

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tahun 2019, dunia digemparkan dengan kemunculan virus *Covid-19* atau yang sering disebut dengan Virus Corona yang berasal dari Wuhan, China. Dimana virus ini menjangkit hampir seluruh negara. *World Health Organization* (WHO) mengatakan bahwa penyebaran *Covid-19* ini dapat dikatakan sebagai pandemi. Tingkat kematian akibat dari virus corona ini terus meninggi, yang mengakibatkan menjadi suatu ancaman yang sangat serius. Indonesia pun termasuk sebagai salah satu negara yang terpapar virus ini. Kepala Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) telah mengatakan bahwa virus ini sebagai bencana nasional. Mengenai status bencana nasional ini terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana Pasal 7 ayat 1 huruf c yaitu bahwa pemerintah dalam menanggulangi bencana ini adalah dengan menetapkan status dan tingkatan bencana nasional serta daerah.¹

Virus ini menyebar melalui percikan pernapasan yang dihasilkan selama batuk. Percikan ini pun dapat dihasilkan dari bersin dan pernapasan normal. Selain itu, virus ini dapat menyebar akibat menyentuh permukaan benda yang terkontaminasi virus dan kemudian menyentuh wajah seseorang.² Presiden dan Menteri Kesehatan juga menyarankan agar masyarakat tetap menjaga kesehatan serta tidak keluar dari rumah, agar masyarakat tidak terjangkit dan juga agar virus ini tidak semakin menyebar luas. Warga juga diwajibkan untuk menjalani *Work*

¹ Indonesia, *Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana*, Pasal 7 ayat 1.

² Pandemi koronavirus 2019-2020, Wikipedia, (diakses pada 10 Mei 2020 pukul 16.45 WIB).

From Home (WFH) bagi masyarakat yang bekerja di kantor.³ Diharapkan juga agar warga memakai masker ketika keluar rumah. Kebijakan dari adanya WFH juga akan berdampak besar terhadap pendapatan warga Indonesia, dimana ada pekerjaan yang tidak bisa dikerjakan dirumah. Tentunya hal tersebut akan berdampak kepada penurunan pendapatan masyarakat.

Dengan adanya virus corona ini, Indonesia juga terkena dampak yang besar yaitu dari sisi perekonomian, dimana sejak adanya *Covid-19* perekonomian Indonesia pun melemah. Akibatnya, banyak sekali pengangguran karena perusahaan-perusahaan besar yang tidak mampu untuk memproduksi, sehingga jalan satu-satunya yang dapat ditempuh dengan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap karyawan-karyawan. Ketika masyarakat diharuskan untuk WFH serta tidak boleh pergi atau keluar dari rumah. Akibatnya, adanya kelangkaan barang yang menyebabkan masyarakat harus membeli kebutuhan yang cenderung banyak untuk memenuhi stock yang ada di rumah. Kebutuhan yang dimulai dari kebutuhan primer seperti bahan pokok, dan juga kebutuhan sekunder. Semua barang yang menjadi kebutuhan sehari-hari dalam sekejap menjadi sangat susah dicari.

Masyarakat dihibau agar membeli peralatan kesehatan seperti masker salah satunya guna untuk mencegah dari virus korona. Warga pun kemudian banyak yang mencari dan membeli masker. Kebutuhan akan masker menjadi langka disaat ini, dan juga menjadi sulit untuk dicari. Beberapa masyarakat juga mengalami panic buying dalam berbelanja berbagai kebutuhan yang salah satunya

³ Bernadetha Aurelia Oktavira, "Ketentuan Pelaksanaan Work From Home di Tengah Wabah Corona", www.hukumonline.com (Anggarani, 2020)

masker. Meningkatnya kebutuhan pokok mengakibatkan kelangkaan yang cukup besar.⁴

Meningkatnya harga masker ini, terjadi pada awal bulan Maret, dimana virus covid-19 telah menyebar secara luas, dan masyarakat banyak yang mencari masker. Dalam kondisi pandemi *COVID-19* yang mengakibatkan krisis kesehatan ditengah masyarakat khususnya di Indonesia, mulai banyak pelaku usaha nakal yang melanggar aturan seperti melakukan penimbunan masker, penjualan hand sanitizer ilegal, naiknya harga vitamin-c serta kelangkaan alat pendukung kesehatan lainnya. Masker pun menjadi sangat langka dan cenderung mahal harganya, dikarenakan pelaku usaha melihat situasi ini sebagai hal yang sangat menguntungkan, akibatnya pelaku usaha banyak melakukan penimbunan lalu menjual kembali dengan harga yang mahal. Mengenai kebutuhan masker yang semakin langka disaat pandemi ini. Dimana tingginya permintaan masker, justru digunakan atau dimanfaatkan oleh oknum-oknum atau pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab untuk mencari keuntungan serta memperkaya dirinya dengan menaikkan harga jual masker yang tentunya tidak sesuai dengan harga normal masker. Terkait dengan hal seperti ini seringkali pula, bagi pelaku usaha untuk menjadikan lahan bisnis, pelaku usaha yang memiliki itikad buruk akibat konsumen yang lemah karena tidak adanya perlindungan guna melindungi hak-hak dari konsumen.⁵ Tentunya, dengan kejadian dan keadaan seperti ini, sangatlah tidak wajar untuk memberikan harga yang begitu tinggi kepada masyarakat yang

⁴ Anggarani, C. D. (2020). "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Harga Masker Yang Melonjak Tinggi Disaat Pandemi Covid-19" Volume 3 Nomor 2, Desember 2020, Volume 3 , 992-1018.

⁵ Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 1.

sangat membutuhkan dan memerlukan masker. Banyak masyarakat yang tentunya sangat resah, dimana kenaikan harga masker ini bisa mencapai 10 kali lipat dari harga masker yang normal. Secara tidak sadar dengan adanya kenaikan harga masker, sangat berpengaruh juga terhadap perlindungan konsumen. Sudah seharusnya harga masker dan juga kebutuhan pokok yang lain, dapat membuat kita sebagai masyarakat dan juga konsumen mengerti akan hak-haknya. Tetapi dalam kenyataannya sampai saat ini masih banyak konsumen yang tidak tahu dan tidak mengerti akan hak-haknya sebagai konsumen. Menurut Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa perlindungan konsumen adalah upaya untuk menjamin para konsumen untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Hal lainnya juga dapat dilihat dari kelangkaan dan meningkatnya harga alat kesehatan seperti harga masker ditengah pandemi COVID-19 yang disebabkan oleh permintaan yang meningkat. Kelangkaan ini terjadi di Apotek Pasir Pengaraian, Kecamatan Rambah, Kabupaten Rokan Hulu, yang menyebabkan kenaikan harga masker dari yang biasa harga ecerannya Rp1.000,- per boks isi 50 harganya Rp50.000,-. Kini harga dari sales naik Rp250.000 per boks setelah dua minggu pandemi *COVID-19* berlangsung.

Tidak terpenuhinya hak-hak konsumen akibat melonjaknya harga tinggi masker seperti, hak informasi yang benar, jelas serta jujur mengenai kondisi dan jaminan dari barang atau jasa. Kita sebagai konsumen yang memiliki hak, pasti tahu bahwa harga masker yang tinggi itu bukan harga yang sesuai dengan harga normal. Tindakan dari pelaku usaha dengan menaikkan harga yang begitu tinggi,

belum tentu dapat memberikan dampak yang positif terhadap usaha yang dijalani. Banyak konsumen yang mengeluh dan resah atas naiknya harga masker ini, karena mereka tidak mampu membeli masker tersebut. Terutama kepada warga yang kurang mampu, pasti sangatlah sulit untuk membeli masker yang harganya tergolong tinggi dimasa pandemi seperti ini. Keluhan dari para konsumen sepertinya tidak didengar bahkan harganya pun tetap melonjak tinggi. Hak untuk didengar pendapat dan keluhan kita sebagai konsumen tidak ditanggapi. Adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan bisa menjamin perlindungan hukum atas hak-hak konsumen yang ada di Indonesia. Didalam Undang-Undang ini selain perlindungan konsumen, ada pula kepentingan pelaku usaha. Dengan adanya perekonomian nasional, pelaku usaha juga menentukan, sehingga diatur pula perlindungan hak pelaku usaha.⁶ Pemerintah seharusnya paham dengan situasi seperti ini, demi kesejahteraan rakyat, dimana harga masker patut dikurangi dan diturunkan harganya, agar semua masyarakat dapat membeli masker guna menjaga kesehatan. Salah satu contoh kasus yang sedang marak terjadi yaitu melonjaknya harga masker yang cenderung tinggi disaat pandemi, yang merugikan konsumen dalam memenuhi kebutuhan pokok salah satunya masker. Seperti yang dikutip di dalam berita Nasional Kontan pada tanggal 4 Maret 2020 dimana Center for Indonesian Policy Studies (CIPS) Ira Aprilianti mengatakan bahwa, melonjaknya harga masker tidak sejalan dengan perlindungan konsumen. Lemahnya perlindungan konsumen dapat dilihat dari, salah satunya, melonjaknya harga barang penting yang akhirnya menyebabkan terjadinya panic

⁶ Ahmad Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen Cetakan ke-8* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 1.

buying. Pada masa pandemi saat ini, komoditas pangan, masker, hand sanitizer dan obat-obatan termasuk ke dalam barang penting. Fenomena yang terjadi ini sebagai tindakan dalam mengeksploitasi kebutuhan konsumen dengan mengambil keuntungan yang berlebihan. Fenomena juga berpotensi melanggar Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Pelaku usaha dimana mengambil keuntungan yang sangat tidak wajar, dan juga dapat dimana paling lama 5 tahun dan atau denda Rp. 50.000.000.000 miliar. Hak-hak konsumen diamanatkan dalam Pasal 4 UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (yang selanjutnya disingkat UUPK). Bagi konsumen yang merasa dirugikan dengan adanya hal tersebut, bisa melaporkan kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Masyarakat dapat melakukan pengaduan sebagai dasar rekomendasi kepada pemerintah atau kementerian agar kejadian seperti ini tidak terulang kembali.⁷

Pelaku usaha seharusnya mengerti bahwa melakukan kenaikan harga bukan merupakan strategi yang baik untuk kepercayaan konsumen. Untuk konsumen juga dihimbau untuk tidak panik dan seharusnya membeli masker secukupnya, karena produsen juga berusaha memenuhi permintaan masyarakat. Selain itu, konsumen juga dapat melaporkan mengenai hal ini kepada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Untuk konsumen sudah saatnya hak mereka terlindungi.

⁷ Noverius Laoli, “*Melonjaknya Harga Masker dinilai Bukti Minimnya Perlindungan Konsumen*”, nasional.kontan.co.id, 04 Maret 2020.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah terurai di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penulisan yaitu “**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP KETIDAKSTABILAN HARGA MASKER PADA MASA PANDEMI *CORONAVIRUS DISEASE (COVID-19)* JIKA DIKAITKAN DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN (STUDI KASUS KECAMATAN RAMBAH)**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang disampaikan tersebut di atas dihubungkan dengan latar belakang tersebut, maka masalah yang diangkat dalam penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk ketidak stabilan harga masker yang ada di kecamatan rambah pada masa COVID-19?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen terkait harga masker yang melonjak tinggi disaat pandemi COVID-19 berdasarkan undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian masker disaat pandemi COVID-19 di kecamatan Rambah
2. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen terkait harga masker yang melonjak tinggi disaat pandemi covid-19 berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yaitu:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh pemikiran sehingga dapat menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman dan diharapkan dapat berkontribusi bagi hukum di Indonesia serta perkembangan hukum di Indonesia khususnya bagi penulis dan masyarakat pada umumnya di bidang Hukum Perlindungan Konsumen.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang terkait didalam menyelesaikan masalah perlindungan hukum terhadap konsumen dengan obyek masalah yang dikaji serta menjadi bahan referensi bagi masyarakat luas, praktisi dan akademisi. Penulis juga berharap penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pemerintah untuk memberi masukan dalam memperbaiki Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan.

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi dalam beberapa bab yang mempunyai sub-sub bab, dan masing-masing bab itu saling terkait satu dengan lainnya sehingga membentuk kesatuan dari bab pertama sampai bab terakhir. Untuk lebih jelasnya tentang sistematika dalam penelitian ini ditelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab I Membahas tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab II Membahas Tentang Tinjauan Umum Tentang *CoronaVirus Disease* (COVID-19), dan Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Membahas tentang Pendekatan Penelitian, Alasan Memilih Lokasi Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Teknik memperoleh data, Populasi, sampel dan Teknik Sampling, Teknik Analisis Data dan Definisi Operasional.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang gambaran umum lokasi penelitian dan Pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang merupakan rangkuman dari hasil penelitian yang berbentuk kesimpulan dan saran-saran penulis kepada pihak-pihak tertentu yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang *CoronaVirus Disease (COVID-19)*

2.1.1 Sejarah Singkat *Corona Virus Disease (Covid-19)*

Sebelum mengetahui lebih dalam tentang coronavirus, terlebih dahulu kita akan mengenal sejarah dari virus ini, darimana dia berasal dan bagaimana dia bisa sampai ke Indonesia. Seperti yang kita tahu bahwa virus ini menyebar dengan cepat hampir ke seluruh negara yang ada di dunia. Pada tahun 1960 David Tyrrell dan Bynoe melakukan penelitian terhadap tubuh manusia yang diduga terpapar virus. Mereka mengajak beberapa ahli virologi dari Inggris untuk meneliti virus yang ditemukan pada manusia dan sejumlah binatang. Bahkan, beberapa virus ternyata dapat menular dari hewan ke manusia. Jenis virus ini kemudian disebut sebagai virus zoonotik. Nama corona berasal dari bahasa Latin “corona” dan Yunani “korone” yang bermakna mahkota atau lingkaran cahaya. Hal ini karena bentuk virus ini seperti mahkota ketika dilihat di mikroskop. Pada tahun 2002 virus yang muncul adalah SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) diketahui disebabkan oleh virus corona yang berasal dari luwak. Virus ini kemudian menyebar sampai ke Hongkong, Vietnam, Indonesia, Malaysia, Inggris, Italia, Swedia, Swiss, Rusia, hingga Amerika Serikat. Dan virus ini berakhir pada pertengahan tahun 2003 setelah menjangkiti 8.098 orang dan sebanyak 774 orang meninggal dunia. Sementara itu, pada tahun 2012 muncul virus MERS (Middle East Respiratory Syndrome) yang diduga berasal dari unta. Sesuai namanya, virus ini ditemukan di negara-negara Timur Tengah dan kemudian menyebar

sampai ke Eropa dan Amerika Serikat. Kedua virus ini samasama menyerang sistem pernafasan. Selanjutnya, di akhir tahun 2019 ditemukan lagi virus yang persis seperti SARS dan MERS di kota Wuhan, China yang di duga kuat berasal dari kelelawar. Virus ini dinamakan COVID-19 (Coronavirus Disease 2019). Dari sinilah awal kemunculan COVID-19 hingga menyebar hampir ke seluruh negara yang ada di dunia sampai saat ini.

2.1.2 Pengertian *Corona Virus Disease (Covid-19)*

Coronavirus Disease 2019 adalah sebuah virus yang menyerang sistem pernafasan manusia. Secara garis besar, virus ini merupakan bagian dari keluarga virus corona yang menyebabkan SARS dan MERS. Namun, para peneliti mengungkapkan bahwa virus corona yang menyebabkan COVID-19 mempunyai karakter yang berbedan dengan SARS dan MERS. Hal ini tampak pada kecepatan penyebarannya, COVID-19 dan SARS sama-sama mudah menyebar dari manusia ke manusia dibandingkan dengan MERS. Namun dibanding SARS, COVID-19 memegang rekor tertinggi untuk kecepatan penyebarannya.

Ciri-ciri gejala COVID-19 adalah sebagai berikut :⁸

A. Nafas Pendek Dada terasa ketat atau mulai merasa seolah-olah tidak bisa bernafas cukup dalam untuk mengisi paru-paru dengan udara.

B. Demam Demam adalah tanda utama infeksi virus corona. Hal ini karena beberapa orang dapat memiliki suhu tubuh inti lebih rendah atau lebih tinggi dari suhu normal (37C).

⁸ Prof.Dr.dr.Anies,M.kes,PKK, COVID-19 : *Seluk Beluk Corona Virus Yang Wajib Dibaca*, Arruzz Media, Jogjakarta, 2020, hal.9-12

C. Batuk kering Batuk kering adalah gejala umum lainnya, tetapi batuk karena corona bukan batuk biasa. Batuk ini terasa mengganggu dan bisa dirasakan datang dari dalam dada.

D. Menggigil atau rasa sakit di sekujur tubuh Biasanya rasa sakit dan menggigil datang pada malam hari.

E. Kedinginan, mirip flu Jika gejala ini flu tidak membaik dalam seminggu atau bahkan menjadi lebih parah maka itu bisa dikatakan ciri-ciri infeksi corona.

F. Rasa kebingungan secara tiba-tiba Gejala ini terjadi secara tiba-tiba kita kebingungan dan tidak mampu untuk membangun kewaspadaan.

G. Masalah pencernaan Dalam sebuah studi diluar China, sekitar 200 orang pasien kasus paling awal ditemukan mengalami gejala masalah pencernaan atau lambung (gastrointestinal).

H. Mata berwarna merah muda Penelitian di China, Korea Selatan, dan beberapa negara lainnya di dunia menunjukkan bahwa 1-3% orang dengan COVID-19 juga menderita konjungtivitis yang umum dikenal sebagai mata merah muda.

I. Kelelahan WHO menemukan 40% dari hampir 6.000 orang dengan kasus yang dikonfirmasi laboratorium mengalami kelelahan.

J. Sakit kepala, sakit tenggorokan, dan hidung tersumbat WHO juga menemukan hampir 14% dari 6.000 kasus COVID-19 di China memiliki gejala sakit tenggorokan, sementara hampir 5% memiliki gejala hidung tersumbat.

K. Kehilangan sensasi rasa dan bau Dalam pemeriksaan, kehilangan bau (anosmia) telah terlihat pada pasien yang di tes dan positif untuk virus corona tanpa gejala lain.

2.1.3 Pencegahan *Corona Virus Disease (Covid-19)*

Untuk mencegah corona virus masuk ke tubuh kita dan mencegah coronavirus menyebar ke orang lain maka perlu dilakukan beberapa hal sebagai berikut :⁹

1. Rajin mencuci tangan selama ± 20 detik dengan air sabun atau jika ada dengan alkohol pembersih.
2. Pada saat bersin ataupun batuk, tutup hidung dan mulut dengan tisu atau kertas pembersih yang lembut dan mudah menyerap barang cair. Kemudian, buang tisu tersebut ke tempat sampah yang saniter.
3. Hindari menyentuh mata, hidung dan mulut dengan tangan yang belum di bersihkan.
4. Bersihkan dan disinfektan permukaan benda atau barang yang sering kita sentuh.
5. Jika merasa tidak enak badan tinggal dirumah atau langsung memeriksakan diri kerumah sakit.
6. Perbanyak istirahat dan minum air putih.

2.1.4 Pengertian Masker

Masker adalah perlindungan pernafasan yang digunakan sebagai metode untuk melindungi individu dari menghirup zat-zat bahaya atau kontaminan yang berada di udara, perlindungan pernafasan atau masker tidak dimaksudkan untuk menggantikan metode pilihan yang dapat menghilangkan penyakit, tetapi

⁹ Wasito dan Hastari Wuryastuti, *Coronavirus-Kupas Tuntas Sejarah, Sumber, Penyebaran, Patogenesis, Pendekatan diagnosis dan Gejala Klinis Coronavirus Pada Hewan dan Manusia*, Lili Publisher, hal.7

digunakan untuk melindungi secara memadai pemakainya (Cohen & Birdner, 2012). Masker secara luas digunakan untuk memberikan perlindungan terhadap partikel dan aerosol yang dapat menyebabkan bahaya bagi sistem pernafasan yang dihadapi oleh orang yang tidak memakai alat pelindung diri, bahaya partikel dan aerosol dari berbagai ukuran dan sifat kimia yang berbeda dapat membahayakan manusia(Sadiyah et al., 2020)¹⁰

2.1.5 Sumber hukum karantina

Kekarantinaan kesehatan adalah upaya mencegah dan menangkal keluar atau masuknya penyakit dan/atau faktor risiko kesehatan masyarakat yang berpotensi menimbulkan kedaruratan kesehatan masyarakat¹¹, yaitu kejadian kesehatan masyarakat yang bersifat luar biasa dengan ditandai penyebaran penyakit menular dan/atau kejadian yang disebabkan oleh radiasi nuklir, pencemaran biologi, kontaminasi kimia, bioterorisme, dan pangan yang menimbulkan bahaya kesehatan dan berpotensi menyebar lintas wilayah atau lintas negara.¹² Kekarantinaan kesehatan diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan dengan Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit di bawah Kementerian Kesehatan Republik Indonesia sebagai instansi penyelenggara.

¹⁰ Wilandari, D. F., Hasanudin, H., Anggraeni, R. P., Susilawati, S., & Afandi, M. F. (2021). SOSIALISASI CARA PEMAKAIAN MASKER DAN HAND SANITIZER YANG BAIK SEBAGAI UPAYA MEMUTUS MATA RANTAI PENYEBARAN COVID-19 DI RUMAH PINTARKOMPLEK GRIYA ASRI PAMULANG, BLOK E 9 NO. 7, KECAMATAN SETU, KELURAHAN BHAKTI JAYA. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(1), 20-28.

¹¹ [UU 6/2018](#), Pasal 1 angka 1.

¹² [UU 6/2018](#), Pasal 1 angka 2.

Presiden Joko Widodo mengesahkan UU No.6/2018 ini untuk menggantikan UU No.1/1962 tentang Karantina Laut dan UU No.2/1962 tentang Karantina Udara. Dokumen Undang-Undang nomor 6 tahun 2018 tentang Karantina Kesehatan merupakan produk hukum yang disahkan pada 7 Agustus 2018 oleh Presiden Joko Widodo. Undang-undang ini merupakan payung hukum dalam mendukung pemerintah untuk melindungi gangguan kesehatan masyarakat Indonesia dalam ancaman penyakit baru maupun penyakit lama yang muncul kembali. Peraturan hukum ini sebagai bentuk respon dan tanggung jawab negara yang mengharuskan Indonesia yang mengikuti regulasi kesehatan (*international Health Regulations*) tahun 2005. Regulasi tersebut mengharuskan Indonesia meningkatkan kemampuan dalam penyelidikan kesehatan serta penyelenggaraan karantina kesehatan di wilayah dan pintu masuk baik di bandara, pos lintas batas maupun pelabuhan laut.

Undang-undang ini antara lain mengatur tanggung jawab pemerintah pusat dan pemerintah daerah, hak dan kewajiban, kedaruratan kesehatan masyarakat dan penyelenggaraan kekarantinaan kesehatan di pintu masuk. Lalu juga mengatur penyelenggaraan kekarantinaan kesehatan di wilayah, dokumen, sumberdaya, informasi, pembinaan dan pengawasan, penyidikan, dan ketentuan pidananya terkait kekarantinaan kesehatan. Isi undang-undang No. 6 tahun 2018 yang terdiri dari 14 bab dan 98 pasal ini, diurai dalam 72 halaman termasuk lampiran, yang ditujukan untuk mengganti UU No. 1 tahun 1962 tentang Karantina Laut dan UU No.2 tahun 1962 tentang Karantina Udara. Kedua aturan hukum tersebut

sudah tidak lagi memandai untuk menjadi payung hukum dalam perlindungan kesehatan masyarakat saat ini.

2.2 Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

2.2.1 Sejarah Perlindungan Konsumen

Perhatian terhadap perlindungan konsumen terutama di Amerika Serikat (1960 an – 1970 an) mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan menjadi objek kajian di bidang ekonomi, sosial, politik dan hukum. Banyak buku dan artikel ditulis berkenaan dengan ini dan bahkan berhasil diundangkan sebagai peraturan dan dijatuhkan putusan-putusan hakim yang memperkuat kedudukan konsumen. Di Indonesia gerakan perlindungan konsumen menggema dari gerakan serupa di Amerika Serikat. YLKI yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia berdiri 11 Mei 1973. Sekalipun demikian tidak berarti sebelum ada YLKI perhatian terhadap konsumen di Indonesia sama sekali terabaikan. Dilihat dari kualitas dan materi muatan produk hukum itu dibandingkan dengan keadaan di negara-negara maju terutama AS, kondisi di Indonesia masih jauh dari menggembirakan. Walaupun demikian, keberadaan peraturan hukum bukan satu-satunya ukuran untuk menilai keberhasilan gerakan perlindungan konsumen. Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 25 tahun yang lalu dengan berdirinya 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 tahun 1990 bergabung sebagai anggota “*Consumers International*” (CI). YLKI bertujuan melindungi konsumen, menjaga martabat

produsen, dan membantu pemerintah. YLKI memiliki cabang-cabang di berbagai propinsi dan di dukung oleh media massa seperti Media Indonesia dan Kompas. Ditinjau dari kemajuan peraturan perundang-undangan di Indonesia di bidang perlindungan konsumen, sampai saat ini dapat dikatakan masih sangat minim baik dari kuantitas peraturannya maupun kedalam materi yang dicakupinya. Dari inventarasi sampai 1991, pengaturannya yang memuat unsure perlindungan konsumen tersebar pada 8 bidang yaitu ;

1. Obat-obatan dan bahaya berbahaya
2. Makanan dan minuman
3. Alat-alat elektronik
4. Kendaraan bermotor
5. Meterologi dan tera
6. Industri
7. Pengawasan mutu barang
8. Lingkungan hidup

Jenis peraturan perundang-undangannya pun bervariasi, mulai dari ordonansi dan UU, PP, Inpres, Kep. Men, Kep bersama beberapa menteri, Kep Dirjen dan lain-lain. Gerakan konsumen di Indonesia, termasuk yang diprakarsai YLKI mencatat prestasi besar setelah naskah akademik UUPK dibawa ke DPR dan rancangannya di sahkan menjadi Undang-Undang pada 20 April 1999 dan berlaku efektif satu tahun kemudian.

Kehadiran UUPK ini adalah juga karena cukup kuatnya tekanan dari dunia internasional. Setelah pemerintah RI mengesahkan UU No. 7 tahun 1994 tentang

Agreement Establishing the World Trade Organization (Persetujuan Peembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), maka ada kewajiban bagi Indonesia untuk mengikuti standarstandar hukum yang berlaku dan diterima luas oleh Negara anggota WTO.¹³

Berdasarkan pertimbangan tersebut di atas dibentuk Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Hukum perlindungan konsumen dibuat untuk melindungi warga negara khususnya konsumen dari perbuatan pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab baik didalam negeri maupun diluar negeri. Hukum perlindungan konsumen ialah upaya konkrit yang dilakukan pemerintah dan negara untuk melindungi konsumen sesuai amanah dari konsepsi negara yang termuat dalam Konstitusi Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945.

Lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menunjukkan tentang keberadaan hukum perlindungan konsumen dalam tata hukum nasional tidak bisa diragukan lagi. Kedudukan hukum perlindungan konsumen diakui sebagai cabang hukum tersendiri dari hukum ekonomi karena konsumen sebagai objek dalam kegiatan perekonomian.

Tujuan dari perlindungan konsumen adalah segala menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen dalam bentuk antara lain :

¹³ Yusuf Shofie, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen, Menurut UUPK, Teori dan Praktek Penegakan Hukum*. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi 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 konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Dengan adanya pengaturan terhadap perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, diharapkan menjadi fondasi yang kuat kepada setiap konsumen dalam perbuatan pelaku usaha yang melakukan penyimpanan maupun penimbunan bahan kebutuhan konsumen dapat mengambil tindakan hukum agar tidak terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya.

2.2.2 Pengertian Hukum Konsumen, dan Hukum Perlindungan Konsumen

Istilah konsumen, sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada UU No. 8 Tahun 1999 tentang UUPK yang mana dalam pasal 12 ditentukan : 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.

Istilah hukum konsumen dan HPK sangat sering terdengar. Az. Nasution berpendapat bahwa HPK merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat azas-azas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen.

Hukum konsumen diartikan sebagai : keseluruhan azas-azas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen, didalam pergaulan hidup.¹⁴

Azas-azas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah konsumen itu tersebar dalam berbagai bidang hukum seperti hukum perdata, dagang, hukum pidana, hukum administrasi Negara dan hukum internasional terutama konvensi-konvensi yang berkaitan dengan kepentingan-kepentingan konsumen.

¹⁴ Az. Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, h.11

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.¹⁵

2.2.3 Azas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Dirumuskan dalam Pasal yang berbunyi, “Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”. pabila mencermati azas-azas tersebut tanpa melihat memori penjelasan UU No. 8 Tahun 1999 dirasakan tidak lengkap.¹⁶Penjelasan tersebut menegaskan bahwa perlindungan 15 konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima azas yang revelan dalam pembangunan nasional, yaitu sebagai berikut ;

¹⁵ Happy Susanto, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, h.4

¹⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1. Azas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Azas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil.
3. Azas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual.
4. Azas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Azas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.¹⁷

Ad. 1. Azas manfaat ini mengkehendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, pelaku usaha dan konsumen apa yang menjadi haknya. Dengan demikian diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan 16 hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat.

¹⁷ Ade Maman Suherman, 2002, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Ad. 2. Azas keadilan ini mengkehendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Karena itu, undang-undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Ad. 3. Azas keseimbangan ini mengkehendaki agar konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya.

Ad. 4. Azas keamanan dan kenyamanan konsumen mengkehendaki ada jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya.

Ad. 5. Azas kepastian hukum ini mengharapakan undang-undang perlindungan konsumen yang menyangkut hak dan kewajiban harus dapat diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, Negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang perlindungan sesuai dengan bunyinya.¹⁸

Selain azas-azas seperti disebut diatas, tujuan yang ingin dicapai melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 3 nya, yaitu ;

¹⁸ Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cet. I, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hal. 17.

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi 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 konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.¹⁹

Mengamati azas dan tujuan yang terkandung di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang No. 8 tahun 1999) jelas bahwa undang-undang ini membawa misi yang besar dan mulia dalam mewujudkan kehidupan berbangsa dan bernegara. Untuk mewujudkan tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen.

¹⁹ Abdul R. Saliman, 2015, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*,

2.2.4 Hak-Hak Konsumen

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekadar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu ;

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

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam The International Organization of Consumers Union (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Dalam UUPK, empat hak dasar yang dikemukakan oleh John F. Kennedy juga diakomodasikan. Hak konsumen untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat, tidak dimasukkan dalam UUPK ini karena UUPK secara khusus mengecualikan hak-hak yang diatur dalam undang-undang di bidang hak-hak atas kekayaan intelektual 19 (HAKI) dan dibidang pengelolaan lingkungan. Tidak

jelas mengapa hanya kedua bidang hukum ini saja yang dikecualikan secara khusus, mengingat sebagai undang-undang payung (umbrella act), UUPK, seharusnya dapat mengatur hak-hak konsumen itu secara lebih komprehensif.

Ada sembilan hak yang secara eksplisit dituangkan dalam Pasal 4 UUPK, sementara satu hak terakhir dirumuskan secara terbuka. Hak-hak konsumen itu sebagai berikut :

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 dispensasi, ganti rugi dan atau penggantian, jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lain.²⁰

2.2.5 Sumber-Sumber Hukum Perlindungan Konsumen

Yang dimaksud dengan sumber hukum adalah tempat dimana HPK itu dapat ditemukan. Dengan demikian, untuk memahami HPK dapat mencari dan menemukan tempat atau instrument tersebut. Pada prinsipnya sumber-sumber hukum tersebut terdiri dari perundangundangan, perjanjian, traktat, yurisprudensi, kebiasaan dan pendapat para sarjana. Tingkat kepentingan dan penggunaan sumber-sumber tersebut sangat bergantung pada kekhususan masing-masing masalah hukum atau sistem hukumnya yang dianut suatu Negara. Beberapa sumber Hukum Perlindungan Konsumen sebagai berikut ;

A. Peraturan Perundang-Undangan. Hal ini sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat antara lain :

1. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dengan beberapa peraturan pelaksanaannya antara lain PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.
2. UU No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan
3. UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan dengan beberapa Instruksi Presiden, Keputusan Menteri Pertanian, Keputusan Menteri Kesehatan, Peraturan Menteri Kesehatan

²⁰ <https://m.bisnis.com/amp/read/20200904/15/1287276/hari-pelanggan-nasional-yuk-pahami-hak-dan-kewajiban-konsumen>

- 1) Peraturan Perundang-Undangan tentang Standarisasi, Sertifikasi, Akreditasi dan Pengawasan Mutu di Indonesia
- 2) UU No. 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal
- 3) UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian
- 4) UU No. 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta
- 5) UU No. 14 Tahun 2001 tentang Paten
- 6) UU No. 15 Tahun 2001 tentang Merk.

B. Perjanjian

Perjanjian (kontrak) memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perundang-undangan. Artinya perjanjian yang dibuat oleh pihak-pihak tertentu dapat dijadikan dasar hukum bagi yang membuatnya. Hal ini dijamin oleh Pasal 1338 BW, yang menyatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Perbedaannya dengan perundang-undangan adalah dalam hal ini perjanjian hanya berlaku bagi pihak yang membuatnya saja, tidak mengikat masyarakat umumnya, sedangkan perundang-undangan berlaku umum kepada semua pihak yang menjadi subyek pengaturannya. Perbedaan lainnya perjanjian diciptakan oleh atau atas inisiatif pihak-pihak tersebut. Sedangkan perundang-undangan dipaksakan berlakunya oleh penguasa.

C. Traktat

Traktat merupakan perjanjian antar Negara dapat dibuat oleh dua Negara (bilateral) atau oleh beberapa Negara (multilateral). Pentingnya Traktat mengingat adanya paham kedaulatan Negara. Dimana setiap Negara berdaulat mempunyai

kekuasaan untuk menentukan nasib bangsa dan negaranya sendiri. Termasuk juga menentukan hukum yang berlaku di Negara tersebut. Akibatnya hukum asing (Negara lain) tidak dapat diberlakukan di Negara tersebut. Selanjutnya agar perjanjian antar Negara tersebut mengikat masing-masing warga Negara peserta perjanjian, maka perjanjian antar Negara tersebut perlu ditindak lanjuti dengan pengesahan (ratifikasi) agar setara dengan hukum nasional di masing-masing Negara peserta serta diundangkan misalnya dalam bentuk undang-undang atau keputusan presiden.

D. Yurisprudensi

Yurisprudensi adalah putusan-putusan pengadilan yang dapat dianggap suatu sumber hukum karena bila sudah ada suatu yurisprudensi yang tetap, maka hal ini akan selalu diikuti oleh hakim-hakim dalam memberikan keputusannya dalam soal yang serupa. Namun di Indonesia hukum bebas untuk menggerakkan atau tidak karena kita tidak menganut azas presiden.

E. Kebiasaan

Kegiatan bisnis termasuk pelaku usaha tumbuh dan berkembang dalam masyarakat dengan berbagai kebiasaan yang diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat yang kemudian sebagian diatur dalam peraturan perundang-undangan.

2.3 Tinjauan umum tentang konsumen

2.3.1. Pengertian konsumen

Istilah konsumen ini berasal dari alih bahasa dari kata consumer (Inggris-Amerika), atau consument/konsument (Belanda). Pengertian consumer dan consument ini hanya bergantung dimana posisi ia berada. Secara harfiah arti kata consumer itu adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Tujuan penggunaan barang dan jasa ini nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut, begitu pula Kamus Besar Bahasa Indonesia memberi arti kata consumer sebagai pemakai atau konsumen.

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi. Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, konsumen didefinisikan sebagai “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”. Tampaknya definisi ini mengandung kelemahan karena banyak hal yang tidak tercakup sebagai konsumen, padahal seharusnya ia juga dilindungi seperti badan hukum, badan usaha, dan barang yang tidak ditawarkan dalam masyarakat dan adanya batasan-batasan yang samar. Jika sekiranya badan usaha yang memperdagangkan sebuah produk tidak masuk ke dalam kategori pengertian konsumen rasanya kurang tepat, karena bagaimanapun badan ini adalah “konsumen antara” yang menjembatani antara produsen dengan masyarakat

selaku konsumen akhir. Justru karena itu agar badan usaha tidak terjebak dari perilaku produsen yang melawan hukum, sebagiannya dimasukkan pula ke dalam lingkup pengertian konsumen, sehingga mereka juga patut mendapat perlindungan hukum.

Pengertian konsumen menurut Philip Kotler dalam bukunya *Principles of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Pendapat lain merumuskan, bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apabila ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri ataukah secara kolektif.

Konsumen itu sendiri dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Konsumen akhir adalah konsumen yang mengonsumsi secara langsung produk yang diperolehnya.
 - a. Menurut BPHN (Badan Pembinaan Hukum Nasional): "Pemakai akhir dari barang, digunakan untuk keperluan diri sendiri atau orang lain dan tidak diperjualbelikan."
 - b. Menurut YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia): "Pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi keperluan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali."

c. Menurut KUH Perdata Baru Belanda: “orang alamiah yang mengadakan perjanjian tidak bertindak selaku orang yang menjalankan profesi atau perusahaan.”

2. Konsumen antara adalah konsumen yang memperoleh produk untuk memproduksi produk lainnya. Contoh: distributor, agen, dan pengecer. Ada dua cara untuk memperoleh barang, yakni:

a. Membeli. Bagi orang yang memperoleh suatu barang dengan cara membeli, tentu ia terlibat dengan suatu perjanjian dengan pelaku usaha, dan konsumen memperoleh perlindungan hukum melalui perjanjian tersebut.

b. Cara lain selain membeli, yakni hadiah, hibah, dan warisan. Untuk cara yang kedua ini, konsumen tidak terlibat dalam suatu hubungan kontraktual dengan pelaku usaha. Sehingga konsumen tidak mendapatkan perlindungan hukum dari suatu perjanjian. Untuk itu, diperlukan perlindungan dari negara dalam bentuk peraturan yang melindungi

2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak Konsumen adalah:

a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak konsumen adalah hak-hak yang bersifat universal. J.F Kennedy menentukan ada empat Hak Dasar konsumen, adalah sebagai berikut:

- a. Hak memperoleh keamanan (the right to safety);
- b. Hak memilih (the right to choose);
- c. Hak mendapat informasi (the right to be informed);
- d. Hak untuk didengar (the right to be heard)

Selain konsumen mempunyai hak, konsumen juga mempunyai kewajiban yang harus dipenuhinya sebelum mendapatkan haknya, kewajiban konsumen yakni antara lain:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Tidak bisa dipungkiri bahwa seringkali konsumen tidak memperoleh manfaat yang

maksimal, atau bahkan dirugikan dari mengkonsumsi suatu barang/jasa. Namun setelah diselidiki, kerugian tersebut terjadi karena konsumen tidak mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian yang telah disediakan oleh pelaku usaha.

b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; Tak jarang pula konsumen tidak beritikad baik dalam bertransaksi atau mengkonsumsi barang. Hal ini tentu saja akan merugikan khalayak umum, dan secara tidak langsung si konsumen telah merampas hak-hak orang lain.

c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; Ketentuan ini sudah jelas, ada uang, ada barang.

d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, patut diartikan sebagai tidak berat sebelah dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penyelesaian sengketa konsumen Sengketa dimaksudkan sebagai adanya ketidakserasian antara pribadi-pribadi atau kelompok-kelompok yang mengadakan hubungan karena hak salah satu pihak terganggu atau dilanggar. Adapun mengenai pengertian dari sengketa konsumen itu sendiri menurut menteri perdagangan dalam surat keputusannya adalah:

“Yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atau kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa”. Maka berdasarkan uraian di atas, sengketa konsumen adalah

sengketa yang terjadi antara konsumen di satu pihak dan pelaku usaha atau produsen di pihak lain. Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan atau ditempuh melalui jalur pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan saling membutuhkan antara pelaku usaha dengan konsumen, baik berupa pelaku usaha dan konsumen barang atau jasa. Kepentingan usaha adalah memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dari transaksi dengan konsumen, sedangkan di sisi lain, konsumen berkepentingan untuk memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Dengan kata lain, konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan kualitas yang diinginkan.

Dalam hubungan demikian, seringkali terdapat ketidaksetaraan antara keduanya di mana secara umum konsumen berada pada posisi tawar-menawar yang lemah, akibatnya menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha atau produsen yang secara sosial dan ekonomi memiliki posisi yang kuat. Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen sangat diperlukan adanya campur tangan pemerintah danlatau negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen.

Salah satu konsiderans Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disingkat UUPK ditegaskan dalam pasal 40 ayat (1) UUPK, bahwa pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen.

Artinya di sini adalah pembentukan BPSK di level daerah diharapkan mampu mengatasi dan menyelesaikan permasalahan sengketa konsumen, tanpa harus melakukan pengurusan di pusat. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan upaya hukum yang tidak menguras energi, biaya dan pikirannya. Berbagai kesulitan yang dihadapi oleh konsumen dalam hubungannya dengan produsen sangat membutuhkan suatu kepastian hukum yang dapat memberikan kejelasan tentang hak dan kewajiban para pihak sehingga lahirlah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang diharapkan mampu untuk mengatasi segala macam kerumitan dalam hubungan antara produsen dan konsumen.

Dibukanya ruang penyelesaian sengketa secara khusus oleh UUPK 1999 memberikan berbagai manfaat bagi berbagai kalangan, bukan saja konsumen tetapi juga bagi pelaku usaha sendiri, bahkan juga bagi pemerintah. Manfaat bagi konsumen adalah:

1. Mendapat ganti rugi atas kerugian yang diderita;
2. Melindungi konsumen lain agar tidak mengalami kerugian yang sama, karena satu orang mengadu maka sejumlah orang lainnya akan dapat tertolong. Complain yang diajukan konsumen melalui ruang publik dan mendapat liputan media massa akan menjadi mendorong tanggapan yang lebih positif kalangan pelaku usaha;
3. Menunjukkan sikap kepada masyarakat pelaku usaha lebih memperhatikan kepentingan konsumen.

Bagi kalangan pelaku usaha, ruang penyelesaian sengketa atau penegakan hukum konsumen memiliki arti dan dampak tertentu, manfaatnya adalah:

1. Pengaduan dapat menjadi tolak ukur dan titik tolak untuk perbaikan mutu produk dan memperbaiki kekurangan lain yang ada;
2. Dapat sebagai informasi dari adanya kemungkinan produk tiruan;

Bagi pemerintah sebagai pengambil kebijakan dan pengendali berbagai kepentingan rakyat, perkembangan itu penting karena memberikan manfaat-manfaat seperti berikut:

1. Lebih memudahkan pengawasan dan pengendalian terhadap produk yang beredar di pasaran.
2. Mengetahui adanya kelemahan penerapan peraturan atau standar pemerintah.
3. Merevisi berbagai standar yang ada. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Penyelesaian sengketa diluar pengadilan dapat ditempuh melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yaitu institusi nonstruktural yang memiliki fungsi sebagai “institusi yang menyelesaikan permasalahan konsumen di luar pengadilan secara murah, cepat, dan sederhana”. Badan ini sangat penting dibutuhkan di daerah dan kota di seluruh Indonesia. Anggota-anggotanya terdiri dari perwakilan aparaturnya pemerintah, konsumen, dan pelaku usaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian empiris yaitu penelitian hukum yang menggunakan sumber data lapangan sebagai sumber data utama, seperti hasil wawancara dan observasi. Penelitian empiris digunakan untuk menganalisis hukum yang dilihat sebagai perilaku masyarakat yang berpola dalam kehidupan masyarakat yang selalu berinteraksi dan berhubungan dalam aspek kemasyarakatan.

3.2 Metode Pendekatan

Metode yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif yaitu, suatu cara analisis hasil penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu data yang dinyatakan secara tertulis atau lisan juga tingkah laku yang nyata, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Dalam pendekatan ini penulis harus memilah dan memilih data mana atau bahan mana yang memiliki kualitas dan data atau bahan mana yang tidak relevan dengan materi penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian hukum empiris adalah sebagai berikut :

A. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik apotik abifarma Kabupaten Rokan Hulu Kecamatan Rambah pada

Melonjak nya harga masker, yang akan digunakan sebagai data utama bagi penulis dalam melakukan penelitian ini. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi atau risalah dalam pembuatan undang-undang. Dalam penelitian ini penulis memakai bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan sebagai berikut :

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- 2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
- 3) Keputusan Presiden Nomor 11 tahun 2020 tentang Penetapan Kedaruratan Kesehatan Masyarakat Corona Virus Disease 2019 (Covid-19).

B. Data sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan yang diambil dari teori-teori hukum dan pendapat para ahli hukum dari tulisan-tulisan, buku-buku, dan beberapa literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas. Bahan hukum sekunder merupakan bahan-bahan yang isinya membahas isi dari bahan hukum primer. Dalam penelitian ini penulis menggunakan bahan hukum sekunder berupa skripsi, tesis, jurnal yang memuat bahan hukum terkait dengan pokok pembahasan. Bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap hukum primer dan sekunder. Selain itu digunakan juga penunjang bahan-bahan penelitian yang diperoleh melalui ensiklopedia, KBBI dan internet.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dari salah satu atau beberapa sumber data yang telah ditemukan. Dalam penelitian metode yang digunakan adalah metode wawancara. Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan secara lisan kepada responden untuk di jawabnya.

3.5 Metode Penyajian Data

Hasil penelitian disajikan dalam bentuk uraian-uraian yang tersusun secara sistematis, artinya data sekunder yang diperoleh akan dihubungkan satu dengan yang lain disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga secara keseluruhan merupakan kesatuan yang utuh sesuai kebutuhan penelitian.

3.6 Analisis Data

Merupakan pengelolaan data dari data-data yang sudah terkumpul. Dari data tersebut dapat memperoleh gambaran yang akurat dan konkrit dari objek penelitian.