

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

Liza Deshaini, Evi Oktarina

Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Sumpah Pemuda

lizadeshaini69@gmail.com, evioktarina255@gmail.com

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 are they must exclusively represent the interests of consumers, the progress of trade will be meaningless if obtained in ways that harm consumers, they must be non-profit making in their activity profile, they may not accept advertisements for reasons any commercial in their publications, they may not allow exploitation of the information and advice they provide to consumers for trade purposes, they must not allow freedom of their actions and comments and the role of the Consumer Dispute Protection Agency (BPSK) in Consumer Protection in Indonesia is handle consumer cases through mediation, conciliation, and arbitration, open consumer protection consultations, oversee the inclusion of standard clauses, if there are violations of the Consumer Protection Act. BPSK is required to report to investigators, BPSK is required to receive complaints as

written or unwritten about various types of violations, BPSK is tasked with carrying out examination of cases and research related to consumer protection issues, BPSK has the right to summon business actors who are suspected of violating the law consumer protection, BPSK has the right to present expert witnesses, witnesses or someone who is deemed aware of violations of 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 evidence for the purpose of investigation, ensure the presence or absence of losses on the part of consumers, BPSK must notify every decision on violations to business actors, BPSK has the right to impose administrative sanctions on business actors who commit violations.

Keywords : Indonesian Consumers Foundation (YLKI), Agency Consumer Dispute Protection (BPSK), Protection Consumer

A. Latar Belakang

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 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.

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 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 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

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

disertaidengan tanggung jawab ;

3. Peningkatan kesadaran konsumen akan hak-haknya ;

4. Mengubah sistem nilai dalam masyarakat kearah 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 sebagiann besar produsen bahwa perlindungan terhadap konsumen akan menimbulkan kerugian terhadap produsen. Persepsi yang keliru di kalangan pengusaha ini akan dengan mudah diluruskan apabila disadaribeberapa 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 konsumen saja, tetapi juga akan merugikan produsen yang jujur dan bertanggung jawab.
3. Kesempatan untuk mengembangkan dan meningkatkanm usaha bagi 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 yan 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 memberiklan 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 sehinga 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 perlindungan terhadap konsumen barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa itu. Cakupan perlindungan konsumen dalam dua aspek, yaitu :³

1. Perlindungan terhadap kemungkinnan diserahkan kepada konsumen barang dan

²Ibid, hlm. 12 – 13.

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

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 kemungkinan 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 sekuran-kurannya 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 menghindarkan konsumen dari dampak Negatif penggunaan 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
4. Melindungi konsumen perlu sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen.

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 Nomor 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

Keberadaan kelompok konsumen tentu saja berbeda dengan organisasi konsumen. Pada hakikatnya kelompok konsumen lebih merupakan penelompokan konsumen pada berbagai sektor, misalkan kelom-

pok 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 kemarahan 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 :⁴

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 Andi Sri Rezeki, Nurdiyana Tadjuddin, *Op. Cit*, hlm. 104

4. Mereka tidak boleh menerima iklan untuk alasan-alasan komersial apapun 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 akan menaikan 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 informasi 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 pro-

ses. 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 digunakan secara optimal.

6. Perilaku petugas pelayanan

Pengabdian, keterampilan dan etika 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

pendangan-pandangan konsumen dalam suatu kelembagaan yang dibentuk, baik atas prakarsa produsen dan asosiasinya maupun prakarsa pemerintah.⁵

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.⁶

BPSK adalah pengadilan khusus konsumen (*small claim courts*) yang sangat diharapkan dapat menjawab tuntutan masyarakat agar proses beperkara berjalan cepat, sederhana dan murah. Dengan demikian, 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.⁷

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, tagihan 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 Undangt-Undang Perlindungan Konsumen setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usah atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum.

Di luar peradilan umum Undang-Undang Perlindungan Konsumen membuat terobosan dengan memfasilitasi para konsumen yang merasa dirugikan dengan mengajukan gugatan ke pelaku usaha di luar peradilan, 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.

⁵Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm 18.

⁶<https://id.m.wikipedia.org>, diakses Tanggal 10 Mei 2020

⁷Janus Sidabalok, *Op. Cit*, hlm. 126

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
12. Memastikan ada atau tidaknya keruian di pihak konsumen
13. BPSK harus memberitahukan setiap putusan atas pelanggaran kepada pelaku usaha.
14. BPSK berhak menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.

E. PENUTUP

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

1. Kesimpulan

A. 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-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

- a. Menangani perkara konsumen melalui mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.
- b. Membuka konsultasi perlindungan konsumen

Dengan bahasan pokok tersebut diatas, BPSK yang bertugas menangani perkara konsumen memiliki peran sebagai berikut :⁸

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

⁸ <https://smartleal.id>, diakses Tanggal 3 Mei 2020

- c. Mengawasi pencantuman klausul baku.
- d. Jika ada pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen. BPSK wajib 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.

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

- Andi Sri Rezki Wulandari, Nurdiyana Tadjuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2018.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.
- YusufShofie, *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>,
<https://smartleal.id>