

## BAB II

### PEMBAHASAN

#### A. Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha dan Konsumen

##### 1. Pelaku Usaha

###### a. Pengertian Pelaku Usaha

Menurut pengertian Pasal 1 angka 3 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, 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. Dalam penjelasan Pasal 1 angka 3 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen tersebut, pelaku usaha yang dimaksud adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Bentuk atau Wujud Pelaku Usaha<sup>17</sup>.

Bentuk Pelaku Usaha menurut Pasal 1 butir 3 PP No.58 Tahun 2001 :

---

<sup>17</sup><http://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/>, diakses 10 Februari 2018, pukul 12:08 WIB.

- 1) Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya secara seorang diri.
- 2) Badan usaha, yaitu kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, antara lain :
  - a) Badan hukum, adalah badan usaha yang sudah mendaftarkan dirinya di notaris untuk mendapatkan akta pendirian yang sudah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM seperti Perseroan Terbatas (PT).
  - b) Bukan badan hukum, adalah badan usaha yang mendaftarkan dirinya di notaris yang hanya memiliki akta otentik dan tidak memiliki akta pendirian yang disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM, seperti Firma.

b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak Pelaku Usaha berdasarkan Pasal 6 UUPK, adalah:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.

- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UUPK, adalah:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

- 7) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Jika disimak baik-baik, jelas bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang ditargetkan untuk menciptakan budaya tanggung jawab pada diri para pelaku usaha.<sup>18</sup>

c. Perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 8 UUPK adalah larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi, antara lain<sup>19</sup> :

- 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 2) Tidak sesuai dengan berat isi bersih atau neto.
- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan sebagaimana dinyatakan dalam label, etika , atau keterangan barang atau jasa tersebut.
- 5) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label.

<sup>18</sup>Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm. 34.

<sup>19</sup>Lastini, 2016, *Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Lex Privatum, Vol.4 No.6, hlm. 70.

- 6) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal.
- 7) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat barang, ukuran , berat isi atau neto.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 9 UUPK adalah larangan dalam menawarkan, mempromosikan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar atau seolah-olah<sup>20</sup> :

- 1) Barang tersebut telah memenuhi atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu.
- 2) Barang tersebut dalam keadaan baik/baru.
- 3) Barang atau jasa tersebut telah mendapat atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu.
- 4) Dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor atau persetujuan.
- 5) Barang atau jasa tersebut tersedia.
- 6) Tidak mengandung cacat tersembunyi.
- 7) Kelengkapan dari barang tertentu.
- 8) Berasal dari daerah tertentu.
- 9) Secara langsung atau tidak merendahkan barang atau jasa lain.

---

<sup>20</sup>*Ibid.*

10) Menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti aman, tidak berbahaya, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap.

11) Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 10 UUPK adalah larangan untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :

- 1) Harga suatu barang dan/atau jasa.
- 2) Kegunaan suatu barang dan/atau jasa.
- 3) Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.
- 4) Tawaran potongan harga atau hadiah.
- 5) Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

## 2. Konsumen

### a. Pengertian Konsumen

Menurut pengertian Pasal 1 angka 2 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, 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. Menurut A.Z

Nasution konsumen adalah pemakai akhir barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat bagi kepentingan diri sendiri atau keluarga atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali.<sup>21</sup> Dalam kepustakaan ekonomi terdapat dua jenis konsumen yaitu konsumen akhir dan konsumen antara. Pengertian konsumen dalam UUPK ini merupakan konsumen akhir.

Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).<sup>22</sup> Sedangkan yang dimaksud dengan konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/atau jasa lain untuk diperdagangkan (komersial).<sup>23</sup>

Berdasarkan penjelasan mengenai konsumen di atas, maka dapat dibuat kesimpulan mengenai unsur-unsur konsumen, yaitu :

1) Setiap orang

Setiap orang dalam hal ini dapat orang secara pribadi maupun orang dalam kelompok. Orang secara pribadi seperti seorang yang memakai lampu untuk rumahnya sendiri. Orang secara kelompok seperti masyarakat Bantul yang jalannya minim

---

<sup>21</sup>A.Z Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 43.

<sup>22</sup>Kelik Wardiono, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ombak, Yogyakarta, hlm. 20.

<sup>23</sup>*Ibid.*

akan penerangan akan tetapi pajak penerangan selalu dipungut.

2) Pemakai

Setiap orang yang memakai (mengonsumsi) barang dan/atau jasa dengan membayar barang dan/atau jasa tersebut dengan sejumlah uang.

3) Barang dan/atau jasa

Barang yang dimaksud adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.<sup>24</sup> Sedangkan jasa yang dimaksud adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.<sup>25</sup>

4) Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain

Barang dan/atau jasa yang dimaksud berguna bagi kepentingan dirinya, orang lain maupun makhluk hidup lain yang ada disekitarnya. Seperti seorang petani yang membeli pupuk untuk padinya. Pupuk tersebut berguna untuk padinya

---

<sup>24</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 4.

<sup>25</sup>*Ibid*, Pasal 1 angka 5.

agar subur dan si petani dapat menjual padi dengan kualitas yang baik.

5) Tidak untuk diperdagangkan

Barang dan/atau jasa yang dimaksud tidak untuk diperdagangkan, artinya barang dan/atau jasa tersebut digunakan untuk kepentingan dirinya maupun orang lain. Seperti pupuk yang dibeli oleh petani dan pupuk tersebut digunakan oleh petani untuk padinya, pupuk tersebut tidak untuk diperdagangkan kembali.

b. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak konsumen tidak hanya diatur dalam UUPK, akan tetapi John F. Kennedy dalam pidatonya di Kongres Amerika Serikat (1962) menyebutkan terdapat empat hak dasar konsumen dan kemudian hak dasar tersebut dicanangkan oleh PBB. Hak dasar konsumen tersebut antara lain<sup>26</sup> :

- 1) Hak atas keamanan (*the right to safety*)
- 2) Hak untuk memilih (*the right to choose*)
- 3) Hak untuk didengar (*the right to be informed*)
- 4) Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen (*the right to be heard*)

---

<sup>26</sup>Ahmad Miru & Sutarman Yodo., *Op.Cit.*, hlm. 39.

Hak konsumen di atas diperluas dalam UUPK menjadi sembilan hak dan hak-hak tersebut terdapat dalam Pasal 4 UUPK, hak-hak tersebut antara lain :

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang 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 atau jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakannya.
- 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.

Dari hak konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen.<sup>27</sup>

Kewajiban konsumen berdasarkan Pasal 5 UUPK, adalah :

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

## **B. Tinjauan Umum Tentang Pembinaan dan Pengawasan**

### **1. Pembinaan**

#### **a. Pengertian Pembinaan**

Secara hukum khususnya di dalam PP No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen pengertian pembinaan tidak dijelaskan. Dengan tidak adanya pengertian tersebut menimbulkan ketidakpastian mengenai pembinaan itu sendiri dan menimbulkan multitafsir/penafsiran yang beragam sehingga membuat

---

<sup>27</sup>Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Op.Cit.*, hlm. 30.

pelaksanaan di lapangan tidak maksimal. Pembinaan adalah bantuan dari seseorang atau sekelompok orang yang ditujukan kepada orang atau sekelompok orang lain melalui materi pembinaan dengan tujuan dapat mengembangkan kemampuan, sehingga tercapai apa yang diharapkan.<sup>28</sup> Menurut A. Mangunhardjana bahwa pembinaan dapat diartikan sebagai suatu proses belajar dengan melepaskan hal-hal yang sudah dimiliki dan mempelajari hal-hal baru yang belum dimiliki, dengan tujuan membantu orang yang menjalaninya untuk membetulkan dan mengembangkan pengetahuan dan kecakapan yang sudah ada serta mendapatkan pengetahuan dan kecakapan baru untuk mencapai tujuan hidup dan kerja yang sedang dijalani secara efektif.<sup>29</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pembinaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara efektif untuk memperoleh hasil yang lebih baik serta mempertahankan dan menyempurnakan apa yang telah ada yang sesuai dengan yang diharapkan.<sup>30</sup> Menurut Mathis, pembinaan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup>Ahmad Tanzeh, 2009, *Pengantar Metode Penelitian*, Teras, Yogyakarta, hal. 144.

<sup>29</sup>A. Mangunhardjana, 1991, *Pembinaan: Arti dan Metodenya*, Kanisius, Yogyakarta, hlm. 12

<sup>30</sup>Departemen Pendidikan Nasional, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa, Jakarta, hlm. 193.

<sup>31</sup>Robert L Mathis & John H Jackson, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Buku 2, Alih Bahasa, Salemba Empat, Jakarta, hlm. 112.

Pembinaan bersangkut paut dengan pihak baik itu orang, institusi, maupun lembaga yang mempunyai kewajiban dan tanggung jawab terhadap seseorang, institusi, maupun lembaga yang ada dalam tanggungjawabnya sebagai atasan atau pimpinan atau pihak yang ditunjuk oleh suatu aturan untuk membina. Pembinaan merupakan hal mutlak yang dilakukan, tanpa pembinaan pencapaian tujuan bisa tidak memadai, tidak maksimal, bahkan tidak tercapai dengan berbagai alasan, sehingga hal tersebut pada akhirnya dapat menimbulkan kerugian pada pihak-pihak tertentu. Pembinaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pembinaan secara khusus dalam hal penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pembinaan tersebut dilakukan oleh pemerintah yaitu Menteri dan/atau menteri teknis yang terkait dengan perlindungan konsumen (Pasal 3). Menteri yang dimaksud adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.<sup>32</sup> Dalam hal pembinaan ini, pemerintah bertanggungjawab untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

---

<sup>32</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 13.

## b. Fungsi Pembinaan

Secara umum pembinaan memiliki beberapa fungsi, antara lain<sup>33</sup> :

- 1) Memupuk kesetiaan dan ketaatan.
- 2) Meningkatkan adanya rasa pengabdian rasa tanggung jawab, kesungguhan dan kegairahan bekerja dalam melaksanakan tugasnya.
- 3) Meningkatkan gairah dan produktivitas kerja secara optimal.
- 4) Mewujudkan suatu layanan organisasi dan pegawai yang bersih dan berwibawa.
- 5) Memperbesar kemampuan dan kehidupan pegawai melalui proses pendidikan dan latihan yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan organisasi (wadah yang ditentukan).

## c. Tujuan Pembinaan

Pembinaan memiliki beberapa tujuan seperti yang diatur dalam Pasal 3 ayat (1) PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, antara lain :

- 1) Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.

---

<sup>33</sup><http://xerma.blogspot.co.id/2014/05/pengertian-fungsi-pembinaan-menurut.html>, diakses 1 Februari 2018, pukul 12:15 WIB.

- 2) Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- 3) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Dalam upaya untuk menciptakan iklim usaha dan menumbuhkan hubungan sehat antara pelaku usaha dan konsumen, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal<sup>34</sup>:

- 1) Penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen.
- 2) Pemasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.
- 3) Peningkatan peranan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan lembaga.
- 4) Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing.
- 5) Peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan, keterampilan.

---

<sup>34</sup>Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Pasal 3 ayat (1).

- 6) Penelitian terhadap barang dan/atau jasa beredar yang menyangkut perlindungan konsumen.
- 7) Peningkatan kualitas barang dan/atau jasa.
- 8) Peningkatan kesadaran sikap jujur dan tanggung jawab pelaku usaha dalam memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan dan menjual barang dan/atau jasa.
- 9) Peningkatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah dalam memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa serta pencantuman label dan klausula baku.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa dalam upaya mewujudkan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen yang terpenting adalah point pertama, point kedua dan point keempat. Point satu menjadi penting karena penyusunan kebijakan harus dilakukan dengan melihat situasi dan kondisi yang ada. Kebijakan tersebut harus sesuai dengan kondisi pelaku usaha dan konsumen itu sendiri saat ini agar kebijakan tersebut dapat berjalan dengan semestinya. Point kedua menjadi penting karena kebijakan yang telah disusun oleh pemerintah/pejabat yang berwenang haruslah diberitakan, diumumkan, dimasyarakatkan kepada khalayak umum yang di dalamnya terdapat pelaku usaha dan konsumen, agar pelaku usaha dan konsumen tersebut dapat

mengetahui dan memahami aturan-aturan yang berlaku khususnya aturan mengenai perlindungan konsumen.

Point keempat menjadi penting karena peningkatan pemahaman mengenai hak dan kewajiban para pelaku usaha dan konsumen dapat membantu terwujudnya hubungan yang sehat antara keduanya (pelaku usaha dan konsumen). Jika masing-masing pihak dapat memahami hak dan kewajiban mereka, maka mereka akan mengerti apa saja hal yang boleh, tidak boleh dan harus dilakukan. seperti hak yang dimiliki oleh konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hak konsumen ini berhubungan dengan kewajiban pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Jika pelaku usaha dalam memproduksi suatu produk (barang) tidak memberikan informasi yang benar mengenai kondisi produk tersebut maka hak konsumen telah dirugikan. Dirugikannya hak konsumen tersebut dapat menjadi pengahambat terwujudnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.

#### d. Komponen Pembinaan

Pembinaan memiliki beberapa komponen, antara lain<sup>35</sup> :

- 1) Tujuan dan sasaran pembinaan dan harus jelas dan dapat diukur.
- 2) Para pembina yang profesional.
- 3) Materi pembinaan harus disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai.
- 4) Peserta pembinaan harus memenuhi persyaratan yang ditentukan.

#### 2. Pengawasan

##### a. Pengertian Pengawasan

Dalam suatu program ataupun aturan yang dibentuk pasti ada tujuan yang ingin dicapai dari pembentukan suatu program atau aturan tersebut dan ingin agar program atau aturan tersebut berjalan dengan semestinya. Untuk mencapai tujuan tersebut dan program atau aturan tersebut dapat berjalan dengan semestinya, setiap pihak yang terlibat dalam pembentukan program atau aturan tersebut pasti akan mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan agar tujuan tersebut dapat tercapai dan program atau aturan tersebut dapat berjalan dengan semestinya. Dalam pelaksanaan suatu program atau aturan pasti terdapat kendala-kendala di dalamnya yang dapat menyebabkan suatu tujuan tidak

---

<sup>35</sup>Anwar P Mangkunegara, 2005, *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*, Refika Aditama, Bandung, hlm. 76.

tercapai dan menyebabkan suatu program atau aturan tidak dapat berjalan dengan semestinya, baik itu karena pihak-pihak yang terlibat seperti ada pihak yang tidak menjalankan kewajibannya dengan baik maupun karena hal tidak terduga lainnya seperti timbulnya masalah antara para pihak karena kesalahpahaman. Maka untuk mencegah hal-hal tersebut terjadi, dilakukanlah suatu kegiatan yang dinamakan pengawasan.

Secara hukum khususnya di dalam PP No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen pengertian pengawasan tidak dijelaskan, dengan tidak adanya pengertian tersebut menimbulkan ketidakpastian mengenai pembinaan itu sendiri dan menimbulkan multitafsir/penafsiran yang beragam sehingga membuat pelaksanaan di lapangan tidak maksimal. Pengawasan sebagai suatu proses untuk menerapkan pekerjaan apa yang sudah dilaksanakan, menilainya dan bila perlu mengoreksi dengan maksud supaya pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana semula.<sup>36</sup> Pengawasan adalah tindakan atau proses kegiatan untuk mengetahui hasil pelaksanaan, kesalahan, kegagalan untuk demikian dilakukan perbaikan dan mencegah terulangnya kembali

---

<sup>36</sup>M. Manullang, 2005, *Dasar-Dasar Manajemen*, UGM Press, Yogyakarta, hlm. 173.

kesalahan-kesalahan itu, begitu pula menjaga agar pelaksanaan tidak berbeda dengan rencana yang ditetapkan.<sup>37</sup>

Pengawasan dilakukan oleh pihak yang secara tegas ditunjuk untuk bertanggungjawab akan pelaksanaan pengawasan tersebut. Seperti pada PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, pihak yang ditunjuk secara tegas oleh undang-undang tersebut adalah Pemerintah yaitu Menteri atau Menteri Teknis, masyarakat yaitu pelaku usaha dan konsumen, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) (Pasal 8). Masing-masing pihak ini mempunyai peran yang sangat penting dalam melakukan pengawasan demi terselenggaranya perlindungan konsumen.

b. Tujuan Pengawasan

Pengawasan yang dilakukan oleh para pihak yang berwenang memiliki beberapa tujuan, antara lain :

- 1) Untuk mengetahui apakah suatu program atau aturan berjalan dengan semestinya atau tidak.
- 2) Untuk mengetahui kendala ataupun masalah yang ada saat pelaksanaan suatu program atau aturan.
- 3) Untuk mencegah terjadinya penyimpangan oleh pihak-pihak yang bersangkutan.

---

<sup>37</sup>Djati Julitriarsa dan John Suprihantoro, 1998. *Manajemen Umum*, BPFE, Yogyakarta, hlm. 101.

- 4) Untuk mencari jalan keluar, mengurangi dan menghambat kendala ataupun masalah yang ada.
- 5) Untuk menjamin tercapainya tujuan dari dibentuknya suatu program atau aturan.

c. Jenis Pengawasan

Menurut Hani Handoko terdapat tiga jenis dasar pengawasan, antara lain<sup>38</sup> :

1) Pengawasan pendahuluan

Pengawasan ini dirancang untuk mengantisipasi masalah atau penyimpangan dari suatu standar atau tujuan serta memungkinkan koreksi dibuat sebelum suatu tahap kegiatan tertentu diselesaikan. Jadi, pengawasan ini lebih aktif dan agresif dengan mendeteksi masalah dan mengambil suatu tindakan yang diperlukan sebelum masalah muncul atau terjadi. Pengawasan ini bersifat preventif artinya tindakan pencegahan sebelum munculnya suatu permasalahan atau penyimpangan.

2) Pengawasan *concurrent*

Pengawasan ini dilakukan bersamaan dengan pelaksanaan kegiatan. Pengawasan ini sering disebut dengan pengawasan “Ya, Tidak”. *Screening Control* atau “berhenti, terus”, dilakukan selama suatu kegiatan

---

<sup>38</sup>Hani Handoko, 2003, *Manajemen*, BPFE, Yogyakarta, hlm 361.

berlangsung. Sehingga memerlukan suatu prosedur yang harus dipenuhi sebelum kegiatan dilanjutkan.

### 3) Pengawasan umpan balik

Pengawasan ini bertujuan untuk mengukur hasil dari suatu kegiatan yang telah diselesaikan. Sebab-sebab dari penyimpangan atau kesalahan dicari tahu kemudian penemuan-penemuan tersebut dapat diterapkan pada kegiatan-kegiatan yang serupa di masa yang akan datang. Pengawasan ini bersifat historis, pengukuran dilakukan setelah kegiatan terjadi.

Tidak hanya pendapat dari Hani Handoko, Maringan M. Simbolon juga berpendapat bahwa pengawasan terbagi atas empat jenis, yaitu<sup>39</sup> :

#### 1) Pengawasan dari dalam organisasi (*internal control*).

Pengawasan dari dalam berarti pengawasan yang dilakukan oleh aparat/unit pengawasan yang dibentuk dalam organisasi itu sendiri. Aparat/unit ini bertindak atas nama pimpinan organisasi. Pengawasan internal ini dilakukan oleh pihak yang bekerja sama dengan pelaku usaha agar usaha yang dijalankan sesuai dengan prosedur.

#### 2) Pengawasan dari luar organisasi (*external control*).

Pengawasan eksternal berarti pengawasan yang dilakukan

---

<sup>39</sup>Maringan M. Simbolon, 2004, *Dasar-Dasar Administrasi dan Manajemen*, Ghalia, Jakarta, hlm. 62.

oleh aparat/unit pengawasan dari luar organisasi. Aparat/unit pengawasan dari luar organisasi itu adalah pengawasan yang bertindak atas nama atasan pimpinan organisasi itu atau bertindak atas nama pimpinan organisasi itu karena permintaannya, misalnya pengawasan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), karena OJK juga mempunyai tugas untuk melakukan pengawasan kepada pelaku usaha seperti pelaku usaha asuransi (Pasal 6 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan).

3) Pengawasan Preventif. Pengawasan ini adalah pengawasan yang dilakukan sebelum rencana dilaksanakan. Maksudnya adalah untuk mencegah terjadinya kekeliruan atau kesalahan dalam pelaksanaan, seperti pengawasan yang dilakukan oleh Pemerintah dengan membuat aturan mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

4) Pengawasan Represif. Pengawasan represif adalah pengawasan yang dilakukan setelah adanya pelaksanaan pekerjaan. Maksudnya adalah untuk menjamin kelangsungan pelaksanaan pekerjaan agar hasilnya sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, seperti pengawasan yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen

Swadaya Masyarakat (LPKSM) dengan cara mengawasi pelaku usaha yang sedang menjalankan kegiatan usahanya agar hasil dari barang dan/atau jasa yang diproduksi tidak merugikan konsumennya kelak.

Selain jenis-jenis pengawasan di atas Indonesia juga mengenal jenis pengawasan lainnya, seperti pengawasan langsung dan tidak langsung. Pengawasan langsung adalah pengawasan yang dilakukan secara pribadi oleh pengawas dengan mengamati, mengecek serta memeriksa sendiri keadaan di lapangan. Pengawasan langsung pada penelitian ini dilakukan oleh LPKSM yang melakukan pengawasan dengan cara turun langsung ke lapangan untuk melihat keadaan yang sebenarnya. Sedangkan pengawasan tidak langsung adalah pengawasan yang dilakukan dengan mempelajari laporan-laporan yang diterima. Pengawasan tidak langsung pada penelitian ini dilakukan oleh Pemerintah yang melakukan pengawasan hanya dengan mempelajari laporan-laporan yang masuk ke mereka. Maka dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa jenis-jenis pengawasan yang tepat pada penelitian ini antara lain :

- 1) Pengawasan berdasarkan waktunya : Pengawasan Preventif dan Represif.
- 2) Pengawasan berdasarkan caranya : Pengawasan Langsung dan Tidak Langsung.

- 3) Pengawasan berdasarkan pelaksanaannya : Pengawasan Intern dan Pengawasan ekstern.

**C. Tinjauan Yuridis Pembinaan dan Pengawasan Dalam Mewujudkan Hubungan Sehat Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen (Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen)**

1. Perwujudan hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen

Hubungan sehat yang dimaksud dalam skripsi ini adalah hubungan yang tidak saling merugikan antar pihak, yaitu pelaku usaha dan konsumen. Berikut beberapa contoh perwujudan hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini :

- a) Pemberian informasi yang jelas dan benar mengenai kondisi akan suatu barang dan/atau jasa oleh pelaku usaha kepada konsumen

Pemberian informasi ini dimaksudkan agar konsumen yang mengkonsumsi hasil dari suatu barang dan/atau jasa dapat mengetahui informasi yang jelas dan benar akan barang dan/atau jasa yang akan dikonsumsi oleh mereka, apakah barang dan/atau jasa tersebut sesuai dan tepat untuk mereka konsumsi atau tidak. Pemberian informasi akan suatu barang dan/atau jasa sangat penting karena melalui pemberian informasi akan suatu barang

dan/atau jasa konsumen dapat mengetahui secara jelas mengenai kondisi barang dan/atau jasa tersebut dan tidak merasa tertipu jika mengkonsumsi barang dan/atau jasa tersebut. Akan tetapi yang terjadi saat ini banyak dijumpai kasus yang berkaitan dengan pemberian informasi akan suatu barang dan/atau jasa seperti, tidak sesuai informasi yang diberikan oleh pelaku usaha atas suatu produk hasil dari barang dan/atau jasa yang beredar. Informasi tersebut sangat penting bagi konsumen karena melalui pemberian informasi tersebut konsumen dapat mengerti akan kondisi akan barang dan/atau jasa yang dipilih dan dengan adanya pemberian informasi tersebut dapat meminimalkan kemungkinan terjadinya penipuan informasi akan suatu barang dan/atau jasa.

Pemberian informasi yang jelas dan benar akan kondisi suatu barang dan/atau jasa merupakan salah satu kewajiban pelaku usaha yang sudah diatur secara jelas oleh UUPK tepatnya pada Pasal 7 huruf b. Jika pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar dan jelas mengenai kondisi akan suatu barang dan/atau jasa maka pelaku usaha tersebut melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf d UUPK, yaitu pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi barang dan/atau jasa seperti yang tertera dalam label. Jika pelaku usaha melakukan pelanggaran tersebut maka pelaku tersebut akan dikenai sanksi

pidana pada Pasal 62 ayat (1) UUPK yaitu dipidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000 (dua milyar rupiah).

- b) Memproduksi dan menjual suatu barang dan/atau jasa sesuai dengan standar yang telah ditentukan oleh undang-undang.

Pelaku usaha dalam memproduksi barang dan/atau jasa haruslah sesuai dengan standar yang telah ditentukan secara tegas oleh undang-undang. Akan tetapi pada kenyataan yang ada saat ini masih banyak kita temukan pelaku usaha yang memproduksi dan menjual suatu barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan standar yang ada seperti pelaku usaha yang memproduksi daging sapi giling dan menjualnya. Pelaku usaha yang memproduksi daging sapi giling tersebut seharusnya memproduksi daging sapi giling dengan 100% daging sapi, akan tetapi masih ada pelaku usaha yang memproduksi daging sapi giling tidak berbahan 100% daging sapi tetapi dicampur dengan daging babi hutan. Alasan pelaku usaha yang melakukan kecurangan tersebut adalah karena daging babi hutan harganya murah dan dapat memberikan keuntungan yang cukup besar.

Perbuatan pelaku usaha tersebut telah merugikan konsumen yang membeli daging gilingnya, terutama konsumen yang tidak bisa atau tidak boleh mengkonsumsi daging babi hutan. Dengan adanya perbuatan curang oleh pelaku usaha yang merugikan

konsumen, maka perbuatan curang pelaku usaha tersebut dapat menimbulkan kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen kepada pelaku usaha. Rasa kekecewaan oleh konsumen tersebut dapat menjadi hambatan terwujudnya hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen. Hal ini sesuai dengan Pasal 7 huruf d UUPK mengenai kewajiban pelaku usaha yaitu menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.

- c) Pelaku usaha tidak melakukan perbuatan diskriminatif kepada konsumennya

Perbuatan diskriminatif dalam hal ini adalah perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan membeda-bedakan konsumen yang satu dengan konsumen yang lain. Contoh perbuatan diskriminatif oleh pelaku usaha seperti pelaku usaha yang melayani pelanggan lamanya dengan baik, ramah, lembut sedangkan melayani pelanggan barunya dengan tidak baik. Hal tersebut dapat menimbulkan kecemburuan pada pelanggan barunya. Perbuatan pelaku usaha yang membeda-bedakan pelanggannya (konsumen) dapat menjadi penghambat untuk terwujudnya hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen. Jika pelaku usaha membeda-medakan setiap pelanggannya maka atau dengan kata lain melakukan perbuatan

diskriminatif, maka pelaku usaha tersebut tidak melakukan kewajibannya seperti pada Pasal 7 huruf c UUPK yaitu memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya tidak boleh berbuat diskriminatif kepada pelanggannya, baik itu pelanggan lama maupun pelanggan baru. Karena setiap pelanggan memiliki hak yang sama sebagai konsumen yaitu hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (Pasal 4 huruf g UUPK). Jika pelaku usaha masih banyak yang melakukan tindakan diskriminatif kepada konsumen-konsumennya, maka akan menimbulkan rasa tidak percaya kepada si pelaku usaha dan hal itu dapat menjadi penyebab tidak dapat terwujudnya hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen.

d) **Pertanggungjawaban pelaku usaha kepada konsumen**

Setiap barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha menjadi tanggung jawab pelaku usaha itu sendiri atas kerusakan yang ataupun kerugian yang dialami oleh konsumen yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa tersebut. Tanggung jawab pelaku usaha tersebut berupa pemberian ganti rugi dapat berupa uang dan penggantian barang yang rusak. Apabila ada kerusakan barang yang diterima oleh konsumen, maka pelaku

usaha wajib untuk memberi ganti rugi. Hal ini diatur secara jelas pada Pasal 7 huruf f dan g, yaitu memberi ganti rugi, kompensasi dan/atau penggantian atas kerugian akibat pemakaian barang dan/atau jasa serta memberi ganti rugi, kompensasi dan/atau penggantian barang apabila barang tidak sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan. Jika pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi tersebut maka pelaku usaha akan dikenakan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah). Sanksi administratif tersebut dijatuhkan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK dapat menjatuhkan sanksi administratif tersebut apabila pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi selama 7 hari setelah tanggal transaksi. Sanksi administratif ini tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan (Pasal 19 UUPK).

Keempat penjelasan di atas yang sudah diatur sedemikian rupa oleh UUPK ternyata masih tidak berjalan dengan semestinya. Penulis mengatakan tidak berjalan dengan semestinya karena masih banyak ditemui aduan-aduan dari konsumen yang dirugikan, seperti kasus Beras Maknyus. Pada kasus beras maknyus terdapat perbuatan merugikan yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu pemberian informasi yang tidak benar, jujur dan jelas mengenai kondisi beras tersebut. Dari aduan tersebut

dapat dikatakan bahwa hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen belum terwujud. Hubungan sehat tersebut belum dapat terwujud karena masih ada niat dari pelaku usaha untuk memanfaatkan keadaan konsumen yang lemah.

2. Pelaksanaan pembinaan dan pengawasan dalam mewujudkan hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen

Hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen merupakan salah satu tujuan dari pembinaan (Pasal 3 ayat (1) huruf a PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen). Pembinaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara efektif untuk memperoleh hasil yang lebih baik serta mempertahankan dan menyempurnakan apa yang telah ada sesuai dengan yang diharapkan. Pembinaan merupakan hal mutlak yang dilakukan dalam suatu kegiatan, tanpa adanya pembinaan pencapaian tujuan bisa tidak maksimal bahkan tidak tercapai dengan berbagai alasan, sehingga hal tersebut pada akhirnya dapat menimbulkan kerugian pada pihak-pihak tertentu. Pembinaan yang dimaksud pada penelitian ini dilakukan oleh Pemerintah khususnya Menteri dan/atau menteri teknis terkait. Menteri tersebut melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pada Pasal 4 PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, dalam upaya menciptakan hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen, Menteri

melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal :

- a) Penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen. Dalam melakukan penyusunan kebijakan, Menteri sudah cukup baik menyusun kebijakan di bidang perlindungan konsumen. Kebijakan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau lebih sering disebut dengan UUPK sudah cukup baik karena sudah mengatur mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dengan cukup rinci/detail. Mulai dari hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, ketentuan pencantuman klausula baku, tanggung jawab pelaku usaha, pembinaan dan pengawasan, BPKN, LPKSM, BPSK, hingga sanksi. Terkhusus untuk pembinaan dan pengawasan diatur lebih jelas dalam PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen yang mana PP ini merupakan peraturan pelaksana dari UUPK. Kebijakan yang terdapat dalam PP tersebut sudah baik, akan tetapi pelaksanaan dari PP itu sendiri yang kurang efektif.
- b) Pemasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Dalam hal pemasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi

yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, seperti UUPK dan PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen sudah dilakukan dengan baik. Karena UUPK itu sendiri sudah disahkan dan diundangkan sejak tahun 1999 dan masih berlaku hingga saat ini, yang mana artinya UUPK ini sudah berada ditengah-tengah masyarakat Indonesia selama 19 tahun. Serta PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen itu sendiri sudah diundangkan sejak tahun 2001 dan berlaku hingga saat ini yang mana artinya PP tersebut sudah berada ditengah-tengah masyarakat Indonesia selama 17 tahun.

- c) Peningkatan peranan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan lembaga. BPKN adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen dan yang dimaksud dengan BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.<sup>40</sup> Peran BPKN dan BPSK itu sendiri tidak dapat dinilai bagus atau tidak hanya dari banyak atau sedikitnya jumlah kasus yang mereka tangani. Karena BPKN dan BPSK dapat menangani

---

<sup>40</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 11 dan 12.

kasus-kasus tersebut jika ada aduan yang mereka terima. Jika kasus-kasus tidak diadakan kepada mereka maka mereka tidak akan dapat menyelesaikan kasus-kasus tersebut. BPKN dan BPSK juga membutuhkan peran aktif dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, dan pelaku usaha untuk memberikan aduan jika terjadi pelanggaran sehingga BPKN dan BPSK dapat memberikan pembinaan kepada si pelanggar baik itu pelaku usaha maupun konsumen. Akan tetapi peningkatan peranan BPKN dan BPSK tidak didukung dengan peningkatan anggaran (APBN/APBD) yang berguna untuk pelaksanaan tugas-tugasnya.

- d) Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing. Konsumen dan pelaku usaha belum secara penuh paham dan sadar akan hak dan kewajiban masing-masing. Di mana terkadang pelaku usaha melalaikan kewajibannya seperti memberikan ganti rugi kepada konsumen yang dirugikan atas pemakaian suatu barang dan/atau jasa. Terkadang masih ada pelaku usaha yang tidak mau memberikan ganti rugi kepada konsumen padahal sudah jelas kerugian tersebut memang karena pemakaian barang dan/atau jasa yang terkait. Tidak hanya pelaku usaha, konsumen juga sering kali melalaikan kewajibannya seperti kewajiban konsumen untuk membaca petunjuk atau informasi pemakaian

suatu barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatannya. Sehingga jika terjadi kerugian saat konsumen menggunakan barang dan/atau jasa tersebut konsumen langgung melakukan aduan bahwa telah terjadi pelanggaran oleh pelaku usaha padahal pelaku usaha tersebut sudah memberikan petunjuk penggunaan barang dan/atau jasa yang bersangkutan.

e) Peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan, keterampilan. Pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan dan keterampilan masih belum terlihat adanya peningkatan khususnya melalui pelatihan dan keterampilan. Jika melalui pendidikan, pemberdayaan konsumen cukup terlihat karena di beberapa perguruan tinggi ada yang memberikan mata kuliah mengenai perlindungan konsumen.

f) Penelitian terhadap barang dan/atau jasa beredar yang menyangkut perlindungan konsumen. Penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang beredar khususnya untuk barang seperti makanan sudah dilakukan dengan baik. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dengan cara menguji kelayakan makanan dan obat yang akan diedarkan, apakah makanan dan obat tersebut layak untuk diedarkan dan dikonsumsi masyarakat atau tidak. Akan tetapi penelitian terhadap jasa menurut penulis masih kurang karena masih banyak ditemui pemberi layanan jasa yang beredar di

masyarakat masih kurang memuaskan. Seperti layanan jasa medis, tidak sedikit kita dengar kasus mengenai kurangnya kepuasan masyarakat akan layanan jasa medis yang diberikan, baik itu perawatnya maupun dokternya. Kasus yang cukup sering ditemui adalah kasus dokter yang salah mendiagnosa penyakit pasien dan salah memberikan resep obat sehingga menyebabkan penyakit pasien semakin parah dan bahkan dapat menyebabkan pasien meninggal. Hal tersebut terjadi karena keteledoran dokter dalam menangani pasiennya yang artinya dokter tersebut tidak memberikan pelayanan jasa secara baik kepada konsumen.

g) Peningkatan kualitas barang dan/atau jasa. Kualitas barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat sudah cukup baik akan tetapi masih ada beberapa barang dan/atau jasa yang kualitasnya kurang. Menurut penulis peningkatan kualitas barang dan/atau jasa yang ada masih kurang, karena masih cukup sering ditemui kasus-kasus mengenai kualitas barang dan/atau jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan apa yang seharusnya didapatkan.

h) Peningkatan kesadaran sikap jujur dan tanggung jawab pelaku usaha dalam memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan dan menjual barang dan/atau jasa. Sikap jujur dan tanggung jawab pelaku usaha dalam memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan dan menjual suatu barang dan/atau

jasa masih kurang karena masih banyak ditemui pelaku usaha yang menjual barang yang cacat, pelaku usaha memproduksi suatu produk dengan bahan yang tidak benar, pelaku usaha tidak bertanggungjawab akan kerugian yang diderita konsumen akibat dari penggunaan barang dan/atau jasa terkait, dan masih banyak lagi. Melihat dari kasus-kasus di atas, penulis menilai bahwa sikap jujur dan tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen masih kurang dan masih perlu pembinaan serta pengawasan akan hal tersebut.

- i) Peningkatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah dalam memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa serta pencantuman label dan klausula baku. Pemberdayaan usaha kecil dan menengah dalam memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa sudah cukup baik, akan tetapi masih ada pelaku usaha kecil yang memproduksi suatu barang tidak memenuhi standar mutu suatu barang. Penulis menilai pencantuman label oleh pelaku usaha kecil sudah dilakukan dengan baik karena penulis sudah banyak menemukan label yang tertera pada suatu produk yang sudah dicantumkan label oleh pelaku usaha kecil.

Hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen dapat terwujud tidak hanya semata-mata karena pembinaan. Pembinaan yang baik juga membutuhkan pengawasan agar pembinaan tersebut dapat berjalan, karena jika hanya mengandalkan pembinaan saja

tanpa adanya pengawasan maka masih cukup besar kemungkinan baik pelaku usaha maupun konsumen untuk melakukan pelanggaran. Pada Pasal 7 PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen terdapat perbedaan antara pembinaan dan pengawasan, yaitu pengawasan tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah saja melainkan juga tanggung jawab masyarakat dan LPKSM.

Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencantuman label dan kausula baku, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau jasa (Pasal 8 PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen). Kemudian hasil pengawasan tersebut disebarluaskan kepada masyarakat agar masyarakat tahu mengenai barang dan/atau jasa yang akan mereka konsumsi. Akan tetapi pengawasan oleh pemerintah masih lemah karena masih cukup banyak ditemui barang dan/atau jasa yang beredar di pasar tidak sesuai dengan standar mutu, ketentuan mempromosikan, pengiklanan, pencantuman label yang berlaku. Masih lemahnya pengawasan oleh pemerintah karena di dalam PP itu sendiri tidak menjelaskan secara rinci mengenai siapa saja yang termasuk ke dalam pemerintah pada konteks ini. Pada PP ini hanya disebutkan bahwa pemerintah itu adalah menteri dan menteri teknis terkait, yang mana pengertian menteri itu sendiri adalah menteri

yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan (Pasal 1 angka 9 PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen). Dalam hal ini juga tidak dijelaskan mengenai menteri dan atau menteri teknis terkait itu seperti apa dan apa saja. Jika melihat pengertian menteri dan atau menteri teknis terkait, maka badan apa saja yang ada hubungannya dengan perdagangan khususnya di bidang perlindungan konsumen seperti BPKN juga dapat melakukan pengawasan karena BPKN merupakan badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. Akan tetapi BPKN tidak memiliki tugas untuk melakukan pengawasan baik itu terhadap pelaku usaha maupun terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar. Menurut peneliti, pengawasan pemerintah pada PP No.58 Tahun 2001 ini lebih harus diperjelas mengenai siapa saja yang termasuk ke dalam pemerintah dalam konteks ini agar tidak terjadi kesalahan dalam menafsirkan kata pemerintah dalam PP tersebut.

Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar, pengawasan tersebut dapat dilakukan dengan cara penelitian, pengujian atau survei (Pasal 9 PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen). Pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dapat berupa survei atas penulisan atau pencantuman masa kadaluwarsa produk tertentu. Hasil dari pengawasan oleh masyarakat

tersebut dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan juga dapat dilaporkan kepada pemerintah yang dalam hal ini adalah Menteri dan menteri teknis terkait. Pengawasan oleh LPKSM dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar, pengawasan oleh LPKSM ini dapat dilakukan dengan cara penelitian, pengujian atau survei (Pasal 10 PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen). Penelitian, pengujian atau survei dilakukan kepada barang dan/atau jasa mengenai resiko penggunaan barang, pencantuman label, barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen. Hasil dari pengawasan tersebut dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan juga dapat dilaporkan kepada pemerintah yang dalam hal ini adalah Menteri dan menteri teknis terkait.

Melihat dari cukup banyaknya aduan-aduan dari konsumen atas perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha seperti pelaku usaha masih ada yang tidak memberikan informasi yang jelas dan benar atas suatu barang dan/atau jasa yang diproduksi, pelaku usaha tidak bertanggungjawab akan kerugian yang dialami oleh konsumen karena memakai/mengonsumsi barang dan/atau jasa yang diproduksi, dan perbuatan lainnya yang mana perbuatan pelaku usaha tersebut menimbulkan kerugian pada konsumen, maka penulis berpendapat bahwa pelaksanaan pembinaan dan pengawasan belum efektif dalam mewujudkan hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen.

Hal tersebut disebabkan oleh karena tidak adanya kejelasan mengenai pengertian pembinaan dan pengawasan serta tidak adanya kejelasan mengenai pihak yang bertanggungjawab akan pelaksanaan pembinaan dan pengawasan (lihat Pasal 3 dan Pasal 8). Aduan-aduan oleh konsumen merupakan bentuk dari tidak terwujudnya hubungan sehat antara pelaku usaha dengan konsumen karena dalam hal ini masih ada perbuatan-perbuatan pelaku usaha yang merugikan konsumen.

