

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, yang katanya merupakan masa dimana persaingan atau kompetisi didalam melakukan kegiatan usaha merupakan hal yang lumrah dan tanpa disadari telah mendikte para pelaku usaha untuk menghalalkan segala cara demi memaksimalkan kegiatan usaha mereka. Yang mana dari kegiatan usaha tersebut, konsumenlah yang dijadikan objek sebagai aktivitas bisnis bagi pelaku usaha untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.¹

Seharusnya para pelaku usaha harus bersikap bijak didalam meningkatkan dan memaksimalkan kegiatan usaha mereka. Didalam teori ekonomi dijelaskan bahwasanya prinsip pemasaran, yakni dimana sebuah organisasi dapat mencapai tujuannya hanya kalau memahami kebutuhan dan keinginan dari konsumen dan mampu memenuhinya dengan cara yang lebih efisien dan efektif dibanding pesaing, yang mana konsekuensinya bahwa sebuah perusahaan harus memahami betul siapa pasar sasarannya, sekaligus bagaimana perilaku mereka.²

Dewasa ini banyak sekali para pelaku usaha yang menghalalkan segala cara dan tidak jarang menggunakan cara-cara yang bertentangan dengan hukum

¹ Husni Syawali,SH.,MH. dan Neni Sri Imaniyati,SH.,MH, *Hukum perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, hlm. 126.

didalam menjalankan dan memaksimalkan kegiatan usahanya, hal ini dapat dilihat dari tiga segi :³

1. Dari segi kualitas produk yang ditawarkan, dewasa ini banyak pelaku usaha yang nakal dengan memasarkan barang-barang yang kualitasnya rendah tetapi dengan harga yang tinggi, selain itu ada juga yang memasarkan produk-produk makanan dan minuman yang sudah tidak layak untuk dikonsumsi, hal ini berdampak pada berjatuhnya korban akibat keracunan makanan.
2. Dari segi jenis produk yang dipasarkan, dewasa ini banyak juga pelaku usaha yang nakal dengan memasarkan produk-produk yang tidak terdaftar, tidak mendapat izin, seperti pada produk makanan yang belum mendapatkan label halal, dan juga produk berupa minuman-minuman keras yang tidak terdaftar, dan dengan kadar alkohol yang sangat tinggi, sehingga pemasarannya akan menimbulkan dampak yang tidak baik bagi para generasi muda.
3. Dari segi bentuk jasa yang ditawarkan, banyak juga pelaku usaha yang tidak seimbang didalam memberikan pelayanan jasa dibandingkan dengan jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen, seperti dewasa ini banyak sekali kasus-kasus *malpraktek* dimana pelayanan medis dari rumah sakit tidak seperti yang mereka harapkan, bahkan konsumen justru mengeluhkan akan keadaan kesehatan mereka yang bukannya bertambah

baik malah justru bertambah buruk, dan menimbulkan keluhan-keluhan kesehatan yang lain.

Berdasarkan pengelompokan diatas dapat dilihat bahwa keadaan dilapangan dapat dibilang sungguh memprihatinkan. Dimana para pelaku usaha didalam menjalankan usahanya baik itu yang berbentuk barang dan atau jasa, sering sekali melakukan pelanggaran-pelanggaran yang pada akhirnya konsumenlah yang menjadi obyek untuk menanggung kerugian akibat dari perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha tersebut.

Melihat kenyataan seperti ini maka para konsumen hendaknya bisa lebih bersikap aktif dan dituntut untuk bisa dan berusaha untuk menemukan sendiri informasi-informasi serta bersikap lebih teliti sebelum membeli dan atau menggunakan jasa. Sikap aktif dari konsumen ini lazimnya disebut dengan istilah Prilaku Konsumen begitu seperti yang ditulis oleh Bilson Simamora dalam bukunya Panduan Riset Perilaku Konsumen.⁴

Sementara itu James F. Engel mengemukakan bahwa prilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini,⁵

Selanjutnya, Loudon dan Bitta lebih menekankan prilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan, yang mana mereka mendefinisikan bahwa prilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang

mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa.⁶

Berdasarkan definisi diatas maka akan tergambar bahwa para konsumen sebenarnya bisa mencegah atau menghindari terjadinya hal-hal yang dapat menimbulkan kerugian terhadap mereka sebagai konsumen yang disebabkan oleh para pelaku usaha baik itu dengan cara yang disengaja atau tidak disengaja telah melakukan pelanggaran dan kecurangan-kecurangan didalam menjalankan kegiatan usahanya.

Dewasa ini pelanggaran hak-hak konsumen telah menunjukkan pada tingkat yang cukup memprihatinkan dan mengundang banyak simpati dari kalangan masyarakat yang menyaksikan sendiri dampak dari tindakan-tindakan curang dari para pelaku usaha tersebut. Dimulai dari kasus keracunan makanan sampai pada kasus-kasus malpraktek dari pelaku usaha jasa rumah sakit, dan banyak lagi kasus-kasus lainnya.

Permasalahan-permasalahan mengenai pelanggaran hak konsumen, dewasa ini sudah tidak dapat dipandang sebelah mata lagi sehingga dibutuhkan tindakan-tindakan konkrit baik itu dari pemerintah maupun dari segenap elemen masyarakat untuk dapat menangani dan menuntaskan permasalahan tersebut. Dengan harapan agar dikemudian hari para konsumen tidak lagi menjadi objek yang menanggung kerugian, dan juga nantinya harapan ditumpukan pula kepada para pelaku usaha agar dapat lebih memperhatikan hak-hak dari konsumen, serta adanya komunikasi yang baik antara pelaku usaha dengan konsumen, sehingga

⁶ Soedjarto, S. (1990). *Dasar-Dasar Hukum Perindustrian dan Perdagangan*. Jakarta: PT Gramedia.

para pelaku usaha tidak hanya memikirkan bagaimana upaya untuk mengembangkan dan mensukseskan usahanya atau meraup keuntungan yang sebesar-besarnya saja, tetapi juga bertanggung jawab untuk memperhatikan hak-hak dari konsumennya.

Sementara itu upaya perlindungan terhadap hak-hak konsumen dewasa ini sudah mulai terlihat aktif, hal ini dapat dilihat dari dibentuknya Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999, tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut dengan UUPK, didalam undang-undang tersebut mengisyaratkan adanya peradilan konsumen yang menerapkan proses penyelesaian sengketa konsumen secara mudah, murah dan cepat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), kemudian ada juga Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang berfungsi menampung keluhan-keluhan dan juga permasalahan konsumen, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) badan yang dibentuk untuk membangun upaya pengembangan perlindungan konsumen, (LPKSM) Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, LP POM MUI lembaga Pengkajian Pangan, obat-obatan dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia, yang berfungsi sebagai lembaga yang memberikan sertifikasi dan label halal terhadap produk-produk yang akan dipasarkan didalam negeri maupun luar negeri. Dengan ditetapkannya undang-undang perlindungan konsumen tersebut, dan dengan dibentuknya berbagai lembaga yang oleh pemerintah difungsikan sebagai lembaga pengawas dan juga sebagai badan peradilan konsumen seperti yang diamanatkan

BPSK yang merupakan singkatan dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan suatu lembaga pemerintah yang dibentuk melalui Keppres Nomor 90 Tahun 2001, yang merupakan suatu badan penyelesaian sengketa diluar Pengadilan yang memiliki kewenangan dalam menyelesaikan sengketa konsumen dimana keputusannya memiliki kekuatan hukum tetap.⁷ Dengan demikian para konsumen yang merasa dirugikan haknya dapat melakukan upaya hukum melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen tersebut.

Lebih kurang dua setengah tahun keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Indonesia. Sebuah usia yang masih sangat muda bagi suatu instansi pemerintah berupa lembaga penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan. Sejauh ini keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dirasakan masih asing ditelinga masyarakat awam. Hal ini dapat dilihat dari sangat sedikitnya informasi yang diketahui masyarakat tentang BPSK. Masyarakat masih banyak yang belum mengetahui apa itu BPSK, apa fungsinya, bagaimana cara kerjanya bahkan mendengar kata BPSK saja hanya segelintir masyarakat saja yang pernah.⁸

Melihat kenyataan seperti ini sungguh merupakan suatu keadaan yang memprihatinkan. Disatu sisi pemerintah ingin menciptakan suatu kondisi yang seimbang antara konsumen dengan pelaku usaha dengan tujuan adanya jaminan terhadap hak hak konsumen dengan ditetapkannya UU No. 8 tahun 1999 beserta perangkat hukumnya, sedangkan disisi lain kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap keberadaan BPSK, sehingga masih banyak para konsumen yang tidak

⁷ News Letter, *Rambu konsumen Edisi kelima*, tahun 1, November 2004.

mengetahui bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan untuk membela hak-hak mereka.

Melihat permasalahan diatas penulis bermaksud untuk mengangkatnya sebagai skripsi bagi penulis guna memenuhi salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana bagi penulis., dari latar belakang masalah ini penulis menentukan judul skripsi "PERANAN BPSK (BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN) DALAM MENYELESAIKAN SENGKETA ANTARA KONSUMEN DENGAN PELAKU USAHA DI YOGYAKARTA".

Berdasarkan judul skripsi tersebut penulis akan mencoba untuk mencari pemecahannya sesuai dengan ketentuan undang-undang dan juga berdasarkan data data yang akan diperoleh dilapangan, serta buku-buku yang terkait dengan persoalan tersebut.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis akan merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) didalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha?
2. Bagaimana kekuatan hukum dari putusan BPSK, mengikat para pihak?

C. Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dan tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah

1. Tujuan obyektif

- a. Untuk mengetahui peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) didalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha di Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui kekuatan hukum dari putusan BPSK, mengikat para pihak.

3. Tujuan Subyektif

Untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi yang merupakan syarat yang harus ditempuh untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. Metode Penelitian

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan, maka penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan sebagai sumber data sekunder yaitu dengan cara membaca dan mempelajari peraturan perundang-undangan maupun buku-buku, laporan penelitian yang sudah ada, serta makalah yang ada kaitannya dengan pokok pembahasan dan sumber data yang diperoleh.

Adapun bahan hukum yang digunakan adalah :

a. Bahan hukum Primer

Yakni bahan hukum yang sifatnya mengikat yang terdiri dari :

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).
- 2) Kitab Undang-undang Hukum Perdata Buku ketiga tentang perikatan.
- 3) Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
- 4) Keppres Nomor 90 Tahun 2001 tertanggal 21 Juli 2001, tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.
- 5) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI. Nomor 350/MPR/Kep/12/2001, tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

b. Bahan hukum sekunder.

Yakni bahan hukum yang memberikan penjelasan lebih lanjut terhadap bahan hukum primer yang meliputi buku-buku, makalah, tesis, laporan penelitian yang sudah ada dan sumber yang berasal dari media cetak yang ada kaitannya dengan pokok pembahasan dan sumber data yang diperoleh.

c. Bahan hukum tertier

Yakni bahan-bahan yang memberi petunjuk-petunjuk maupun penjelasan yang sifatnya sebagai pelengkap terhadap bahan hukum primer dan sekunder yang meliputi antara lain kamus Hukum, kamus Bahasa Indonesia dan kamus Bahasa Inggris serta kamus Ilmiah

2. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan sebagai sumber data primer, maka penulis akan melakukan penelitian langsung ke lokasi atau obyek penelitian.

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Yogyakarta.

b. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sample dilakukan dengan cara non random sampling yaitu setiap orang atau unit dalam populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih dalam sample, cara pemilihan dilakukan dengan cara purposive sampling yang berarti sample yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu.

c. Responden

Responden adalah sumber untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian yakni:

Anggota sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)
Yogyakarta :

- Bpk. M Sudarmono Hadi, selaku Kepala Sekretariat BPSK
- Yacob Nafie. SH Anggota Sekretariat

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dilakukan dengan cara bertanya langsung dengan responden. Hal ini dilakukan dengan harapan untuk mendapatkan keterangan atau informasi yang sebenarnya dari pejabat tertentu maupun pandangan atau pendapat dari responden yang diwawancarai untuk penulisan skripsi ini

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif yakni: Memaparkan secara jelas data-data yang diperoleh, yang selanjutnya dari data-data tersebut akan dilakukan analisis dengan berpedoman pada bahan-bahan hukum yang diperoleh guna mendapatkan suatu titik temu dari permasalahan yang diangkat.

E. Kerangka Skripsi

Untuk mencapai tulisan yang sistematis serta untuk mempermudah pemahaman dalam pembahasan skripsi ini, maka struktur penulisan didalam skripsi ini akan dibagi dalam beberapa bab yakni :

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN MOTTO

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN

BAB II. TINJAUAN UMUM TENTANG HUKUM PERLINDUNGAN
KONSUMEN

A. Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumen

B. Hak dan Kewajiban Konsumen

C. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen

- D. Tinjauan Tentang Pelaku Usaha
- E. Hak dan Kewajiban Serta Larangan Bagi Pelaku Usaha
- F. Prinsip Pertanggungjawaban Pelaku Usaha

BAB III TINJAUAN TENTANG BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN (BPSK)

- A. Latar Belakang Pembentukan BPSK
- B. Dasar Hukum BPSK
- C. Kedudukan dan Keanggotaan BPSK
- D. Tugas dan Wewenang BPSK
- E. Tata Cara Penyelesaian Sengketa Konsumen di BPSK
- F. Prinsip Penyelesaian Sengketa di BPSK

BAB IV PERANAN BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN (BPSK) DIDALAM MENYELESAIKAN SENGKETA KONSUMEN DI YOGYAKARTA

- A. Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) didalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha di Yogyakarta
- B. *Kelengkapan hukum dari putusan BPSK meliputi nama pihak*