

Gorontalo Law Review

Volume 6 - NO. 1 – April 2023

E-ISSN: 2614-5030 P-ISSN: 2614-5022



PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP HAK-HAK KONSUMEN MELALUI SARANA EDUKASI

Fransiska Novita Eleanora
Universitas Bhayangkara Jakarta
fransiska.novita@dsn.ubharajaya.ac.id

Sugeng
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
sugeng@dsn.ubharajaya.ac.id

Rama Dhianty
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
rama.dhianty@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Masyarakat juga biasa disebut dengan konsumen sebagai pemakai atau pengguna bahkan yang mengkonsumsi akan barang dan juga sebagai dari jasa, dan perlunya masyarakat meningkatkan akan adanya hak-haknya sebagai konsumen, dimana hak-hak tersebut sudah tercantum dalam Pasal 4 dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 di Point fyaitu hak untuk mendapatkan akan pembinaan dan juga pendidikan bagi konsumen sehingga masyarakat sebagai konsumen dapat mengetahui dan memahami akan haknya sebagai seorang konsumen. Pentingnya pemahaman akan pembinaan dan juga pendidikan atau edukasi bagi konsumen agar konsumen dapat menerapkan adanya konsep dari pendidikan menuju adanya perubahan dan perilaku yang tentunya lebih dewasa, dan bertanggungjawab serta bijaksana. Selain itu juga dari konsumen dapat terhindar dari segala tindakan pidana atau penipuan serta mendapatkan akan ganti rugi yang layak jika terjadi sengketa atau konflik dan dalam memilih suatu barang tentunya harus bersikap hati-hati sehingga tidak mendapatkan adanya cacat tersembunyi. Pemahaman melalui edukasi atau pendidikan ini harus diberikan sejak awal karena setiap konsumen berhak mendapatkan akan

hak-haknya sebagai wujud dari adanya perlindungan bagi konsumen itu sendiri.

kata kunci : Edukasi; Konsumen; Masyarakat

Abstract

The community is also commonly referred to as consumers as users or users and even those who consume goods and also as services, and the need for the community to increase their rights as consumers, where these rights are already listed in Article 4 of the Consumer Protection Act No. 8 of 1999 in Point f, namely the right to obtain guidance and education for consumers so that society as consumers can know and understand their rights as consumers. The importance of understanding coaching and also education or education for consumers so that consumers can apply the concept of education to change and behavior that is certainly more mature, responsible and wise. In addition, consumers can avoid all criminal acts or fraud and get appropriate compensation in the event of a dispute or conflict and in choosing an item, of course, must be careful so that there are no hidden defects. This understanding through education or education must be given from the start because every consumer has the right to obtain his rights as a form of protection for the consumer himself.

Keywords: Consumers; Education; Society

1. PENDAHULUAN

Pasal 1 angka 2 disebutkan bahwa Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan, dimana masyarakat merupakan konsumen atau sekumpulan dari adanya individu-individu yang juga hidup dan bersama, serta bekerja sama untuk dapat memperoleh adanya kepentingan yang bersama yang juga telah memiliki suatu tatanan dalam kehidupan serta adanya norma-norma juga nilai-nilai dalam masyarakat dan juga adat istiadat yang memang ditaati dalam suatu lingkungannya atau bahkan dalam pergaulannya sehari-hari. Dalam kehidupannya tentunya masyarakat tidak dapat terpisahkan atau terlepas dalam memenuhi akan kebutuhan akan hidupnya akan barang (Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, 2000) atau jasa yang menjadi kebutuhan pokoknya dari pelaku usaha atau distributor baik secara langsung maupun yang dilakukan secara online dengan menggunakan kecanggihan dari teknologi.

Kebutuhan akan barang dan jasa dikarenakan akan pemenuhan akan kebutuhan akan hidup dari masyarakat dan tentunya disini masyarakat yang membutuhkan merupakan bagian dari konsumen yaitu setiap orang sebagai pemakai dari barang atau jasa yang memang tersedia di dalam masyarakat baik yang digunakan bagi kepentingan untuk dirinya sendiri, juga keluarga, dan orang lain, maupun juga untuk makhluk hidup yang lain dan memang tidak untuk dapat

diperdagangkan dan untuk dapat dinikmati oleh orang lain. Pengertian dari Perlindungan Konsumen sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka 1 dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau disingkat dengan UUPK Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen juga mempunyai cakupan yang luas, meliputi juga perlindungan konsumen terhadap suatu barang dan jasa, yang berawal dari adanya tahap kegiatan untuk bisa mendapatkan barang dan jasa hingga sampai adanya suatu akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. (Zulham, 2013)

Dimaksud tersedia dan dapat digunakan oleh setiap orang dan juga konsumen diartikan sangat memudahkan konsumen untuk mendapatkan dan tersedia sehingga dapat digunakan untuk keperluan hidupnya dan tidak untuk diperdagangkan atau dijual kepada yang lain artinya konsumen disini adalah konsumen akhir yang menggunakan dan mengonsumsi akan barang dan juga jasa dan tidak dijual kembali kepada orang lain Pembelian bahkan pemakaian dari barang dan atau jasa dalam faktanya sering terjadi konflik atau juga sengketa jika barang dan atau jasa yang sudah dibeli tidak sebagaimana mestinya atau tidak seperti diharapkan seperti adanya cacat yang tersembunyi atau barangnya rusak dan tidak dapat dipergunakan lagi bahkan jika membeli makanan atau minuman atau produk lainnya menimbulkan daluarsa, sehingga harus segera digantikan dengan barang yang lain karena ini juga merupakan hak dari konsumen untuk mendapatkan penggantian barang yang rusak atau daluwarsa bahkan dikarenakan adanya cacat yang tersembunyi dan disisi lain juga merupakan kewajiban dari pelaku usaha atau distributor untuk selalu bertanggungjawab jika terjadinya kerugian yang dialami oleh konsumen dan tidak semata-mata didasarkan atas adanya perjanjian atau kesepakatan bahkan juga garansi, tetapi memang dikarenakan keperdulian dan itikad baik dan pelaku usaha (Donny Prasetyo & Irwansyah, 2020) atau penjual untuk memberikan ganti kerugian akibat kerugian yang dialami konsumen.

Untuk menyikapi keadaan yang demikian maka sangatlah perlu untuk menanamkan akan pembinaan dan juga edukasi kepada masyarakat selaku konsumen karena sangat berkaitan sekali dengan hak-haknya untuk mendapatkan edukasi baik untuk dirinya sendiri juga masyarakat dan juga bagi pelaku usaha. Edukasi yang dimaksud adalah dalam rangka melindungi konsumen dari segala tindakan baik berupa pelanggaran dan juga kejahatan, dan terlebih lagi dapat melindungi konsumen untuk tidak terjerumus dalam tindak pidana yang membahayakan akan dirinya sendiri sehingga perlu diberikan pembinaan melalui edukasi.

Melalui edukasi maka hak-hak dari konsumen dapat terealisasi dikarenakan konsumen dapat mengerti juga mengetahui dan memahami akan apa yang menjadi haknya artinya konsumen lebih pintar dan cerdas dibandingkan pelaku usaha pada saat melakukan penawaran akan barang dan atau jasa yang mau dipakai atau digunakan bahkan dikonsumsi. Sarana edukasi yang dimaksud yaitu

sebagai proses pembelajaran bagi masyarakat sebagai konsumen dalam meningkatkan akan pengetahuan serta kualitas, juga kuantitas (Desy Ary Setyawati dkk. 2017) juga jenis dan jumlah serta ukuran dan jumlah dari barang dan atau jasa yang tersedia di pasaran serta banyaknya dari produk yang dihasilkan dari barang dan atau jasa yang ada.

Penerapan dari edukasi dapat memberikan juga perlindungan kepada konsumen yaitu perlindungan akan mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur akan barang dan atau jasa yang akan dikonsumsi dan tentunya informasi tersebut juga berkaitan dengan masa garansi atau daluwarsa dari barang yang akan dibeli atau dipakai atau dikonsumsi oleh pembeli. informasi yang benar juga jelas dan jujur terkait akan keadaan yang sebenarnya tanpa menutupinya dan disampaikan dengan itikad yang baik dan bertanggungjawab agar pihak konsumen tidak merasa kecewa saat melakukan transaksi dikarenakan barang yang dibeli tidak sesuai seperti yang diinginkan atau tidak layak sebagaimana mestinya. berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan dikaji adalah pemahaman masyarakat terhadap hak-hak konsumen melalui sarana edukasi

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian menggunakan suatu pendekatan yang disebut dengan yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara yang dapat meneliti dari bahan pustaka atau juga dari data sekunder sebagai dasar atau pedoman untuk dapat diteliti dengan cara yang dapat dilakukan untuk dapat mengadakan akan adanya penelusuran terhadap suatu peraturan-peraturan dan juga literatur-literatur yang dapat berkaitan dengan adanya suatu permasalahan yang dapat diteliti (Soerjono Soekanto & Sri Mamudja, 2001)

3. PEMBAHASAN

a. Masyarakat sebagai Konsumen

Masyarakat merupakan sekelompok dari manusia yang hidup bersama, dimana arti dari hidup yang bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam adanya suatu tatanan dan juga pergaulan dan juga dimana keadaan ini juga akan tercipta apabila atau jika manusia dapat melakukan adanya suatu hubungan, dimana masyarakat itu sendiri adalah suatu sistem dari adanya suatu kebiasaan, beserta tata dan cara dan dari adanya wewenang dan juga kerja sama antar adanya berbagai suatu kelompok juga disertai dengan penggolongannya dan juga pengawasannya serta adanya tingkah laku dan perbuatannya serta juga adanya suatu kebiasaan dari manusia itu sendiri dalam bersosialisasi atau bertingkah laku.

Dalam memenuhi akan kebutuhan adanya sandang dan juga pangan serta papan maka masyarakat akan selalu mendapatkannya dengan melakukan transaksi jual beli dan dalam melakukan transaksi maka masyarakat disebut sebagai konsumen, dalam peraturan perundang-undangan maka istilah dari konsumen ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi

kepentingan diri sendiri dan keluarga orang lain dan maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Sehingga dari pengertian undang-undang diatas maka dapat dijelaskan bahwa masyarakat tetapi juga tidak identik dengan konsumen dengan pembeli dimana arti dari makna pembeli yaitu pemakai, pengguna dan penikmat bahkan yang mengkonsumsi akan barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat. Konsumen disini tidak hanya yang tergolong individu saja tetapi bisa juga suatu perusahaan yang menjadi adanya pembeli atau sebagai terakhirnya dari pemakai

Pengertian dari Konsumen dalam ketentuan Pasal 1 Angka (2) UUPK, terdapat Unsur-Unsur dari definisi dari Konsumen, yaitu :

1. setiap orang, disebut sebagai konsumen yaitu setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa, dan yang paling tepat tidak membatasi pengertian dari konsumen tetapi juga mencakup juga badan usaha yang maknanya lebih luas daripada badan hukum
2. pemakai, menunjukkan bahwa barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta dari adanya hasil dari adanya jual beli yang merupakan transaksi dengan kata lain seorang konsumen tidak harus selalu memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa yang ada.
3. barang dan/atau jasa, secara terminologi bahwa barang dan/atau jasa diartikan sebagai produk, tetapi dalam UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud serta bergerak dan tidak bergerak, dan yang dihabiskan atau tidak dihabiskan serta yang dapat untuk diperdagangkan juga dipergunakan serta dimanfaatkan oleh konsumen
4. yang tersedia dalam masyarakat, barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus ada dan tersedia di pasaran
5. bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain, lebih menitikberatkan adanya unsur dari kepentingan dan tidak hanya diperuntukkan oleh sebagian orang tetapi semua makhluk hidup dan juga tidak terlepas dari kepentingan yang pribadi
6. barang dan/ atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan, artinya hanya konsumen akhir sesuai pengertian dalam UUPK mengenai konsumen, dimana konsumen akhir adalah yang menggunakan barang dan/atau jasa, dan tidak untuk dijual atau diperdagangkan kepada orang lain, menggunakan artinya pemakai juga pengguna atau penikmat (Shidarta, 2004)

b. Hak-Hak dari Konsumen

Upaya dalam memberikan perlindungan kepada konsumen di Indonesia telah diregulasikan ke dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) sesuai dengan ketentuan dari Pasal 4 UUPK maka hak dari konsumen sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan diartikan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan produk yang nyaman, juga aman dan yang memberi akan keselamatan. Sehingga konsumen harus selalu dilindungi dari segala apapun bahaya yang mengancam

- adanya kesehatan, dan jiwa, dan juga harta dan bendanya karena memakai atau juga mengonsumsi akan produk.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar.
 - c. Hak atas informasi yang benar dan jelas serta jujur mengenai kondisi dan jaminan akan barang dan/atau jasa, hal ini sangatlah penting karena tidak memadainya akan adanya informasi yang disampaikan kepada konsumen yang dapat juga merupakan salah satu bentuk adanya cacat dari produk, yaitu dikenal dengan juga dengan cacat yang instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai selain itu juga agar konsumen dapat juga memperoleh adanya gambaran yang benar tentang suatu adanya produk, karena dengan adanya informasi tersebut maka konsumen dapat juga memilih produk yang memang diinginkan/sesuai dengan kebutuhannya serta dapat terhindar dari adanya kerugian akibat terjadinya suatu kesalahan dalam penggunaan dari produk.
 - d. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak ini dimaksudkan agar hak dari konsumen dapat dipulihkan yang telah dirugikan akibat adanya penggunaan dari produk dapat ditempuh melalui adanya jalur hukum.
 - e. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen. Hak dari konsumen ini memegang peranan yang penting dimana agar konsumen dapat selalu lebih mengetahui dan juga memahami akan fungsi dan peranannya sebagai pelaku dari pasar yang dapat bertanggung jawab, dan konsumen dapat meningkatkan akan prinsip kehati-hatian dalam membeli barang dan/atau jasa
 - f. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, yaitu mendapatkan perlakuan dan pelayanan yang benar dan jujur dari penjual atau pelaku usaha terkait dengan mutu dan kualitas atau jenis dari barang serta masa berlaku serta garansi serta tidak adanya cacat yang tersembunyi dalam memasarkannya atau menjual kepada konsumen
 - g. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, hak ini sudah tercantum dalam Pasal 19 Ayat (1) UUPK dijelaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Dimana artinya bahwa konsumen berhak mendapatkan ganti rugi yang layak atau kompensasi jika akibat dari barang dan atau/jasa yang dikonsumsi tidak sesuai sebagaimana mestinya

- h. Hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya artinya hak-hak tersebut tidak hanya diatur dalam UUPK (Sarah Selfina Kuahaty dkk. 2021) saja melainkan diatur dalam UU lainnya

c. Sarana Edukasi dalam Perlindungan Konsumen

Menurut Pasal 1 ayat (1) UU Nomor 8 Tahun 1999 yang dimaksud dengan Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen artinya upaya yang menjamin adanya suatu kepastian hukum menyangkut akan hak dan kewajiban serta perlindungan hukum yang diberikan jika terjadi sengketa atau konflik manakala barang dan/atau jasa yang digunakan menimbulkan kerugian sehingga konsumen dapat mengajukan tuntutan ganti kerugian untuk mendapatkan hak-haknya yaitu sesuai dengan ketentuan Pasal 19 UUPK mengenai tanggungjawab dari pelaku usaha kepada konsumen sesuai dengan ketentuan Pasal 2 bahwa ganti rugi dapat berupa dapat berupa a) pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau b) perawatan kesehatan dan/atau c) pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perlindungan konsumen juga mencakup akan hak-hak konsumen yaitu hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan atau edukasi bagi konsumen, edukasi yang dimaksud bertujuan agar konsumen dalam berbelanja konsumen selalu bersikap bijak, pandai dan hati-hati dalam memilih barang yang diinginkan supaya tidak terjerumus dalam tindak pidana penipuan yang dapat merugikan diri sendiri dan untuk meningkatkan akan adanya keberdayaan dari konsumen maka pemahaman masyarakat melalui edukasi ini perlu dilakukan melalui penyuluhan atau sosialisasi dan edukasi agar konsumen menjadi cerdas.

Konsumen yang berdaya dapat tercermin dari adanya keterampilan dari konsumen terhadap pengetahuan tentang adanya undang-undang yang berlaku terkait konsumen jika terjadinya hak-hak yang dilanggar serta sanksi yang diberikan dan bentuk penyelesaiannya serta adanya lembaga dari perlindungan konsumen diluar jalur pengadilan yang berpihak dan perduli dengan sengketa konsumen baik secara pribadi maupun juga kelompok, adanya kecenderungan untuk bicara dalam mengemukakan pendapatnya terkait barang dan/atau jasa dibeli, adanya pencarian dari informasi mengenai produk serta kualitas dan kuantitas serta mutu dan jumlah, dan perilaku yang komplain jika barang dan/atau jasa tidak sesuai dengan yang diperjanjikan bahwa adanya cacat yang tersembunyi atau rusak atau juga terjadinya daluwarsa sehingga konsumen (Megawati Simanjuntak & Annisa Nisrina Insiyroh. 2021) merasa komplain atau meminta ganti rugi yang layak kepada penjual atau pelaku usaha.

4. PENUTUP

Peningkatan akan pemahaman dan pengetahuan dari masyarakat sebagai konsumen dilaksanakan melalui sarana edukasi yaitu proses pembelajaran yang bertujuan agar masyarakat sebagai konsumen selalu bijak dan pintar serta cerdas dalam memilih barang dan/atau jasa yang

tersedia di pasaran secara baik dan benar, dan mengetahui akan hak-haknya sebagai konsumen manakala terjadi sengketa atau konflik jika barang dan/atau jasa yang digunakan atau dipakai bahkan dikonsumsi tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau adanya kerusakan barang, daluwarsa bahkan cacat yang tersembunyi dan tidak diketahui konsumen. Perlindungan konsumen melalui sarana edukasi ini diberikan kepada masyarakat kepada konsumen dikarenakan hak konsumen merupakan hak konstitusional warganegara yang diberikan oleh Negara sebagai bentuk adanya perlindungan kepada warganegaranya, sehingga bagi yang melanggar hak tersebut maka akan dikenakan sanksi yang sesuai dengan perbuatannya agar adanya efek jera bagi pelaku

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Gunawan Widjaja & Ahmad Yani. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Shidarta, 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi, Jakarta : PT Grasindo
- Soerjono Soekanto & Sri Mamudja, 2001, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta : Rajawali Pers
- Yusuf Shofie. 2000. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung : Citra Aditya Bakti
- Zulham, 2013. *Hukum perlindungan konsumen*, Jakarta : Kencana

Jurnal

- Desy Ary Setyawati dkk. 2017. *Perlindungan Bagi Hak Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik*. Syiah Kuala Law Journal 1 (3), hlm. 33-51
- Donny Prasetyo, Irwansyah. 2020. *Memahami Masyarakat dan Perspektifnya*. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS) 1 (1) hlm. 163-175
- Megawati Simanjuntak & Annisa Nisrina Insiroh. 2021. *Edukasi Konsumen Cerdas di Masa Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Kelurahan Joglo, Kota Surakarta, Jawa Tengah*, Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 7 (1), hlm. 39-47
- Sarah Selfina Kuahaty dkk. 2021. *Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa Di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah*, AIWADTHU Jurnal Pengabdian Hukum, 1 (2), hlm. 63-72

Perundang-Undangan

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen