

**LAPORAN PENELITIAN**

**PENTINGNYA PERAN  
BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL  
DALAM PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA**



Peneliti :

**Dr. ANDI MUHAMMAD RUSDI, MH**

**NIDN : 0307076602**

**FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS BOROBUDUR  
JAKARTA, 2022**

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN AKHIR PENELITIAN**

1	Judul Penelitian	Pentingnya Peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional Dalam Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia
2	Ketua Peneliti :	
	a. Nama	Dr. Andi Muhammad Rusdi, MH
	b. NIDN	0307076602
	c. Jenis Kelamin	Laki-Laki
	d. Pangkat/Golongan/NIP	-
	e. Jabatan Fungsional	-
	f. Fakultas/Program Studi	Fakultas Hukum
	g. Bidang Ilmu yang diteliti	Ilmu Hukum
3	Jumlah Tim Peneliti	1 (satu) Orang
4	Lokasi Penelitian	Jakarta
5	Jangka Waktu Penelitian	4 (empat) bulan
6	Biaya diperlukan	Rp. 22.000.000,-
7	Sumber Dana	Perguruan Tinggi



Dr. Megawati Barthos, SH., MM

Jakarta, 4 Juli 2022  
Peneliti,

Dr. Andi Muhammad Rusdi, MH.

Mengetahui :  
Lembaga Penelitian & Pengabdian Masyarakat  
Ketua,



Evi Syafrida Nasution, S.Psi, M.Psi

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyusun dan menyelesaikan Tulisan yang berjudul : “ PENTINGNYA PERAN BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL DALAM PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA”

Penulisan ini dapat diselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk data, maupun berbagai fasilitas dan bantuan lainnya yang dipergunakan dalam penulisan ini. Terima kasih atas saran, kritikan, dukungan moral dan juga doanya Sehingga melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang senantiasa menjadi pemacu semangat untuk penulis.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa sebagai seorang manusia biasa yang memiliki kelemahan serta kekurangan, sehingga Tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak menutup kemungkinan masih ditemukan kekurangan dan kelemahan, untuk itu segala kritik dan masukan yang sifatnya membangun akan senantiasa penulis terima.

Jakarta, 4 JULI 2022

Dr. Andi Muhammad Rusdi, MH

## ABSTRAK

A. ANDI MUHAMMAD RUSDI

### PENTINGNYA PERAN BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL DALAM PELAKSANAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA

- B. KATA KUNCI : Peran BPKN, Perlindungan Konsumen, Hak dan Kewajiban Konsumen
- C. Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang di amanatkan dalam undang-undang Nomor 8 tahun 1999 untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam menyusun kebijakan tentang perlindungan konsumen juga menjadi aktor pelaksanaan agenda pembangunan nasional dalam kaitannya dengan agenda pembangunan ekonomi nasional dan pengembangan sumber daya manusia melalui penyelenggaraan perlindungan konsumen. Badan Perlindungan Konsumen Nasional merupakan lembaga yang menjadi bagian dari pelaksanaan agenda pembangunan nasional khususnya terkait dengan kebijakan perlindungan konsumen. Berdasarkan fungsi dan tugas dalam Undang-Undang No.8 tahun 1999 yang dilaksanakan melalui komisi-komisi, Badan Perlindungan Konsumen Nasional memiliki peran strategis untuk menghubungkan kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam rangka pemulihan hak konsumen melalui rekomendasi, penelitian, edukasi, serta penerimaan pengaduan. Selain itu, Badan Perlindungan Konsumen Nasional juga dapat pihak yang paling tepat untuk mengkoordinasikan penyelenggaraan kebijakan perlindungan konsumen setiap lembaga yang terkait dengan perlindungan konsumen melalui kerjasama kelembagaan perlindungan konsumen di Indonesia. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dengan menggunakan data sekunder. Kesimpulan dari hasil penelitian menjelaskan bahwa Pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dalam Undang-Undang adalah untuk mencegah timbulnya masalah dikemudian hari karena setiap orang baik sendiri maupun secara bersama-sama dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu. Secara umum ada empat hak dasar konsumen yang harus dilindungi, yaitu: hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*), hak untuk mendapat informasi (*the right to be informed*), hak untuk memilih (*the right to choose*), dan akhirnya hak untuk didengar (*the right to be heard*). Perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi (*no conflict/pre purchase*) dan/atau pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*).

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Teori Perlindungan Konsumen.....	6
B. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen .....	7
C. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku usaha.....	10
<b>BAB III OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Metode Pendekatan.....	15
B. Spesifikasi Penelitian.....	15
C. Sumber Data.....	15
D. Teknik Pengumpulan Data .....	16
E. Analisa Data .....	16
F. Metode Penyajian Data .....	16

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional..... 17
- B. Hamabatan BPKN Dalam Pelaksanaan Perlindungan Konsumen  
di Indonesia..... 33

**BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan ..... 34
- B. Saran ..... 35

DAFTAR PUSTAKA ..... 36

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia baru mulai terjadi pada dekade 1970-an yang ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Ketika itu gagasan perlindungan konsumen disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen. YLKI berdiri ketika kondisi politik bangsa Indonesia saat itu masih dibayang-bayangi dengan kampanye penggunaan produk dalam negeri, namun seiring perkembangan waktu, gerakan perlindungan konsumen dilakukan melalui koridor hukum yang resmi, yaitu bagaimana memberikan bantuan kepada masyarakat atau konsumen.

“Sejak dekade 1980-an gerakan atau perjuangan untuk mewujudkan sebuah undang-undang tentang perlindungan konsumen dilakukan selama bertahun-tahun. Pada masa orde baru Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) tidak memiliki greget besar untuk mewujudkannya karena terbukti pengesahan Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen (RUUPK) selalu ditunda. Baru pada era reformasi, keinginan terwujudnya pada masa pemerintahan BJ Habibie, tepatnya tanggal 20 April 1999, RUUPK secara resmi disahkan sebagai Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen. Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, jaminan atas perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia diharapkan bisa terpenuhi dengan baik. Masalah perlindungan konsumen kemudian ditempatkan ke dalam koridor suatu sistem hukum perlindungan konsumen yang merupakan bagian dari sistem hukum nasional.”<sup>1</sup>

Tanggal 20 April 1999 Pemerintah Indonesia telah mensahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia untuk lebih menyadari segala hak dan kewajiban yang dimilikinya terhadap pelaku usaha, sebagaimana tertera dalam Konsiderans Undang-Undang

---

<sup>1</sup> <http://itscatatanhukum.blogspot.com/2017/03/sejarah-hukum-perlindungan-konsumen>

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka pemerintah membentuk sebuah badan yang bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) sebagai upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum dan memberikan perlindungan kepada konsumen. Pembentukan BPKN ini didasarkan pada ketentuan Pasal 31 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan ditindaklanjuti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Selanjutnya peraturan pemerintah ini dicabut dan dinyatakan tidak berlaku dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Menurut Pasal 1 angka 12 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, BPKN adalah “badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.”<sup>2</sup> BPKN berkedudukan di ibu kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab jawab kepada Presiden.<sup>3</sup> BPKN mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.<sup>4</sup> Untuk menjalankan fungsi tersebut, BPKN mempunyai beberapa tugas, yaitu:

- a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (BPSK);

---

<sup>2</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 12.

<sup>3</sup> *Ibid.*, Pasal 32.

<sup>4</sup> *Ibid.*, Pasal 33.



- e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
- f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
- g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.<sup>5</sup>

Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting karena perekonomian di Indonesia dapat berjalan dengan baik apabila ada transaksi antara konsumen dengan pelaku usaha. Hal ini diperlukan untuk menjaga kepercayaan bertransaksi di antara keduanya. Tidak adanya kepercayaan dalam bertransaksi akan menghalangi terjadinya proses transaksi, sehingga perekonomian juga tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, peran pemerintah sebagai regulator dalam perlindungan konsumen sangat penting untuk menjamin adanya kepercayaan di antara konsumen dan pelaku usaha melalui kebijakan yang dikeluarkan.<sup>6</sup>

Berikut ini data pengaduan dari masyarakat yang disampaikan secara resmi oleh BPKN dan YLKI sebagai lembaga perlindungan konsumen.

“BPKN sendiri telah menerima 3.269 pengaduan konsumen selama 2017 sampai Agustus 2020. BPKN menerima 281 pengaduan dari konsumen sepanjang 2017. Dari jumlah tersebut, 95 persen diantaranya telah diselesaikan dengan pemulihan hak konsumen ataupun *win-win solution*. Sementara 5 persen sisanya dilanjutkan ke ranah pengadilan umum atau mitigasi. Pengaduan yang diterima BPKN meningkat pada 2018 menjadi 580 aduan. 85 persen kasus ditutup dan 15 persen sisanya masih dalam proses. BPKN kembali menerima lonjakan aduan sepanjang 2019, yakni sebanyak 1.518 kasus yang 70 persen diantaranya telah diselesaikan. Sepanjang 2020 sampai Agustus 2020, BPKN telah menerima 890 pengaduan yang 25 persen diantaranya telah diselesaikan dan sisanya masih dalam proses. Dari total pengaduan sepanjang 2017 sampai Agustus 2020, sebanyak 2.420 kasus berasal dari sektor perumahan. Dari jumlah tersebut, 1.359 kasus telah diselesaikan dan 1.061 pengaduan masih diproses. Dari total pengaduan sepanjang 2017 sampai Agustus 2020, sebanyak 80%

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, Pasal 34 ayat (1).

<sup>6</sup> Rosmawati, *Pokok-Pokok Perlindungan Konsumen*, Depok: Prenadameida Group, 2018, hal 8

merupakan pengaduan untuk sektor perumahan atau sebanyak 2.420 pengaduan. Dari total itu, sebanyak 1.359 pengaduan telah diselesaikan dan 1.061 masih dalam proses.”<sup>7</sup> “33,3% pengaduan dari masyarakat selama pandemi COVID-19 atau tepatnya pada rentang waktu dari bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2020 terkait produk kesehatan yang sulit didapatkan. Pengaduan 33,3% tersebut meliputi keluhan masker, *hand sanitizer*, dan obat-obatan. Sejak awal virus corona penyebab COVID-19 diketahui mulai menjangkit masyarakat di Indonesia, tidak lama kemudian masker, *hand sanitizer*, dan obat-obat juga menjadi langka atau susah didapatkan. Sebab pada saat bersamaan, ketiga produk kesehatan tersebut langsung menjadi fokus dan perhatian utama masyarakat yang mengakibatkan indikator pengaduan ke YLKI menjadi semakin meningkat. YLKI juga menerima sekitar 2,7% aduan dari masyarakat terkait pelayanan di rumah sakit yang menurun saat pandemi COVID-19. Keluhan layanan kesehatan ini juga termasuk BPJS Kesehatan hingga masyarakat yang ditolak rumah sakit dengan alasan-alasan tertentu. Tingginya keluhan dan pengaduan dari masyarakat tersebut, YLKI meminta Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta Kementerian Kesehatan untuk menyikapinya terutama di masa pandemi COVID-19.”<sup>8</sup>

Melihat semakin banyaknya pengaduan dari masyarakat di masa pandemi COVID-19 tersebut, maka BPKN harus meningkatkan efektifitas penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia. Terkait hal ini, Rizal E. Halim sebagai Ketua BPKN menyampaikan bahwa kebijakan perlindungan konsumen tahun 2020-2023 akan difokuskan pada tiga isu fundamental. Pertama, penguatan kelembagaan yang meliputi penguatan kerangka kerja kelembagaan (*institutional framework*), penguatan regulasi dan produk hukum turunannya, independensi, serta kemandirian lembaga. Kedua, edukasi dan sosialisasi perlindungan konsumen secara masif dan intensif dengan bekerjasama dengan para pemangku kepentingan, seperti kementerian/lembaga, pemerintah daerah, lembaga perlindungan konsumen masyarakat, entitas pendidikan mulai dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, dan organisasi kemasyarakatan. Ketiga, sinkronisasi dan kebijakan perlindungan konsumen yang tersebar di sejumlah sektor dan daerah, serta tersebarnya regulasi perlindungan

---

<sup>7</sup> <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200811/12/1277538/ini-yang-sering-diadukan-konsumen-selama-pandemi>

<sup>8</sup> <https://www.antaranews.com/berita/1659050/ylki-3330-persen-aduan-terkait-produk-kesehatan-selama-pandemi>

konsumen di sejumlah sektor dan wilayah, dimana hal ini kadang kala menjadi persoalan dalam menjalankan amanat Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis berkeinginan melakukan penelitian mengenai “Peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional Dalam Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.”

## **B. Permasalahan**

Dalam penelitian ini, penulis telah mengidentifikasi beberapa permasalahan yaitu:

1. Bagaimana peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Apakah hambatan yang dihadapi oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional dalam pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Teori Perlindungan Konsumen**

Hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen. Hal ini dapat bersifat dalam segala transaksi jual beli, secara langsung maupun secara online, seperti yang saat ini semakin marak. Walaupun adanya transaksi yang tidak melalui tatap muka, konsumen tetap berhak mendapatkan barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai yang dijanjikan.

Perlindungan konsumen merupakan suatu masalah yang berkaitan dengan kepentingan manusia, oleh karena itu menjadi harapan semua bangsa di dunia, khususnya Indonesia, untuk dapat mewujudkan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan tersebut agar dapat terpenuhi hak-hak konsumen.<sup>9</sup> Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>10</sup> Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut. Oleh karena itu, cakupan perlindungan konsumen dapat dibedakan dalam 2 (dua) aspek, yaitu:

---

<sup>9</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia Edisi Revisi 2006*, Jakarta: Gramedia Widiasrana, 2006, hal. 3.

<sup>10</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, *Op.cit.*, Pasal 1 angka 1.

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.<sup>11</sup>

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini terbukti bahwa semua norma perlindungan konsumen di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki sanksi pidana. Oleh karena itu, segala upaya yang dimaksudkan dalam perlindungan konsumen tersebut tidak saja terhadap tindakan preventif akan tetapi juga tindakan represif dalam semua bidang perlindungan yang diberikan kepada konsumen.

## **B. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Setiap undang-undang selalu memiliki suatu kondisi ideal yang ingin mewujudkan satu keteraturan yang menurut pembentuk undang-undang merupakan tujuan yang harus dicapai dengan penyelenggaraan undang-undang tersebut. Berkaitan dengan tujuan yang ada, maka dirumuskan asas hukum yang melatarbelakangi pembentukan undang-undang tersebut.<sup>12</sup>

Asas yang dimaksud pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat di dalam Pasal 2 yang menyatakan bahwa “Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum.”<sup>13</sup> Maksud dari asas tersebut adalah sebagai berikut:

---

<sup>11</sup>Rosmawati, *Op.cit.*, hal. 6.

<sup>12</sup> Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen Aspek Substansi Hukum Struktur Hukum Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Ombak, 2014 hal. 46.

<sup>13</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, *Op.cit.*, Pasal 2.

## 1. Asas Manfaat

Asas manfaat diamanatkan supaya konsumen dan pelaku usaha yang terkait didalamnya mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya dari pemberlakuan dan penegakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Manfaat yang diperoleh konsumen dan pelaku usaha hendaknya seimbang, tidak berat sebelah sehingga dapat dinikmati manfaatnya, baik oleh konsumen maupun pelaku usaha. Dengan adanya pengambilan manfaat oleh masing-masing pihak diharapkan akan membawa manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat karena sebagaimana diketahui bahwa semua masyarakat adalah konsumen dan yang menggerakkan perekonomian adalah masyarakat. Setelah tercapai manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat, maka akan dapat diwujudkan kemanfaatan secara menyeluruh pada kehidupan bangsa. Begitu pula dengan adanya pengambilan manfaat oleh pelaku usaha diharapkan pelaku usaha akan merasa dilindungi hak-haknya oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sehingga dapat meningkatkan produk baik berupa barang dan/atau jasa yang dihasilkan, sehingga tercipta suatu pola persaingan usaha yang sehat di antara para pelaku usaha.

## 2. Asas Keadilan

Dalam hal penyelenggaraan dan penegakan asas keadilan diharapkan konsumen dan pelaku usaha akan memperoleh perlakuan yang adil dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur mengenai perolehan hak dan penunaian kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Dalam hal perolehan hak dan penunaian kewajiban konsumen dan pelaku usaha ini hendaknya dilakukan sesuai dengan

prinsip keadilan yang ada secara seimbang, dimana masing-masing pihak akan melaksanakan kewajiban yang diamanatkan kepadanya dan sebagai kontra prestasinya, ia akan memperoleh hak yang dari pihak lainnya.

### 3. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan agar pihak konsumen, pelaku usaha dan pemerintah melakukan segala kepentingannya secara seimbang atau proporsional. Asas ini dimaksudkan agar konsumen, pelaku usaha dan pemerintah mendapatkan manfaat yang seimbang dalam penyelenggaraan dan penegakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Asas ini pula memberikan perlindungan atas kepentingan masing-masing pihak secara seimbang sehingga tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan yang lebih dari pihak yang lain. Keseimbangan perlakuan ini dapat dilihat dari adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing produsen dan konsumen. Kewajiban konsumen merupakan hak bagi produsen seperti beritikad baik dan menerima pembayaran dan begitu pula sebaliknya.

### 4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen bertujuan untuk memberikan jaminan bagi keamanan dan keselamatan konsumen dari penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi. Asas ini dimaksudkan supaya konsumen mendapat jaminan atas manfaat yang akan diperoleh dari produk tersebut, sebaliknya produk tersebut juga harus diberikan jaminan bahwa apabila konsumen menggunakannya sesuai dengan apa yang tercantum dalam kemasan produk tersebut, maka konsumen akan dijamin keamanan dan keselamatannya dari akses negatif yang ditimbulkan oleh pemakaian produk tersebut. Oleh karena itu di dalam Undang-Undang

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen selain membebaskan sejumlah kewajiban pada pelaku usaha, juga menetapkan banyak larangan yang harus dipatuhi pelaku usaha dalam memproduksi dan mengedarkan dan memperdagangkan produknya.

#### 5. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar konsumen dan pelaku usaha mentaati hukum yang telah digariskan sehingga akan diperoleh keadilan dari penerapan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan mendapat perlindungan hukumnya. Asas kepastian hukum ini memastikan bahwa para pihak akan melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya dan memperoleh apa yang menjadi haknya.<sup>14</sup>

### C. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku

#### **usaha** Hak dan Kewajiban Konsumen

Pada dasarnya pengertian konsumen dapat dibedakan ke dalam 3 (tiga) batasan, yaitu:

1. Konsumen komersial (*commercial consumer*) adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
2. Konsumen antara (*intermediate consumer*) adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan Kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
3. Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*) adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.<sup>15</sup>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mendefinisikan konsumen adalah “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk

<sup>14</sup>Kelik Wardiono, , *Op.cit.*, hal. 49

<sup>15</sup>Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2016, hal. 17-18.



hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”<sup>16</sup> Definisi ini sesuai dengan batasan pengertian konsumen akhir atau pengguna terakhir (*ultimate consumer/end user*), tanpa si konsumen merupakan pembeli dari barang dan/atau jasa tersebut.<sup>17</sup>

Berdasarkan pengertian tersebut, subyek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan jasa. Istilah “orang” sebenarnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk juga badan hukum. Sebab yang memakai, menggunakan, dan/atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain tidak untuk diperdagangkan hanyalah orang alami atau manusia.

Terkait dengan hak-hak konsumen, secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safe products*).
- b. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed about products*).
- c. Hak untuk memilih (*the right to definite choices in selecting products*).
- d. Hak untuk didengar (*the right to be heard regarding consumer interests*).<sup>18</sup>

Keempat hak dasar konsumen tersebut telah diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumer Union (IOCU)* menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak untuk mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.<sup>19</sup>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur hak-hak konsumen di dalam Pasal 4 yang terdiri dari:

<sup>16</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, *Op.cit.*, Pasal 1 angka 2.

<sup>17</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2018, hal. 22.

<sup>18</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.cit.*, hal. 30

<sup>19</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.cit.*, hal. 31

- a. hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 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;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapat advokasi perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>20</sup>

Dari kesembilan hak konsumen tersebut di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen, jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Selanjutnya, untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya akan nyaman, aman maupun tidak membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan yang benar, jelas, dan jujur. Apabila terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi.

Selain hak-hak tersebut, ada juga hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang. Hal ini berangkat dari pertimbangan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan tidak secara jujur, yang dalam hukum dikenal dengan

---

<sup>20</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, *Op.cit.*, Pasal 4.

terminologi “persaingan curang” (*unfair competition*). Betapa pentingnya hak konsumen sehingga melahirkan pemikiran yang berpendapat bahwa hak-hak konsumen merupakan “generasi keempat hak asasi manusia”, yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia dalam perkembangan di masa yang akan datang.

Selain hak konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga mengatur kewajiban konsumen di dalam Pasal 5 yang terdiri dari:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.<sup>21</sup>

#### Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen 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.”<sup>22</sup>

Selanjutnya Penjelasan Pasal 1 angka 3 menguraikan bahwa yang termasuk pelaku usaha yaitu perusahaan, korporasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Jadi ruang lingkup pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sangat luas karena tidak dibatasi hanya pabrikan saja, tetapi juga distributor (dan jaringannya), importir, dan pelaku usaha periklanan.

---

<sup>21</sup> *Ibid.* Pasal 5.

<sup>22</sup> *Ibid.*, Pasal 1 angka 3.

Selain pengertian pelaku usaha, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha, dimana pada dasarnya kewajiban pelaku usaha merupakan pemenuhan terhadap hak konsumen begitupun juga dengan hak pelaku usaha selaras dengan kewajiban konsumen.<sup>23</sup>

Hak pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang terdiri dari:

- 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;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>24</sup>

Kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang terdiri dari:

- 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. memberikan 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. memberikan 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.<sup>25</sup>

<sup>23</sup>Arief Safari, *Unboxing Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bogor: IPB Press, 2020, hal. 36.

<sup>24</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, *Op.cit.*, Pasal 6.

<sup>25</sup>*Ibid*, Pasal 7.

## **BAB III**

### **MEDOTOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dan empiris. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif karena hanya ditujukan pada peraturan-peraturan tertulis sehingga sangat erat hubungannya dengan perpustakaan karena membutuhkan data-data yang bersifat sekunder. Penelitian ini juga merupakan penelitian yuridis empiris karena menganalisis data-data yang bersifat primer yang berasal dari hasil wawancara penulis dengan narasumber di Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

#### **B. Spesifikasi Penelitian**

Dalam penelitian ini spesifikasi penelitian bersifat dekriptis – analisis yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran sekaligus menganalisis mengenai pelaksanaan ketentuan dalam peraturan yang didasarkan pada ketentuan yang berlaku. Demikian pula dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai kenyataan dari keadaan objek atau masalahnya untuk dapat dilakukan penganalisaan dalam rangka pengambilan kesimpulan umum

#### **C. Sumber Data**

Dalam sebuah penelitian data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Sumber data penelitian dibedakan menjadi 2, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data Primer Pengertian data primer menurut adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari menyebar kuesioner ke

karyawan pengguna sistem informasi akuntansi pada perusahaan distributor alat kesehatan di Semarang yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

Data Sekunder Pengertian data sekunder menurut adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder penelitian ini adalah informasi yang didapatkan seputar Perlindungan konsumen

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan dan terdiri atas:

- a. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang berhubungan langsung dengan objek penelitian dalam hal ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, dan Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- b. Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yaitu berupa literatur-literatur kepustakaan, hasil karya ilmiah, dan hasil penelitian.
- c. Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus.

#### **E. Analisa Data**

Setelah semua data terkumpul dan diklasifikasikan sesuai dengan ketentuan yang ada, selanjutnya dianalisis secara sistematis sesuai dengan teori-teori, ajaran-ajaran, pendapat-pendapat, dan kaedah-kaedah hukum yang berhubungan dengan objek penelitian, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan.

#### **F. Metode Penyajian Data**

Metode penyajian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dalam bentuk deskriptif karena penelitian ini menjabarkan tentang permasalahan yang dibahas dengan memberikan data-data semaksimal mungkin, sehingga menghasilkan kesimpulan yang terbaik.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional Dalam Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia

Fungsi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 33 yaitu memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Substansi ini memperjelas peran BPKN terhadap pemberdayaan konsumen. Apabila dihubungkan dengan substansi Pasal 34, maka ketentuan Pasal 33 ini merupakan aturan yang bersifat umum, yang dijabarkan lebih lanjut di dalam Pasal 34. Fungsi memberikan saran dan memberikan rekomendasi kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia dapat terjadi dalam berbagai bentuk dan tidak terbatas pada penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen.

Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, BPKN mempunyai tugas yaitu:

- a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
- c. melakukan penelitian terhadap barang dan atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
- d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
- f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
- g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, *Op.cit.*, Pasal 34.

Selanjutnya di dalam Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018 tentang Kedudukan, Fungsi, Tugas, Organisasi, Tata Tertib, dan Tata Kerja Badan Perlindungan Konsumen Nasional dijeaskan secara lebih rinci mengenai tugas dan wewenang bagi ketua, wakil ketua, dan anggota BPKN sebagai berikut:

Pasal 9:

“Ketua mempunyai tugas dan wewenang:

- a. Memimpin BPKN sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Bersama-sama Anggota menyiapkan saran, pertimbangan dan/atau rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen.
- c. Menetapkan kebijakan teknis dalam pelaksanaan fungsi BPKN.
- d. Memimpin sidang rapat pleno BPKN dan/atau sidang-sidang lainnya.
- e. Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas masing-masing komisi.
- f. Membina dan melaksanakan kerja sama dengan lembaga terkait, organisasi masyarakat sipil, lembaga konsumen baik nasional maupun internasional.
- g. Mewakili BPKN menjawab pertanyaan atau memberi tanggapan melalui media massa maupun elektronik mengenai berbagai kasus terkait dengan perlindungan konsumen.”<sup>27</sup>

Pasal 10:

“Wakil Ketua BPKN mempunyai tugas dan wewenang:

- a. Mewakili Ketua apabila Ketua berhalangan.
- b. Mengkoordinasikan kesekretariatan.
- c. Membantu Ketua dalam melaksanakan tugas sebagaimana diatur dalam Pasal 9 keputusan ini.
- d. Mengkoordinasikan tim seleksi dan penempatan pimpinan dan staf sekretariat.”<sup>28</sup>

Pasal 11:

“Anggota BPKN mempunyai tugas dan wewenang:

---

<sup>27</sup> Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018 tentang Kedudukan, Fungsi, Tugas, Organisasi, Tata Tertib, dan Tata Kerja Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Pasal 9.

<sup>28</sup> *Ibid.*, Pasal 10.



- a. Menyiapkan saran, pertimbangan dan/atau rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan dan/atau pelaksanaan kebijakan di bidang Perlindungan Konsumen.
- b. Melakukan tugas sesuai dengan program-program Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang telah ditetapkan dalam rapat komisi maupun rapat pleno.
- c. Menjawab pertanyaan atau memberi tanggapan melalui media massa ataupun media elektronik mengenai berbagai kasus terkait dengan perlindungan konsumen.
- d. Mewakili ketua menjawab pertanyaan atau memberi tanggapan kepada media atau Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- e. Setiap anggota yang mendapat tugas wajib membuat laporan tertulis.”<sup>29</sup>

Dalam memenuhi fungsi sebagaimana dimaksud pada Pasal 33 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia, BPKN membentuk 4 (empat) komisi yang masing-masing mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Komisi I yaitu Komisi Penelitian dan Pengembangan.

Komisi ini mempunyai tugas mengkoordinasikan kajian dan penelitian BPKN, meneliti dan mengkaji peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen, barang dan/atau jasa yang berkaitan dengan keselamatan konsumen, melakukan survei menyangkut kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa.

2. Komisi II yaitu Komisi Komunikasi dan dan Edukasi.

Komisi ini mempunyai tugas menyebarluaskan informasi melalui media massa maupun elektronik mengenai perlindungan konsumen, memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen, melaksanakan pendidikan perlindungan konsumen kepada konsumen dan pelaku usaha, melakukan penelitian terhadap regulasi/kebijakan dan implementasi oleh instansi yang mengelola dan/atau melakukan komunikasi publik, pendidikan dan latihan kepada aparat dan masyarakat dalam rangka perlindungan konsumen.

---

<sup>29</sup>*Ibid.*, Pasal 11.

3. Komisi III yaitu Komisi Advokasi.

Komisi ini mempunyai tugas menerima dan menindaklanjuti pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dan pelaku usaha, melakukan penelitian terhadap regulasi/kebijakan dan implementasi oleh instansi yang menyelesaikan sengketa konsumen dan mengelola penanganan pengaduan terkait perlindungan konsumen di Indonesia.

4. Komisi IV yaitu Komisi Kerja Sama dan Pengkajian Kelembagaan.

Komisi ini mempunyai tugas menjalin kerja sama dengan lembaga terkait baik nasional maupun internasional dan organisasi masyarakat sipil serta melakukan penelitian dan pengkajian terhadap regulasi/kebijakan dan implementasi oleh instansi yang membina kelembagaan perlindungan konsumen dan kerja sama antar lembaga/instansi pemerintah dalam mewujudkan perlindungan konsumen di Indonesia.<sup>30</sup>

Adapun peran dari masing-masing komisi tersebut akan diuraikan secara lengkap sebagai berikut:

1. Komisi I (Komisi Penelitian dan Pengembangan)

Berdasarkan ketentuan Pasal 13 ayat (1) huruf a jo. Pasal 14 Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018 tentang Kedudukan, Fungsi, Tugas, Organisasi, Tata Tertib, dan Tata Kerja Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Komisi I melaksanakan tugas dan fungsi sebagai berikut:

Tugas: “Mengkoordinasikan kajian dan penelitian BPKN, meneliti dan mengkaji peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen, barang dan/atau jasa yang berkaitan dengan keselamatan konsumen, melakukan survei menyangkut kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa.”<sup>31</sup>

Fungsi:

- a. Penyusunan program penelitian dan pengkajian hukum dan peraturan perundang-undangan yang menyangkut perlindungan konsumen.

---

<sup>30</sup>*Ibid.*, Pasal 13 ayat (1).

<sup>31</sup>*Ibid.*, Pasal 13 ayat (1) huruf a.

- b. Penyusunan program penelitian dan pengkajian barang dan/atau jasa berkaitan dengan keselamatan konsumen.
- c. Suvei tentang kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa.
- d. Perumusan saran dan pertimbangan kebijakan berdasarkan hasil penelitian dan pengkajian hukum dan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.
- e. Perumusan saran dan pertimbangan kebijakan berdasarkan hasil penelitian dan pengkajian barang dan/atau jasa berkaitan dengan keselamatan konsumen.
- f. Perumusan saran dan pertimbangan kebijakan berdasarkan hasil penelitian tentang kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa.
- g. Membuat laporan aktivitas.<sup>32</sup>

Salah satu tugas dan fungsi BPKN adalah menjaga kepercayaan bertransaksi meskipun tidak tertulis di dalam undang-undang, tetapi pada dasarnya muara dari tugas dan fungsi dalam BPKN adalah menjaga dan menciptakan kepercayaan di dalam bertransaksi. Dalam mencapai hal tersebut diperlukan suatu strategi kebijakan yang mengatur hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Untuk itu dibutuhkan pengaturan dalam bentuk regulasi oleh pemerintah melalui kementerian dan lembaga teknis sebagai pelaksana perlindungan konsumen.

BPKN yang diberi tugas untuk memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah, juga diberi kewenangan sebagai salah satu lembaga untuk menerima pengaduan. Dengan pengaduan ini, dapat dijadikan sebagai salah satu indikator temuan dari aduan masyarakat sebagai konsumen yang masuk ke BPKN untuk dijadikan bahan di dalam merumuskan suatu rekomendasi kepada pemerintah.

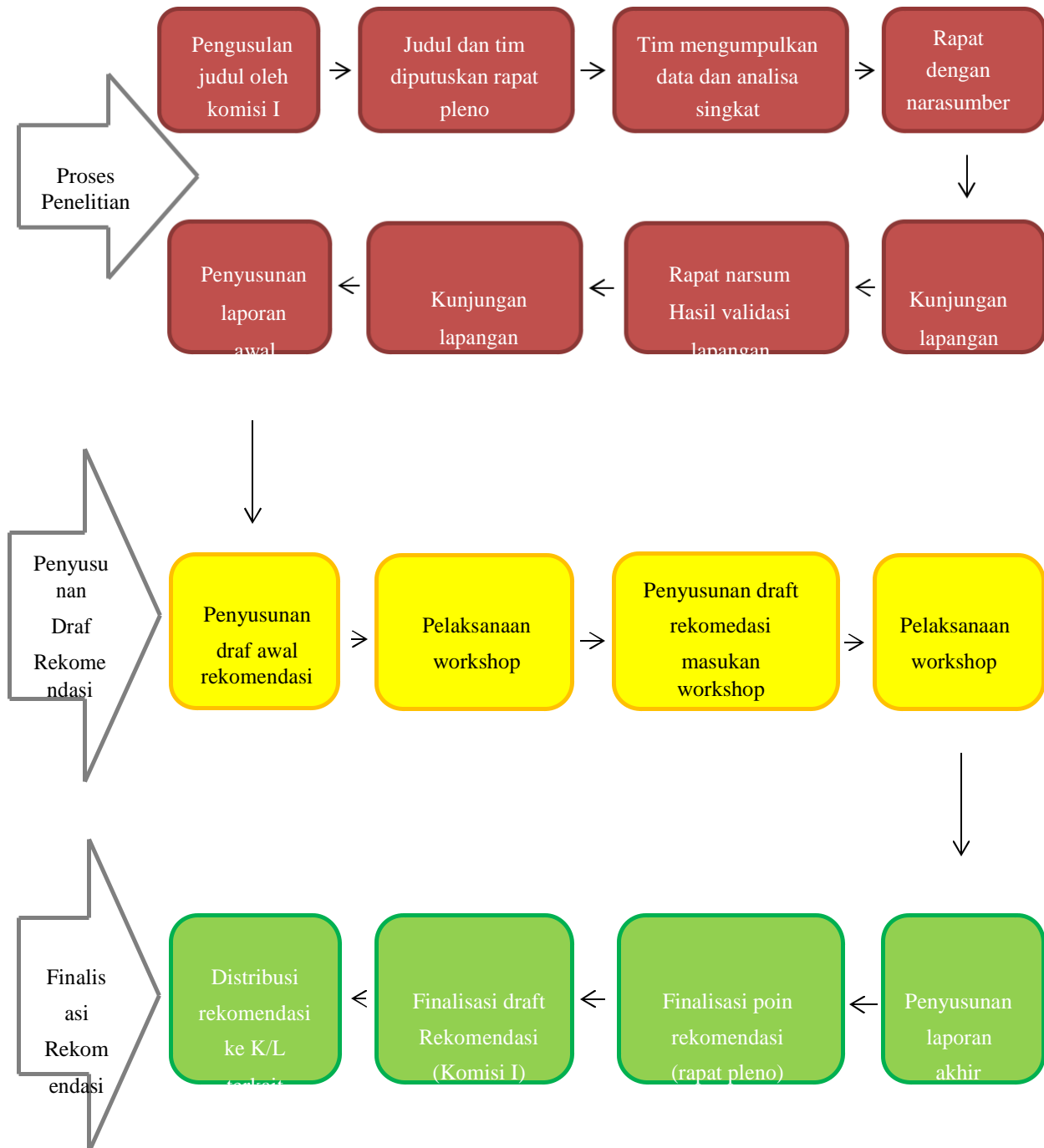
Sosialisasi dan edukasi terhadap masyarakat sangat penting dilakukan agar masyarakat benar-benar mengetahui haknya sebagai konsumen dan juga memiliki daya lebih untuk memperjuangkan haknya sebagai konsumen. Masih banyak konsumen yang belum memiliki inisiatif untuk memperjuangkan haknya sebagai konsumen apabila terjadi permasalahan. Selain konsumen, ada pula pelaku usaha. Untuk mengatur pelaku usaha, harus dilakukan dengan cara pendekatan regulasi. Melalui pendekatan regulasi

---

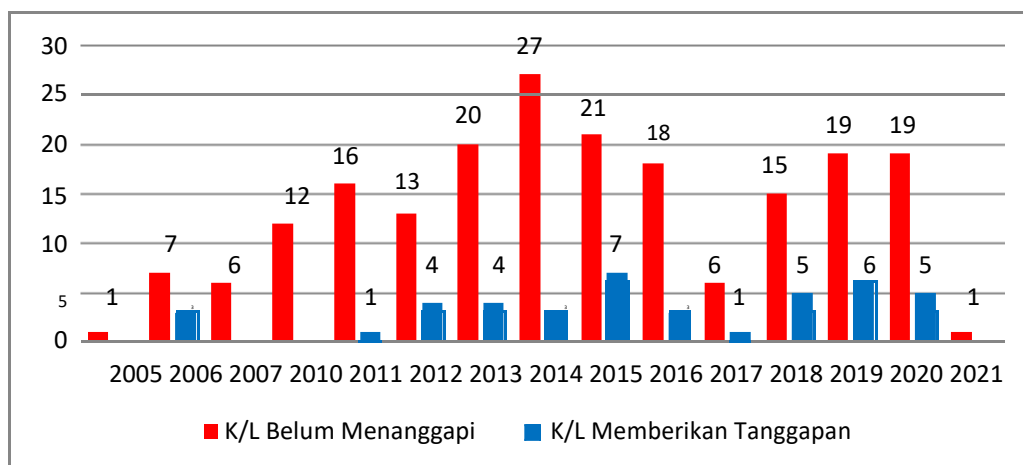
<sup>32</sup>*Ibid.*, Pasal 14.

tersebut akan memastikan kepatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban-kewajibannya, dan tentu saja yang bisa mengatur hal ini adalah pemerintah.

### Proses Rekomendasi BPKN



**Rekomendasi BPKN Tahun 2005 – 2021**



Data rekomendasi yang telah dikeluarkan oleh BPKN sejak tahun 2005 sampai dengan Januari 2021 menunjukkan bahwa jumlah tanggapan atau rekomendasi yang ditindaklanjuti masih minim. Dari 201 rekomendasi, ternyata masih ada 159 rekomendasi yang belum ditanggapi oleh kementerian/lembaga, dan hanya 42 rekomendasi yang sudah ditanggapi oleh kementerian/lembaga.

Minimnya rekomendasi yang ditanggapi oleh kementerian atau lembaga karena sasaran capaian BPKN pada 4 periode sebelumnya berfokus pada banyaknya rekomendasi yang dikeluarkan. Baru pada periode ke-5 sasaran target tidak hanya berfokus pada rekomendasi yang dikeluarkan, namun juga berfokus pada rekomendasi yang ditanggapi oleh kementerian/lembaga.

Dengan adanya keterbatasan kewenangan BPKN yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan, sehingga BPKN tidak dapat berbuat banyak untuk “memaksa” kementerian/lembaga patuh pada rekomendasi yang dikeluarkan oleh BPKN karena rekomendasi tersebut tidak bersifat mengikat.

Untuk menyalahi adanya keterbatasan kewenangan tersebut, pada beberapa tahun terakhir ini BPKN dalam menyampaikan rekomendasi kepada kementerian/lembaga juga diikuti dengan mempublikasikan melalui media yang diyakini sebagai salah satu cara untuk mendorong kementerian atau lembaga agar mau menjalankan rekomendasi. Media berperan mendorong pemerintah untuk menjalankan rekomendasi BPKN.<sup>33</sup>

## 2. Komisi II (Komisi Komunikasi dan dan Edukasi)

Berdasarkan ketentuan Pasal 13 ayat (1) huruf a jo. Pasal 15 Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018 tentang Kedudukan, Fungsi, Tugas, Organisasi, Tata Tertib, dan Tata Kerja Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Komisi II melaksanakan tugas dan fungsi sebagai berikut:

Tugas:

“Menyebarkan informasi melalui media massa maupun elektronik mengenai perlindungan konsumen, memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen, melaksanakan pendidikan perlindungan konsumen kepada konsumen dan pelaku usaha, melakukan penelitian terhadap regulasi/kebijakan dan implementasi oleh instansi yang mengelola dan/atau melakukan komunikasi

<sup>33</sup> *Loc.cit.*

publik, pendidikan dan latihan kepada aparat dan masyarakat dalam rangka perlindungan konsumen.”<sup>34</sup>

### 3. Komisi III (Komisi Advokasi)

Berdasarkan ketentuan Pasal 13 ayat (1) huruf a jo. Pasal 16 Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018 tentang Kedudukan, Fungsi, Tugas, Organisasi, Tata Tertib, dan Tata Kerja Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Komisi I melaksanakan tugas dan fungsi sebagai berikut:

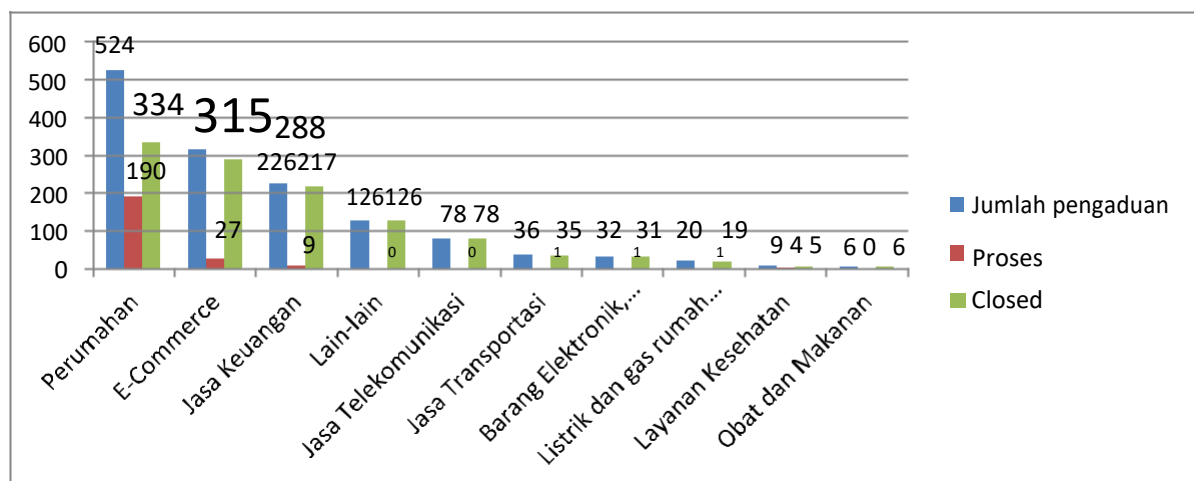
Tugas:

“Menerima dan menindaklanjuti pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, LPKSM dan pelaku usaha, melakukan penelitian terhadap regulasi/kebijakan dan implementasi oleh instansi yang menyelesaikan sengketa konsumen dan mengelola penanganan pengaduan terkait perlindungan konsumen di Indonesia.”<sup>35</sup>

Fungsi:

- Penyusunan SOP penanganan pengaduan.
- Menerima pengaduan langsung dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen atau lainnya
- Melakukan tukar menukar informasi pengaduan dengan BPSK, LPKSM, dan lembaga lainnya
- Mengarahkan dan merekomendasikan pengaduan untuk diselesaikan oleh BPSK atau LPKSM atau lembaga penyelesaian sengketa konsumen lainnya.
- Mengawal pengaduan sampai terjadi penyelesaian yang memberi perlindungan terhadap konsumen.
- Menyiapkan saran dan rekomendasi kepada pemerintah terhadap regulasi/kebijakan dan implementasi oleh instansi yang mengelola penanganan pengaduan dan penyelesaian sengketa konsumen.
- Membuat laporan aktivitas.<sup>36</sup>

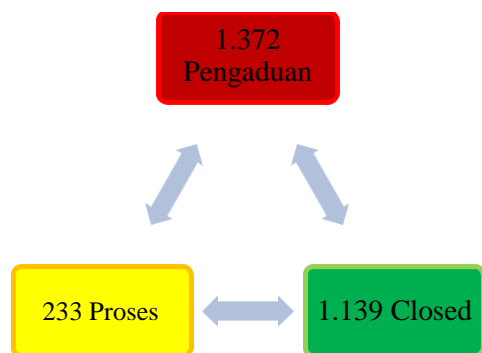
### Jumlah Pengaduan Konsumen BPKN Tahun 2020



<sup>34</sup>Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018, *Op.cit.*, Pasal 13 ayat (1) huruf b.

<sup>35</sup>Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018, *Op.cit.*, Pasal 13 ayat (1) huruf c.

<sup>36</sup>*Ibid.*, Pasal 16.



No.	Sektor Berdasarkan Stranas PK	Jumlah Pengaduan	Proses	Closed
1.	Perumahan	524	190	334
2.	E-commerce	315	27	288
3.	Jasa Keuangan	226	9	217
4.	Lain-lain	126	0	126
5.	Jasa Telekomunikasi	78	0	78
6.	Jasa Transportasi	36	1	35
7.	BarangElektronik, Telematika, dan Kendaraan bermotor	32	1	31
8.	Listrik dan Gas Rumah Tangga	20	1	19
9.	Layanan Kesehatan	9	4	5
10.	Obat dan Makanan	6	0	6
	Jumlah	1372 (100%)	233 (19.3%)	1139 (80.7%)

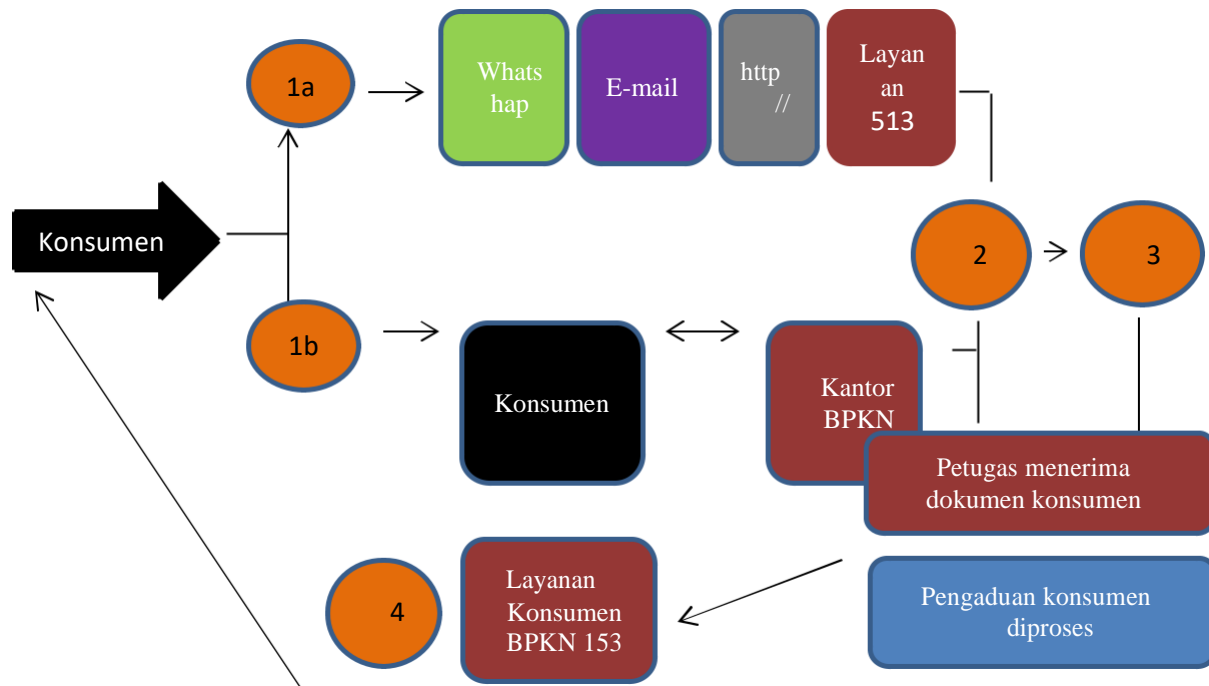
Rekomendasi yang dikeluarkan BPKN juga atas masukan dari data pengaduan dan monitoring isu-isu yang berkembang di masyarakat. Untuk tahun 2020, angka pengaduan yang diterima oleh BPKN yaitu 1372 pengaduan, yang didominasi oleh sektor perumahan dengan rincian yaitu 524 pengaduan yang masuk, 190 pengaduan yang masih dalam proses, dan 334 pengaduan yang sudah di-*closed*. Selanjutnya pengaduan e-commerce menduduki peringkat kedua, dengan rincian yaitu 315 pengaduan yang masuk, 27 pengaduan yang masih dalam proses, dan 288 pengaduan yang sudah di-*closed*. Sektor perumahan masih menjadi sektor terbanyak yang pengaduannya diterima oleh BPKN, dan permasalahan yang dihadapi yaitu fasilitas sosial dan fasilitas umum perumahan, fisik pembangunan, IPL/*service charge* apartemen, legalitas, pembangunan mangkrak, dan pembiayaan SBUM (Subsidi Bantuan Uang Muka). Dalam hal ini BPKN selalu berupaya agar hak konsumen terpulihkan, maksudnya pelaku usaha telah melakukan kewajibannya dengan memenuhi hak konsumen.

Setiap orang dijamin haknya untuk menyampaikan pendapat dan keluhan atas barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya. Hal ini tersurat secara jelas pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>37</sup> Kendati demikian, belum banyak konsumen yang menggunakan haknya tersebut. Salah satu

<sup>37</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, *Op.cit.*, Pasal 4

alasan adalah ketidaktahuan konsumen mengenai ke mana dan bagaimana cara menyampaikan keluhan dengan baik dan benar. Adapun cara prosedur penerimaan dan penanganan pengaduan konsumen adalah sebagai berikut:

### Prosedur Penerimaan Pengaduan Konsumen



Keterangan:

- a) 1a: Konsumen mengadu ke BPKN melalui saluran online seperti whatsapp, e-mail, http//, dan layanan konsumen BPKN 153.
- b) 1b: Konsumen datang langsung ke kantor BPKN (tatap muka/*offline*), kemudian konsumen mengisi Tanda Laporan Pengaduan Konsumen (TLPK) dan Berita Acara Pengaduan (BAP).
- c) 2: Konsumen menerima Tanda Laporan Pengaduan Konsumen (TLPK).
- d) 3: Petugas menerima dokumen konsumen (pengaduan konsumen di proses).
- e) 4: Petugas mengirimkan Surat Pemberitahuan Perkembangan Pengaduan Konsumen (SP3K) kepada pengadu (14 hari kerja) dan mengirimkan surat undangan klarifikasi kepada para pihak yaitu 3 hari setelah Tanda Laporan Pengaduan Konsumen (TLPK) diterima oleh pengadu.

1. *Update* buku kerja setiap kali melakukan pemanggilan.
2. Digitalisasi dokumen (*scan* berkas terkait pengaduan dan klarifikasi).
3. Undangan klarifikasi ke 3 untuk pihak yang dipanggil harus dikirim via email juga selain via post.



Keterangan:

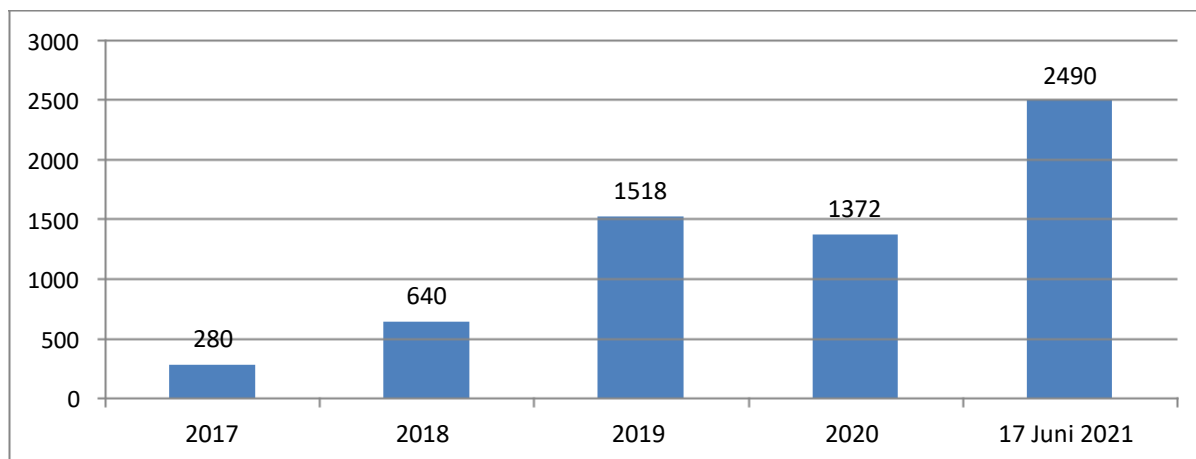
- a) 1a: Konsumen mengadu ke BPKN melalui saluran *online* seperti whatsapp, e-mail, http//, dan layanan konsumen BPKN 153.
- b) 1b: Konsumen datang langsung ke kantor BPKN (tatap muka/offline).
- c) 2: Konsumen menerima Tanda Laporan Pengaduan Konsumen (TLPK).
- d) 3: Petugas menerima dokumen konsumen (pengaduan konsumen diproses).
- e) 5: Petugas BPKN mengirimkan undangan klarifikasi melalui *e-mail* dan pos (fisik) kepada pihak terkait. Jika undangan tidak mendapatkan respon, maka petugas akan mengirimkan undangan sebanyak 3 kali.
- f) 6: Petugas mengirimkan Surat Pemberitahuan Perkembangan Pengaduan Konsumen (SP3K) kepada konsumen paling lambat (14 hari kerja) setelah hasil klarifikasi dengan para pihak point 5 dan point 6 akan berulang sampai undangan klarifikasi ke-3 dan hasil klarifikasi disampaikan dengan Surat Pemberitahuan Perkembangan Pengaduan Konsumen (SP3K).
- g) 7a: Tidak menghadiri undangan klarifikasi secara patut (*closed*).
- h) 7b: Pihak menghadiri undangan klarifikasi.
- i) 8: Petugas BPKN mendokumentasikan segala aktivitas yang dilakukan petugas dalam melakukan klarifikasi. Jika klarifikasi dilakukan secara offline diharapkan foto atau dokumentasi: atau jika dilakukan secara virtual maka ada rekaman video klarifikasi (*closed*).
- j) 9a: Kesepakatan/hak konsumen terpulihkan.
- k) 9b: Lanjut konfrontir.
- l) 10: Ada kesepakatan (*closed*).
- m) 10b: Tidak ada kesepakatan (*closed*). Bukan ranah perlindungan konsumen, menyarankan ditinjaulanjuti dengan proses hukum, atau bahan rekomendasi BPKN.

Alur Aktivitas Petugas Penanganan Pengaduan Konsumen:

- 1) Petugas menerima dokumen pengaduan konsumen dan memberikan nomor Tanda Laporan Pengaduan Konsumen (TLPK), *men-download*, mengarsipkan baik fisik maupun digital seluruh berkas dari konsumen.
- 2) Petugas mempelajari dan mengklasifikasikan dokumen pengaduan konsumen tergolong dalam sektor apa berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen.
- 3) Petugas diharuskan melakukan investigasi terhadap permasalahan yang terjadi baik secara *online* maupun *offline* (secara fisik) jika memungkinkan untuk melengkapi informasi pelaku usaha.
- 4) Setelah itu petugas membuat undangan kepada para pihak terkait yang dikirimkan melalui pos dan *e-mail*, untuk melakukan klarifikasi terhadap permasalahan yang ada, undangan ditujukan kepada pihak terkait (misalnya pelaku usaha, pengadu, regulator atau instansi terkait). Undangan klarifikasi dapat dilaksanakan secara fisik dan virtual.
- 5) Klarifikasi harus dituangkan secara tertulis oleh petugas dan dituangkan dalam Berita Acara Klarifikasi (BAK) yang akan ditandatangani oleh pihak yang diundang dan petugas BPKN. BAK yang sudah ditandatangani oleh kedua belah pihak harus diarsipkan baik fisik maupun digital dan disimpan di *server* dan Teams BPKN. Klarifikasi virtual harus ada *recording* zoom dan diarsipkan.

- 6) Setelah melaksanakan klarifikasi baik fisik maupun virtual, maka petugas harus membuat Surat Pemberitahuan Perkembangan Pengaduan Konsumen (SP3K) dan dikirimkan kepada konsumen yang melakukan pelaporan dengan tenggat waktu 14 hari kerja dari waktu konsumen melakukan pelaporan ke BPKN.
- 7) Setelah mengirimkan Surat Pemberitahuan Perkembangan Pengaduan Konsumen (SP3K) jika dirasa perlu maka petugas membuat kembali undangan klarifikasi kedua terhadap pelaku usaha atau pemerintah terkait tindak lanjut dari permasalahan yang sebelumnya sudah dibahas dan disampaikan diklarifikasi pertama.
- 8) Setelah klarifikasi kedua ternyata tidak ada penyelesaian, maka petugas akan mengadakan konfrontir dengan konsumen dan pelaku usaha, dimana pelaku usaha dapat menjelaskan secara langsung kepada konsumen dan konsumen dapat menyampaikan secara langsung mengenai apa yang menjadi kendala dan permasalahan yang konsumen merasa dirugikan. Hasil dari konfrontir akan dituangkan dalam berita acara konfrontir yang dimana berita acara tersebut akan ditandatangani oleh kedua belah pihak dan BPKN sebagai penengahnya. Jika hasil konfrontir tidak membuahkan hasil perdamaian dan masalah masih belum dapat terselesaikan, maka petugas BPKN akan menyarankan kepada konsumen untuk menempuh jalur hukum.

#### **Data Penerimaan Pengaduan Konsumen BPKN (2017 s/d 17 Juni 2021)**



#### **4. Komisi IV (Komisi Kerjasama dan Pengkajian Kelembagaan)**

Berdasarkan ketentuan Pasal 13 ayat (1) huruf a jo. Pasal 17 Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018 tentang Kedudukan, Fungsi, Tugas, Organisasi, Tata Tertib, dan Tata Kerja Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Komisi I melaksanakan tugas dan fungsi sebagai berikut:

Tugas:

“Menjalin kerja sama dengan lembaga terkait baik nasional maupun internasional dan organisasi masyarakat sipil serta melakukan penelitian dan pengkajian terhadap regulasi/kebijakan dan implementasi oleh instansi yang membina

kelembagaan perlindungan konsumen dan kerja sama antar lembaga/instansi pemerintah dalam mewujudkan perlindungan konsumen di Indonesia.”<sup>38</sup>

Fungsi:

- a. Penyusunan konsep kebijakan pengembangan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, kerja sama Lembaga Konsumen Nasional maupun Internasional dan organisasi masyarakat sipil.
- b. Penyiapan saran dan rekomendasi kepada pemerintah terhadap regulasi/kebijakan dan implementasi oleh instansi untuk menumbuh kembangkan kelembagaan dan kerja sama dalam rangka perlindungan konsumen Indonesia
- c. Menyusun aktivitas dan rekomendasi kepada pemerintah dalam memberdayakan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.
- d. Membuat laporan aktivitas.<sup>39</sup>

Untuk memastikan pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha proaktif dalam perlindungan konsumen, maka kehadiran kelembagaan perlindungan konsumen juga harus berdaya guna. Sejumlah kerja sama dilakukan oleh BPKN. Melakukan workshop penguatan lembaga perlindungan konsumen, kemudian juga bersinergi dengan kementerian/lembaga untuk bekerjasama dan memastikan negara hadir dalam memberikan perlindungan konsumen. Dengan luar negeri, BPKN juga aktif dalam forum internasional UNCTAD, menggelar workshop dengan Korea Consumer Agency, serta melakukan cross border untuk menjawab tantangan ekonomi digital yang secara praktik dapat menghilangkan sekat-sekat geografis.

Kegiatan Komisi IV adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dan pengkajian sesuai dengan tema/topik yang disepakati.
2. Pertukaran informasi tentang undang-undang terkait, regulasi, kebijakan, atau informasi yang diputuskan bersama
3. Pengembangan dan pemberdayaan kualitas sumber daya manusia
4. Seminar dan kuliah umum untuk meningkatkan kualitas akademik serta pengembangan ilmu khususnya ilmu hukum
5. Penelitian dan penyuluhan hukum dalam rangka melaksanakan pengabdian kepada masyarakat.<sup>40</sup>

Untuk melakukan kerjasama dan pertukaran informasi secara nasional dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia, BPKN perlu mensinergikan tugas dan fungsinya kepada kementerian/lembaga terkait perlindungan konsumen agar menciptakan harmonisasi antar kementerian/lembaga dan menghasilkan upaya yang optimal untuk melindungi konsumen di Indonesia dari berbagai sektor.

Beberapa audiensi yang telah dilaksanakan oleh BPKN ke kementerian/lembaga dan perguruan tinggi:

1. Audiensi dengan dewan jaminan sosial nasional.

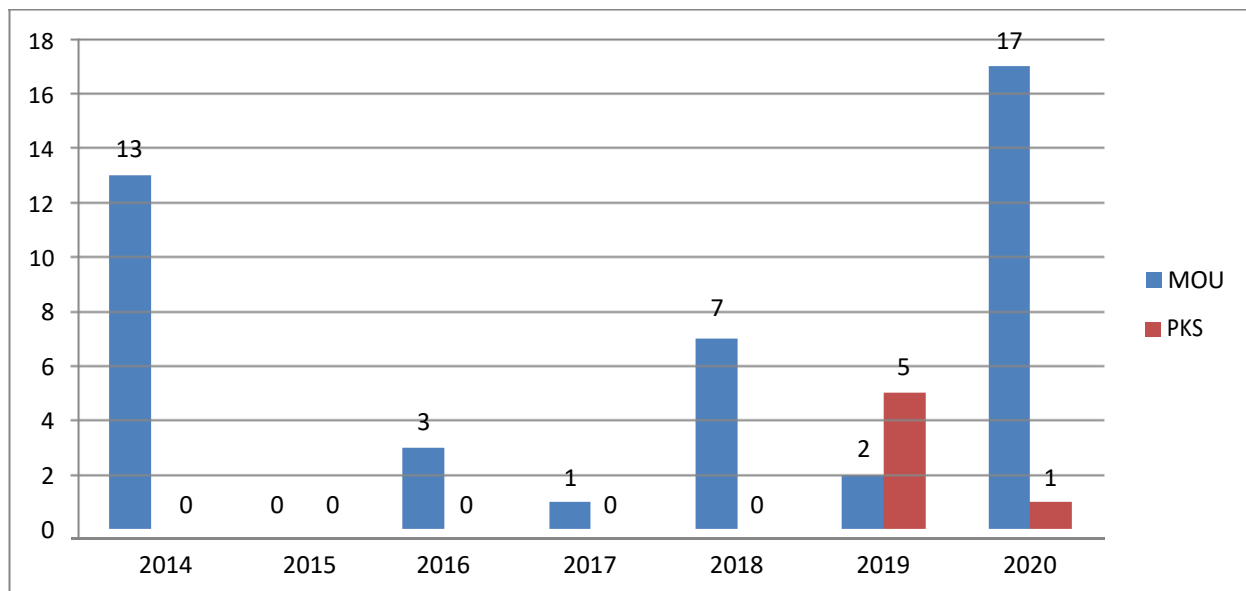
<sup>38</sup>Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018, *Op.cit.*, Pasal 13 ayat (1) huruf d.

<sup>39</sup>*Ibid.*, Pasal 17.

<sup>40</sup>Wawancara dengan Rizal E. Halim sebagai Ketua BPKN, Jakarta: 23 Agustus 2021.

2. Penyelenggaraan *Memorandum of Understanding* (MOU) merupakan juga salah satu kegiatan yang dilakukan oleh bagian Komisi Kelembagaan dan Kerjasama pada tahun 2019, tujuan *Memorandum of Understanding* (MoU) di upayakan sebagai pertimbangan dan kesepakatan, sebagai gambaran besar kesepakatan, dalam hal yang sama. Beberapa yang sudah menjalin *Memorandum of Understanding* (MoU) dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah:
  - a. Kementerian Agama.
  - b. Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
  - c. Sekjen Komisi Pengawas Persaingan Usaha.
  - d. Universitas Medan Area.
3. Penyelenggaraan Perjanjian Kerja Sama (PKS) antar Badan Perlindungan Konsumen Nasional:
  - a. Kementerian Agama
  - b. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara
  - c. Universitas Tomakaka mamuju
  - d. Badan Penyelenggaraan jaminan Produk Halal.<sup>41</sup>

**Jumlah *Memorandum of Understanding* (MOU) dan Perjanjian Kerja Sama (PKS) BPKN dengan Lembaga Tahun 2014-2020**



Badan Perlindungan Konsumen Nasional sudah melakukan *Memorandum of Understanding* (MoU) dan Perjanjian Kerja sama (PKS) dengan beberapa lembaga sejak tahun

<sup>41</sup> *Loc.cit.*

2014-2020. Total sudah ada 43 *Memorandum of Understanding* (MoU) dan Perjanjian Kerja sama (PKS) dengan beberapa lembaga sejak tahun 2014-2020. Total sudah ada 43 *Memorandum of Understanding* (MoU) sedangkan Perjanjian Kerja Sama (PKS) sudah ada 6.

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional melakukan *Memorandum of Understanding* (MoU) dengan Serikat Media Siber Indonesia (SMSI). Penandatanganan *Memorandum of Understanding* (MoU) dilaksanakan dalam rangkaian kegiatan “Penghargaan Raksa Nugraha Indonesia Consumer Protection Award (ICPA) 2020” yaitu pemberian apresiasi oleh BPKN kepada pihak-pihak yang peduli mengenai perlindungan konsumen.
2. BPKN bersama dengan Universitas Medan Area menandatangani *Memorandum of Understanding* (MoU) disertai dengan seminar dengan tema “Mendorong Perguruan Tinggi untuk Ikut Berperan Aktif Dalam Perlindungan Konsumen” MoU ini bertujuan sebagai landasan kerjasama dalam melaksanakan dan mempercepat proses pembangunan dan mencerdaskan bangsa.

BPKN melakukan Perjanjian Kerja Sama (PKS) dengan Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dalam rangka memberikan kepastian hukum tentang penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia, BPKN bekerja sama dengan BPJPH untuk menjamin produk halal yang dituangkan dalam bentuk undang-undang dan diikuti dengan program pemerintah.

BPKN juga melakukan Kerjasama, baik bilateral maupun multilateral, secara kenegaraan, sehingga perlindungan konsumen menjadi prioritas nasional. Beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan diantaranya:

1. Mengikuti sidang *Competition and Concumer Protection* di Jenewa, ini merupakan *event* rutin yang diselenggarakan oleh UNCTAD yang berfokus pada pembahasan persaingan usaha dari perlindungan konsumen.
2. Melakukan kerjasama dengan lembaga perlindungan konsumen di negara lain.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup>*Loc.cit.*

Tujuan dilakukannya kegiatan kerjasama adalah:

1. Terjalannya kerjasama dengan kementerian/lembaga terkait dengan perlindungan konsumen.
2. Mendapatkan informasi peran dan koordinasi lembaga terkait dalam melindungi dan menyelesaikan masalah konsumen
3. Mendapatkan masukan untuk menyusun saran dan pertimbangan penyempurnaan kebijakan mengenai perlindungan konsumen yang akan direkomendasikan kepada pemerintah.<sup>43</sup>

BPKN juga melakukan peningkatan *networking* dan pertukaran informasi/pembelajaran *Benchmarking* antara lembaga internasional.

1. *G20 Conference “Emerging Challenges to Consumer Policy In The Digital Age”*. BPKN sebagai delegasi dari Indonesia menghadiri *G20 Internasional Conference on Consumer Policy* di Tokushima Jepang. Tema yang diusung adalah Tantangan Kebijakan Konsumen di Era Digital.
2. *Australian Competition Consumer Commission (ACCC)*. BPKN menghadiri undangan dari *Australian Competition Consumer Commission* terkait *Consumer Protection Scoping Project (CPSP) Study Visit* di Sydney Australia yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi staf dan komisioner BPKN, kementerian sectoral, serta lembaga perlindungan konsumen tentang pengetahuan terkini tentang perlindungan konsumen dalam praktik global.
3. *Korean Consumer Agency* terkait *Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement (IK-CEPA)*. Pertemuan ini merupakan kolaborasi untuk mencapai pembelajaran yang berharga dan kemungkinan untuk dilakukan kerjasama dalam bidang perlindungan konsumen, khususnya Cross-border dan ODR.
4. *Voluntary Peer Review (VPR) on Consumer Protection Law and Policy* dilakukan oleh *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*. Atas permintaan Indonesia, Badan PBB *United Nations Conference on Trade and*

---

<sup>43</sup> *Loc.cit.*

*Development* (UNCATD) telah melakukan *Voluntary Peer Review* terkait kebijakan dan peraturan perlindungan konsumen di Indonesia.<sup>44</sup>

Pembangunan perlindungan konsumen di Indonesia memiliki urgensi nasional yang tinggi sehingga BPKN berupaya mewujudkan visi untuk menjadi lembaga terdepan bagi terwujudnya konsumen yang bermartabat dan pelaku usaha yang bertanggung jawab. Besar harapan agar ke depan seluruh rekomendasi yang telah disampaikan BPKN kepada pemerintah, dalam hal ini kementerian/lembaga terkait segera mendapat respon yang positif sebagai bentuk dukungan yang kuat dari pemerintah terhadap segala upaya perlindungan konsumen di Indonesia.

## **B. Hambatan BPKN Dalam Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia**

Berdasarkan fungsi dan tugas dalam UU No. 8/1999 yang dilaksanakan melalui komisi-komisi, BPKN memiliki peran strategis untuk menghubungkan kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam rangka pengupayaan pemulihan hak konsumen melalui rekomendasi, penelitian, edukasi, serta penerimaan pengaduan. Selain itu, BPKN juga dapat berfungsi sebagai pihak yang paling tepat untuk mengkoordinasikan penyelenggaraan kebijakan perlindungan konsumen pada setiap lembaga yang terkait dengan perlindungan konsumen melalui kerjasama kelembagaan perlindungan konsumen di Indonesia

Hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah karena tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah, masih lemahnya pengawasan di bidang standardisasi mutu barang, lemahnya produk peraturan perundang-undangan, serta persepsi pelaku usaha yang keliru bahwa perlindungan konsumen akan menimbulkan kerugian. Kelemahan terjadi pada kekosongan hukum perlindungan konsumen, mengingat undang-undang Perlindungan Konsumen ini telah berumur 20 tahun sehingga sudah tidak mampu mengakomodir perkembangan saat ini, terutama perkembangan teknologi. Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian, karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan hanya masyarakat selaku konsumen yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, dimana masing-masing mempunyai hak dan kewajibannya.

---

<sup>44</sup> *Loc.cit.*

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap Pentingnya Peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional Dalam Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia, menyimpulkan bahwa :

1. *Peran Badan Perlindungan Konsumen Nasional Dalam Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia sangat penting, bukan hanya kepentingan dalam rangka mengangkat harkat dan martabat konsumen saja, tetapi juga sangat penting bagi kelangsungan hidup pelaku usaha dan bahkan penting untuk kepentingan pemasukan devisa bagi negara.*

*Perlindungan konsumen yang terjadi dimasa pandemi Covid-19 ini menuntut adanya perubahan perilaku dan kerjasama tiga pelaku utama ekonomi yaitu konsumen, pelaku usaha dan pemerintah sebagai regulator sehingga kepercayaan bertransaksi anantara konsumen dan pelaku usahatetap terjaga selama pandemic. Pelaku usaha dituntut untuk jujur agar tidak mengambil keuntungan lebih disituasi seperti sekarang ini dan senantiasa memperhatikan hak-hak konsumennya. Khusus untuk pemerintah peran tambahannya adalah membantu untuk meringankan beban keuangan masyarakat sebagai konsumen yang berhak mendapatkan paket stimulus keuangan khusus untuk menjaga daya beli konsumen. Dengan demikian maka roda perekonomian tetap bergulir untuk menghindari krisis ekonomi yang berkepanjangan dan makin dalam.*

2. *Dalam prakteknya perlindungan hukum terhadap konsumen masih menimbulkan berbagai permasalahan. Permasalahan tersebut dipengaruhi berbagai faktor, antara lain yang berkaitan dengan struktur hukum, substansi hukum, budaya hukum dan aparatur birokrasi. Secara garis besar kendala atau hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah karena tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah, rendahnya pendidikan konsumen belum ada pihak yang menyentuh bagaimana mempersiapkan konsumen Indonesia menghadapi pasar bebas, masih lemahnya*



pengawasan dibidang standardisasi mutu barang, lemahnya produk perundang-undangan, persepsi pelaku usaha yang keliru dengan perlindungan konsumen akan menimbulkan kerugian.

## **B. Saran - saran**

Saran yang dapat penulis berikan adalah:

1. Diharapkan dengan adanya Badan Perlindungan Konsumen Nasional, dapat membantu para konsumen yang telah dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Menurut penulis Badan Perlindungan Konsumen Nasional harus diberikan wewenang lebih dalam menjalankan tugas dan fungsinya tidak hanya sekedar memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah tetapi harus menegur langsung perusahaan-perusahaan atau pelaku usaha yang tidak jujur yang terbukti melanggar peraturan. Jika perusahaan tersebut tidak memperbaiki kesalahannya, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membawa perkara tersebut ke pengadilan dan memaksa perusahaan bersangkutan untuk menghentikan penjualan dan memusnahkan produk yang ada. Bahkan sanksi pidana pun dapat dikenakan jika ditemukan adanya tindakan pidana didalamnya.
2. Untuk saat ini kantor Badan Perlindungan Konsumen Hanya berada dipusat, Badan Perlindungan Konsumen Nasional diharapkan membuat kantor cabang diberbagai provinsi di Indonesia, agar kinerja Badan Perlindungan Konsumen Nasional lebih efektif dan efisien. Seseberapa mungkin dilakukan revisi terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang ada, dimana di dalamnya diatur keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan konsumen dengan tetap memperhatikan kepentingan nasional dan juga harus mengakomodir kepentingan internasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- Rosmawati, *Pokok- Pokok Perlindungan Konsumen*, Depok: Prenadameida Group, 2018, hal 8
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia Edisi Revisi 2006*, Jakarta: Gramedia Widiasrana, 2006, hal. 3.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2016, hal. 17-18.
- Arief Safari, *Unboxing Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bogor: IPB Press, 2020, hal. 36.
- Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2015, hal. 63.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 12
- Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Pasal 4.
- Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Pasal 3.
- Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2019 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Pasal 11.
- Keppres RI No. 150/M tahun 2004 tentang Pengangkatan Anggota BPKN
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 80/P Tahun 2009 tanggal 11 Oktober 2009
- Kepres Nomor: 80/P Tahun 2013
- Kepres No. 97/P Tahun 2017
- Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 82/P Tahun 2020 tentang pemberhentian dan pengangkatan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional
- Keputusan Ketua BPKN Nomor 11/BPKN/Kep/3/2018 tentang Kedudukan, Fungsi, Tugas, Organisasi, Tata T