

## **PENYULUHAN HUKUM “PENTINGNYA MEMAHAMI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI KELURAHAN ALAM JAYA KOTA TANGERANG”**

**Hj. Annie Myranika<sup>1)</sup>, Ahmad Fajar Herlani<sup>2)</sup>, Raendhi Rahmadi<sup>3)</sup>, Beggy Tamara<sup>4)</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Hukum, Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang  
email: myraaltif@gmail.com

<sup>2</sup> Fakultas Hukum, Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang  
email: ahmadfajar@unis.ac.id

<sup>3</sup>Fakultas Hukum, Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang  
email: rrahmadi@unis.ac.id

<sup>4</sup>Fakultas Hukum, Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang  
email: btamara@unis.ac.id

### **Abstrak**

Pemahaman hukum perlindungan konsumen sangat penting dikalangan masyarakat agar dapat mencegah konflik antara konsumen dengan pelaku usaha. Pemahaman hukum ini diberikan kepada masyarakat dalam bentuk penyuluhan. Instrumen yang digunakan saat penyuluhan hukum adalah kuesioner untuk *pre-test* dan *post-test*, sehingga dapat mengukur dan mengetahui tingkat pemahaman peserta sebelum dan setelah penyuluhan hukum. Dalam kegiatan penyuluhan hukum juga diadakan diskusi untuk mengetahui problematika yang dihadapi dan memberikan solusi yang dibutuhkan oleh masyarakat dikehidupan sehari-hari. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini memberi pengetahuan kepada masyarakat untuk mengetahui hak, kewajiban konsumen dan pelaku usaha yang terdapat dalam Undang-Undang No.08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kesimpulan dari PKM ini adalah (1) pentingnya pengetahuan tentang perlindungan konsumen sehingga perguruan tinggi mempunyai peran yang sangat strategis dalam melaksanakan penyuluhan hukum sebagai sarana pembelajaran efektif bagi masyarakat tentang perlindungan konsumen sebagai wujud tridharma perguruan tinggi. (2) sebagai masyarakat dengan mayoritas profesi sebagai pedagang, masyarakat Alam Jaya merupakan masyarakat yang harus memahami pentingnya pemahaman mengenai perlindungan konsumen melalui penyuluhan yang spesifik.

**Kata Kunci: Penyuluhan, Pemahaman, Hukum Perlindungan Konsumen.**

### **PENDAHULUAN**

Perguruan tinggi, sebagai lembaga yang sarat dengan sumber daya manusia (SDM) dan peduli terhadap nilai-nilai moral, etika, dan spirit kecendekiawanan harus berkontribusi secara aktif dan strategis mencerdaskan kehidupan masyarakat terutama dalam hal kesadaran hukum. Kesadaran hukum sangat diperlukan agar masyarakat mengetahui masing-masing hak dan kewajibannya. Tujuan masyarakat memahami hukum agar tercapainya suatu ketertiban dalam kehidupan sehari-hari.

Kondisi situasi Kelurahan Alam Jaya di Kota Tangerang setiap harinya dipastikan terdapat transaksi ekonomi mulai dari pelaku usaha kecil, menengah, dan besar sehingga menimbulkan suatu hubungan hukum antara konsumen dengan pelaku usaha maupun sebaliknya. Dalam kondisi seperti ini konsumen maupun pelaku usaha haruslah paham mengenai hal-hal yang terdapat didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kondisi masyarakat di Kelurahan Alam Jaya yang heterogen menyebabkan dinamika konflik yang timbul semakin beragam, untuk mencegah terjadinya konflik antara konsumen dengan pelaku usaha diperlukannya suatu sarana edukasi untuk menyampaikan informasi-informasi peraturan perundangan yang harus diketahui oleh masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut maka rumusan masalah kegiatan ini adalah bagaimana urgennitas peran perguruan tinggi dalam menciptakan kesadaran hukum tentang perlindungan konsumen di masyarakat dan apakah kegiatan ini dapat meningkatkan pemahaman tentang hukum perlindungan konsumen dimasyarakat di Alam Jaya.

Tujuan dari PKM untuk mengetahui urgennitas peran perguruan tinggi dalam menciptakan kesadaran hukum tentang perlindungan konsumen di masyarakat dan untuk mengetahui pemahaman

tentang hukum perlindungan konsumen dimasyarakat di Alam Jaya. Konsumen merupakan setiap orang atau individu pemakai barang dan/atau jasa untuk keperluan sendiri, keluarga atau pihak lain, tanpa melihat latar belakang dari pihak tersebut. Sedangkan pelaku usaha adalah orang perorangan, atau badan usaha yang berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum melakukan kegiatan perdagangan barang/jasa.

Menurut John F. Kennedy, mendiang mantan Presiden Amerika Serikat, bahwa konsumen adalah kita semua, mereka adalah kelompok ekonomis (*economics group*) dalam perekonomian (*economy*) yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hampir setiap keputusan masalah-masalah ekonomi yang bersifat perdata dan publik (*public and private economic decision*). Mereka satu-satunya kelompok penting dalam perekonomian yang secara efektif tidak terorganisir serta pandangan-pandangan mereka sering tidak didengar (Yusuf Shofie, 2003).

Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) No. 39/248 Tahun 1985 tanggal 16 April 1985 tentang perlindungan konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*) yang mengemukakan enam hak dasar konsumen, yaitu (Ujang Sumarwan, 2002) :

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya (*the protection of consumers from hazard to their health and safety*);
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen (*the promotion and protection of the economic and interest of consumer*)
- c. Tersedianya promosi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi (*access of consumers to adequate information to enable them to make informed choices according to individual wishes and needs*);
- d. Pendidikan konsumen (*consumers education*);
- e. Tersedianya ganti rugi yang efektif (*availability of effective consumer redress*)
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka (*freedom to form consumer and other relevant groups or organization and the opportunity of such organization to present their views in decision making processes affecting them*)

Hukum positif di Indonesia terdapat Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merumuskan sejumlah hak penting konsumen. Hak ini merupakan sesuatu yang harus dipahami oleh seluruh masyarakat yang berkedudukan sebagai konsumen. Menurut pasal 4, ada Sembilan hak dari konsumen, yaitu; hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan/atau jasa, yaitu hak ini untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang dan/atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengkonsumsi suatu produk (Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004).

Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang dan jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya, hak untuk mendapatkan bantuan hukum (advokasi) perlindungan dan penyelesaian sengketa, hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diberlakukan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi atas barang atau jasa yang dirugikan,

Hak-hak konsumen harus setara dengan kewajibannya. Berbicara tentang konsumen hendaknya membahas pula masalah produsen beserta hak-hak dan kewajibannya. Kewajiban konsumen menurut UUPK yaitu membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian yang benar dan prosedur pemakaian yang benar; beritikad baik dalam transaksi pembelian barang atau jasa; membayar sesuai kesepakatan, mengikuti penyelesaian sengketa secara patut.

### **Hak, Kewajiban dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha**

Berdasarkan pasal 6 UUPK hak pelaku usaha antara lain; hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan, hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik, hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen, hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan.

Kemudian berdasarkan Pasal 7 UUPK kewajiban pelaku usaha antara lain; beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/ atau jasa yang berlaku, memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/ atau mencoba barang dan/ jasa tertentu serta memberi jaminan dan/ atau garansi atas barang yang dibuat dan/ atau yang diperdagangkan, memberi kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan, memberi kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Bentuk pengaturan pertanggung jawaban pelaku usaha, dapat dibedakan antara lain; pertanggung jawaban pelaku usaha atas kerugian yang diderita konsumen, peralihan tanggung jawab dari satu pelaku usaha kepada pelaku usaha lainnya, layanan purna jual oleh pelaku usaha atas barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan.

Tujuan perlindungan konsumen di Indonesia mempunyai empat sasaran antara lain, pertama untuk konsumen; (1) dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan hak dan kewajibannya, (2) mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari eksese negatif pemakaian barang/jasa, (3) meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya. Kedua untuk pelaku usaha, yaitu, menumbuhkan kesadaran pelaku usaha sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab. Ketiga, sistem perlindungan konsumen; menciptakan sistem perlindungan yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi. Keempat, kualitas barang/jasa; meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin: (1) kelangsungan usaha produksi barang/jasa; (2) kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen (Sudaryatmo, 2011).

Seluruh hal yang telah diuraikan diatas harus dipahami oleh seluruh pihak baik itu konsumen maupun pelaku usaha agar kedepannya tidak ada pihak yang dirugikan secara materil maupun immateril.

### **METODE PELAKSANAAN**

Dalam kegiatan ini metode yang digunakan adalah observasi, metode ini dilaksanakan sebelum pelaksanaan penyuluhan berlangsung untuk mengetahui kondisi masyarakat di Kelurahan Alam Jaya. Sedangkan saat penyuluhan berlangsung metode yang digunakan ceramah dan tanya jawab antara peserta dengan narasumber di Kelurahan Alam Jaya. Kegiatan dilaksanakan pada hari Selasa, 14 Agustus 2018 di Balai Warga RT:002, RW: 002 Kelurahan Alam Jaya, kecamatan: Jatiuwung, Kota Tangerang. Peserta yang hadir adalah masyarakat setempat dan mempunyai usaha ditempat tinggalnya. Dalam kegiatan ini instrumen yang digunakan yaitu kuesioner untuk *pre-test* dan *post-test*. Dalam kegiatann ini narasumber menyampaikan pengaturan tentang perlindungan konsumen dan pemaparan berbagai kasus perlindungan konsumen yang sering terjadi dimasyarakat.

**Tabel 1. Metode Penyampaian Materi**

No	Materi	Metode	Waktu
1	Pengertian umum hukum perlindungan konsumen, pihak-pihak dalam hukum perlindungan konsumen	Ceramah	09.00-09.30 WIB
2	Perlindungan konsumen dalam ruang lingkup syariah	Ceramah	09.30-10.00 WIB
3	Pemaparan kasus-kasus perlindungan konsumen	Ceramah	10.00-10.30 WIB
4	Tanya/Jawab/Konsultasi	Diskusi	10.30-12.00 WIB

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi pra PKM yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan suatu materi yang perlu dipahami oleh masyarakat Kelurahan Alam Jaya karena pengetahuan ini sangat melekat jika dilihat dari latar belakang masyarakat. Kegiatan PKM yang telah dilakukan tergambar dalam gambar-gambar dibawah ini :

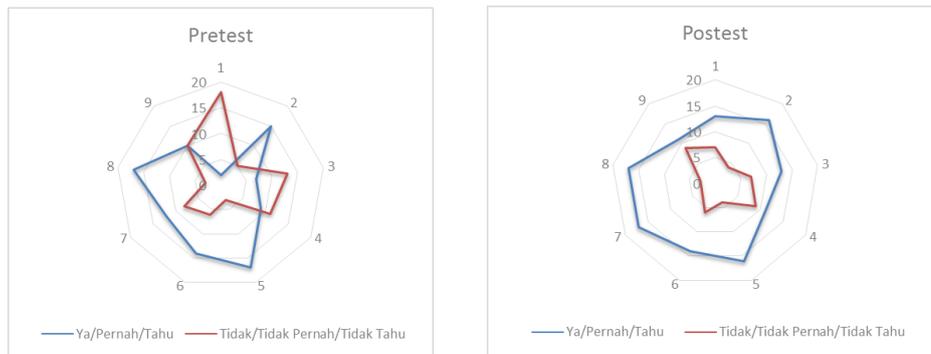


**Gambar 1. Pelaksanaan penyuluhan dan tanya jawab serta foto bersama**

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test kepada peserta saat penyuluhan hukum dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2. Pemahaman dan Pengalaman Masyarakat Mengenai Perlindungan Konsumen**

Informasi Indikator	Pretest						Post-Test					
	Ya	pernah	tahu	tidak	tidak pernah	tidak tahu	ya	pernah	tahu	tidak	tidak pernah	tidak tahu
Pengetahuan lembaga pengaduan konsumen			2			18			13			7
Pengalaman ketidakpuasan terhadap barang yang dibeli		15			5			16			4	
Pengetahuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen			7			13			13			7
Penerimaan informasi barang yang dibeli	9			11			11			9		
Pengalaman transaksi jual beli		17			3			16			4	
Pengetahuan hak dan kewajiban konsumen			14			6			14			6
Pengetahuan dilindunginya hak dan kewajiban konsumen			12			8			17			3
Pentingnya memiliki sertifikat tanah dalam jual beli tanah			17			3			17			3
Pengalaman tertipu promosi produk		10			10			11			9	



**Gambar 2. Hasil pre-test dan Hasil Post-test**

Dalam gambar grafik diatas berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test* maka didapatkan suatu gambaran yang menunjukkan terjadi peningkatan pemahaman mengenai perlindungan konsumen pada masyarakat yang mengikuti kegiatan, dengan meningkatnya jumlah pengetahuan dan menurunnya jumlah ketidaktahuan sehingga menggambarkan efektifitas pemahaman masyarakat terhadap hukum perlindungan konsumen yang disampaikan.

Hukum perlindungan konsumen merupakan suatu hukum yang stakeholdernya langsung berada pada masyarakat. Hukum ini, meskipun sangat penting namun sangat jarang penyuluhan pemahaman pengetahuan bagi masyarakat, tidak seperti hukum lainnya misalnya Hukum ketenagakerjaan yang penerapannya dan penyuluhannya ditangani langsung oleh lembaga terkait. Perlindungan konsumen hanya ditangani oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dimana hanya berfungsi untuk menyelesaikan sengketa, namun tidak bertugas untuk memberikan kesadaran hukum bagi masyarakat. Maka dari itu peran penyuluhan untuk meningkatkan kesadaran hukum perlu dilakukan oleh suatu lembaga sebagai bentuk edukasi masyarakat. Perguruan tinggi memiliki kewajiban yang diantaranya pembelajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dari hal diatas dapat dilihat bahwa sesungguhnya perguruan tinggi memiliki kemampuan untuk melaksanakannya.

## SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penyuluhan hukum ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pentingnya pengetahuan tentang perlindungan konsumen sehingga perguruan tinggi mempunyai peran yang sangat strategis dalam melaksanakan penyuluhan hukum sebagai sarana pembelajaran efektif bagi masyarakat tentang perlindungan konsumen sebagai wujud tridharma perguruan tinggi.
2. Sebagai masyarakat dengan mayoritas profesi sebagai pedagang, masyarakat Alam Jaya merupakan masyarakat yang harus memahami pentingnya pemahaman mengenai perlindungan konsumen melalui penyuluhan yang spesifik.

Melihat hasil dari kegiatan ini disarankan kegiatan penyuluhan hukum ini dapat dilaksanakan secara berkala dan mengumpulkan masalah-masalah terkini yang sedang dihadapi masyarakat untuk dibahas, sehingga masyarakat luas mendapatkan pemahaman mengenai perlindungan konsumen dengan lebih efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ujang Sumarwan. (2002). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. cet. I. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yusuf Shofie, (2003), *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Teori dan Praktek Penegakan Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Sudaryatmo. (2011). Hukum Perlindungan Konsumen dan Implementasinya di Indonesia, *Jurnal hukum Bisnis*. Volume 30-No1. hlm 35  
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. 20 April 1999. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor.42. Jakarta.