LEMBAGA / INSTANSI DALAM KAITANNYA DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

(Part 1)

A. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

Mengenai BPKN ini diatur dalam Pasal 31 sampai dengan Pasal 43 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang selanjutnya disebut BPKN adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) terdiri atas 15 orang sampai 25 orang anggota yang mewakili unsur : (1) Pemerintah, (2) Pelaku Usaha, (3) Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, (4) Akademisi, (5) Tenaga Ahli. Masa jabatan mereka adalah tiga tahun dan dapat diangkat kembali untuk satu kali masa jabatan berikutnya (Sidharta, 2000, h. 105.).

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) ini diangkat oleh Presiden atas usul Menteri (bidang perdagangan) setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat. Syarat-syarat keanggotaannya menurut Pasal 37 UUPK adalah :

1. Warga Negara Indonesia;
2. Berbadan sehat;
3. Berkelakuan baik;
4. Tidak pernah dihukum karena kejahatan;
5. Memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
6. Berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun. (Celina Tri Siwi Kristiyanti; 2009, h. 118).

Menurut Pasal 38 UUPK, keanggotaan BPKN terhenti karena :

1. Meninggal dunia;

2. Mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
3. Bertempat tinggal di luar wilayah Negara Republik Indonesia;
4. Sakit secara terus menerus;
5. Berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
6. Diberhentikan.

Untuk melaksanakan tugas-tugasnya, BPKN dibantu oleh suatu sekretariat yang dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua BPKN. Sekretariat ini paling tidak terdiri atas lima bidang, yaitu (1) administrasi dan keuangan, (2) penelitian, pengkajian, dan pengembangan, (3) pengaduan, (4) pelayanan informasi, dan (5) kerjasama internasional.

BPKN berkedudukan di Jakarta dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Jika diperlukan, BPKN dapat membentuk perwakilan di ibukota provinsi. Fungsi BPKN memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsi tersebut, badan ini mempunyai tugas (Pasal 34 UUPK) :

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada Pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari

masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;

7. Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Pengaturan fungsi Badan Perlindungan Konsumen Nasional secara rinci dalam Pasal 34 ini cukup menggembirakan, mengingat kedudukannya yang kuat, yaitu sebagai badan yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Sebelumnya tugas ini, pada umumnya diemban oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Seperti diketahui YLKI bertujuan untuk melaksanakan berbagai kegiatan dalam bidang penelitian, bidang pendidikan, bidang penerbitan, warta konsumen, dan perpustakaan; bidang pengaduan; serta bidang umum dan keuangan (Tantri D Sulastri; 1995, h. 10-15).

Pengaturan tugas-tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang banyak memiliki persamaan dengan tujuan YLKI, bersesuaian dengan harapan yang mengemuka dalam kongres konsumen sedunia di Santiago. Sudaryatmo menyatakan peran lembaga konsumen dalam suatu Negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Begitu pentingnya peran lembaga konsumen ini, pada kongres konsumen sedunia di Santiago, sempat mengemuka tentang bagaimana peran lembaga konsumen dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan (Ahmadi Miru, Sutarman Yodo; 2004, h. 198-199).

Kehadiran Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden, merupakan bentuk perlindungan dari arus atas ("*top down*"). Sementara arus bawah ("*bottom-up*") dalam hal ini diperankan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang representative dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen. Termasuk kategori arus bawah adalah YLKI, yang masih akan disinggung dalam uraian Pasal 44 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

B. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)

Disamping diatur dalam Pasal 44 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perihal yang menyangkut LPKSM diatur juga dalam Peraturan Pemerintah No. 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. LPKSM adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

Berkaitan dengan implementasi perlindungan konsumen, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tugas dan wewenang LPKSM sebagaimana dalam Pasal 44 yakni sebagai berikut ;

- 1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
- 2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
- 3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan :
 - a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Setelah diundangkannya Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat,

maka dalam Pasal 2 menentukan bahwa :

- 1) Pemerintah mengakui LPKSM yang memenuhi syarat, yakni terdaftar pada pemerintah Kabupaten/Kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya. Pendaftaran tersebut hanya dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Demikian pula, bagi LPKSM yang membuka kantor perwakilan atau cabang di daerah lain, cukup melaporkan kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada Pemerintah Kabupaten/Kota setempat dan tidak perlu melakukan pendaftaran di tempat kedudukan kantor perwakilan atau cabang tersebut.
- 2) LKPSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia.
- 3) Tata cara pendaftaran LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a diatur lebih lanjut dalam keputusan Menteri.

Ketentuan diatas secara tegas menyatakan bahwa pendaftaran hanya dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Sampai disini dapat dikatakan bahwa lembaga pendaftaran dimaksudkan hanya sebagai alat control bagi pemerintah yang tidak memberikan pengaruh apapun bagi independensi LPKSM. Demikian pula dalam Penjelasan Umum Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, yang menentukan bahwa untuk menjamin ketertiban, kepastian, dan keterbukaan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, maka LPKSM dipandang perlu untuk melakukan pendaftaran pada Pemerintah Kabupaten/Kota. Pendaftaran tersebut dimaksudkan sebagai pencatatan bukan merupakan suatu perizinan. Pendaftaran cukup dilakukan pada salah satu Pemerintah Kabupaten/Kota di Indonesia. Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia mengakui LPKSM yang telah melakukan pendaftaran tersebut. Hanya saja ketentuan ini masih harus diuji dalam pelaksanaannya, mengingat Pasal 10 Peraturan

Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, menentukan bahwa :

- 1) Pemerintah membatalkan pendaftaran LPKSM, apabila LPKSM tersebut :
 - a. Tidak lagi menjalankan kegiatan perlindungan konsumen; atau
 - b. Terbukti melakukan kegiatan pelanggaran ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan pelaksanaannya.
- 2) Ketentuan mengenai tata cara pembatalan pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diatur lebih lanjut dalam Keputusan Menteri.

Kehadiran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam suatu Negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Dalam komentar tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) sebelumnya telah dikemukakan pentingnya 2 (dua) lembaga ini dalam memfasilitasi konsumen memperoleh keadilan. Keduanya secara simultan melakukan upaya perlindungan konsumen dari arus yang berbeda, yaitu LPKSM dari arus bawah yang kuat dan tersosialisasi secara luas di masyarakat dan sekaligus secara representative dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen. Arus bawah tersebut, sebelum diundangkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen diperankan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Sebaliknya, BPKN sebagai arus atas memiliki kekuasaan yang secara khusus diberikan undang-undang untuk mengurus perlindungan konsumen (Ahmadi Miru, Sutarman Yodo, 2004, h. 217).

C. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Di Indonesia, gerakan Perlindungan Konsumen ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada tanggal 11 Mei 1973. YLKI ini didirikan dengan tujuan untuk membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan dalam mengkonsumsi barang

dan/atau jasa.

Kehadiran Lembaga Konsumen terutama YLKI merupakan langkah maju dalam perlindungan konsumen, karena dalam upaya mencapai tujuannya YLKI melaksanakan berbagai kegiatan, yang dilakukan melalui beberapa bidang, yaitu :

- a. Bidang penelitian;
- b. Bidang pendidikan;
- c. Bidang penerbitan, Warta Konsumen dan Perpustakaan;
- d. Bidang pengaduan
- e. Bidang umum dan Keuangan;

(Ahmadi Miru, Sutarma Yodo, 2004, h. 220).

Diantara kelima bidang di atas, empat diantaranya sangat terkait dengan perlindungan konsumen, yaitu bidang penelitian; pendidikan; penerbitan, warta konsumen dan perpustakaan; serta bidang pengaduan. Sedangkan bidang umum dan keuangan lebih terkait dengan Yayasan Lembaga Konsumen itu sendiri.

Kegiatan bidang penelitian berguna bagi konsumen karena melalui bidang penelitian ini, YLKI akan memberikan informasi kepada konsumen mengenai mutu barang secara objektif, sehingga konsumen dapat menentukan pilihannya terhadap suatu produk tertentu secara rasional. Bidang penelitian ini biasanya melakukan penelitian dengan cara pengujian perbandingan terhadap suatu komoditi dari semua merek yang dapat ditemui dipasaran berdasarkan suatu parameter tertentu.

Disamping itu, bidang penelitian juga dapat mengadakan pengujian jika ada pengaduan dari konsumen, banyaknya pertanyaan dari konsumen terhadap mutu suatu produk, adanya produk yang dicurigai mengandung bahan berbahaya, serta adanya produk baru yang diperkenalkan di masyarakat, sementara khasiat dan mutunya tidak jelas. Demikian pula jika ada permintaan dari lembaga-lembaga tertentu. Hasil dari penelitian tersebut dipublikasikan kepada

masyarakat.

Bidang pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan konsumen, melakukan kegiatan yang berupa ceramah, penyusunan materi-materi penyuluhan konsumen, serta membimbing mahasiswa dan pelajar dalam membuat karya tulis yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

Tujuan pendidikan konsumen ini adalah untuk mengubah perilaku konsumen. Pendidikan konsumen ini merupakan suatu proses untuk mengajarkan bagaimana membeli, menggunakan dan mengatur barang yang kadang-kadang sedikit, namun mampu untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Bidang ketiga yang menjadi tujuan YLKI adalah bidang penerbitan, warta konsumen dan perpustakaan. Bidang ini menerbitkan buku-buku yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, serta majalah warta konsumen yang berisi hasil-hasil penelitian yang dilakukan YLKI serta pengetahuan lain yang bermanfaat bagi konsumen. Disamping itu juga terdapat perpustakaan yang dapat dijadikan sumber dalam mencari literatur mengenai hal-hal yang berkaitan dengan konsumen.

Bidang yang juga tidak kalah pentingnya adalah bidang pengaduan, yang kegiatannya adalah menerima dan menyelesaikan keluhan dan ketidakpuasan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dibelinya/diperolehnya.

Di dalam kegiatan dan segala aktifitasnya tentu saja organisasi konsumen seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) bertindak dalam kapasitasnya selaku perwakilan konsumen (*consumer representation*). Walaupun demikian, keduanya memiliki tujuan yang sama, yaitu melayani dan meningkatkan martabat dan kepentingan konsumen.

Pada tataran kebijakan (*policy*) ketika menangani pengaduan-pengaduan konsumen, organisasi konsumen sering dihadapkan pada konstruksi perwakilan. Artinya, organisasi konsumen seperti YLKI bertindak mewakili kepentingan-kepentingan dan pandangan-

pandangan konsumen dalam suatu kelembagaan yang dibentuk, baik atas prakarsa produsen dan asosiasinya maupun prakarsa pemerintah. (Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, h. 124).

Indah Sukmaningsih berpendapat bertahun-tahun Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia berusaha bekerja untuk membuat keadaan sedikit lebih menguntungkan kondisi konsumen, dengan hasil-hasil survey dan penelitian yang dilakukan, mencoba untuk mengubah keadaan melalui dialog dengan para pengambil keputusan dan juga membantu konsumen untuk memecahkan masalahnya dalam berhadapan dengan birokrasi pemerintah (Indah Sukmaningsih, 1998, h. 38).

DAFTAR PUSTAKA

Abdulkadir, Muhammad, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perdagangan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Glabal*, Ghalia, Indonesia.

Alo Liliweri, *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, PT. Citra Aditya Bakti Bandung.

Ari Purwadi, *Sistem Tanggungjawab Periklanan dan Perlindungan Konsumen*, Majalah Hukum Yuridika No.5 Volume 16 September-Oktober, Surabaya

Endang Sri Wahyuni, *Aspek Hukum Sertifikasi dan Keterkaitannya Dengan Perlindungan Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Frans Jerkin, *Periklanan*, Erlangga, Jakarta.

Gunawan Widjaja dan Achmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Husni Syawaii dan Weni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju.

Janus Sidabalok, *Hukum perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku*, BPHN, Departemen Kenakiman RI Jakarta'

Mariam Darus Badruzaman, *Perjanjian Kredit Bank*, Alumni Bandung

Nasution, AZ, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.

D. Penutup

1. Rangkuman Materi

- a. Badan perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. Dasar Hukum pembentukan lembaga ini adalah Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 (pasal 31-43) dan Peraturan Pemerintah Nomor 57 tahun 2001 tentang BPKN. Salah satu tugas dari BPKN adalah memberikan sarana atau rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan dibidang Perlindungan Konsumen
- b. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) selain di atas dalam Pasal 44 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, juga diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 59 tahun 2001 tentang LPKSM. Lembaga ini mempunyai peran yang sangat penting dalam Perlindungan Konsumen. Kegiatan LPKSM diantaranya; bekerjasama dengan pemerintah atau pihak lainnya dalam upaya mewujudkan Perlindungan Konsumen. Selain itu, kegiatan lainnya adalah membantu konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya.
- c. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), adalah merupakan pelopor gerakan Perlindungan Konsumen. Kehadiran YLKI dirasakan besar manfaatnya bagi konsumen. Cakupan kegiatan YLKI cukup luas, baik dibidang penelitian, pendidikan, penerbitan, pengaduan, dan bidang umum lainnya. Bidang kegiatan apapun yang dilakukan YLKI, tujuannya adalah dalam upaya memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen.