



JURNAL ILMU HUKUM, HUMANIORA DAN POLITIK (JIHP)

E-ISSN: 2747-1993 | P-ISSN: 2747-2000

<https://dinastirev.org/JIHP>

dinasti.info@gmail.com

+62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jihhp.v4i5>

Received: 18 Juni 2024, Revised: 4 Juli 2024, Publish: 5 Juli 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Praktik *Toeslag* Jelang Hari Raya oleh Perusahaan Otobus

Andri Maulana Adenin Lubis¹, Andryan²

¹ Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia, andrimaulana686@gmail.com

² Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia, andryan@umsu.ac.id

Corresponding Author: andrimaulana686@gmail.com

Abstract: "Consumer Protection is all efforts that ensure legal certainty to provide protection to consumers," states Article 1 Point 1 of the Consumer Protection Law. The legal protection that consumers receive in their attempts to meet their needs from items that affect them directly is referred to as consumer protection. The term "consumer protection" refers to a wide range of topics, including the safeguarding of goods and services from the various stages of their acquisition to the end uses. "Consumer Protection is all efforts that ensure legal certainty to provide protection to consumers," states Article 1 Point 1 of the Consumer Protection Law. The legal protection that consumers receive in their attempts to meet their needs from items that affect them directly is referred to as consumer protection. The purpose of this study is to determine whether legal safeguards are available to consumers against the practice of extra charges (*Toeslag*) used by the bus company in the run-up to the holidays.

Keyword: Protection, Consumer, Business, Transportation.

Abstrak: "Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen," demikian bunyi Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Perlindungan hukum yang diterima konsumen dalam usahanya memenuhi kebutuhannya dari barang-barang yang mempengaruhi dirinya secara langsung disebut sebagai perlindungan konsumen. Istilah "perlindungan konsumen" mengacu pada berbagai topik yang luas, termasuk perlindungan barang dan jasa dari berbagai tahap perolehan hingga penggunaan akhir. "Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen," demikian bunyi Pasal 1 angka 1 UU Perlindungan Konsumen. Perlindungan hukum yang diterima konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari barang-barang yang mempengaruhi dirinya secara langsung disebut sebagai perlindungan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah perlindungan hukum yang tersedia bagi konsumen terhadap praktik biaya tambahan (*Toeslag*) yang digunakan oleh perusahaan otobus menjelang hari raya.

Kata Kunci: Terdiri Perlindungan, Konsumen, Bisnis, Transportasi.

PENDAHULUAN

Bagi masyarakat Indonesia, transportasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Letak geografis Indonesia yang terdiri dari ratusan pulau besar dan kecil merupakan salah satu alasan mengapa transportasi sangat penting bagi masyarakat yang tinggal di sana. Perairan: sebagian besar berupa laut, sungai, dan danau yang memungkinkan untuk melakukan perjalanan ke seluruh Indonesia melalui darat, laut, atau udara. Kebutuhan akan transportasi yang nyaman, aman, dan efisien yang memfasilitasi pelaksanaan pembangunan melalui penyebaran kebutuhan pembangunan serta pemerataan pembangunan dan distribusi sama pentingnya dengan kebutuhan akan transportasi hasil-hasil pembangunan di berbagai bidang, seperti sektor industri, perdagangan, pariwisata, dan pendidikan, ke setiap wilayah di negara ini, sehingga mendorong hubungan antara kota dan kota. Ketersediaan transportasi tidak hanya mendorong ketersediaan lapangan kerja, tetapi juga pertumbuhan dan kemajuan keahlian dan kemampuan masyarakat, serta kemampuan untuk berpikir pada tingkat yang lebih tinggi (Renaldi, 2022).

Secara umum, transportasi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan non-ekonomi dan ekonomi. Tujuan ekonomi termasuk meningkatkan pendapatan negara, memajukan industri, dan membangun serta melestarikan jumlah kesempatan kerja bagi penduduk lokal. Di samping tujuan ekonomi tersebut, terdapat tujuan non-ekonomi, seperti memperkuat keamanan dan pertahanan nasional serta menjaga integritas bangsa. Kepentingan masyarakat sebagai pengguna jasa transportasi harus mendapat prioritas dan penanganan yang optimal dari pemerintah dan penyedia jasa transportasi, mengingat peran lalu lintas dan angkutan jalan yang sangat besar dan strategis dalam mengendalikan hajat hidup orang banyak. Selain itu, perlu adanya kejelasan mengenai perlindungan hukum terhadap hak-hak masyarakat sebagai pengguna jasa transportasi.

Dalam rangka mewujudkan sistem transportasi nasional yang handal dan terintegrasi dengan baik, penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan juga harus dilakukan secara terus menerus dan ditingkatkan agar dapat melayani masyarakat secara lebih luas dan efisien. Hal ini perlu memperhatikan kepentingan umum, kemampuan masyarakat, kelestarian lingkungan, dan ketertiban umum (Surur et al., 2023). Penyelenggaraan lalu lintas dan transportasi jalan juga harus terus dilakukan dan ditingkatkan agar dapat melayani masyarakat secara lebih efektif dan luas, serta menciptakan sistem transportasi nasional yang dapat diandalkan dan terintegrasi dengan baik. Kepentingan umum, kemampuan masyarakat, kelestarian lingkungan, dan ketertiban umum harus menjadi pertimbangan:

1. UU No 23 tahun 2007 tentang Perkeretaapian
2. UU No 22 tahun 2009 tentang Lalu lintas dan Angkutan Jalan
3. UU No 1 tahun 2009 tentang Penerbangan
4. UU No 17 tahun 2008 tentang Pelayaran

Landasan normatif untuk pengoperasian sistem transportasi di Indonesia adalah keberadaan dan keefektifan dari peraturan perundang-undangan tersebut. Tujuan tersebut diuraikan dalam UU No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Pasal 3, yang berbunyi sebagai berikut: "Dalam rangka mendukung perekonomian nasional, memajukan kesejahteraan umum, memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa, serta menjaga martabat bangsa, dan terwujudnya etika berlalu lintas dan budaya bangsa, penegakan hukum, serta kepastian hukum bagi masyarakat, lalu lintas dan angkutan jalan diselenggarakan dengan sasaran terwujudnya lalu lintas dan angkutan jalan yang aman, selamat, lancar, dan terpadu dengan moda angkutan lain" (Yamin, 2020).

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, misalnya, menyatakan bahwa: "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen." Perlindungan

hukum ini meluas kepada masyarakat umum sebagai pengguna atau konsumen jasa transportasi. Ada dua pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan pengangkutan, atau transportasi pada umumnya: pengirim, atau penumpang, dan pengangkut. Dalam hal ini, pengirim atau penumpang adalah pengguna atau konsumen jasa pengangkutan yang ditawarkan oleh perusahaan pengangkutan, artinya pengangkut menawarkan jasa pengangkutan untuk mereka.

Hal ini sejalan dengan ketentuan dalam Pasal 1 angka 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Di sana disebutkan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Tidak hanya perlindungan konsumen saja yang menjadi perhatian, yaitu pemenuhan hak-hak dan kewajiban penumpang sebagai konsumen jasa transportasi tetapi juga pemenuhan hak dan kewajiban oleh perusahaan transportasi/penyedia jasa transportasi juga harus mendapatkan perlindungan hukum (Suradi Geistiar Yoga Pratama*, 2019).

Kapasitas transportasi darat berbasis jalan raya untuk menyediakan layanan dari pintu ke pintu memberikan keunggulan dibandingkan moda transportasi lainnya. Transportasi darat berbasis jalan raya juga dapat dianggap sebagai "pengumpan" atau "feeder" bagi moda transportasi lainnya, yaitu sebagai penghubung pertama dan terakhir dalam keseluruhan sistem transportasi. Undang-Undang No. 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan mewajibkan pemerintah untuk menyediakan sarana, prasarana, dan manajemen transportasi yang baik dalam rangka menyelenggarakan sistem transportasi yang efisien dan efektif dengan tetap memberikan perlindungan hukum kepada masyarakat sebagai konsumen transportasi. Ketersediaan dan pengoperasian yang optimal dari infrastruktur yang memadai, termasuk tempat parkir, terminal, stasiun pengujian kendaraan bermotor, fasilitas yang mudah diakses, dan sebagainya, dapat berdampak langsung pada layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan transportasi umum. Meskipun terdapat peraturan dan regulasi yang menjamin keselamatan konsumen dalam transportasi darat, kegiatan penipuan dan pelanggaran lainnya masih terjadi di industri ini, yang sering kali merugikan pelanggan. Selain masalah kenaikan tarif yang tidak sesuai dengan peraturan dan kelalaian penumpang, klausul standar yang terkadang hanya menguntungkan salah satu pihak (biasanya yang lebih menguntungkan pelaku usaha) dan menciptakan ketidakseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen (Putra et al., 2020). The reason it is considered "standard" is because neither the clause nor the agreement may be negotiated or bargained for by the other party. This is the context in which the author's curiosity about the legal safeguards available to customers against the bus company's practice of imposing extra fees (Toeslag) in advance of the holidays led to the creation of the title. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Praktik Toeslag Jelang Hari Raya Oleh Perusahaan Otobus".

METODE

Metode yuridis normatif diterapkan dalam penelitian ini. Penelitian terhadap norma-norma hukum dalam peraturan perundang-undangan dan masyarakat dikenal sebagai penelitian yuridis normatif. Penelitian ini juga meneliti bagaimana peraturan-peraturan disinkronkan satu sama lain secara hirarkis. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian analitis untuk mengungkap ide-ide hukum yang berkaitan dengan pokok bahasan, termasuk undang-undang yang berkaitan dengan transportasi dan peraturan lainnya.

Untuk mempermudah penelitian, penelitian kualitatif melalui tahapan-tahapan sebagai berikut: a. Tahapan orientasi atau penelitian, b. reduksi atau fokus, c. seleksi, d. analisis, dan kesimpulan yang disusun berdasarkan urutan kepentingannya, Tahap e. dari analisis: tahap

kesimpulan. Analisis data kualitatif metode Miles dan Huberman⁶ digunakan dalam penelitian ini, di mana analisis dilakukan pada saat data dikumpulkan. (Muhammad, 2004).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Definisi Perlindungan Konsumen

Kata "konsumen," yang awalnya berarti "setiap orang yang menggunakan barang," dipinjam untuk membentuk frasa "konsumen." Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, konsumen adalah orang yang menggunakan barang-barang industri, makanan, dan barang-barang lainnya, sebagai lawan dari produsen. Berdasarkan interpretasi ini, dapat dikatakan bahwa konsumen adalah setiap individu yang menggunakan komoditas atau layanan yang dibuat oleh produsen untuk kebutuhan sehari-hari.

"Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen," demikian bunyi Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Perlindungan hukum yang diterima konsumen dalam usahanya memenuhi kebutuhannya dari barang-barang yang mempengaruhi dirinya secara langsung disebut sebagai perlindungan konsumen. Istilah "perlindungan konsumen" mengacu pada berbagai topik yang luas, termasuk perlindungan barang dan jasa dari berbagai tahap perolehan hingga penggunaan akhir.

Dari beberapa penjelasan mengenai konsumen dan perlindungan konsumen di atas, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala tindakan yang dilakukan atas nama konsumen untuk menjamin dan menegakkan hak-hak hukumnya dalam upaya memenuhi kebutuhannya dan memastikan bahwa pelaku usaha menjalankan usahanya dengan benar. Dengan kata lain, hukum perlindungan konsumen berfungsi sebagai pengaman hukum untuk berbagai kegiatan sehari-hari yang melibatkan pelaku usaha (Sugistiyoko, 2019).

Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2, terdapat lima konsep dasar perlindungan konsumen, yaitu: manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Penjelasan Pasal 2 tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tujuan dari asas manfaat adalah menghendaki agar setiap upaya yang dilakukan untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memaksimalkan manfaat bagi kepentingan pelaku usaha dan konsumen pada umumnya.
2. Tujuan dari asas keadilan adalah agar setiap orang dapat berpartisipasi semaksimal mungkin dan memberikan kesempatan kepada pelaku usaha dan konsumen untuk memenuhi komitmen dan menuntut haknya secara adil.
3. Menurut penjelasan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsep keseimbangan bertujuan untuk memberikan keseimbangan materiil maupun spiritual antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah.
4. Tujuan dari prinsip keamanan dan keselamatan konsumen adalah untuk memastikan bahwa konsumen terjamin keamanan dan keselamatannya ketika menggunakan barang dan jasa yang mereka konsumsi.
5. Asas kepastian hukum bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen dan pelaku usaha mematuhi hukum dan mendapatkan keadilan ketika perlindungan konsumen dipraktikkan. Negara memberikan kepastian hukum.

Jika dianalisis secara komprehensif, kelima prinsip tersebut di atas dapat dibagi ke dalam tiga kategori utama. Hal ini, menurut Radbruch, dapat disamakan dengan prinsip-prinsip hukum dan dapat disebut sebagai tiga gagasan hukum inti atau tiga nilai hukum dasar.

Ketiga prinsip tersebut adalah: Konsep kemanfaatan, yang menggabungkan perlindungan dan keamanan konsumen. Prinsip keadilan, yang menggabungkan konsep keseimbangan. Asas kepastian hukum

Sebagai sebuah prinsip hukum, maka prinsip ini harus menjadi yang pertama kali dipertimbangkan oleh semua pihak yang terlibat dalam gerakan perlindungan konsumen ketika mengatur peraturan perundang-undangan dan bertukar informasi tentangnya (Denisa, Adinda Putri ; Amirulloh, Muhamad ; Muchtar, 2023).

Hak dan Kewajiban Konsumen

Sebagai konsumen, mereka memiliki banyak hak yang harus diperoleh dan kewajiban yang harus dipenuhi sebagai pengguna barang atau jasa. Memahami hak dan tanggung jawab sebagai konsumen sangat penting untuk memungkinkan seseorang untuk berperilaku kritis dan mandiri-yaitu, untuk mengenali kapan harus mengambil tindakan yang dapat membahayakan diri sendiri. Hak-hak konsumen yang disebutkan di atas dapat dikategorikan secara luas ke dalam tiga bagian, yang bersama-sama membentuk prinsip-prinsip dasar perlindungan konsumen:

- 1) Hak yang dimaksudkan untuk melindungi nasabah dari kerugian finansial, termasuk kerugian harta benda dan kerugian pribadi.
- 2) Hak untuk membeli produk dan layanan dengan biaya yang wajar.
- 3) Hak untuk mendapatkan penyelesaian masalah yang dihadapi dengan baik.

Demi perlindungan dan keselamatan mereka sendiri, konsumen diharuskan untuk membaca dan mematuhi pedoman penggunaan barang dan jasa. Namun, jika produsen gagal menggunakan metode yang masuk akal dan efektif untuk mengkomunikasikan prosedur dan peringatan, sehingga menyebabkan konsumen mengabaikannya, produsen akan bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh konsumen.

Banyak variabel yang berkontribusi terhadap memburuknya posisi konsumen. Seperti yang dilaporkan oleh N.H.T. Siahaan, Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) menemukan bahwa ada lima unsur yang melemahkan konsumen:

1. Betapa sedikitnya konsumen yang tahu tentang hak-hak mereka.
2. Karena sebagian orang tidak mengetahui hak-hak mereka dan ke mana mereka harus mengadu jika mereka mengalami masalah atau barang atau jasa di bawah standar, maka "masyarakat konsumen" belum terkondisikan.
3. Masyarakat konsumen tidak cenderung untuk menuntut hak-haknya karena mereka belum dikondisikan untuk melakukannya.
4. Sistem hukum berbelit-belit dan memakan waktu lama.
5. Konsumen tidak pernah berada dalam posisi yang kuat.

Dari kelima variabel di atas, terlihat jelas bahwa kesadaran akan perlindungan konsumen merupakan variabel yang paling penting. Agar kejadian yang merugikan konsumen tidak terulang kembali, maka diharapkan konsumen dapat menjadi konsumen yang mandiri, yaitu konsumen yang sadar dan mampu mempertahankan hak-haknya (Setiawan, 2019).

Pembahasan

Mekanisme Perlindungan Hukum Yang Dapat Diberikan Kepada Konsumen Dalam Menghadapi Praktik Penambahan Biaya (Toeslag) Yang Dilakukan Oleh Perusahaan Otobus

Ketentuan Pasal 4 huruf (a), (h), dan (i), serta ketentuan Pasal 7 huruf (f) dan (g), dapat dijadikan dasar perlindungan hukum bagi konsumen pengguna jasa angkutan umum bus. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak mengatur secara rinci mengenai perlindungan konsumen bagi pengguna jasa tersebut.

Pertama, hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk dan jasa diatur dalam Pasal 4 huruf (a). Dalam rangka menjaga keamanan dan keselamatan konsumen, PO. Sahabat selalu melakukan perawatan berkala pada mobil baik sebelum maupun sesudah dikendarai. Untuk menjamin keamanan dan keselamatan pengguna jasa di PO. Bhineka, surat-surat kendaraan seperti SIM, izin trayek, dan STNK akan diperiksa dan dilakukan perawatan atau servis sebelum kendaraan beroperasi. Karena PO. Sahabat menawarkan fasilitas tambahan seperti TV, musik, kamar kecil yang memadai, dan tempat duduk yang cukup besar yang dapat mengakomodasi kenyamanan pelanggan, layanan transportasi mereka memadai. Selain itu, layanan PO. Bhineka juga memiliki layanan yang memadai. PO. Sahabat dan PO. Bhineka telah memenuhi persyaratan yang tercantum dalam Pasal 4 huruf (a) (Balqis, 2021).

Kedua, hak konsumen untuk mendapatkan penggantian, kompensasi, dan ganti rugi yang pada intinya tertuang dalam Pasal 4 Huruf (h) dan Pasal 7 Huruf (f) dan (g). Dalam rangka melindungi hak-hak konsumen, PO. Sahabat wajib menanggung biaya perawatan korban sesuai dengan ketentuan Jasa Raharja apabila terjadi kecelakaan lalu lintas. Dalam perjanjian pengangkutan penumpang PO. Bhineka PO. Bhineka akan memberikan kontribusi terhadap biaya perawatan dan pengobatan korban selain yang diberikan oleh Jasa Raharja untuk menjaga hak-hak konsumen. Jika perusahaan harus membatalkan, harga tiket akan dikembalikan sepenuhnya. Selain itu, pembatalan yang disebabkan oleh permintaan pelanggan juga akan mendapatkan pengembalian dana. Sesuai dengan Pasal 4 huruf (h) dan Pasal 7 huruf (f) dan (g) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha telah memenuhi hak-hak konsumen (Jannah, 2019).

Ketiga, hak-hak yang telah diatur dalam pasal-pasal dalam peraturan perundang-undangan lainnya yang terdapat dalam Pasal 4 huruf (i). Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dari pasal ini adalah untuk mengisi kekosongan yang ditinggalkan oleh undang-undang lain yang mengatur dan melindungi konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menguraikan tanggung jawab dan hak-hak pelaku usaha di samping hak-hak konsumen. Untuk mendorong kenyamanan dalam bertransaksi, hal ini dimaksudkan untuk menjelaskan lebih lanjut hak dan tanggung jawab masing-masing pihak yang terlibat dengan pihak lain. Menurut Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha memiliki hak-hak sebagai berikut:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai nilai tukar dan kondisi serta nilai barang dan jasa yang dipertukarkan;
2. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tidak menimbulkan kerugian pada konsumen;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pada kenyataannya, hak-hak pelaku usaha yang dirujuk dalam huruf b, c, dan d lebih terkait erat dengan perwakilan pemerintah dan pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang bertanggung jawab untuk menyelesaikan sengketa. Hak-hak ini diharapkan dapat mencegah hukum perlindungan konsumen yang terlalu ketat dan mengabaikan kepentingan pelaku usaha.

Sementara itu, Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban pelaku usaha sebagai berikut:

1. Bertindak dengan itikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yang akurat, transparan, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.

3. Memperlakukan pelanggan secara adil dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi dan diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku.
5. Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk mencoba dan menguji barang dan jasa tertentu; dan memberikan jaminan dan garansi atas barang yang dibuat dan diperdagangkan.
6. Membayar ganti rugi, kompensasi, dan penggantian atas kerugian yang diakibatkan oleh penggunaan, konsumsi, dan pemanfaatan komoditas dan jasa yang diperdagangkan.
7. Membayar ganti rugi, meminta ganti rugi, dan mengganti produk dan jasa yang hilang atau rusak sesuai dengan ketentuan kontrak.

Karena pelaku usaha diharuskan untuk beroperasi dengan itikad baik sejak barang dirancang hingga tahap transaksi, itikad baik diberikan bobot tambahan dalam UUPK. Konsumen, di sisi lain, hanya dituntut untuk bertindak secara terhormat ketika melakukan pembelian barang dan jasa. Hal ini tidak diragukan lagi karena konsumen dapat mengalami kerugian bahkan selama proses desain produk, sedangkan konsumen hanya berpotensi merugikan produsen ketika melakukan interaksi dengan mereka (Polii, 2021).

Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha

Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk melakukan sejumlah perilaku. Tujuannya adalah untuk melindungi konsumen dari berbagai dampak yang tidak menguntungkan ketika menggunakan produk dan layanan. Pasal 8 hingga 17 UU Perlindungan Konsumen mencantumkan perilaku yang dilarang bagi pelaku usaha. Berikut ini adalah perilaku yang dilarang: Pertama, pelaku usaha berdasarkan Pasal 8 dilarang memproduksi dan memperdagangkan produk atau jasa yang tidak memenuhi standar yang dipersyaratkan dan persyaratan hukum yang berlaku; tidak memasang label; menyediakan produk atau jasa yang tidak memenuhi mutu, komposisi, jaminan, atau takaran sebagaimana yang dijanjikan atau dinyatakan dalam label; tidak memberikan informasi penggunaan dalam bahasa Indonesia; dan memperdagangkan barang yang rusak, cacat, atau bekas pakai yang tercemar. Ketika menyediakan suatu barang atau jasa, produsen diwajibkan untuk menyediakan petunjuk penggunaan atau informasi dalam bahasa Indonesia. Selain itu, untuk dapat mengklaim bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas-yaitu telah terstandarisasi-pelaku usaha juga harus memproduksi barang tersebut dengan menggunakan bahan berkualitas tinggi dan mengikuti pedoman produksi yang berlaku (Lauwtania, 2021).

Tujuan standarisasi adalah untuk melindungi kesehatan dan keselamatan konsumen, memastikan kualitas produk, meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan, dan mendorong persaingan perdagangan yang adil untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang cepat. Contohnya adalah penggunaan label SNI pada barang-barang seperti peralatan makan dan minum, elektronik, tabung gas, ban, dan helm; label BPOM pada produk makanan, minuman, dan kosmetik yang bebas dari bahan berbahaya; dan label "halal" LPPOM MUI pada produk yang memenuhi standar halal. Seperti halnya dengan pelaku usaha yang menyediakan jasa, pelaku usaha tersebut diwajibkan untuk memberikan standar pelayanan minimum. Sebagai contoh, Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 29 Tahun 2015 mengatur tentang standar pelayanan minimal angkutan orang dengan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek yang harus dipenuhi oleh perusahaan angkutan umum.

Kedua, membuat, menawarkan, memasarkan, dan membuat pernyataan yang tidak benar mengenai barang atau jasa yang diperdagangkan kepada pelanggan adalah hal yang dilarang bagi para pelaku usaha berdasarkan Pasal 9 dan 10. Dalam hal pemasaran, pelaku usaha harus jujur, baik melalui iklan, promosi, maupun penawaran. Oleh karena itu, dilarang membuat pernyataan palsu atau mengindikasikan bahwa produk tersedia dengan harga diskon

atau harga khusus. Selain itu, membuat klaim palsu tentang gaya, mode, atau standar kualitas produk-misalnya, mengatakan bahwa produk tersebut memenuhi standar internasional yang diakui oleh ISO 9000-adalah tindakan yang tidak jujur. Selain itu, pelaku usaha tidak diperbolehkan menggunakan bahasa yang menghina produk atau layanan lain, membuat janji yang tidak jelas, atau meremehkan produk atau layanan tersebut (Hasbi Muhammad*, Suradi, 2019).

Ketiga, pelaku usaha dilarang oleh Pasal 12 untuk menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam jangka waktu dan jumlah tertentu jika mereka tidak berniat untuk menindaklanjuti penawaran, promosi, atau iklan tersebut dalam jangka waktu dan jumlah tersebut. Selain itu, pelaku usaha dilarang untuk menyediakan barang atau jasa dengan memberikan janji palsu berupa hadiah gratis yang tidak akan mereka penuhi atau tidak dapat mereka penuhi. Selain itu, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 13, pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, atau pelayanan kesehatan dengan cara menawarkan hadiah sebagai imbalan atas barang dan jasa yang ditawarkan.

Keempat, pelaku usaha dilarang mengelabui atau menyesatkan konsumen dalam penjualan yang dilakukan dengan cara obral atau lelang, seperti yang tercantum dalam Pasal 11. Hal ini tidak hanya mencakup cara-cara yang telah disebutkan pada pasal-pasal sebelumnya mengenai penjualan biasa, tetapi juga menaikkan harga sebelum penjualan dan tidak menyediakan barang atau jasa dalam jumlah yang cukup dengan maksud untuk menjual barang atau jasa lainnya. Selain itu, seperti yang dinyatakan dalam Pasal 15, pelaku usaha tidak diperbolehkan untuk menyediakan barang atau jasa kepada konsumen dengan cara kekerasan atau taktik lain yang dapat membahayakan kesehatan fisik atau mental konsumen.

Kelima, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 16, pelaku usaha yang menerima pesanan dilarang ingkar janji atas kesepakatan waktu penyelesaian dan pelayanan atau prestasi. Begitu pula dengan Pasal 14, pelaku usaha yang menawarkan barang atau jasa dengan janji pemberian hadiah melalui undian dilarang menyesatkan atau mengelabui konsumen dengan cara, antara lain, tidak mencairkan hadiah sesuai waktu yang dijadwalkan atau mengumumkan hasil undian di luar media.

Larangan terakhir dapat ditemukan di Pasal 17, yang mencakup semua larangan yang telah disebutkan sebelumnya, termasuk larangan untuk menyesatkan konsumen dan memberikan informasi yang tidak benar. Yang perlu dicatat adalah bahwa bagian ini ditujukan khusus untuk perusahaan periklanan.

Selain diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI) telah menetapkan aturan untuk industri periklanan yang dikenal sebagai Etika Pariwisata Indonesia (EPI). Di antara aturan-aturan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Iklan tidak boleh mengandung pengkodean yang dapat menimbulkan interpretasi yang berbeda dari yang dimaksudkan oleh pembuat pesan iklan; sebaliknya, iklan harus disajikan dalam bahasa yang dapat dimengerti oleh audiens yang ditargetkan.
2. Istilah-istilah superlatif seperti "paling", "nomor satu", "top", atau kata-kata yang diawali dengan "ter" atau yang memiliki makna serupa tidak boleh digunakan dalam iklan kecuali jika digunakan untuk menggambarkan keunggulannya secara tegas dan dapat didukung oleh dokumen resmi atau sumber yang dapat dipercaya.
3. Jika konsumen diharuskan membayar biaya tambahan, iklan yang menyertakan frasa "gratis" atau istilah serupa dapat dihapus.

Selain mendorong persaingan profesional di antara perusahaan periklanan, standar EPI juga bertujuan untuk melindungi konsumen. Iklan Ajinomoto tahun 2001, yang mengklaim sebagai produk halal namun sebenarnya haram, adalah salah satu iklan yang

melanggar kode etik. Hal ini sangat berbahaya bagi konsumen Indonesia, yang sebagian besar adalah Muslim (Amellya et al., 2021).

Sanksi Pelanggaran Hak Konsumen

Perusahaan yang melanggar hak-hak konsumen akan menghadapi konsekuensi. Dalam UU Perlindungan Konsumen, pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen dapat dikenakan dua jenis sanksi: sanksi administratif dan sanksi pidana. Pelaku usaha yang melanggar kewajiban ganti rugi yang diuraikan dalam Pasal 19 ayat 2 dan 3, Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26 dapat dikenai sanksi administratif berupa denda administratif, yang meliputi penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000.

Sedangkan sanksi pidana, dapat dibagi menjadi 3 bentuk yaitu sebagai berikut:

1. Sanksi kurungan
 - a. Pelaku usaha yang melanggar pasal 8, pasal 9, pasal 10, pasal 13 ayat (2), pasal 15, pasal 17 ayat (1) huruf a, b, c, dan e, serta pasal 18 diancam hukuman maksimal lima tahun penjara atau denda Rp 2.000.000.000.
 - b. Bagi pelaku usaha yang melanggar pasal 11, 12, 13, ayat (1), 14, 16, dan 17 ayat (1) huruf d dan f diancam pidana penjara dua tahun atau denda Rp 500.000.000.
2. Jika konsumen menderita penyakit, kerusakan, kematian, atau ketidakmampuan yang signifikan, maka dapat dikenakan sanksi pidana lebih lanjut yang berlaku di luar UU Perlindungan Konsumen (Pasal 62 ayat 3).
3. Sanksi pidana tambahan: Pelaku usaha yang melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dikenai sanksi pidana tambahan, sesuai dengan Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hukuman tersebut antara lain: perampasan barang tertentu; pengumuman putusan hakim; pembayaran ganti rugi; pencabutan izin usaha; larangan memperdagangkan barang dan jasa; penarikan barang dan jasa dari peredaran; dan pengumuman hasil pengawasan.

Karena pelaku usaha dapat dikenai sanksi administratif maupun pidana atas tindakannya, maka ketentuan sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen di atas dapat digunakan sebagai alat untuk mengendalikan tindakannya ketika bertindak sewenang-wenang terhadap konsumen. Pembatasan-pembatasan tersebut di atas diharapkan dapat diberlakukan semaksimal mungkin untuk menghentikan pelaku usaha bertindak dengan cara yang merugikan konsumen.

KESIMPULAN

Temuan investigasi dan analisis penelitian ini mengarah pada kesimpulan bahwa meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak mengatur secara rinci mengenai perlindungan konsumen bagi mereka yang menggunakan jasa transportasi umum bus, namun ketentuan Pasal 4 huruf (a), (h), dan (i), serta Pasal 7 huruf (f) dan (g), dapat menjadi dasar perlindungan hukum bagi konsumen. Pertama, hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa diatur dalam Pasal 4 huruf (a). Kedua, pada huruf (f) dan (g) Pasal 7 dan Pasal 4 huruf (h) yang pada intinya menyatakan hak konsumen untuk mendapatkan penggantian, kompensasi, dan ganti rugi. Ketiga, hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya yang terdapat dalam Pasal 4 huruf (i).

"Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen," demikian bunyi Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Perlindungan hukum yang diterima konsumen dalam upaya mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka dari barang-barang yang mempengaruhi mereka secara langsung disebut sebagai perlindungan konsumen. Istilah "perlindungan konsumen" mengacu pada berbagai topik yang luas, termasuk perlindungan

barang dan jasa dari berbagai tahap perolehan hingga penggunaan akhir. Berdasarkan penjelasan di atas mengenai konsumen dan perlindungan konsumen, dapat dikatakan bahwa hukum perlindungan konsumen berfungsi sebagai kerangka hukum untuk berbagai kegiatan sehari-hari yang melibatkan pelaku usaha. Perlindungan konsumen mencakup segala upaya yang dilakukan atas nama konsumen untuk menjamin dan menjaga hak-hak mereka dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan mereka dan memastikan operasi yang tepat.

REFERENSI

- Amellya, V. R., Setyowati, R., & Sukma, N. M. (2021). Perlindungan Pelaku Usaha Jasa Transportasi Setelah Larangan Mudik 2021 Karena Covid-19. *Notarius*, 14(2), 643–657. <https://doi.org/10.14710/nts.v14i2.43793>
- Balqis, C. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Penumpang Bus Tanpa Tiket Apabila Terjadi Kecelakaan Atau Kerugian. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Syiah Kuala*, 5(4), 874–881.
- Denisa, Adinda Putri; Amirulloh, Muhamad; Muchtar, H. N. (2023). Sertifikat keandalan privasi sebagai salah satu bentuk perlindungan konsumen di bidang informasi dan transaksi elektronik. *Jurnal Rechtsvinding Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(2), 167–184.
- Hasbi Muhammad*, Suradi, R. N. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pengguna Jasa Angkutan Umum Bus Dalam Pengangkutan Orang Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan (Studi Pada P. Diponegoro Law Review, 5(2), 1–13.
- Jannah, R. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Jasa Angkutan Umum Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Dan Hukum Islam. *Analytical Biochemistry*, 11(1), 1–5. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/>
- Lauwtania, F. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Perkeretaapian Terkait Dengan Pelecehan Seksual yang Terjadi di Atas Kereta Api Dikaji Oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus PT. Kereta Api Indonesia). *Binamulia Hukum*, 10(1), 69–78. <https://doi.org/10.37893/jbh.v10i1.242>
- Muhammad, A. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*. 8(1), 15–35.
- Polii, J. L. S. S. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Penggunaan Jasa Transportasi Online Berbasis Aplikasi. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Putra, N. G. F. S., Arini, D. G. D., & Suryani, L. P. (2020). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Khusus Jasa Penumpang Angkutan Darat. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 1(1), 83–88. <https://doi.org/10.22225/juinhum.1.1.2190.83-88>
- Renaldi, M. (2022). Pengaruh Transportasi Online Terhadap Tingkat Kemaslahatan Driver Grab Di Kota Banda Aceh. *Science*, 7(1), 1–8. <http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701-9%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-x%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017%0Ahttp://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1090780708003674%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/1191>

- Setiawan, R. (2019). PERLINDUNGAN KONSUMEN TRANSPORTASI OTOBUS: Studi Yuridis Kelayakan Transportasi Otobus di Kota Surakarta. *Jurnal Jurisprudence*, 6(2), 100. <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v6i2.3007>
- Sugistiyoko, B. S. E. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Khusus Penumpang Angkutan Traspormasi Darat. *Yustitiabelen*, 2(1), 22.
- Suradi Geistiar Yoga Pratama*, A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Diponegoro Law Journal*, 5(Vol 5, No 3 (2016): Volume 5, Nomor 3, Tahun 2016), 1–19. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/article/view/12128>
- Surur, M., Hukum, F., Madura, U. T., Hukum, F., & Madura, U. T. (2023). Implementasi Standar Pelayanan Minimal Bus Antarkota dan Antarprovinsi di Terminal Purabaya Tahun 2021. *Yustisia Tirtayasa*, 3(1), 18–33.
- Yamin, M. (2020). Implementasi Konsep Nation Branding Anholt dalam Penyelenggaraan Asian Games Jakarta-Palembang 2018. *Indonesian Journal of International Relations*, 4(2), 114–141. <https://doi.org/10.32787/ijir.v4i2.122>