

PERAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN INDONESIA (YLKI) DAN BADAN PERLINDUNGAN SENGKETA KONSUMEN (BPSK) DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA

Liza Deshaini, Evi Oktarina, Rusmini, Sudarna
Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Sumpah Pemuda

Abstrak

Peran Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Dalam Perlindungan Konsumen Di Indonesia adalah mereka harus secara eksklusif mewakili kepentingan-kepentingan konsumen, kemajuan perdagangan akan tidak ada artinya jika diperoleh dengan cara-cara yang merugikan konsumen, mereka harus non profit *making* dalam profil aktivitasnya, mereka tidak boleh menerima iklan-iklan untuk alasan-alasan komersial apapun dalam publikasi-publikasi mereka, mereka tidak boleh mengizinkan eksploitasi atas informasi dan advis yang mereka berikan kepada konsumen untuk kepentingan perdagangan, mereka tidak boleh mengizinkan kebebasan tindakan dan komentar mereka. Dan Peran Badan Perlindungan Sengketa Konsumen (BPSK) Dalam Perlindungan Konsumen Di Indonesia adalah Menangani perkara konsumen melalui mediasi, konsiliasi, dan arbitrase, membuka konsultasi perlindungan konsumen, mengawasi pencantuman klausul baku, jika ada pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen. BPSK wajib melaporkan kepada penyidik, BPSK wajib menerima pengaduan secara tertulis ataupun tidak tertulis mengenai berbagai jenis pelanggaran, BPSK bertugas melakukan pemeriksaan perkara dan penelitian terkait masalah perlindungan konsumen, BPSK berhak memanggil pelaku usaha yang diduga melanggar undang-undang perlindungan konsumen, BPSK berhak menghadirkan saksi ahli, saksi atau seorang yang dianggap mengetahui tindak pelanggaran undang-undang perlindungan konsumen, BPSK bisa meminta bantuan penyidik dalam hal mendatangkan saksi, saksi ahli dan pelaku usaha jika mereka tidak mau memenuhi undangan dari BPSK, memeriksa kebenaran alat bukti untuk tujuan penyelidikan, memastikan ada atau tidaknya kerugian di pihak konsumen, BPSK harus memberitahukan setiap putusan atas pelanggaran kepada pelaku usaha, BPSK berhak menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.

Kata Kunci : Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Badan Perlindungan Sengketa Konsumen (BPSK), Perlindungan Konsumen.

Abstract

The Role of the Indonesian Consumers Foundation (YLKI) in Protection Consumers In Indonesia, they must exclusively represent the interests of consumers, the progress of trade will be meaningless if it is obtained in ways that are detrimental to consumers, they must be non-profit making in their activity profiles, they must not accept advertisements for reasons in their publications, they must not allow the exploitation of the information and advice they provide to consumers for commercial purposes, they must not allow their freedom of action and comment. And the role of the Consumer Dispute Protection Agency (BPSK) in Consumer Protection in Indonesia is to handle consumer cases through mediation, conciliation and arbitration, open consumer protection consultations, supervise the inclusion of standard clauses, if there is a violation of the Consumer Protection Law. BPSK is obliged to report to investigators, BPSK is obliged to

accept written or unwritten complaints regarding various types of violations, BPSK is tasked with conducting case examinations and research related to consumer protection issues, BPSK has the right to summon business actors suspected of violating consumer protection laws, BPSK has the right to present witnesses experts, witnesses or someone who is deemed to know the act of violating the consumer protection law, BPSK can ask investigators for assistance in bringing witnesses, expert witnesses and business actors - if they do not want to fulfill the invitation from BPSK, check the correctness of the evidence for the purpose of the investigation is to ensure whether or not there is a loss on the part of consumers, BPSK must notify business actors of any decision regarding violations, BPSK has the right to impose administrative sanctions on business actors who commit violations.

Keywords: *Indonesian Consumers Foundation (YLKI), Protection Agency Consumer Disputes (BPSK), Consumer Protection.*

I. Pendahuluan

Perlindungan konsumen masih harus mendapatkan perhatian yang lebih karena investasi asing telah menjadi bagian pembangunan ekonomi Indonesia. Persaingan perdaanan internasional dapat membawa implikasi negatif bagi perlindungan konsumen. Dulu kita menenal bisnis internasional hanya dalam bentuk ekspor impor dan penanaman modal. Kini transaksi menjadi beraneka ragam dan rumit, seperti kontrak pembuatan barang waralaba, jual beli, alih teknologi, aliansi strategis internasional dan lain-lain. Pengaruh globalisasi menyebabkan berkembangnya saling ketergantungan pelaku ekonomi ini dunia manufaktur, perdanaan, investasi sehingga melewati batas negara, Gejala ini dipercepat oleh kemajuan komunikasi dan transportasi teknologi.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal masih terasa sangat penting, mengingat makin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung maupun tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupa-

kan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan.

Perlunya undang-undang perlindungan konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen. Proses sampai hasil produksi barang atau jasa dilakukan tanpa campur tangan konsumen sedikitpun, Tujuan hukum perlindungan konsumen secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung, hukum ini jua akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab.

Namun, semua tujuan tersebut hanya dapat dicapai bila hukum perlindungan dapat diterapkan secara konsekuen. Untuk mewujudkan harapan tersebut, perlu dipenuhi beberapa persyaratan ini minimal, antara lain :¹

1. Hukum perlindungan konsumen harus adil bagi konsumen maupun produsen, jadi

¹Andi Sri Rezki Wulandari, Nurdiyana Tadjuddin., *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2018, hlm. 11.

tidak hanya membebani produsen dengan tanggung jawab, tetapi juga melindungi hak-haknya untuk melakukan usaha dengan jujur ;

2. Aparat pelaksana hukumnya harus dibekali dengan sarana yang memadai dan disertai dengan tanggung jawab ;

3. Peningkatan kesadaran konsumen akan hak-haknya ;

4. Mengubah sistem nilai dalam masyarakat ke arah sikap tindak yang mendukung pelaksanaan perlindungan. Konsumen

Kendala yang dihadapi dalam upaya perlindungan konsumen di Indonesia tidak terbatas pada rendahnya kesadaran konsumen akan hak, tetapi juga adanya persepsi yang salah di kalangan sebagian besar produsen bahwa perlindungan terhadap konsumen akan menimbulkan kerugian terhadap produsen. Persepsi yang keliru di kalangan pengusaha ini akan dengan mudah diluruskan apabila disadari beberapa pertimbangan berikut ini :²

1. Bahwa konsumen dan produsen adalah pasangan yang saling membutuhkan, usaha produsen tidak akan berkembang dengan baik bila konsumen berada pada kondisi yang tidak sehat akibat banyaknya produk yang cacat.

2. Bahwa ada produsen yang melakukan kekurangan dalam melakukan kegiatan usahanya. Kekurangan ini tidak hanya merugikan konsumen saja, tetapi juga akan merugikan produsen yang jujur dan bertanggung jawab

3. Kesempatan untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha baik produsen yang bertanggung jawab dapat diwujudkan tidak dengan jalan merugikan kepentingan konsumen, tetapi dapat dicapai melalui penindakan terhadap produsen yang melakukan kecurangan Dalam melakukan kegiatan usahanya.

4. Bahwa beban kompensasi atas kerugian konsumen akibat pemakaian produk cacat

telah diperhitungkan sebagai komponen produksi, tetapi ditanggung bersama oleh seluruh konsumen yang memakai produk yang tidak cacat.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung. Konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.

Konsumen yang keberadaannya sangat tidak terbatas dengan strata yang sangat bervariasi menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi produk barang atau jasa dengan cara seefektif mungkin agar dapat mencapai konsumen yang sangat majemuk tersebut. Untuk itu semua cara pendekatan diupayakan sehingga mungkin menimbulkan berbagai dampak termasuk keadaan yang menjurus pada tindakan yang bersifat negatif bahkan tidak tepuji yang berawal dari itikad buruk. Dampak buruk yang lazim terjadi, antara lain menyangkut kualitas, atau mutu barang, informasi yang tidak jelas bahkan menyesatkan pemalsuan dan sebagainya.

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlin-

²Ibid, hlm. 12 -13

dungan terhadap konsumen barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibatakibat dari pemakaian barang dan jasa itu. Cakupan perlindungan konsumen dalam dua aspek, yaitu :³

1. Perlindungan terhadap kemungkinnan diserahkan kepada konsumen barang dan jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi. Desain produk, dan sebaiknya, apakah sudah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen atau tidak, Juga, persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengonsumsi produk yang tidak sesuai

2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purna jual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan perilaku produsen memproduksi dan mengedarkan produknya.

Tidak dapat di sangkal lagi bahwa produk (baik barang maupun jasa), pemasarannya dan penggunaannya oleh konsumen senantiasa mengandung dampak negatif, baik karena perilaku produsen maupun sebagai akibat dari perilaku konsumen itu sendiri. Misalnya, karena perilaku curang dari produsen ataupun karena ketidaktahuan dari konsumen. Karena itu, persoalan perlindungan konsumen bukan hanya pada pencarian siapa yang bersalah dan apa hukumannya, melainkan juga mengenai pendidikan terhadap konsumen dan penyadaran kepada semua pihak tentang perlunya keselamatan dan keamanan di dalam berkonsumsi. Dengan demikian, orang akan terhindar dari kemungkinn kerugian, seperti cacat, terkena penyakit, bahkan meninggal

atau dari kerugian yang menimpa harta bendanya.

Dari kasus-kasus yang timbul di masyarakat melalui pemberitaan pers, tampak bahwa ada pengeluaran finansial untuk menanggulangi akibat negatif dari pemakaian produk, misalnya harus berobat karena keracunan makanan dan juga kerugian finansial karena memakai produk yang kurang/tidak berkualitas. Disamping biaya-biaya tersebut, konsumen masih mungkin menemui kerugian moral/materiil, misalnya karena anggota keluarga meninggal setelah mengonsumsi makanan yang tercemar, menjadi cacat, atau meninggal karena malpraktik medis : salah suntik, salah obat, dan sebagainya.

Dengan demikian, *econominc cost* dan *social cost* sehubungan dengan penggunaan produk sungguh besar. Maka dari itu, perlindungan hukum kepada konsumen sesungguhnya adalah suatu keharusan, terutama jika dikaitkan dengan kehidupan berbangsa dan bernegara. Sebuah bangsa/negara tentunya membutuhkan manusia-manusiayangsehat secara jasmani dan rohani serta membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk melanjutkan pembangunan. Sebab hanya di tangan manusia-manusia yang berkualitaslah pembangunan bangsa/negara ini dapat berlansung secara terjamin.

Dengan demikian sekurang-kurangnya ada 4 (empat) alasan pokok mengapa konsumen perlu dilindungi :

1. Melindungi konsumen sama artinya dengan melindungi seluruh bangsa Sebagaimana yang diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional menurut Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945

2. Melindungi konsumen perlu untuk menghindarkankonsumen dari dampak negatifpenggunaan teknologi

3. Melindungi konsumen perlu untuk melahirkan manusia-manusia yang sehat rohani dan jasmani sebagai pelaku-pelaku pembangunan yang berarti juga untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional

³Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hlm. 10.

4. Melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen.

Dari uraian-uraian tersebut diatas penulis tertarik untuk menuangkannya dalam suatu tulisan yang diberi judul :

“PERAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN INDONESIA (YLKI) DAN BADAN PERLINDUNGAN SENGKETA KONSUMEN (BPSK) DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA “

B. Permasalahan

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan dalam tulisan ini adalah :

1. Bagaimanakah peran Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dalam perlindungan konsumen di Indonesia ?
2. Bagaimanakah peran Badan Perlindungan Sengketa Konsumen (BPSK) dalam perlindungan konsumen di Indonesia ?

C. Metodologi

Selaras dengan judul dan latar belakang seperti yang telah dipaparkan diatas, maka penulis menggunakan metode penelitian normatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder yang mencakup bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini yang terdiri dari :

a. Bahan hukum primer

Berupa bahan hukum yang mengikat, dalam hal ini penulis menggunakan Undang-Undang Republik Indonesia No-mor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

b. Bahan hukum sekunder Berupa bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti :

~Buku-buku atau literatur yang erat kaitannya dengan permasalahan.

c. Bahan hukum tersier Berupa internet

Selanjutnya hasil analisis dari sumber bahan hukum tersebut dikonstruksikan kedalam bentuk kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan, kemudian diajukan saran-saran.

D. Pembahasan

1. Peran Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Dalam Perlindungan Konsumen Di Indonesia

Prinsip tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.⁴

Beberapa sumber formal hukum, seperti peraturan perundang-undangan dan perjanjian standar dilapangan hukum keperdataan kerap memberikan pembatasan-pembatasan terhadap tanggung jawab yang dipikul oleh si pelanggar hak konsumen. Secara umum, prinsip pertanggungjawaban dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:⁵

1. Kesalahan (*liability based on fault*)
2. Praduga selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*)
3. Praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability*)
4. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*)
5. Pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*)

Ad,1.Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability atau liability based on fault*) adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1365,- 1366, dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Pasal 1365 KUHPerdata, yang lazim

⁴Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000, hlm.59.

⁵Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm.92.

dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:

- a. Adanya perbuatan
- b. Adanya unsur kesalahan
- c. Adanya kerugian yang diderita
- d. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Kesalahan di sini adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian “hukum”, tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga dengan kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat.

Secara *common sense*, asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adalah adil bagi orang yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban. Tidak adil jika orang yang tidak bersalah harus mengganti kerugian yang diderita orang lain.

Ad. 2. Prinsip Praduga untuk Selalu Bertanggung Jawab Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Jadi beban pembuktian ada pada si tergugat.

Dalam hukum pengangkutan, khususnya pengangkutan udara, prinsip tanggung jawab ini pernah diakui, sebagaimana dapat dilihat dalam Pasal 17, 18 ayat (1), Pasal 19 jo. Pasal 20 Konvensi Warsawa 1929 atau Pasal 24, 25, 28jo. Pasal 29 Ordonansi Pengangkutan Udara Nomor 100 Tahun 1939, kemudian dalam perkembangannya dihapuskan dengan Protokol Guatemala 1971.

Berkaitan dengan prinsip tanggung jawab ini, dalam doktrin hukum pengangkutan khususnya, dikenal empat variasi :

- a. Pengangkutan dapat membebaskan diri dari tanggung jawab kalau ia dapat membuktikan, kerugian ditimbulkan oleh hal-hal diluar kekuasaannya.
- b. Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, ia mengambil suatu tindakan yang diperlukan untuk menghindari

timbulnya kerugian.

c. Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, kerugian yang timbul bukan karena kesalahannya.

d. Pengangkut tidak bertanggung jawab jika kerugian itu di timbulkan oleh kesalahan/kelalaian penumpang atau karena kualitas/mutu barang yang diangkut tidak baik.

Ad. 3. Prinsip Praduga untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip praduga untuk tidak Selalu bertanggung jawab (*presumption Non liability principle*) hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan. Contoh : Dalam penerapan prinsip ini adalah dalam hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin/bagasi tangan, yhang biasanya dibawa dan diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggungjawab dari penumpang, Dalam hal ini, pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat diminta pertanggungjawabannya

Ad. 4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan.

Namun, ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggungjawab, misalnya keadaan *force majeure*. Sebaliknya, *absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya.

Ad. 5. Prinsip Tanggung Jawab dengan Pembatasan

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*) sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 seharusnya pelaku usaha tidak

boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya.

Contoh : dalam perjanjian cuci cetak film, misalnya ditentukan film yang ingin dicuci / cetak itu hilang atau rusak (termasuk akibat kesalahan petugas), maka konsumen hanya dibatasi ganti kerugiannya sebesar 10 kali harga satu rol film baru.

Keberadaan kelompok konsumen tentu saja berbeda dengan organisasi konsumen. Pada hakikatnya kelompok konsumen lebih merupakan penelompokan konsumen pada berbagai sektor, misalkan kelompok konsumen pemegang kartu kredit, kelompok konsumen barang-barang elektronik, dan sebagainya. Apabila dikatakan bahwa kelompok konsumen bertindak dalam kapasitasnya selaku konsumen. Adapun organisasi-organisasi konsumen merupakan lembaga swadaya masyarakat yang bergerak di bidang perlindungan konsumen. Didalam segala aktivitasnya tentu saja organisasi konsumen seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) bertindak dalam kapasitasnya selaku perwakilan konsumen (*consumer representation*). Walaupun demikian, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu melayani dan meningkatkan martabat dan kepentingan konsumen.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (disingkat: YLKI) merupakan organisasi masyarakat yang bersifat nirlaba dan independen yang didirikan pada tanggal 11 Mei 1973. Keberadaan YLKI diarahkan pada usaha meningkatkan keperdulian kritis konsumen atas hak dan kewajiban, dalam upaya melindungi dirinya sendiri, keluarga serta lingkungannya.

Pada awalnya, YLKI berdiri karena keprihatinan sekelompok ibu-ibu akan keemaran konsumen Indonesia pada waktu itu dalam mengkonsumsi produk luar negeri. Terdorong oleh keinginan agar produk luar negeri mendapat tempat di hati masyarakat Indonesia, maka para pendiri YLKI tersebut menyelenggarakan aksi promosi berbagai jenis hasil industri dalam

negeri dan mendukung keperdulian masyarakat akan penggunaan produk-produk dalam negeri.

Peran yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dalam perlindungan konsumen di Indonesia adalah :⁶

1. Mereka harus secara eksklusif mewakili kepentingan-kepentingan konsumen.
2. Kemajuan perdagangan akan tidak ada artinya jika diperoleh dengan cara-cara yang merugikan konsumen.
3. Mereka harus non profit making dalam profil aktivitasnya.
4. Mereka tidak boleh menerima iklan-iklan untuk alasan-alasan komersial apa-pun dalam publikasi-publikasi mereka.
5. Mereka tidak boleh mengizinkan eksploitasi atas informasi dan advis yang mereka berikan kepada konsumen untuk kepentingan perdagangan
6. Mereka tidak boleh mengizinkan kebebasan tindakan dan komentar mereka dipengaruhi atau dibatasi pesan-pesan sponsor/pesan-pesan tambahan

Bertahun-tahun YLKI berusaha bekerjasama untuk membuat keadaan sedikit lebih baik menguntungkan kondisi konsumen, dengan hasil-hasil survey dan penelitian yang dilakukan, mencoba untuk mengubah keadaan melalui dialog dengan para pengambil keputusan dan juga membantu konsumen untuk memecahkan masalahnya dalam berhadapan dengan birokrasi pemerintah.

Hasilnya sebagian dapat tercapai, tapi lebih banyak yang tidak terselesaikan. Pada beberapa tulisan yang ada di media masa disebutkan bahwa jika pelayanan birokrasi masih seperti sekarang, sulit rasanya bagi Indonesia untuk dapat bersaing yang akan menandakan pelayanan, yang dilengkapi dengan alur proses

Ada beberapa indikator pelayanan umum yang baik, yakni sebagai berikut :

1. Keterbukaan

Artinya, adanya informasi pelayanan, yang dapat berupa loket in-

⁶Andi Sri Rezki, *Op. Cit.*, hlm. 104

formasi yang dimiliki dan terpampang jelas, kotak saran, dan layanan pengaduan. Dilengkapi juga dengan petunjuk pelayanan. Dalam keterbukaan, mencakup upaya publikasi, artinya penyebaran informasi yang dilakukan melalui media atau bentuk penyuluhan tentang adanya pelayanan yang dimaksud.

2. Kesederhanaan

Artinya, mencakup prosedur pelayanan dan persyaratan pelayanan. Prosedur pelayanan meliputi peraturan yang jelas terhadap prosedur yang harus dilalui oleh masyarakat yang akan menggunakan pelayanan, yang dilengkapi dengan alur proses. Adapun persyaratan pelayanan adalah administrasi yang jelas.

3. Kepastian

Artinya, ada terpampang dengan jelas waktu pelayanan, biaya pelayanan dan petugas pelayanan. Kantor pelayanan hendaknya mencantumkan jam kerja kantor untuk pelayanan masyarakat, jadwal pelayanan dan pelaksanaannya. Untuk biaya pelayanan, pengaturan tarif dan penerapannya harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Adanya pengaturan tugas dan penunjukan petugas haruslah pasti dan sesuai dengan keahliannya.

4. Keadilan

Artinya, tidak membedakan si kaya dan si miskin, laki-laki atau perempuan, merata dalam memberikan subjek pelayanan.

5. Keamanan dan kenyamanan

Hasil produk pelayanan memenuhi kualitas teknis (aman) dan dilengkapi dengan jaminan pelayanan secara administrasi (pencatatan/dokumentasi, penagihan) maupun jaminan purna pelayanan secara teknis. Selain itu dilengkapi dengan sarana/prasarana pelayanan (misal peralatannya ada) dan diunakan secara optimal.

6. Perilaku petugas pelayanan

Pengabdian, keterampilan dan etiketa petugas. Artinya seorang petugas haruslah tanggap dan peduli dalam memberikan pelayanan, termasuk disiplin dan kemampuan melaksanakan tugas. Dan segi etika keramahan dan sopan santun juga perlu diperhatikan. Yayasan ini sejak semula tidak ingin berkonfrontasi dengan produsen (pelaku usaha), apalagi dengan pemerintah karena YLKI bertujuan melindungi konsumen, menjaga martabat produsen dan membantu pemerintah.

Pada tataran kebijakan (*policy*) ketika menangani pengaduan-pengaduan konsumen, organisasi konsumen sering dihadapkan pada konstruksi perwakilan. Artinya, organisasi konsumen seperti YLKI bertindak mewakili kepentingan-kepentingan dan pandangan-pandangan konsumen dalam suatu kelembagaan yang dibentuk, baik atas prakarsa produsen dan asosiasinya maupun prakarsa pemerintah.⁷

2. Peran Badan Perlindungan Sengketa Konsumen (BPSK) Dalam Perlindungan Konsumen Di Indonesia

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah salah satu lembaga peradilan konsumen berkedudukan pada tiap daerah tingkat II kabupaten dan kota di seluruh Indonesia sebagaimana diatur menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bertugas utama menyelesaikan persengketaan konsumen diluar lembaga peradilan umum.⁸

BPSK adalah pengadilan khusus konsumen (*small claim courts*) yang sangat diharapkan dapat menjawab tuntutan masyarakat agar proses beperkara berjalan cepat, sederhana dan murah. Dengan de-

⁷Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm 18.

⁸<https://id.m.wikipedia.org>, diakses tanggal 10 Agustus 2019

mikian, BPSK hanya menerima perkara yang nilai kerugiannya kecil. Pemeriksaan dilakukan oleh hakim tunggal dan kehadiran penuh pihak ketiga (pengacara) sebagai wakil dari pihak yang bersengketa tidak diperkenankan. Putusan dari BPSK tidak dapat dibanding kecuali bertentangan dengan hukum yang berlaku.⁹

BPSK beranggotakan unsur perwakilan aparat pemerintah, konsumen dan pelaku usaha atau produsen yang diangkat atau diberhentikan oleh menteri, dalam menangani dan mengatur permasalahan, konsumen, BPSK memiliki kewenangan untuk melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan dan keterangan dari para pihak yang bersengketa, melihat atau meminta tanda bayar, tagiuan atau kuitansi, hasil test lab atau bukti-bukti lain, keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bersifat mengikat dan penyelesaian akhir bagi para pihak.

Hubungan hukum antara pelaku usaha/penjual dengan konsumen tidak tertutup kemungkinan timbulnya perselisihan/sengketa konsumen. Selama ini sengketa konsumen diselesaikan melalui gugatan di pengadilan, namun pada kenyataannya yang tidak dapat di pungkiri bahwa lembaga pengadilan pun tidak akomodatif untuk menampung sengketa konsumen karena proses perkara yang terlalu lama dan sangat birokratis.

Berdasarkan Pasal 45 Undang-Undang Perlindungan Konsumen setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui pengadilan yang berada di lingkungan pengadilan umum.

Di luar pengadilan umum Undang-Undang Perlindungan Konsumen membuat terobosan dengan memfasilitasi para konsumen yang merasa dirugikan dengan mengajukan gugatan ke pelaku usaha di luar pengadilan, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa

Konsumen (BPSK). Mekanisme gugatan dilakukan secara sukarela dan kedua belah pihak yang bersengketa. Hal ini berlaku untuk gugatan secara perorangan, sedangkan gugatan secara kelompok (*class action*) dilakukan melalui peradilan umum.

Mengenai peran Badan Perlindungan Sengketa Konsumen (BPSK) dalam menuntaskan perkara konsumen, sudah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, undang-undang tersebut menyebutkan ada 2 (dua) bahasan pokok Badan Perlindungan Sengketa Konsumen, yaitu :

1. Konsumen tidak harus menyelesaikan konflik atau permasalahan melalui BPSK. Meskipun demikian, putusan BPSK memiliki kekuatan hukum yang kuat untuk membuat jera pelaku usaha. Selain karena sanksi berat, putusan dapat dijadikan berkas perkara bagi penyidik.
2. Pasal 46 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa, tindakan pelanggaran para pelaku usaha boleh di gugat oleh :
 - Ahli waris dari pelaku usaha atau konsumen yang merasa dirugikan
 - Beberapa konsumen dengan kepentingan yang sama
 - LSM yang bergerak di bidang perlindungan konsumen sesuai syarat undang-undang
 - Dan pemerintah atau instansi terkait

Dengan bahasan pokok tersebut diatas, BPSK yang bertugas menangani perkara konsumen memiliki peran sebagai berikut :¹⁰

1. Menangani perkara konsumen melalui mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.
2. Membuka konsultasi perlindungan konsumen
3. Mengawasi pencantuman klausul baku.
4. Jika ada pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen. BPSK wajib

⁹Janus Sidabalok, *Op. Cit*, hlm. 126

¹⁰<https://smartleal.id>, diakses tanggal 3 Agustus 2019

- melaporkan kepada penyidik.
5. BPSK wajib menerima pengaduan secara tertulis ataupun tidak tertulis mengenai berbagai jenis pelanggaran.
 6. BPSK bertugas melakukan pemeriksaan perkara dan penelitian terkait masalah perlindungan konsumen.
 7. BPSK berhak memanggil pelaku usaha yang diduga melanggar undang-undang perlindungan konsumen.
 8. BPSK berhak menghadirkan saksi ahli, saksi atau seorang yang dianggap mengetahui tindak pelanggaran undang-undang perlindungan konsumen.
 9. BPSK bisa meminta bantuan penyidik dalam hal mendatangkan saksi, saksi ahli dan pelaku usaha jika mereka tidak mau memenuhi undangan dari BPSK.
 10. Memeriksa kebenaran alat bukti untuk tujuan penyelidikan
 11. Memastikan ada atau tidaknya kerugian di pihak konsumen
 12. BPSK harus memberitahukan setiap putusan atas pelanggaran kepada pelaku usaha.
 13. BPSK berhak menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.

E.. Penutup

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu, maka dapatlah ditarik kesimpulan dan saran-saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Peran Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Dalam Perlindungan Konsumen Di Indonesia adalah :
 - a. Mereka harus secara eksklusif mewakili kepentingan-kepentingan konsumen.
 - b. Kemajuan perdagangan akan tidak ada artinya jika diperoleh dengan cara-cara yang merugikan konsumen.
 - c. Mereka harus non profit making dalam profil aktivitasnya.
 - d. Mereka tidak boleh menerima iklan untuk alasan-alasan komersial

apapun dalam publikasi-publikasi mereka.

- e. Mereka tidak boleh mengizinkan eksploitasi atas informasi dan advis yang mereka berikan kepada konsumen untuk kepentingan perdagangan
 - f. Mereka tidak boleh mengizinkan kebebasan tindakan dan komentar mereka
2. Peran Badan Perlindungan Sengketa Konsumen (BPSK) Dalam Perlindungan Konsumen Di Indonesia adalah :
 - a. Menangani perkara konsumen melalui mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.
 - b. membuka konsultasi perlindungan konsumen
 - c. Mengawasi pencantuman klausul baku.
 - d. Jika ada pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen. BPSK wajib melaporkan kepada penyidik.
 - e. BPSK wajib menerima pengaduan secara tertulis ataupun tidak tertulis mengenai berbagai jenis pelanggaran.
 - f. BPSK bertugas melakukan pemeriksaan perkara dan penelitian terkait masalah perlindungan konsumen.
 - g. BPSK berhak memanggil pelaku usaha yang diduga melanggar undang-undang perlindungan konsumen.
 - h. BPSK berhak menghadirkan saksi ahli, saksi atau seorang yang dianggap mengetahui tindak pelanggaran undang-undang perlindungan konsumen.
 - i. BPSK bisa meminta bantuan penyidik dalam hal mendatangkan saksi, saksi ahli dan pelaku usaha jika mereka tidak mau memenuhi undangan dari BPSK.
 - j. Memeriksa kebenaran alat bukti untuk tujuan penyelidikan
 - k. Memastikan ada atau tidaknya kerugian di pihak konsumen

BPSK harus memberitahukan setiap putusan atas pelanggaran kepada pelaku usaha.

1. BPSK berhak menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.

B. Saran-Saran

1. Sebaiknya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, selalu berperan aktif dalam melindungi konsumen yang dirugikan oleh produsen/pelaku usaha sebagai konsekwensi dari tugas yang

diberikan kepada mereka, dan memberikan solusi yang terbaik agar hak-hak konsumen dapat terlindungi dengan baik.

2. Sebaiknya Badan Perlindungan Sengketa Konsumen (BPSK), selalu berperan aktif dalam melindungi konsumen yang sedang mengalami sengketa dengan produsen/pelaku usaha agar ditemukan jalan yang terbaik, terutama terbaik bagi pihak konsumen baik melalui jalan mediasi, konsiliasi dan arbitrase.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

- AndiSri Rezki Wulandari, Nurdiyana Tadjuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2018.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000.
- Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang - Undang Republik Indonesia Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Internet

<https://id.m.wikipedia.org>, di akses tanggal 10 Nopember 2020

<https://smartleal.id>, di akses tanggal 15 Nopember 2020

