

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA TENTANG KETENAGALISTRIKAN, PELAKU USAHA DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Tinjauan Umum tentang Ketenagalistrikan

1. Definisi Ketenagalistrikan

Ketenagalistrikan merupakan sebuah kata yang diawali dengan awalan ke- dan diikuti kata dasar tenaga listrik sebagaimana yang memiliki arti yang telah diatur dalam Pasal 1 angka (1) yaitu "segala sesuatu yang menyangkut penyediaan dan pemanfaatan tenaga listrik serta usaha penunjang tenaga listrik."

Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Ketenagalistrikan menjelaskan bahwa "Tenaga listrik adalah suatu bentuk energi sekunder yang dibangkitkan, ditransmisikan, dan didistribusikan untuk segala macam keperluan, tetapi tidak meliputi listrik yang dipakai untuk komunikasi, elektronika, atau isyarat."

Tenaga listrik atau yang lebih sering disebut arus listrik merupakan aliran muatan listrik berupa aliran elektron atau aliran ion. Aliran ini harus melalui media penghantar listrik yang biasa disebut sebagai konduktor. Konduktor yang paling banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah kabel logam, kabel logam inilah yang digunakan untuk sebagai media dalam aliran arus listrik.²⁰⁾

Dua ujung kabel disambungkan pada sumber tenaga listrik maka elektron akan mengalir melalui kabel pengantar dari kutub negatif menuju kutub positif, aliran elektron inilah yang disebut sebagai aliran listrik sehingga aliran

²⁰⁾ <http://www.pln.co.id/lampung/?p=62>, "Profil Unit", 27 February 2020, Jam 14.25 WIB

listrik yang disalurkan tersebut akan mengoperasikan atau menghidupkan peralatan rumah tangga, peralatan kantor, mesin industri dan menyediakan energi yang cukup untuk pencahayaan, pemanas, dan industri proses memasak.

2. Kualitas Pelayanan

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna :

- 1) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- 2) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia proses dan lingkungan.
- 3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah

Kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.²¹⁾

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen (yang dilayani) yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Norman mengenai karakteristik pelayanan, yakni sebagai berikut: ²²⁾

- a) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- c) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi ditempat yang sama.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik Pasal 1 Ayat (1) bahwa “Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-

²¹⁾ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi pertama*, Andi Ofset, Yogyakarta, 2007, hlm. 56

²²⁾ Suryanto, *Pelayanan Prima*, Lembaga administrasi Negara, Jakarta, 2006, hlm. 7-8.

undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.”

Sinambela bahwa “Pelayanan adalah kualitas pelayanan birokrat terhadap masyarakat. Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis.”²³⁾

Standar pelayanan publik di dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik Pasal 1 Ayat (7) ialah “Standar pelayanan adalah tolok ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau, dan terukur.”

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

3. Pemadaman Listrik

Pemadaman listrik adalah saat terhentinya pasokan listrik ke pelanggan atau konsumen.²⁴⁾ Penyebab teknis dapat berupa kerusakan di Gardu listrik, kerusakan jaringan kabel atau bagian lain dari sistem distribusi, sebuah sirkuit pendek (korsleting), atau kelebihan muatan.

²³⁾ Sinambela, *Reformasi Pelayanan publik*, Bumi aksara, Jakarta, 2010, hlm. 6.

²⁴⁾ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi pertama*, Andi Ofset, Yogyakarta, 2007, hlm. 59.

Mati listrik dapat menyebabkan terhentinya aktivitas di rumah sakit karena banyak peralatan medis bergantung pada tersedianya listrik agar dapat berfungsi dan tugas-tugas lainnya pula memerlukan listrik. Banyak rumah sakit memiliki generator listrik yang ditenagai oleh bahan bakar diesel dan diset untuk menyala secara otomatis bila terjadi gangguan persediaan listrik luar.

Mati listrik dikategorikan ke dalam tiga fenomena yang berbeda, berkaitan dengan durasi dan efek dari pemadaman²⁵⁾ :

- a) Mati listrik akibat kerusakan permanen (*permanent fault*), adalah pemadaman listrik yang disebabkan oleh kehilangan daya yang besar yang biasanya disebabkan oleh gangguan/kerusakan pada saluran listrik. Daya secara otomatis dikembalikan setelah kesalahan dihapus.
- b) Mati listrik sebagian/sementara (*brownout*), adalah suatu pemadaman yang terjadi akibat penurunan voltase pada persediaan daya listrik. Istilah *brownout* berasal dari peredupan yang dialami oleh pencahayaan ketika tegangan turun drastis. *Brownout* dapat menyebabkan kinerja peralatan yang buruk atau bahkan pengoperasian yang salah.
- c) Mati listrik total (*blackout*), adalah pemadaman listrik yang terjadi karena hilangnya daya ke suatu daerah secara total dan merupakan bentuk pemadaman listrik paling parah yang dapat terjadi. Pemadaman ini seringkali terjadi karena adanya kerusakan langsung pada generator sehingga pembangkit listrik mengalami kesulitan untuk pulih dengan

²⁵⁾https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Mati_listrik&action=edit§ion=1,27
February 2020, jam 10.25 WIB

cepat. Pemadaman dapat berlangsung dari beberapa menit hingga beberapa minggu tergantung pada sifat pemadaman dan konfigurasi jaringan listrik.

B. Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha

1. Definisi Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha terdapat dalam Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen , yaitu yang berbunyi : “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”

Penjelasan Undang–Undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, impoter, pedagang, distributor dan lain – lain. Pengertian Pelaku Usaha yang sedemikian luas tersebut bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam menuntut kerugian. Konsumen yang dirugikan akibat mengkonsumsi suatu produk tidak akan begitu kesulitan dalam menemukan kepada siapa tuntutan diajukan, karena banyak pihak yang dapat digugat.²⁶⁾

Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan yang sesuai

²⁶⁾ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2001, hlm. 32

dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 19 ayat 1, 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen).

PT PLN (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bidang kelistrikan yang melayani masyarakat di seluruh nusantara bertekad untuk memberikan pelayanan jasa ketenagalistrikan yang terbaik dan memenuhi standar ketenagalistrikan yang dapat diterima dunia internasional dan mewujudkan hal itu dengan bertumpu pada kapasitas seluruh warganya, dalam menjalankan bisnisnya, PT.PLN (Persero) bertekad bekerja dengan semangat untuk selalu menghasilkan produk dan pelayanan yang terbaik serta memperlakukan pelanggan, mitra usaha, dan pemasok dengan adil tanpa membeda-bedakannya.²⁷⁾

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Menciptakan kenyamanan bagi pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, kepada pelaku usaha juga diberikan beberapa hak dan kewajiban.

Hak-hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen,yang menyatakan bahwa hak pelaku usaha ialah :

- a) hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.

²⁷⁾ Pedoman Perilaku, <https://www.pln.co.id/tentang-kami/pedoman-perilaku>, 27 February, Jam 12.20 WIB

- c) hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d) hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak pelaku usaha menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikan kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Praktek yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.

Kewajiban Pelaku Usaha dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa kewajiban pelaku usaha ialah :

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

Pelaku usaha dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

Iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang diproduksi oleh produsen (pelaku

usaha), sedangkan bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.²⁸⁾

Kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi di samping merupakan hak konsumen, juga karena ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen.

Penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi.

Penggunaan representasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutupi.²⁹⁾

²⁸⁾ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2004, hlm. 54-55.

²⁹⁾ *Ibid.*

3. Tanggung Jawab Produsen Sebagai Pelaku Usaha

1) Pertanggung Jawaban Publik

Hubungan hukum mungkin telah ada terlebih dahulu antara produsen dan konsumen, yang berupa sebuah hubungan kontraktual (hubungan perjanjian), tetapi mungkin juga tidak pernah ada hubungan hukum sebelumnya dan keterikatan secara hukum justru lahir setelah timbul peristiwa yang merugikan konsumen. Pada dasarnya hubungan kontraktual itu berbentuk hubungan/perjanjian jual beli, meskipun ada jenis hubungan hukum lainnya.³⁰⁾

Tuntutan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan seseorang harus (wajib) bertanggung jawab. Dasar pertanggungjawaban itu menurut hukum perdata adalah *Localahan* dan risiko yang ada dalam setiap peristiwa hukum. Keduanya menimbulkan akibat dan konsekuensi hukum yang jauh berbeda di dalam pemenuhan tanggung jawab.

Pertanggungjawaban terkait dengan hubungan hukum yang timbul antara pihak yang menuntut pertanggungjawaban dengan pihak yang dituntut untuk bertanggung jawab. Oleh karena itu, berdasar. kan jenis hubungan hukum atau peristiwa hukum yang ada, maka dapat dibedakan:

- a) Pertanggungjawaban atas dasar kesalahan, yang dapat lahir karena terjadinya wanprestasi, timbulnya perbuatan melawan hukum, tindakan yang kurang hati-hati.

³⁰⁾ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, 2006, hlm. 102.

- b) Pertanggungjawaban atas dasar risiko, yaitu tanggung jawab yang harus dipikul sebagai risiko yang harus diambil oleh seorang pengusaha atas kegiatan usahanya.
- c) Tanggung jawab karena pelanggaran janji (*wanprestasi*)

Perjanjian tersebut ada sejumlah janji (*Term of condition*) yang harus dipenuhi oleh para pihak. Janji itu merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh pihak yang berjanji dan sekaligus merupakan hak bagi pihak lawan untuk menuntut pemenuhannya, apabila janji tidak dipenuhi tentu akan menimbulkan kerugian di pihak lawan, yang akhirnya keadaan tidak dipenuhinya perjanjian (*wanprestasi, breach of contract*) itu, menimbulkan hak bagi pihak lawan untuk menuntut penggantian kerugian.³¹⁾

C. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Definisi Perlindungan Konsumen

Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pengertian konsumen diartikan sebagai "Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk lain dan tidak untuk diperdagangkan".

Pengertian Pasal diatas maka dapat dikatakan bahwa semua orang tanpa terkecuali dapat disebut sebagai konsumen, karena semua orang itu dalam kehidupannya jelas memerlukan dan/atau membutuhkan barang (baik berwujud maupun tidak berwujud) guna melangsungkan dan melanggengkan kehidupan dan hidupnya sendiri, keluarganya, dan makhluk lainnya, yang kegunaan dari barang

³¹⁾ Janus Sidabalok, *Op. Cit*, hlm 107.

itu untuk tidak diperdagangkan atau dengan kata lain untuk perawatan terhadap barang yang dimilikinya itu.

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.³²⁾

Pengertian Konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Unsur- Unsur definisi konsumen dalam undang –undang Perlindungan Konsumen yaitu ³³⁾ :

1. Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa.

2. Pemakai

Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kata pemakai menekankan, konsumen adalah konsumen akhir. Istilah pemakai dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan barang dan/ atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, yang diartikan sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk

³²⁾ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm. 9.

³³⁾ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000, hlm. 4-9.

memperoleh barang dan/atau jasa itu. Konsumen memang tidak sekedar pembeli, tetapi semua orang (orang perseorangan atau badan usaha) yang mengkonsumsi jasa dan/atau barang. Jadi yang paling penting terjadinya suatu transaksi konsumen berupa peralihan barang dan/atau jasa, termasuk peralihan kenikmatan dalam menggunakannya. Transaksi konsumen memiliki banyak sekali metode. lazim terjadi sebelum suatu produk dipasarkan. terlebih dulu dilakukan pengenalan produk kepada konsumen atau *product knowledge*, untuk itu dibagikan sampel yang diproduksi khusus dan sengaja tidak diperjualbelikan. Orang yang mengkonsumsi produk sampel juga merupakan konsumen, oleh karena itu wajib dilindungi hak-hakny yang mengartikan konsumen secara sempit, seperti halnya sebagai orang yang mempunyai hubungan kontraktual pribadi (*in privity of contract*) dengan produsen atau penjual adalah cara pendefinisian konsumen yang paling sederhana. Konsumen tidak lagi diartikan sebagai pembeli dari suatu barang dan/atau jasa, tetapi termasuk bukan pemakai langsung, asalkan ia memang dirugikan akibat penggunaan suatu produk.

3. Barang dan/atau jasa

Barang dan/atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata “produk”. Saat ini produk sudah 15 berkonotasi barang atau jasa. Semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang. Dunia perbankan misalnya, istilah produk dipakai juga untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak

maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sementara itu jasa diartikan sebagai layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Pengertian disediakan bagi masyarakat menunjukkan, jasa itu harus ditawarkan kepada masyarakat. Artinya, pihak yang ditawarkan harus lebih dari satu orang, jika demikian halnya layanan yang bersifat khusus dan individual, tidak tercakup dalam pengertian tersebut. Kata-kata ditawarkan kepada masyarakat itu harus ditafsirkan sebagai bagian dari suatu transaksi konsumen. Artinya, seseorang yang karena kebutuhan mendadak lalu menjual rumahnya kepada orang lain, tidak dapat dikatakan perbuatannya itu sebagai transaksi konsumen. Pembeli tidak dapat dikatakan konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

4. Yang tersedia dalam masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran (pasal 9 ayat (1) huruf (e) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam perdagangan yang makin kompleks dewasa ini syarat itu tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen, misalnya perusahaan pengembang (developer) perumahan sudah bisa mengadakan transaksi dahulu sebelum bangunannya

5. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup orang lain. Unsur yang diletakkan dalam

definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa diperuntukkan bagi orang lain (di luar diri sendiri dan keluarga), bahkan untuk makhluk hidup lain, seperti hewan dan tumbuhan. Sisi teori kepentingan setiap tindakan manusia adalah bagian dari kepentingannya oleh sebab itu, penguraian unsur itu tidak menambah makna apa-apa, karena pada dasarnya tindakan memakai suatu barang dan/atau jasa juga tidak terlepas dari kepentingan pribadi.

6. Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah biasa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai negara. Secara teoritis hal demikian terasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen, walaupun dalam kenyataannya, sulit menetapkan batas-batas seperti itu.

2. Jenis-Jenis Konsumen

Az. Nasution memberikan batasan pengertian konsumen, yaitu:³⁴⁾

- a) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.
- b) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- c) Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa, untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-komersial).

³⁴⁾ A.Z.Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta, 1999, hlm. 13.

Konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”

Subjek yang disebut konsumen berarti setiap orang berstatus sebagai pengguna suatu produk. Orang yang dimaksudkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen wajiblah merupakan orang alami dan bukan badan hukum. Sebab yang dapat memakai, menggunakan dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk memenuhi diri sendiri, keluarga orang lain lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan hanyalah orang alami atau manusia.

Pengertian pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat ini antara lain adalah: pembeli barang dan/atau jasa, termasuk keluarga dan tamunya, peminjam, penukar, pelanggan atau nasabah, pasien, dll.

Perlindungan konsumen tidak saja terhadap barang-barang berkualitas rendah, akan tetapi juga terhadap barang-barang yang membahayakan kehidupan masyarakat.³⁵⁾

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:³⁶⁾

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada

³⁵⁾ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013, hlm. 21

³⁶⁾ *Ibid*

konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati,

2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia terdapat beberapa asas guna memberikan arahan dan implementasinya. Adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar ketentuan yang kuat.

Menegakkan hukum perlindungan konsumen, perlu diberlakukan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum. Pengaturan mengenai asas-asas atau prinsip-prinsip yang berlaku dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam perauran perundang – undangan.

Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, asas perlindungan konsumen adalah: perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- 1) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

- 3) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
- 4) Asas 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) Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Tujuan perlindungan konsumen dalam peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri sendiri dan hak-haknya.
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif, pemakaian barang dan/atau jasa.
- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi, serta akses mudah untuk mendapatkan informasi.

- e) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produk barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Mengemati tujuan di atas, jelaslah bahwa perlindungan konsumen saling menguntungkan tanpa merugikan pihak lain, dan mendorong lahirnya perusahaan tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas, serta ikut serta berperan aktif guna mewujudkan kehidupan berbangsa dan bernegara yang adil, makmur dan sejahtera.

4. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen maupun pelaku usaha, memiliki hak dan kewajiban yang harus diperhatikan dan dilaksanakan oleh mereka. Terjadinya pelanggaran akan hak-hak konsumen atau konsumen mengalami kerugian sebagai akibat dari pelaku usaha yang tidak melaksanakan kewajibannya, maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha tersebut untuk bertanggung jawab. Sebaliknya, konsumen tidak dapat menuntut pelaku usaha untuk bertanggung jawab jika konsumn tidak melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya.

Secara umum, terdapat empat hak dasar konsumen yang mengacu pada President *Kennedys 1962 Consumer's Bill of Right*. Ke empat hak tersebut yaitu³⁷⁾ :

³⁷⁾ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cetakan Pertama PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 1999, hlm.16.

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

Perkembangannya, Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union-IOCU*) menambahkan beberapa hak konsumen lainnya, yaitu hak memperoleh kebutuhan hidup, hak memperoleh ganti rugi, hak memperoleh pendidikan konsumen dan hak memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Hak-hak konsumen melalui Undang-Undang merupakan bagian dari implementasi sebagai suatu negara kesejahteraan, karena Undang-Undang Dasar 1945 disamping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut konstitusi ekonomi. Melalui Pasal 4 Undang-Undang perlindungan konsumen menetapkan 9 hak konsumen :

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

Konsumen berhak mendapatkan kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mempergunakan produk dan jasa para pelaku usaha dengan ditunjang penyediaan fasilitas umum yang lengkap dan akomodatif. Hal ini dimaksudkan untuk menjamin agar nantinya para konsumen terhindar dari kerugian fisik maupun psikis.³⁸⁾ Setiap produk baik dari segi kualitas dan

³⁸⁾ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm.41

kuantitas, harus diarahkan untuk mempertinggi rasa kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen

- 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.

Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Hak untuk memilih ini dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk menentukan pilihan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhannya konsumen tidak boleh mendapatkan tekanan atau paksaan dari pihak luar sehingga konsumen menjadi tidak bebas lagi menentukan pilihan. Berdasarkan penggunaan hak pilih ini, maka konsumen berhak memutuskan apakah konsumen akan membeli atau tidak terhadap suatu produk.

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

Setiap produk dan jasa pelaku usaha yang diperkenalkan dan ditawarkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Hak atas informasi yang benar dimaksudkan agar para konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar dan tidak keliru tentang suatu produk dan jasa, karena dengan informasi yang benar tersebut, maka konsumen dapat memilih apa yang diinginkannya sesuai dengan kebutuhannya. Informasi yang diberikan tidak sembarang informasi, harus merupakan informasi yang benar informasi yang

benar artinya yang akurat, jujur dan terpercaya, proporsional dan relevan, tidak diskriminatif dan merata bagi semua konsumen, serta dapat dipertanggungjawabkan, sehingga tidak membodohi dan mengelabui konsumen.³⁹⁾ Informasi yang diberikan kepada konsumen meliputi berbagai aspek yaitu kualitas dan kuantitas produk dan jasa, kemungkinan risiko yang mungkin terjadi, serta identitas pelaku usaha. Informasi dapat disampaikan baik secara lisan maupun tertulis, atau melalui iklan, media cetak maupun elektronik. Informasi dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu representasi, instruksi maupun peringatan. Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk cacat produk, yaitu lebih dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang benar dan jelas harus terbebas dari manipulasi data, karena manipulasi data merupakan salah satu bentuk kejahatan yang lazim.

- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Konsumen juga mempunyai hak untuk didengar pendapat dan keluhannya oleh para pelaku usaha atas barang dan/atau jasa yang digunakan. Hak konsumen untuk didengar ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal berkaitan dengan produk dan jasa yang ditawarkan jika para pelaku usaha tidak cukup memuaskan dan kurang memadai dalam memberikan informasi,

³⁹⁾ *Ibid.*

atau berupa pengaduan atas kerugian yang telah dialami akibat penggunaan atau pemakaian suatu produk dan jasa tertentu. Hak ini dapat disampaikan kepada pihak pelaku usaha baik secara lisan maupun tertulis. Maka konsumen berhak untuk meminta informasi yang lebih lengkap dan akurat. Pengaturan yang demikian ini, sekalipun masih berbentuk kode etik (*self-regulation*) tentu akan mengarahkan pada langkah positif menuju penghormatan hak konsumen untuk didengar

- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Konsumen juga berhak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum. Permintaan yang diajukan konsumen dirasakan tidak mendapat tanggapan yang layak dari pihak-pihak yang terkait dalam hubungan dengannya, maka konsumen berhak mendapatkan penyelesaian hukum, termasuk advokasi bantuan yuridis lainnya.⁴⁰⁾ Dengan kata lain, konsumen berhak menuntut pertanggung jawaban hukum dari pihak-pihak yang dipandang merugikan kepentingannya dalam mengkonsumsi produk atau jasa yang diberikan kepadanya. Hak atas bantuan hukum dan perlindungan ini berlaku umum dan menyeluruh bagi semua konsumen. Terlebih jika terbukti kerugian yang merupakan akibat penyimpangan dan pelanggaran dari para pelaku usaha

- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.

Mengingat masalah perlindungan konsumen di Indonesia termasuk fenomena baru, maka wajar bila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Oleh karena itulah, konsumen perlu untuk mendapatkan pembinaan

⁴⁰⁾ Shidarta, Op.cit, hlm.47

dan pendidikan konsumen mengenai bagaimana tata cara konsumen yang baik. Produsen atau pelaku usaha wajib memberi pembinaan dan pendidikan konsumen dengan cara memberi informasi yang benar dan mendidik. Pengertian pendidikan dan pembinaan tidak harus diartikan sebagai proses formal, tapi juga dapat berbentuk informasi yang lebih komprehensif dan tidak semata-mata menonjolkan unsur-unsur komersialisasi. Upaya pendidikan konsumen lainnya adalah melalui media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat sehingga para konsumen makin dewasa dalam bertindak dan tepat dalam mengambil keputusan

- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Memperoleh pelayanan, konsumen mempunyai hak untuk diperlakukan ataupun dilayani dengan cara benar dan jujur serta sama dengan konsumen lainnya, tanpa membedakan latar belakang konsumen berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin dan status sosial.

- 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.

Konsumen yang merasakan kualitas dan kuantitas produk dan jasa yang dikonsumsi tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, dan ia menganggap ia dirugikan maka ia berhak meminta ganti rugi. Ganti rugi ini dapat berupa penggantian kerugian dan kompensasi, serta potongan harga. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak. Hak untuk

mendapatkan ganti rugi harus ditempatkan lebih tinggi dari pada hak pelaku usaha. Jika tuntutan ganti rugi ini tidak diacuhkan produsen atau pelaku usaha, maka ganti rugi dapat diusahakan melalui pengadilan perdata. Hal ini sangat ditakuti oleh produsen atau pelaku usaha yang tidak berani berpraktel mengingat tingginya resiko ganti rugi dan pencabutan izin usaha yang akan dilakukan apabila terbukti terdapat tindakan penyimpangan dan pelanggaran terhadap diri konsumen

- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Konsumen juga memiliki kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi.

Hak ini maka semakin mempertegas bahwa, yang pertama adalah Undang-Undang perlindungan konsumen adalah Undang-Undang payung, maksudnya cakupan materi yang diatur sangat luas, sehingga diharapkan Undang-Undang lain yang berkaitan tidak bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan empat kewajiban konsumen sebagai berikut :

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

kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan. Pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas pada label suatu produk, namun konsumen tidak membaca peringatan yang telah disampaikan kepadanya, dengan pengaturan kewajiban ini, memberikan konsekuensi pelaku usaha tidak bertanggung jawab, jika konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

Kewajiban konsumen beritikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai saat melakukan transaksi dengan produsen.

Kewajiban konsumen membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha, adalah hal yang sudah biasa dan sudah semestinya demikian.

Kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Kewajiban ini dianggap sebagai hal baru, sebab sebelum diundangkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen hampir tidak dirasakan adanya kewajiban secara khusus seperti ini dalam perkara perdata, sementara dalam kasus pidana tersangka lebih banyak dikendalikan oleh aparat kepolisian dan/atau kejaksaan.