalui badan ini pula diharapkan terciptanya suatu kesepakatan tanpa menimbulkan kerugian lebih jauh bagi kedua belah pihak.

### **Perlindungan Konsumen di Singapura**

Tidak jauh berbeda dengan Indonesia, para konsumen di Singapura juga mengeluhkan hal yang sama terkait kenaikan harga masker pernapasan yang tidak wajar. Pada keadaan normal, harga 10 (sepuluh) buah masker dihargai dengan harga S\$2.50 (dua dolar lima puluh sen dolar singapura). Namun pada kondisi saat ini, harga 20 (dua puluh) buah masker pernapasan dihargai dengan harga S\$138 (seratus tiga puluh delapan dolar singapura). Tentunya hal ini menimbulkan keresahan diantara para konsumen di Singapura.

Bila di Indonesia memiliki Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka di Singapura terdapat pula undang-undang perlindungan konsumen yang dibedakan menjadi 2 undang-undang yang berdiri sendiri yaitu Consumer protection (trade descriptions and safety requirements) act tahun 1975 dan Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPFTA) tahun 2003. Pembahasan terkait penerapan harga tidak wajar masuk ke ranah pembahasan fair trading, oleh karenanya akan difokuskan pada pembahasan CPFTA. Adapun pembentukan undang-undang ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan serta mendorong terbentuknya iklim perdagangan yang adil guna melindungi kepentingan konsumen, utamanya untuk melindungi para konsumen dari praktik tidak adil.

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai ruang lingkup praktik yang tidak adil, ada baiknya untuk memperjelas terminologi yang digunakan pada peraturan ini. Berbeda dengan undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia yang menggunakan istilah konsumen dan pelaku usaha, pada CPFTA digunakan istilah consumer dan supplier. Untuk memperjelas apa yang dimaksud dengan supplier, dapat dilihat dari rumusan di ketentuan pembuka peraturan ini :

#### Article 2

“supplier” means a person who, in the course of the person’s business –

- a) provides goods or services to consumers;
- b) manufactures, assembles or produces goods;
- c) promotes the use or purchase of goods or services; or
- d) receives or is entitled to receive money or other consideration as a result of the provision of goods or services to consumers, and includes any employee or agent

of the person, and the word “supply”, with its grammatical variations and cognate expressions, shall have corresponding meanings;”

Dari rumusan diatas, terlihat yang dimaksud sebagai supplier disini adalah setiap orang yang menyediakan, membuat, mempromosikan barang atau jasa dan oleh karenanya berhak untuk memperoleh uang atau pertimbangan lainnya sebagai timbal balik atas barang atau jasa tersebut dari konsumen. Disini dapat diartikan bahwa tidak diperlukan adanya konsistensi sebagai penjual tetap untuk dikatakan sebagai supplier disini dan membawa konsekuensi lebih jauh: penjual musiman dapat diberlakukan undang-undang ini.

Peraturan yang mulai efektif diberlakukan pada tanggal 1 Maret 2004 ini, menjelaskan lebih lanjut mengenai apa yang dimaksud dengan praktik yang tidak adil, yaitu :

Article 4

- a) to do or say anything, or omit to do or say anything, if as a result a consumer might reasonably be deceived or misled;
- b) to make a false claim;
- c) to take advantage of a consumer if the supplier knows or ought reasonably to know that the consumer –
  - (i) is not in a position to protect his own interests; or
  - (ii) is not reasonably able to understand the character, nature, language or effect of the transaction or any matter related to the transaction; or
- d) without limiting the generality of paragraphs (a), (b) and (c), to do anything specified in the Second Schedule.

Secara garis besar, kriteria dari suatu perbuatan dapat dikategorikan sebagai praktik tidak adil ialah dimana penjual dalam hal tertentu memanfaatkan posisi lemah konsumen sehingga apabila terjadi transaksi maka terdapat ketidak seimbangan posisi dalam pemenuhan hak-hak konsumen. Apabila dalam suatu transaksi ekonomi, pihak penjual secara langsung maupun tidak langsung menempatkan posisi konsumen sedemikian rupa sehingga membuat hak-hak milik konsumen terlanggar, maka perbuatan penjual tersebut dapat dikategorikan sebagai praktik tidak adil.

Selain memberi pengertian secara umum, pada huruf d disebutkan terdapat beberapa tindakan spesifik yang dapat dikategorikan sebagai praktik tidak adil yang dimuat dalam second schedule dari undang-undang tersebut. Terdapat 24 tindakan spesifik yang dapat dikategorikan sebagai praktik tidak adil. Pada pasal selanjutnya, dijelaskan pula kondisi-kondisi yang masih terkait dengan praktik tidak adil tersebut. Pasal 5 Singapore Consumer Protection (Fair Trading) menyebutkan:

- 1) An unfair practice may occur before, during or after a consumer transaction.
- 2) An unfair practice may consist of a single act or omission.
- 3) In determining whether or not a person has engaged in an unfair practice –
  - a) the reasonableness of the actions of that person in those circumstances is to be considered; and
  - b) an act or omission by an employee or agent of a person is deemed also to be an act or omission of the person if the act or omission occurred in the course of –

- i. the employee's employment with the person; or
- ii. the agent exercising the powers or performing the duties on behalf of the person within the scope of the agent's actual or apparent authority.

Dari ketentuan diatas, terlihat bahwa salah satu indikator apakah seseorang dapat dikatakan telah melakukan praktik tidak adil yaitu dengan melihat kewajaran dalam tindakannya. Kewajaran yang dimaksud apakah tindakannya tersebut dapat diterima dengan akal manusia dalam kondisi tertentu sehingga apabila dikaitkan dengan fenomena kenaikan harga masker pernapasan yang begitu drastis, bila kenaikan harga tersebut dianggap oleh konsumen tidak wajar, maka penjual dapat dikatakan telah melakukan praktik tidak adil dan menurut Pasal 6 konsumen berhak untuk mengajukan tuntutan ke pengadilan kepada penjual sesuai dengan yurisdiksinya.

Sama halnya dengan Indonesia, di Singapura terdapat organisasi yang khusus menampung permasalahan terkait perlindungan konsumen yang sifatnya mandiri (non-pemerintah) dan non-profit, bernama Consumer Association of Singapore (CASE). Melalui organisasi ini, para konsumen yang merasa haknya terlanggar dapat mengajukan aduan untuk akhirnya dapat dibantu proses penyelesaiannya sesuai dengan apa yang diatur dalam CPFTA.

## **PENUTUP**

Dari pembahasan yang telah dilakukan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa baik di Indonesia maupun di Singapura hak masyarakat sebagai konsumen dilindungi oleh hukum yang berlaku di masing-masing negara. Pemerintah, baik Indonesia maupun Singapura, menyadari bahwa dalam transaksi ekonomi yang terjadi di masyarakat, pihak konsumen merupakan pihak yang rentan untuk terlanggar hak-haknya dan oleh karenanya negara berusaha untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen melalui pengadaan aturan hukum yang secara khusus mengatur mengenai hak dan kewajiban para pihak, baik itu hak konsumen maupun pelaku usaha. Selain itu, melalui produk hukum yang ada, diatur pula secara tegas hal-hal apa saja yang dilarang untuk dilakukan khususnya bagi pelaku usaha. Kembali lagi, larangan tersebut ada semata-mata untuk melindungi hak-hak konsumen yang rentan sehinggadiharapkan dapat tercipta perlindungan hak yang adil dan berimbang. Dari pembahasan di atas pula, sebaiknya pemerintah baik Indonesia maupun Singapura semakin melengkapi serta menyempurnakan peraturan-peraturan serta mengadakan kebijakan khusus untuk melindungi hak-hak konsumen utamanya terhadap kenaikan harga barang secara tidak wajar.

## **DAFTAR BACAAN**

### **Buku**

H. Syawali dan N. S. Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Mandar Maju 2000);

Shofie, Yusuf, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya* (Citra Aditya Bakti 2003).

M. Hadjon, Philipus, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia* (Bina Ilmu 1987);

Nasution, A.Z., Hukum Perlindungan Konsumen. (Diadit Media 2002);

Sidobalok, Janus, Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia (Pt. Citra Aditya Bakti 2014);

### **Jurnal**

Desy Ary Setyawati, Dahlan dan M. Nur Rasyid, 'Perlindungan Bagi Hak Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik' (2017) 1 Syiah Kuala Law Journal 33;

Kurniawan, 'Perbandingan Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Indonesia Dengan Negara-Negara Common Law System' (2014) 44 Jurnal Hukum dan Pembangunan 269.

### **Disertasi**

Miru, Ahmadi, 'Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia' (Disertasi Program Pascasarjana, Universitas Airlangga 2000)

### **Artikel**

Wahyu Jatmiko, 'Price Gouging: Antara Neoliberal dengan Ekonomi Islam', (2020) V/Maret/2020 Bulletin MES 22.

### **Website**

CNN, 'Update Corona 22 Maret: 514 Kasus, 48 Meninggal, 29 Sembuh'(2020) <<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200322145049-20-485799/update-corona-22-maret-514-kasus-48-meninggal-29-semuh>> diakses 22 Maret 2020.

Kompas, 'Dua Pasien Corona Meninggal di Singapura, Salah satunya WNI' <<https://www.kompas.com/global/read/2020/03/21/113949970/dua-pasien-corona-meninggal-di-singapura-salah-satunya-wni?page=all>> diakses 21 Maret 2020.

### **Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen  
Singapore Consumer Protection (Fair Trading) Act