

BAB IV
***DROPSHIP* DITINJAU DARI HUKUM PERLINDUNGAN**
KONSUMEN

A. Sejarah Perlindungan Konsumen di Indonesia

Jika melihat kemajuan perkembangan pergerakan konsumen di Amerika Serikat, tentu Indonesia harus “belajar” banyak. Sebagaimana pernah disinyalir oleh Ketua *International Organization of Consumers Unions* (IOCU, sekarang CI) Erna Witoelar, perlindungan konsumen di Indonesia masih tertinggal. Ketertinggalan itu tidak hanya dibandingkan dengan negara-negara maju, bahkan bila dibandingkan dengan negara-negara sekitar Indonesia, seperti Malaysia, Filipina, Thailand, dan Singapura.

Dilihat dari sejarahnya, gerakan perlindungan konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 20 tahun lalu, yakni dengan berdirinya suatu lembaga swadaya masyarakat (*non-governmental organization*) yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Setelah YLKI, kemudian muncul beberapa organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988 dan pada 1990 bergabung sebagai anggota Consumers Internasional (CI). Di luar itu, ewasa ini cukup banyak lembaga, swadaya masyarakat serupa yang berorientasi pada kepentingan pelayanan konsumen, seperti Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung dan perwakilan YLKI di

berbagai provinsi di Tanah Air. YLKI muncul dari kelompok kecil anggota masyarakat yang diketuai oleh Lasmidjah Hardi, yang semula justru bertujuan mempromosikan hasil produksi Indonesia. Ajang promosi yang diberi nama Pekan Swakarya ini menimbulkan ide bagi mereka untuk mendirikan wadah bagi gerakan perlindungan konsumen di Indonesia. Ide ini dituangkan dalam anggaran dasar yayasan di hadapan Notaris G.H.S. Loemban Tobing, S.H. dengan akte Nomor 26, 11 Mei 1973.⁹¹

Yayasan ini sejak semula tidak ingin berkonfrontasi dengan produsen (pelaku usaha), apalagi dengan pemerintahan. Hal ini dibuktikan benar oleh YLKI, yakni dengan menyelenggarakan pekan promosi Swakarya II dan III, yang benar-benar dimanfaatkan oleh kalangan produsen dalam negeri. Dalam suasana kerja sama ini kemudian lahir motto yang dicetuskan oleh Ny. Kartiona Sujono Prawirabisma bahwa YLKI bertujuan melindungi konsumen, menjaga martabat produsen, dan membantu pemerintah.

YLKI memiliki cabang-cabang di berbagai provinsi dan mempunyai pengaruh yang cukup besar karena didukung oleh media massa. Beberapa harian besar nasional, seperti *Media Indonesia* dan *Kompas*, secara rutin menyediakan kolom khusus untuk membahas keluhan-keluhan konsumen. Demikian juga dalam berbagai pertemuan ilmiah dan pembahasan peraturan perundang-undangan, YLKI dianggap sebagai mitra yang representatif. Hasil-hasil penelitian YLKI yang

⁹¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung: Penerbit Nusa Media, 2010) hlm. 25

dipublikasikan di media massa juga membawa dampak terhadap konsumen. Perhatian produsen terhadap publikasi demikian juga terlihat dari reaksi-reaksi yang diberikan, baik berupa koreksi maupun bantahan. Hal ini menunjukkan dalam perjalanan memasuki dasawarsa ketiga, YLKI mampu berperan besar, khususnya dalam gerakan menyadarkan konsumen akan hak-haknya. Jika dibandingkan dengan perjalanan panjang gerakan konsumen di luar negeri, khususnya di Amerika Serikat, YLKI cukup beruntung karena tidak perlu memulainya dari nol sama sekali. Pengalaman menangani kasus-kasus yang merugikan konsumen di negara-negara yang lebih maju dapat dijadikan studi yang bermanfaat sehingga Indonesia tidak perlu lagi harus mengulang kesalahan yang serupa. Demikian pula dengan kasus-kasus kegagalan advokasi konsumen.⁹²

Metode kerja YLKI baru pada penelitian terhadap sejumlah produk barang/jasa dan mempublikasikan hasilnya kepada masyarakat. gerakan ini belum mempunyai kekuatan lobi untuk memberlakukan atau mencabut suatu peraturan. YLKI juga tidak sepenuhnya dapat mandiri seperti *Food and Drug Administration* (FDA). Alasan yang utama tentu karena YLKI sendiri bukan badan Pemerintahan seperti FDA di Amerika Serikat dan tidak memiliki kekuasaan publik untuk menerapkan suatu peraturan atau menjatuhkan sanksi. Ditinjau dari kemajuan peraturan perundang-undangan di Indonesia di bidang perlindungan Konsumen, sampai saat ini dapat dikatakan masih sangat minim, baik dilihat dari kuantitas

⁹² *Ibid.*, hlm. 27

peraturannya maupun kealaman materi yang dicakupnya. Dari investarisasinya konsumen tersebar pada delapan bidang, yaitu (1) obat-obatan dan bahan berbahaya, (2) makanan dan minuman, (3) alat-alat elektronik, (4) kendaraan bermotor, (5) metrologi dan tera, (6) industri, (7) pengawasan mutu barang, dan (8) lingkungan hidup. Jenis peraturan perundang-undangannya pun bervariasi, mulai dari ordonansi dan undang-undang peraturan pemerintah atau yang sederajat, intruksi presiden, keputusan menteri, keputusan bersama dari beberapa menteri, peraturan menteri, keputusan dirjen, intruksi dirjen, keputusan Ketua Badan Pelaksana Bursa Komoditi, dan keputusan gubernur (d.h.i Gubernur KDH DKI Jakarta).

Gerakan konsumen di Indonesia, termasuk yang diprakarsai YLKI mencatat prestasi besar setelah naskah akademik UUPK berhasil dibawa ke DPR. Selanjutnya rancangannya disahkan menjadi undang-undang. Keberadaan YLKI juga sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran atas hak-hak konsumen. Lembaga ini tidak sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penertiban, dan menerima pengaduan, tetapi sekaligus juga mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan. Selama ini upaya hukum individual dari konsumen untuk menggugat produsen, baik swasta maupun pemerintah, tidak banyak membuahkan hasil. Sementara itu, gugatan massal yang mewakili masyarakat luas, masih belum dikenal dengan baik oleh para penegak hukum di Indonesia. Untuk mewakili masyarakat dan dirinya sendiri,

YLKI menggunakan pranata hukum gugatan kelompok (*class action*). Namun, walaupun ada presiden yang mengakui eksistensi gugatan kelompok tersebut, banyak hakim yang masih ragu-ragu untuk menerimanya.⁹³

Terlepas dari kondisi ini, YLKI mencoba mengajukan gugatan kelompok kepada Pemerintah dalam berbagai kasus, antara lain terhadap PT Persero Perusahaan Listrik Negara (PLN) dan Telkom. Namun, dari perkara yang dibawa pengadilan itu belum mampu menghasilkan dampak sebesar seperti yang pernah dilakukan Ralph Nader terhadap General Motors, 1996. Perkembangan baru di bidang perlindungan konsumen terjadi setelah pergantian kekuasaan di Indonesia, yaitu tatkala setelah pergantian tempuk kekuasaan di Indonesia, yaitu tatkala Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) disahkan dan diundangkan pada 20 April 1999. UUPK ini masih memerlukan waktu satu tahun untuk berlaku efektif. UUPK dihasilkan dari hak inisiatif DPR, yang notabene hak itu tidak pernah digunakan sejak Orde Baru berkuasa pada 1996. Tanpa mengurangi penghargaan terhadap upaya terus-menerus yang digalang oleh YLKI, andil terbesar yang memaksa kehadiran UUPK ini adalah juga karena cukup kuatnya tekanan dari dunia internasional. Setelah Pemerintah RI mengesahkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang *Agreement Es Tablishing The World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukaqn Organisasi Perdagangan Dunia), maka ada

⁹³ *Ibid.*, hlm. 26

kewajiban bagi Indonesia untuk mengikuti standar0standar hukum yang berlaku dan diterima luas oleh negara-negara anggota WTO. Salah satu diantaranya adalah perlunya eksistensi UUPK.

B. Hubungan Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Purba dalam menguraikan konsep hubungan pelaku usaha dan konsumen adalah bahwa konsumen mengemukakan sebagai berikut: “Kunci pokok perlindungan hukum bagi konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha”.⁹⁴

Pelaku usaha sangat membutuhkan dan sangat bergantung pada dukungan konsumen sebagai pelanggan. tanpa dukungan konsumen tidak mungkin pelaku usaha dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Sebaliknya kebutuhan konsumen sangat tergantung dari hasil produksi pelaku usaha. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi pada pemasaran hingga penawaran. Rangkaian kegiatan tersebut merupakan rangkaian perbuatan hukum yang

⁹⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen...*, hlm. 14

mempunyai akibat hukum, baik terhadap semua pihak maupun hanya kepada pihak tertentu saja. Hal tersebut dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam suatu sistem distribusi dan pemasaran produk barang guna mencapai suatu tingkat produktifitas dan efektifitas tertentu dalam rangka mencapai sasaran usaha. Pada tahap hubungan penyaluran dan distribusi tersebut menghasilkan suatu hubungan yang sifatnya massal. Pelaku usaha memiliki kecenderungan “melecehkan” hak-hak konsumen serta memanfaatkan kelemahan konsumen tanpa harus mendapatkan sanksi hukum. Pelaku usaha memiliki kebebasan memproduksi komoditas, tanpa harus mengikuti standar yang berlaku. Mereka tidak perlu mengganti kerugian yang dialami konsumen akibat membeli/mengonsumsi produk-produk yang tidak berkualitas. Pelaku usaha cukup leluasa untuk melakukan promosi produk-produk, dengan cara mengelabui atau memanfaatkan ketidaktahuan konsumen mengenai produk tersebut. Rendahnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat konsumen, tidak mustahil dijadikan lahan bagi pelaku usaha dalam transaksi yang tidak mempunyai ikhtikad baik dalam menjalankan usaha, yaitu berprinsip mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan memanfaatkan seefisien mungkin sumber daya yang ada.

Di negara berkembang, termasuk Indonesia, kepentingan konsumen sering dikendalikan oleh kekuatan di luar dirinya, baik oleh pelaku usaha maupun pemerintah. Pada umumnya suara pelaku usaha jauh lebih keras sehingga mudah didengar oleh pemerintah. Konsep

pertumbuhan ekonomi suatu negara yang berwawasan integral bukan untuk memakmuran sekelompok rakyat, melainkan seluruh rakyat termasuk didalamnya para konsumen. Lemahnya posisi konsumen tersebut disebabkan antara lain oleh perangkat hukum yang ada belum bisa membrikan rasa aman. Peraturan perundang-undangan yang ada kurang memadai untuk secara langsung melindungi kepentingan konsumen. Terlebih, penegakan hukum (*law enforcement*) itu sendiri dirasakan kurang tegas. Di sisi lain, cara berpikir sebagian pelaku usaha semata-mata masih bersifat *profit oriented* dalam konteks jangka pendek, tanpa memperhatikan keselamatan konsumen, merupakan bagian dari jaminan keberlangsungan usaha pelaku usaha dalam konteks jangka panjang. Seiring dengan kian majunya sektor industri, kesadaran konsumen akan hak-haknya pun semakin bertambah, walaupun bukan tanpa masalah. Pembangunan perekonomian nasional telah mendukung pertumbuhan dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan jasa termasuk memiliki kandungan teknologi yang tinggi. Hal tersebut berimplikasi bahwa sasaran hukum perlindungan konsumen tidak terbatas pada produk dalam negeri saja, melainkan dimungkinkan pada suatu ketika nanti akan diperlukan pula tindakan pengharmonisan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan hukum bagi konsumen antara sesama negara dalam satu kawasan regional maupun internasional.⁹⁵

⁹⁵ *Ibid.*, hlm. 15

Cara transaksi hubungan pelaku usaha dan konsumen semakin berkembang, berdampak pada perubahan konstruksi hukum dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Perubahan konstruksi hukum diawali dengan perubahan paradigma hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, yaitu hubungan yang semula dibangun atas prinsip *caveat emptor* berubah menjadi prinsip *caveat venditor*. Suatu prinsip hubungan yang semula menekankan pada kesadaran konsumen sendiri untuk melindungi dirinya berubah menjadi kesadaran pelaku usaha untuk melindungi konsumen.⁹⁶

C. Peranan Pemerintah Dalam Melindungi Konsumen

Peranan pemerintah dalam pemegang regulasi dan kebijakan sangat penting. Tanggung jawab pemerintah dalam melakukan pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen di maksudkan untuk memberdayakan konsumen agar mendapat hak-haknya, sementara itu tanggung jawab pemerintah dalam melakukan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen juga menjadi bagian yang penting dalam upaya membangun kegiatan usaha yang positif dan dinamis, sehingga hak-hak konsumen tetap bisa diperhatikan oleh para pelaku usaha.

⁹⁶ *Ibid.*, hlm. 19

Pembinaan Dan Pengawasan

1. Pembinaan

Dalam UU Perlindungan Konsumen Pasal 29 ayat 1 dinyatakan bahwa “pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha”. Dalam penjelasan umum peraturan pemerintah nomor 68 tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, disebutkan bahwa pembinaan perlindungan konsumen diselenggarakan oleh pemerintah adalah sebagai upaya untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilakukannya kewajiban masing-masing dengan atas keadilan dan asas kepentingan.

Tugas pembinaan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen dilakukan oleh menteri atau menteri teknis terkait. Menteri ini melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen. Beberapa tugas pemerintah dalam melakukan pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen telah dijabarkan dalam peraturan pemerintah Nomor 58 tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan konsumen.⁹⁷

2. Pengawasan

Dalam UU Perlindungan Konsumen 30 ayat 1 disebutkan bahwa “pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan diselenggarakan oleh

⁹⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen...*, hlm. 63-64

pemerintah, masyarakat, dan lembaga konsumen swadaya masyarakat”. Dalam penjelasan umum peraturan pemerintah nomor 58 tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, disebutkan bahwa perlindungan konsumen dilakukan secara bersama oleh pemerintah, masyarakat dan LPKSM, mengingat banyak ragam dan jenis barang dan/ atau jasa yang beredar di pasar serta luasnya wilayah Indonesia.

Berdasarkan penjelasan tersebut, tugas pengawasan tidak hanya dibebankan kepada pemerintah, masyarakat umum dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) juga bisa terlibat secara aktif. Sebagaimana diatur dalam UU Perlindungan Konsumen Pasal 30 ayat 3 bahwa “Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar”. Lebih lanjut, Pasal 4 mengatur bahwa, “apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat 3 ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen. Materi dan/atau materi teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku”. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan bisa disampaikan kepada menteri dan menteri teknis.

D. Pengawasan oleh Pemerintah dan Masyarakat

Tugas pengawasan pemerintah terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen dilakukan oleh menteri atau menteri teknis terkait. Bentuk pengawasan oleh pemerintah diatur dalam peraturan pemerintah nomor 58 tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen Pasal 8 sebagai berikut:

- 1) Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencantuman label dan klausula barang dan/atau jasa. (catatan: pelayanan purna jual yang dimaksud adalah pelayanan yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen, seperti adanya jaminan atau garansi).
- 2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau jasa.
- 3) Hasil pengawasan sebagaimana dalam ayat 2 dapat disebarluaskan kepada masyarakat.
- 4) Ketentuan mengenai tata cara pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 ditetapkan oleh menteri dan atau menteri teknis bersama-sama atau sendiri-sendiri sesuai dengan bidang tugas masing-masing.⁹⁸

⁹⁸ *Ibid.*, hlm. 66

Pengawasan oleh Masyarakat

Bentuk pengawasan oleh masyarakat diatur dalam peraturan pemerintah nomor 58 tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen pasal 9 sebagai berikut:

- 1) Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/ jasa yang beredar di pasar
- 2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survey
- 3) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang resiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.
- 4) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada menteri dan menteri teknis.

E. Pengawasan oleh LPSKM

Bentuk pengawasan oleh LPSKM diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen Pasal 10 sebagai berikut:

- 1) Pengawasan oleh LPSKM dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- 2) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survey (dalam penjelasan PP No.

58 tahun 2001 tentang cara melakukan pengawasan disamping melalui laporan penelitian, pengujian dan/ atau survey bisa juga berdasarkan laporan dan pengaduan dari masyarakat baik yang bersifat perorangan maupun kelompok)

- 3) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.
- 4) Penelitian pengujian dan/atau survei sebagaimana dimaksud dalam ayat 2 dilakukan terhadap barang dan jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen (dalam penjelasan PP No. 58 tahun 2001: cara pengawasan disamping melalui penelitian, pengujian dan survey dapat juga berdasarkan laporan dan pengaduan dari masyarakat baik bersifat perorangan maupun kelompok).
- 5) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada menteri dan menteri teknis.⁹⁹

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lodewijk William Christian Van den Berg (1845-1927) terhadap kegiatan dilakukan VOC, memperkuat bukti bahwa hukum yang berlaku di Indonesia adalah hukum Islam. Ia menyebutkan bahwa bagi orang Islam berlaku penuh hukum

⁹⁹ *Ibid.*, hlm. 67

Islam, sebab ia telah memeluk agama Islam, kendati dalam pelaksanaannya terdapat penyimpangan-penyimpangan. Teori ini disebut oleh Van den Berg dengan *Receptioin Complexu*.¹⁰⁰ Selain melakukan tugas pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, para pemerintah juga membentuk apa yang disebut dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Badan ini dibentuk sebagai upaya pengembangan perlindungan konsumen sebagaimana diamanatkan dalam UU Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan perlindungan Konsumen Nasional.¹⁰¹

F. Fungsi dari BPKN

Fungsi BPKN adalah memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsi tersebut, BPKN dibebani tugas-tugas utama (sebagaimana dinyatakan dalam UU perlindungan konsumen Pasal 34). Dalam menjalankan tugas-tugasnya, BPKN bisa bekerjasama dengan organisasi konsumen nternasional.

- 1) Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka menyusun kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen.
- 2) Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen.

¹⁰⁰ Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam Sejarah, Teori, Dan Konsep* (Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2013), hlm. 256-258

¹⁰¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen...*, hlm. 68

- 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 survey yang menyangkut kebutuhan konsumen.

G. Hak dan kewajiban pelaku usaha

Untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai kesesimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, kepada para pelaku usaha diberikan hak sebagaimana diatur pada Pasal 6 UUPK. Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.¹⁰²

Dalam UUPK tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua thapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan kewajiban pelaku usaha untuk

¹⁰² Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen...*, hlm. 42

beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang /diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Bersumber dari adanya iktikad baik dari pelaku usaha, maka pelaku usaha akan melakukan kewajiban-kewajiban yang lainnya, seperti memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur memberlakukan atau melayani konsumen dengan benar, menjamin mutu barang/jasa yang diproduksi, dan lain sebagainya. Jika disimak baik-baik, jelas bahwa kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak konsumen dalam sisi lain yang “ditargetkan” untuk menciptakan “budaya” tanggung jawab pada para pelaku usaha.

Pasal 8 UUPK mengatur larangan tersebut meliputi kegiatan, pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan jasa yang:

- 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau neto, dan jumlah dalam hitungan yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.

- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan jasa tersebut.
- 5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang atau jasa tersebut.
- 6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan jasa tersebut.
- 7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut.
- 8) Tidak mengikut ketentuan berproduksi secara halal, sebagai mana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.
- 9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
- 10) Tidak mencantumkan informasi dan petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.¹⁰³

¹⁰³ *Ibid.*, hlm. 48-49

Dari pihak pelaku usaha *dropship* ataupun *supplier* menurut praktek yang selama ini dia jalankan memang telah sesuai prosedur. Teori yang dia lakukanpun sinkron dengan kenyataan dan tidak menyalahi Undang-undang perlindungan konsumen. Ketentuan-ketentuan yang dilarang pelaku usahapun penulis sudah dijelaskan diatas. Satu persatu metode jual beli sudah sesuai aturan, seperti yang pertama dari pihak *dropship* mempromosikan atau mengiklankan jenis-jenis barang jualannya dengan memberitahukan spesifikasi barang yang benar, jelas dan tidak ada kecacatan, lalu ada pembeli yang berniat untuk membeli, lalu sang *dropship* memesan barang ke *supplier* lalu *supplier* langsung mengirimkan barang kepada konsumen yang memesan tadi, bisa atas nama *supplier* atau *dropship* itu sendiri . Kemudian *dropship* mendapat fee (keuntungan) dari usaha dia memasarkannya.

Bagi pelaku usaha sendiri disini bukan berarti selalu mendapatkan keuntungan atau kemudahan dalam usahanya. *Dropship* dan *supplier* disini pernah juga mengalami kekecewaan dalam hal dalam transaksi. Pihak *dropship* pernah juga ketipu akan ulah konsumen yang hanya main-main untuk membeli barangnya ketika barangnya mau ready tiba-tiba konsumen membatalkan pesenannya dan saat itu uang *dropship* sudah masuk setengah ke pihak *supplier*, ada lagi waktu dikirim lewat jasa pengiriman barang tapi pada akhirnya barang tidak terkirim kepada pembeli kerugianpun terjadi, ditambah lagi ketika *supplier* mengirim barang berupa baju atas pesanan *dropship* ternyata bajunya kekecilan dan tidak cocok

atas pesanan pembeli akhirnya dropship sendiri yang rugi. Kejadian seperti memang sering terjadi didalam dunia perdagangan apalagi merambah di dunia maya (*online*) namun hal seperti itu jangan lah membuat jera, justru dengan pengalaman jual beli yang telah dialami akan menjadikan seseorang menguasainya dan sukses kedepannya. Disisi lain transaksi jual beli yang berprinsip syariah jangan sampai dilupakan dan diharapkan mematuhi Undang-undang yang berlaku supaya usaha yang kita jalani lancar dan mendapat ridha dari Allah SWT.

H. UUPK Memandang *Dropship* di Lapangan.

Perlindungan hukum bagi konsumen adalah dengan melindungi hak-hak konsumen. Walaupun sangat beragam, secara garis besar hak-hak konsumen dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:

- 1) Hak yang dimaksud untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan.
- 2) Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar
- 3) Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi¹⁰⁴

Apabila konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak-hak konsumen harus dipenuhi, baik oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek. Dalam pasal 2 UUPK, dinyatakan bahwa

¹⁰⁴ *Ibid.*, hlm. 25

perlindungan hukum bagi konsumen diselenggarakan usaha bersama berdasarkan 5 (lima) prinsip dalam pembangunan nasional, yaitu:

- 1) Prinsip manfaat, dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala aspek segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Prinsip keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Prinsip keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah.
- 4) Prinsip keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberi jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan.
- 5) Prinsip kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen, di mana negara dalam hal ini turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.

Melalui kelima asas tersebut, terdapat komitmen untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, yaitu:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/ atau jasa.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam usaha.
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.¹⁰⁵

Untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, negara bertanggung jawab atas pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan perlindungan hukum bagi konsumen dilakukan melalui upaya-upaya sebagai berikut:

¹⁰⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen...*, hlm.26

- 1) Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.
- 2) Berkembangnya lembaga perlindungan hukum bagi konsumen baik oleh negara atau swadaya masyarakat.
- 3) Meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya dengan hukum bagi konsumen.

Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, serta secara tidak langsung mendorong pelaku usaha di dalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan penuh rasa tanggung jawab. Penerapan peraturan hukum perlindungan konsumen seringkali merefleksi ketidakseimbangan kekuatan antara pelaku usaha dan konsumen. Secara historis, konsumen dianggap pihak yang lebih lemah dalam transaksi bisnis sehingga aturan-aturan serta regulasi khusus dikeluarkan untuk melindungi kepentingan konsumen.¹⁰⁶

Penulis dapat menganalisis hasil observasi lapangan dan hasilnya memberikan jawaban, untuk yang pertama ini dari narasumber konsumen yang puas dan sukses. Dalam bertransaksi *dropship*, dia mengatakan *reseller (droship)* telah memenuhi semua tanggung jawab akad jual beli. Dari yang pertama seorang dropship menawari barang yang ia jual, setelah itu dia pun tertarik kemudian langsung saja memesan

¹⁰⁶ *Ibid.*, hlm. 27

barang yang dia pilih, lalu dropship memberikan No rekening yang mau dituju pembeli, kemudian dropship memesan barang dari supplier yang sebelumnya sudah terikat kerja sama dan ada izinnya. Kemudian supplier langsung mengirimkan barang kepada pembeli dengan atas nama supliernya. Menurut dari teori yang ada dan berkembang saat ini. Sistem seperti itu sudah sah dan diperbolehkan menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen maupun Hukum Islam, karena dari akad sudah jelas, benar dan jujur.

Data pendukung yang saya peroleh hasil observasi mengatakan, dari survei banyak orang penulis disini mengambil sebuah jawaban dan kesimpulan. Konsumen disini yang merasa kecewa dan dirugikan oleh pihak *dropship (reseller)*nya dari konsumen yang pertama dia merasa kecewa karena barang yang dia telah pesan tidak sesuai dengan kenyataan, ada yang bilang kekecilan, dan kainnya jelek tak seperti digambar. Konsumen yang kedua dia merasa kecewa dikarenakan barang yang dia telah pesan tak kunjung datang alias kena tipu. Kejadian-kejadian inilah yang membuat konsumen kecewa dan dirugikan, dari konsumen yang telah saya wawancarai jawabannya rata-rata seperti itu. Saya tanya “kenapa gak komplain atau suruh ganti rugi?” mereka menjawab, ada yang gak mau ribet, ada yang gak respon, dan ada juga mau ganti rugi tapi dimintai ongkos kirim lagi dan lain sebagainya. Maka dari itulah pemerintah membentuk UUPK yang tertulis pada Pasal 4 menyebutkan di poin pertama yaitu “Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam

mengonsumsi barang dan jasa”. Tentunya dengan adanya peraturan seperti ini jual beli *online* yang merugikan masyarakat bisa teratasi sekaligus memberikan rasa aman masyarakat dalam bertransaksi, karena disetiap usaha yang tidak dilandasi dengan kejujuran dan ketaqwaan untung yang didapat tidak akan menjadi barokah.