
Menghadirkan Konsumen Cerdas Dengan Memahami Hak Dan Kewajiban Konsumen Dalam Aktivitas Perdagangan

Dedy Suryanta Surbakti¹

¹Universitas Mikroskil, Jl. Thamrin No. 112, 124, 140 Medan, (061) 4567789

¹Fakultas Teknik Informatika, Program Studi Teknik Informatika Universitas Mikroskil

e-mail : dedy.surbakti@mikroskil.ac.id

Dikirim: 11-09-2023 | Diterima: 22-03-2024 | Diterbitkan: 17-04-2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja yang menjadi hak dan kewajiban dari konsumen, lalu faktor-faktor yang menyebabkan ketidak pahaman konsumen akan hak dan kewajibannya, dan bagaimana menghadirkan konsumen cerdas. Penelitian ini merupakan penelitian studi kepustakaan (*library research*). Metode penelitian yang dipakai atau digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder. Hasil pada penelitian menunjukkan adanya ketidak pahaman konsumen dalam menempatkan hak dan kewajibannya. Terdapat beberapa faktor penyebab konsumen tidak memahami hak dan kewajibannya. Terdapat banyak manfaat jika konsumen berperilaku cerdas dalam aktivitas perdagangan.

Kata Kunci : Konsumen, Hak dan kewajiban konsumen, Perilaku cerdas sebagai konsumen

Abstract

This research aims to find out what are the rights and obligations of consumers, then the factors that cause consumer ignorance of their rights and obligations, and how to present smart consumers. This research is library research. The research method used in this research is the qualitative research method. The data source used is the secondary data source. The results show that there is a lack of understanding of consumers in placing their rights and obligations. Several factors cause consumers not to understand their rights and obligations. There are many benefits if consumers behave smartly in trading activities.

Keywords: Consumer, Consumer rights and obligations, Smart consumer behaviour

1. PENDAHULUAN

Dalam pemenuhan kehidupan manusia akan selalu ada kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap manusia di dalam kehidupan sehari-harinya. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut akan selalu ada sistem jual beli yang dilakukan oleh konsumen sebagai orang yang memiliki kebutuhan dan pedagang atau produsen sebagai orang ataupun organisasi yang memiliki hal dibutuhkan oleh konsumen.

Jual beli ataupun perdagangan terkadang terlihat sangat sederhana dan mudah untuk dilakukan oleh setiap orang pada masa sekarang ini, akan tetapi di era modern dan serba canggih seperti saat sekarang ini tidak sedikit orang yang harus berhati-hati dalam melakukan aktivitas jual beli atau perdagangan, mengingat tidak jarang terjadi suatu perbuatan curang yang merugikan pengusaha maupun konsumen itu sendiri.

Hal ini bukan tanpa sebab, kita bisa melihat ketika seseorang terlalu menginginkan suatu produk barang atau jasa maka bisa jadi akan ada celah seseorang untuk mencari keuntungan dengan melakukan serangkaian tipu muslihat demi mendapatkan keuntungan dari calon pembeli, ataupun sebaliknya juga. Tidak jarang seorang pedagang yang rugi atau mengalami kerugian akibat tipu

muslihat dari si pembeli dengan meminta barang dikirim terlebih dahulu baru selanjutnya akan dilakukan pembayaran setelahnya oleh konsumen, namun ternyata pembayaran tersebut urung dilakukan meski barang sudah diterima oleh si konsumen.

Dalam aktivitas jual beli atau perdagangan, modal utama yang dipegang antara penjual dan pembeli adalah sebuah kepercayaan antara satu sama lain, namun itu saja tidaklah cukup untuk masa saat sekarang ini, untuk lebih memberikan kepastian dalam meperkuat hubungan seperti kepercayaan antara pembeli dan penjual tersebut maka tidak jarang antara penjual dan pembeli maka antara penjual dan pembeli harus ada perjanjian di dalamnya yang memuat kesepakatan diantara mereka. Perjanjian ini akan memiliki konsekuensi hukum pada masing-masing pihak apa bila terjadi hal yang tidak diinginkan dalam aktivitas perdagangan yang mereka lakukan. Akan tetapi tidak jarang juga antara penjual dan pembeli hanya membuat kesepakatan atau perjanjian secara lisan atau tidak tertulis yang nantinya akan meyakinkan mereka perihal sesuatu yang diperdagangkan tersebut sehingga proses terjadinya aktivitas atau kegiatan perdagangan yang mereka sepakati bersama dapat berjalan sebagaimana yang diinginkan oleh masing-masing pihak.

Dalam sebuah aktivitas perdagangan, konsumen memegang sebuah peran yang sangat penting untuk dilindungi, mengingat pada dasarnya konsumen memiliki kedudukan yang tidak seimbang jika dibandingkan dengan pelaku usaha itu sendiri. Hal ini bisa dilihat dengan kurangnya pemahaman seorang konsumen atas suatu produk, baik itu mengenai spesifikasi produk, kekuatan produk, standarisasi dari produk, kelemahan dari produk namun hal tersebut tidak berlaku pada pedagang, mengingat umumnya pedagang sudah mengetahui terlebih dahulu mengenai seluk beluk dari barang dagangannya sehingga ia lebih mudah untuk merangkai kata-kata untuk membuat konsumen menjadi tertarik dalam membeli barang dagangannya.

Pelaku usaha dan konsumen sangat saling membutuhkan satu sama lain, karena jika tidak ada konsumen maka pelaku usaha juga tidak akan mendapatkan keuntungan yang diharapkannya oleh pelaku usaha. Dengan demikian konsumen merupakan faktor penentu baik tidaknya suatu produk atau jasa ditawarkan oleh seorang pengusaha ataupun majunya suatu usaha dari seorang pengusaha.

Undang Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) sudah hadir sejak tahun 1999. Undang- Undang ini (UU) merupakan bagian dari perpanjangan tangan pemerintah dalam melindungi konsumen dan pedagang dalam melakukan aktivitas perdagangan yang sehat. Akan tetapi, dapat kita lihat saat ini bahwa hakikat dari UU tentang perlindungan konsumen ini belum berjalan sebagaimana dengan mestinya dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Belum tercapainya cita-cita UU Perlindungan Konsumen dapat kita amati bersama di mana masih banyaknya terjadi kasus-kasus yang sifatnya merugikan masyarakat atau konsumen, namun masyarakat atau konsumen tersebut belum memahami apa saja yang menjadi hak dan kewajibannya mereka sebagai konsumen, sehingga apa bila terjadi hal yang merugikan dari sisi konsumen maka tidak jarang ada konsumen yang menyelesaikannya dengan cara kekerasan ataupun ada juga konsumen yang hanya diam dan pasrah untuk tidak menyuarkan kerugiannya tersebut. Contohnya seperti yang penulis lihat secara langsung, dimana terdapat seorang konsumen yang membeli barang secara *online*, namun barang yang datang kepada konsumen sangat berbeda dengan apa yang ia lihat di katalog si penjual. Ketika si konsumen menyampaikan keluhannya kepada pedagang malah pedagang tersebut tidak merespons ataupun tidak menghiraukan keluhan dari si konsumen.

Selain contoh itu, ada pula contoh yang sebenarnya sering kita alami bersama saat berbelanja di minimarket waralaba yang banyak menjamur pada saat sekarang ini. Kita sebagai konsumen terkadang tidak mau memperpanjang permasalahan sepele, namun jika dipikirkan secara lebih cermat maka konsumen sangat banyak dirugikan oleh oknum-oknum nakal yang bekerja di minimarket waralaba tersebut, kita sebut saja saat kita berbelanja dengan nominal harga Rp. 9.800,- namun ada saja oknum nakal yang menyebutkan jumlah pembelian kita adalah Rp. 10.000,-. Memang terlihat sederhana, karena hanya Rp. 200,- yang ia ambil dari konsumen, akan tetapi pernahkah kita berfikir apa jadinya jika Rp. 200,- tersebut dikalikan dengan ribuan orang berbelanja di seluruh cabang waralaba tersebut setiap harinya?. Berapa besar nominal keseluruhan uang yang diambil dari konsumen dengan cara kotor tersebut? Bukankah tindakan tersebut merupakan bagian hal yang merugikan konsumen ?

Berdasarkan sedikit deskripsi di atas, tujuan dari penelitian ini pada dasarnya adalah untuk mengetahui apa saja yang menjadi hak dan kewajiban konsumen dalam aktivitas perdagangan, lalu bagaimana kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perlindungan konsumen, dan bagaimana menghadirkan konsumen yang dapat bersikap cerdas saat membeli barang.

2. TINJAUAN PUSTAKA.

2.1 Konsumen dalam Aktivitas Perdagangan.

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *consument* (Inggris-Amerika) atau *consument/konsument* (belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi dimana ia berada. Secara harfiah arti *consumer* itu adalah “(lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang”.(Sutrisno, Martini, & Haq, 2020)

Konsumen adalah setiap orang yang membeli barang dan jasa untuk dipergunakan sendiri. Misalnya, antara lain: Membeli pakaian untuk diri sendiri, membeli hadiah untuk keluarga, membeli makanan untuk hewan peliharaan, atau menggunakan jasa ojek. (Sukiman, 2017)

Mariam Darus Badruzaman berpendapat bahwa konsumen pada dasarnya adalah : semua individu yang mempergunakan barang dan/atau jasa secara konkret dan nyata. Pengertian ini diambil dari yang dipergunakan oleh kepustakaan Belanda dengan istilah *konsument*. Para ahli hukum sepakat bahwa arti konsumen adalah pemakai terakhir dari benda dan/atau jasa (*Viteindelijke Gebruin Van Goerden En Dienst*) yang diserahkan kepada mereka pengusaha (Sutrisno et al., 2020).

Pada dasarnya kita mengenal konsumen sebagai bagian dari oknum yang ikut berpartisipasi saat terjadinya aktivitas perdagangan, namun tidak semua orang yang membeli barang atau benda dapat dikategorikan sebagai konsumen murni, karena bisa jadi ada orang yang sengaja membeli sesuatu barang atau benda namun ia menjualnya kembali kepada orang lain dengan alasan tertentu (*resaller*) namun pemahaman ini sangat berbeda dengan apa yang disebutkan dalam UUPK.

Dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), disebutkan pada pasal 1 angka 2 bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan (UU Konsumen, 1999).

Berdasarkan isi pasal di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen pada dasarnya adalah orang yang memang murni sebagai pengguna barang atau jasa untuk dirinya sendiri atau keluarganya di mana produk barang atau jasa tersebut bukanlah untuk dijual kembali. Dengan demikian, seorang yang disebut sebagai konsumen adalah orang sebagai pemakai akhir dari suatu produk barang atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya.

Konsumen jika di lihat dari penjelasan UUPK pasal 1 angka 2, maka konsumen dibagi atas 2 bagian yaitu konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemakai akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam Undang-undang ini adalah konsumen akhir atau murni sebagai pengguna suatu produk barang dan jasa saja.(UU Konsumen, 1999)

Dalam mendukung terselenggaranya kegiatan perdagangan atau jual beli yang baik dan jujur, Negara memiliki kewajiban untuk hadir memberikan perlindungan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan perdagangan atau jual beli tersebut. Hal ini dikarenakan setiap warga negara Indonesia memiliki hak dan kewajiban yang sama dalam hukum dan pemerintahan sehingga konsumen juga wajib mendapatkan perlindungan hukum oleh negara. Perlindungan terhadap konsumen dalam kegiatan perdagangan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh Negara agar nantinya masyarakat tidak mengalami kerugian baik secara finansial, fisik maupun psikis, hal ini sesuai dengan pasal 1 angka 1 UU No. 8 tahun 1999 untuk melindungi konsumen.

Dalam aktivitas perdagangan konsumen sangat perlu dilindungi, karena dalam aktivitas perdagangan yang terbiasa menjadi korban dan menderita kerugian adalah konsumen. Rosmawati (2018) menyampaikan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala hal atau upaya yang sifatnya

menjamin adanya suatu kepastian hukum dalam memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, yaitu mencakup perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari kegiatan untuk memperoleh barang dan jasa hingga sampai akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut (Febry Anggrayani Koto, 2021).

Az. Nasution (2006) berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen, yang isinya memuat berbagai asas-asas yang sifatnya mengatur dan melindungi konsumen. Hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah konsumen tersebar dalam berbagai bidang hukum (Stephanie Lamentira, 2022). Meski begitu, perlu dipahami bahwa kehadiran Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tidak hanya berlaku sepihak dengan hanya melindungi konsumen saja, namun undang-undang ini juga menjelaskan tentang hak-hak yang dimiliki oleh pengusaha, dengan demikian tujuan hadirnya undang-undang ini adalah untuk memberikan suasana kondusif dalam kegiatan perdagangan di Indonesia.

2.2 Kewajiban dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Dalam pasal 1 angka 3 UUPK disebutkan bahwa pelaku usaha 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.

Perlu dipahami pula, bahwa UUPK juga menyebutkan mengenai hak dan kewajiban dari pengusaha dalam menjalankan aktivitas usahanya. Pada Pasal 7 UUPK disebutkan mengenai kewajiban dari pelaku usaha. Kewajiban dari pelaku usaha ini dapat dimaknai sebagai berikut :

- a. Pelaku usaha wajib untuk beritikad baik kepada konsumen dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Pelaku usaha wajib untuk selalu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur terkait kondisi dan menjamin atas barang dan jasa serta memberi penjelasan tata cara penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan atas barang dan jasa.
- c. Pelaku usaha wajib untuk memperlakukan (melayani) konsumen secara benar, jujur dan tidak diskriminatif terhadap konsumen.
- d. Pelaku usaha wajib menjamin mutu barang dan atau jasa yang di produksi atau yang diperdagangkan berdasarkan standar mutu barang atau jasa yang berlaku.
- e. Pelaku usaha wajib memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan mencoba barang dan atau jasa tertentu serta memberi jaminan atau garansi atas barang yang dibuat dan yang di jual.
- f. Pelaku usaha wajib memberikan kompensasi seperti ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemakaian atas barang atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Pelaku usaha wajib memberikan kompensasi seperti ganti rugi dan penggantian apabila barang dan jasa yang di terima konsumen atau di dimanfaatkan oleh konsumen yang tidak sesuai dengan perjanjian awal. (UU Konsumen, 1999)

Gunawan Wijaya berpendapat bahwa tanggung jawab pelaku usaha selalu berkaitan dengan kerugian yang diterima maupun yang dialami oleh konsumen, termasuk dalam hal perjanjian jual beli dalam hukum perlindungan konsumen. Tanggung jawab pelaku usaha dikenal juga dengan istilah *Product liability*. (Handriani, 2020)

Dalam melaksanakan suatu aktivitas perdagangan, pelaku usaha dan konsumen juga harus memahami apa saja yang menjadi bagian dari tanggung jawab dari pelaku usaha. Menurut Anoraga (2007), menyatakan bahwa pengembangan dari suatu usaha merupakan suatu tanggung jawab dari setiap pengusaha / wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, kreativitas dan motivasi. Aktivitas yg dilakukan dalam pengembangan usaha bertujuan untuk menciptakan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yg diinginkan konsumen (Giawa, Pasaribu, & Pasaribu, 2021). Dalam Pasal 19 UUPK dijelaskan mengenai tanggung jawab dari pelaku usaha. Tanggung jawab dari pelaku usaha dapat berupa memberikan ganti rugi atas

kerusakan, pencemaran, ataupun kerugian dari konsumen akibat dari penggunaan ataupun mengkonsumsi barang atau jasa yang diperdagangkan.

Ganti rugi yang dimaksud di sini dapat berupa pengembalian dalam bentuk uang ataupun penggantian dalam bentuk barang atau jasa yang memang sejenis atau memiliki nilai yang setara dengan barang atau jasa yang dibeli. Selain itu dapat pula diganti dalam bentuk perawatan kesehatan maupun pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan dari peraturan perundang-undangan yang berlaku di mana tempat perjanjian tersebut dibuat.

Dalam hak pemberian ganti rugi, maka pemberian ganti rugi yang dimaksud harus dilakukan dalam waktu 7 (tujuh) hari pasca tanggal transaksi dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Selain itu, perlu diingat pula bahwa pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud di atas tidak akan menghapuskan kemungkinan adanya suatu tuntutan pidana jika mana terbukti terdapat unsur kesalahan yang dilakukan pengusaha di dalamnya, namun ketentuan ganti rugi tidak dapat dilakukan apabila ternyata pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan sebenarnya terjadi akibat perbuatan ataupun kesalahan dari konsumen.

3. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian studi kepustakaan (*library research*). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Sugiyono berpendapat, metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian untuk berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan saat meneliti suatu objek yang bersifat alamiah, (lawan dari eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Abdussamad, 2021). Sampel sumber data diperoleh secara purposif dan snowballing, lalu teknik pengumpulan data diambil dengan triangulasi, selanjutnya analisis data diproses secara induktif ataupun kualitatif, dimana hasil pada penelitian kualitatif ini akan lebih menekankan terhadap makna dari pada generalisasi. Sumber data yang pakai dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder, yang mana data ini bersumber dari peraturan perundang-undangan, hasil penelitian terdahulu (tesis), buku teks (*e-book*), jurnal ilmiah, berita dari internet dan sumber data sekunder lainnya. Selanjutnya analisis data yang dilakukan pada penelitian ini bersifat induktif dimana data yang diperoleh atau didapatkan selanjutnya akan dikonstruksikan menjadi suatu hipotesis.

4. PEMBAHASAN

4.1. Hak serta Kewajiban konsumen dalam Aktivitas Perdagangan.

Ketika kita membahas mengenai mengenai konsumen, maka tentu saja di pihak lain terdapat pihak produsen / penjual / pelaku usaha sebagai pihak yang menjual produk barang atau jasa. Perlu diingat, Pelaku usaha juga diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang mana pelaku usaha ini termuat pada Pasal 1 angka 3 yang isinya menyebutkan bahwa pelaku usaha 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pasal 1 angka tiga (3) UUPK menjelaskan bahwa yang termasuk dalam kategori pelaku usaha antara lain seperti perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.

Sebenarnya tujuan dalam upaya melindungi konsumen saat menggunakan suatu produk barang atau jasa antara lain adalah untuk meningkatkan kualitas dari barang ataupun jasa dari penyedia produk (produsen atau pelaku usaha) dalam menjamin keberlangsungan usaha dari si pemilik usaha dapat tetap terus berjalan. Untuk memastikan usaha dari pelaku usaha dapat terus berjalan sebagaimana mestinya maka setiap pelaku usaha wajib memberikan jaminan terhadap kesehatan, keamanan, kenyamanan maupun keselamatan dari konsumen dalam menggunakan produk barang dan / atau jasa yang mereka jual.

Dalam memastikan konsumen aman, nyaman, dan terhindar dari bahaya saat menggunakan sebuah produk maka ditegaskan pada Pasal 3 UUPK bahwa pada dasarnya perlindungan konsumen memiliki tujuan seperti :

1. Meningkatkan kesadaran , kemampuan maupun kemandirian dari konsumen.
2. Meningkatkan harkat maupun martabat konsumen.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen saat memilih, menentukan , maupun menuntut hak-haknya sebagai seorang konsumen.
4. Menghadirkan unsur-unsur kepastian hukum maupun keterbukaan informasi dalam memperoleh suatu informasi.
5. Menghadirkan kesadaran pelaku usaha agar bersikap jujur dan dapat bertanggung jawab saat menjalankan aktivitas usaha.
6. Meningkatkan kualitas dari barang maupun jasa terhadap konsumen.

Selanjutnya, perlu dipahami pula bahwa setiap konsumen dalam menggunakan barang dan jasa atas sebuah produk memiliki hak yang dilindungi oleh UUPK, hak konsumen tersebut terdapat dalam pasal 4 UUPK antara lain seperti :

1. Hak untuk mendapatkan kenyamanan , keamanan, maupun keselamatan.
2. Hak untuk dapat memilih barang maupun jasa yang sesuai dengan nilai tukar, kondisi, jaminan atau garansi yang dijanjikan oleh pengusaha.
3. Hak untuk mendapat informasi yang benar, jujur dan jelas atas barang yang dibeli.
4. Hak untuk didengar mengenai pendapat ataupun keluhannya terhadap barang yang dibeli.
5. Hak mendapatkan advokasi, konservasi atau perlindungan, dan tindakan dalam penyelesaian sengketa dengan adil dan benar.
6. Hak mendapat pembinaan maupun pendidikan terhadap konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan (dilayani) dengan benar, jujur dan tidak bersikap diskriminatif.
8. Hak memperoleh ganti rugi atau kompensasi apabila barang yang diterima konsumen tidaklah sesuai dengan apa yang telah dijanjikan sebelumnya.

Dari hak di atas dapat diartikan sebagai berikut:

Perlindungan mengenai hak konsumen untuk mendapatkan kenyamanan , keamanan, maupun keselamatan yang dimaksud di sini adalah setiap konsumen dalam menggunakan barang yang diperdagangkan oleh pengusaha harus mampu memberikan kenyamanan , keamanan, maupun keselamatan bagi masyarakat yang berperan sebagai konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Dalam hal ini dapat kita asumsikan jika seorang pengusaha menjual produk berupa makanan/minuman yang dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen, maka produk yang dijual tersebut tidak menimbulkan dampak negatif bagi konsumen, seperti tidak meracuni konsumen atau menyebabkan konsumen mengalami gangguan kesehatan.

Perlindungan hak konsumen atas memilih produk / barang / jasa. Dalam membeli barang atau menggunakan jasa tertentu, konsumen memiliki hak penuh untuk memilih produk-produk barang ataupun jasa yang hendak ia gunakan. Pemilihan ini sangat erat kaitannya dengan merek barang, jenis barang, harga barang, wujud barang sesuai dengan kemampuan finansial, kebutuhan dan selera dari konsumen tanpa boleh di intimidasi oleh pemilik usaha saat proses jual beli berlangsung.

Perlindungan terhadap hak konsumen untuk mendapat informasi yang benar, jujur dan jelas atas barang yang dibeli. Pedagang wajib menjelaskan dengan detail mengenai keadaan dari barang atau jasa yang tawarkan kepada konsumen tanpa menutupi keadaan yang sebenarnya dari suatu barang atau jasa yang ditawarkan demi membuat konsumen mau membeli barang atau jasa yang ia tawarkan.

Perlindungan terhadap hak konsumen untuk didengar mengenai pendapat ataupun keluhannya terhadap barang yang dibeli. Masyarakat sebagai konsumen memiliki hak untuk mengemukakan keluhan dan pendapatnya mengenai suatu barang dan jasa yang ia gunakan dari pedagang. Pedagang tidak boleh mengabaikan keluhan dan pendapatnya dari konsumen, pedagang wajib untuk menindaklanjuti keluhan yang diberikan dengan cara-cara yang sopan dan memiliki etika sehingga konsumen merasa nyaman dengan respons yang diberikan oleh pengusaha.

Perlindungan terhadap hak konsumen dalam mendapatkan advokasi, konservasi atau perlindungan, dan tindakan dalam penyelesaian sengketa dengan adil dan benar. Konsumen tidak

boleh di intimidasi oleh pihak manapun ketika ia merasa dirugikan atas penggunaan produk barang atau jasa yang ia gunakan dari penyedia barang ataupun jasa. Pemerintah melalui YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) wajib memberikan pendampingan dalam penyelesaian masalah yang terjadi antara konsumen dengan pemilik usaha. YLKI akan menerima aduan dari konsumen terkait kerugian yang diterima oleh konsumen atas tindakan pengusaha, lalu YLKI juga akan memberikan perlindungan atas data diri konsumen yang membuat laporan. Setelah YLKI mendengar keluhan konsumen, YLKI juga akan mengonfrontasi pemilik usaha terkait permasalahan yang terjadi, kemudian YLKI akan memfasilitasi antara konsumen dan pengusaha dalam hal mediasi terlebih dahulu untuk menyelesaikan permasalahan di antara mereka. YLKI dapat mewakili konsumen secara hukum, namun apabila konsumen merasa upaya hukum melalui YLKI tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen dapat melakukan upaya hukum lainnya dengan menggunakan jasa pengacara swasta dalam penyelesaiannya.

Perlindungan hak konsumen dalam mendapat pembinaan maupun pendidikan terhadap konsumen. Dalam hal melindungi konsumen dari hal yang tidak diinginkan, maka konsumen berhak untuk mendapatkan pemahaman dan penjelasan secara spesifik mengenai tata cara penggunaan produk barang dan jasa yang akan dibeli oleh konsumen. Konsumen harus diberikan edukasi terkait hal apa yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan oleh konsumen, lalu konsumen juga harus diberikan edukasi apabila terjadi hal yang tidak diinginkan saat menggunakan produk barang dan jasa. Untuk lebih informatif dalam upaya penggunaan barang atau jasa, maka selain penjelasan secara verbal, pemilik usaha atau pengusaha juga wajib menyertakan *manual book* kepada konsumen agar konsumen tidak lupa mengenai cara-cara penggunaan barang atau jasa yang dijelaskan pemilik usaha kepada konsumen.

Perlindungan hak konsumen untuk diperlakukan (dilayani) dengan benar, jujur dan tidak bersikap diskriminatif. Setiap konsumen dalam melakukan aktivitas jual beli wajib di berikan pelayanan yang ramah, sopan, mendapatkan informasi yang jujur dan tidak diperlakukan diskriminatif oleh pemilik usaha. Pengusaha dilarang memberikan informasi yang palsu atas produk yang ia jual, pengusaha juga dilarang untuk berbuat tidak sopan sebelum dilakukannya, saat dilakukannya ataupun sesudah dilakukannya aktivitas jual beli. Selain itu, pengusaha sangat dilarang untuk berperilaku diskriminatif kepada konsumen dengan alasan apapun, contohnya pedagang dilarang tidak melayani konsumen atas dasar ketidak sukaan dari suku, agama dan ras konsumen ataupun pedagang dilarang tidak melayani konsumen hanya karena konsumen tersebut tidak memiliki gestur seperti orang kaya.

Perlindungan hak konsumen memperoleh ganti rugi atau kompensasi apabila barang yang diterima konsumen tidaklah sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan. Pada hak ini dapat dipahami bahwa pemilik usaha wajib bertanggung jawab penuh atas barang dan jasa yang ia jual kepada konsumen. Barang atau jasa yang dijual oleh pengusaha dan dibeli oleh konsumen harus sesuai sebagaimana yang diperjanjikan oleh pengusaha kepada konsumen. Apa bila barang ataupun jasa yang dijual tidak layak sebagaimana yang diperjanjikan pemilik usaha kepada konsumen maka pengusaha wajib bertanggung jawab penuh atas barang ataupun jasa tersebut. Pengusaha wajib mengganti kerugian dari konsumen dengan barang atau jasa sebagaimana yang telah diperjanjikan dari awal. Ganti kerugian ini pada umumnya hanya berkaitan dengan kerugian materil dari konsumen dan bukan kerugian immateril, namun bila mana terdapat itikad baik dari pengusaha untuk memberikan kompensasi kepada konsumen maka itu bagian dari hak pengusaha.

Selain hak dari konsumen, maka konsumen juga wajib memahami apa yang menjadi kewajiban mutlak dari konsumen secara hukum. Kewajiban konsumen tercantum pada pasal 5 UUPK, dimana dapat di dipahami bahwa kewajiban konsumen antara lain seperti :

- a. Konsumen wajib untuk terlebih dahulu membaca (mengikuti) terkait informasi dan tata cara dalam penggunaan barang demi menjaga keamanan dan keselamatan konsumen.
- b. Konsumen wajib beritikad baik saat melakukan transaksi perdagangan.
- c. Konsumen wajib melakukan pembayaran sesuai dengan nominal ataupun nilai tukar yang telah disepakati antara konsumen dan pengusaha.
- d. Konsumen wajib mengikuti tata cara penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen menurut hukum yang berlaku.

Berikut merupakan penjelasan singkat mengenai kewajiban dari konsumen dalam aktivitas jual beli sebagaimana disebutkan di atas.

Konsumen wajib untuk terlebih dahulu membaca (mengikuti) terkait informasi dan tata cara dalam penggunaan barang demi menjaga keamanan dan keselamatan konsumen yang mana artinya seorang konsumen wajib mematuhi mengenai aturan ataupun petunjuk yang dikeluarkan oleh perusahaan penyedia barang atau jasa dalam menggunakan barang atau jasa yang ia gunakan. dengan kata lain aturan yang dikeluarkan atau disebutkan oleh produsen ataupun pemilik usaha adalah kesepakatan resmi baik itu tertulis ataupun tidak tertulis yang wajib di taati oleh konsumen. Apa bila konsumen melakukan hal yang tidak sebagaimana mestinya menurut ketentuan penggunaan barang atau jasa yang dikeluarkan oleh pengusaha ataupun produsen, maka tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran atas aturan dalam penggunaan barang ataupun jasa, sehingga apa bila terjadi hal yang tidak diinginkan terhadap barang ataupun diri dari pengguna barang tersebut maka dapat diasumsikan bahwa konsumen yang telah melakukan kesalahan sehingga tanggung jawab dari pemilik usaha tidak dapat dimintai mengingat kelalaian sepenuhnya dilakukan oleh konsumen. Dengan demikian kesepakatan atau perjanjian yang disepakati oleh konsumen dengan pengusaha ataupun produsen saat awal pembelian barang dianggap batal atau tidak berlaku. Contohnya seperti saat membeli laptop, maka pihak penjual akan membuat segel garansi pada bagian tertentu di laptop, akan tetapi karena kesengajaan dari konsumen, segel garansi tersebut di rusak dan dilakukan pembongkaran secara sepihak oleh konsumen, maka atas kejadian ini dapat dikategorikan bahwa konsumen melanggar ketentuan yang diperjanjikan sehingga apa bila terjadi kerusakan pada laptop tersebut maka pedagang tidak dapat dimintai pertanggung jawaban oleh konsumen.

Konsumen wajib beritikad baik saat melakukan transaksi perdagangan. Harus di pahami bahwa antara konsumen dengan pedagang pada umumnya dari awal telah membuat kesepakatan mengenai nominal maupun nilai tukar yang disetujui bersama dalam sebuah aktivitas transaksi jual beli. Kesepakatan mengenai nominal maupun nilai tukar yang digunakan dalam pembayaran wajib diikuti oleh konsumen, yang mana konsumen tidak dapat mengubah nominal maupun nilai tukar pembayaran secara sepihak tanpa adanya kesepakatan dengan pihak produsen atau pengusaha. Dengan demikian konsumen tidak dapat bertindak secara sepihak dengan mengganti nominal dan nilai tukar yang digunakan tanpa adanya izin dari pengusaha, meskipun menurut konsumen nominal dan nilai tukar itu sama nilainya jika dikonversikan dengan nominal dan nilai tukar yang diperjanjikan.

Konsumen wajib mengikuti tata cara penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen menurut hukum yang berlaku. Dalam menyelesaikan permasalahan mengenai kerugian konsumen saat menggunakan produk barang atau jasa dimana konsumen tidak mendapatkan produk yang layak atau sesuai sebagaimana yang diterangkan oleh pengusaha, maka konsumen wajib melakukan upaya persuasif terlebih dahulu seperti dengan melakukan komplain secara pribadi kepada pengusaha terkait permasalahan yang merek alami dengan tujuan untuk mencari solusi dari permasalahan yang terjadi, namun apa bila tidak ditemukan jalan keluar atau solusi yang baik antara pengusaha dan konsumen, maka konsumen dapat melakukan upaya pelaporan ke YLKI, yang mana YLKI akan melakukan upaya mediasi dengan pihak penyedia barang ataupun jasa, YLKI juga dapat bertindak secara hukum dalam menyelesaikan masalah antara pengusaha dengan konsumen. Namun jika dalam prosesnya tidak mendapatkan hasil sebagaimana yang diharapkan, maka pihak konsumen memiliki hak untuk menyelesaikan permasalahan tersebut melalui jalur litigasi atau persidangan dengan melakukan proses peradilan terkait sengketa perlindungan konsumen.

4.2. Kesadaran Masyarakat Mengenai Perlindungan Konsumen.

Pada era modern saat ini, masyarakat umumnya sudah sangat paham mengenai aktivitas transaksi jual beli dan bagaimana etika dalam aktivitas jual beli yang baik dan benar, namun dari banyak masyarakat yang memahami mengenai sistem dan aktivitas jual beli yang baik dan benar, terselip sedikit kekurangan pemahaman yang dimiliki oleh masyarakat terkait kesadaran akan pentingnya perlindungan terhadap konsumen dalam penggunaan produk barang dan jasa yang diperjualbelikan di masyarakat.

Bukan hanya masyarakat yang berkedudukan sebagai konsumen, tapi masyarakat yang berkedudukan sebagai pelaku usaha juga banyak yang belum memaknai dengan benar mengenai arti penting dari perlindungan konsumen sehingga tidak jarang banyak pelaku usaha yang nakal dengan menjajakan barang ataupun jasa dengan cara-cara yang culas sehingga merugikan banyak pihak yang berkedudukan sebagai konsumen.

Kerugian yang banyak di terima oleh konsumen pada dasarnya karena adanya ketidakseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha. Jika di telaah, ketidakseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha dapat terjadi karena rendahnya kesadaran konsumen mengenai perlindungan konsumen mengenai hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Terdapat beberapa faktor-faktor yang membuat kesadaran masyarakat atas perlindungan konsumen sangat rendah, seperti :

1. Tingkat pendidikan masyarakat yang relatif rendah.
2. Sistem penegakan hukum yang birokratis.
3. Kedudukan yang tidak seimbang antara produsen dengan konsumen
4. Daya beli masyarakat yang relatif rendah. (Adi, Putra, Budiarta, & Puspasutari, 2023)

Selain faktor-faktor diatas, terdapat faktor lain dalam pembentukan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap perlindungan konsumen seperti :

1. Masalah sosial.

Masalah sosial di sini dapat diartikan bahwa ketika sesuatu hal yang sedang *trend* dan banyak diperbincangkan dalam kehidupan masyarakat, baik itu berupa produk barang, jasa ataupun tempat tempat tertentu yang memiliki keunikan tersendiri maka konsumen atau masyarakat akan cenderung mencari produk barang atau jasa yang sedang trend tersebut tanpa mempertimbangkan mengenai aspek keamanan, kesehatan, keselamatan dari konsumen, contohnya seperti kasus terkait penjualan *iPhone* dengan harga murah yang melibatkan 2 orang wanita muda kembar. Pada kejadian tersebut banyak konsumen yang terbuai dengan harga murah dari produk *smart phone* terkenal itu, yang pada akhirnya tidak sedikit konsumen yang dirugikan atas aktivitas penipuan berkedok penjualan *smart phone* berkualitas dengan harga murah. Di sini terlihat bahwa logika konsumen akan di kalahkan dengan iming-iming dari penjual terkait hal-hal yang sedang *trend* di kehidupan sosial masyarakat.

2. Masalah budaya

Masalah budaya mempengaruhi rendah pemahaman masyarakat mengenai pentingnya perlindungan konsumen. Kesamaan budaya pada setiap konsumen di suatu daerah akan membuat konsumen lebih cenderung menggunakan produk barang ataupun jasa tersebut. Alasannya sangat sederhana, hal ini terjadi karena mereka memiliki kesamaan adat dan budaya, sehingga dengan adanya labelisasi tersebut maka konsumen akan lebih percaya dalam menggunakan produk tersebut tanpa memperhatikan lebih cermat atau saksama mengenai aspek keamanan, keselamatan, kesehatan dari konsumen itu sendiri. Contohnya seperti banyak hadirnya kedai kopi Aceh. Menjamurnya kedai kopi Aceh membuat *trend* minum kopi mulai menggeliat lagi, tidak sedikit orang yang mulai melirik usaha kedai kopi Aceh ini, namun di sisi lain terkadang konsumen tidak sadar bahwa jenis, merek dan asal kopi yang digunakan di masing-masing kedai kopi Aceh itu berbeda antara satu sama lain, sehingga bisa dipastikan rasa kopi yang dibuat pada masing-masing kedai kopi Aceh akan menghasilkan rasa yang berbeda pula. Ada konsumen yang mengeluhkan mengenai lambungnya setelah mengkonsumsi kopi di kedai kopi Aceh, padahal hari-hari sebelumnya konsumen tersebut juga mengkonsumsi kopi di kedai kopi Aceh yang lain, namun sama sekali ia tidak mengalami permasalahan pada kesehatannya.

Di sini dapat di lihat bahwa suatu tempat yang mengusung nama daerah dalam memasarkan produk dagangannya akan jauh lebih dikenal di kalangan masyarakat, namun belum tentu tempat-tempat yang mengusung nama daerah tersebut memiliki kualitas yang sama antara satu tempat dengan tempat yang lainnya.

3. Masalah Agama.

Masalah agama juga dapat melemahkan pemahaman orang mengenai pentingnya perlindungan konsumen dalam menggunakan suatu produk barang ataupun jasa. Jika suatu produk barang diberikan label halal maka konsumen akan cenderung lebih percaya dalam menggunakan produk tersebut tanpa

mempertimbangkan faktor lain seperti kesehatan dan keselamatan dari konsumen tersebut, hal ini dikarenakan bagi konsumen akan lebih aman jika sudah terdapat labelisasi halal pada sebuah produk dari pada melihat apa saja yang terkandung sebagai bahan baku pembuatan dari suatu produk tersebut. Label halal memang sudah menjamin bahwa barang atau benda tersebut sudah aman digunakan dari segi agama, namun bukan berarti label halal dapat melepaskan konsumen dari hal-hal yang membahayakan kesehatan, keamanan dan keselamatan diri konsumen. Contoh nyata dapat kita perhatikan seperti saat seorang menderita hipertensi. Konsumen yang memiliki masalah hipertensi harus jeli dalam mengkonsumsi makanan ataupun minuman agar kesehatan, keamanan dan keselamatannya terjaga, namun hal tersebut tidak berlaku apa bila konsumen tersebut ingin mengkonsumsi makanan ringan yang sebenarnya sudah memiliki label halal namun tidak mempertimbangkan bahan baku yang terkandung di dalam makanan ringan tersebut. Bisa jadi akibat banyaknya penyedap atau MSG yang terkandung dalam makanan ringan tersebut bakal membuat konsumen tersebut menjadi sakit.

4.3. Konsumen Harus Cerdas dalam Membeli Produk.

Dalam aktivitas menggunakan barang atau jasa yang dibeli pada kehidupan sehari-hari, seorang konsumen harus memiliki perilaku tersendiri dalam memilih, memilih dan membeli barang atau jasa. Perilaku konsumen dapat kita artikan sebagai suatu proses pengambilan keputusan dari individu ataupun kelompok yang mana keputusan tersebut diambil melalui proses evaluasi terlebih dahulu sehingga nantinya individu atau kelompok tersebut akan paham bagi mana cara untuk mendapatkannya dan mempergunakan dengan benar.

Perilaku konsumen pada dasarnya dapat menjadi landasan bagi seorang konsumen dalam menentukan apakah ia nantinya akan membeli atau tidak membeli suatu produk barang ataupun jasa, contohnya seperti ketika terdapat barang atau jasa yang ditawarkan dengan harga jual murah ataupun mahal maka pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen tersebut dapat bervariasi, apakah ia akan membeli barang atau jasa tersebut dengan harga murah sesuai dengan kemampuan finansial konsumen ataukah ia menimbang akan membeli dengan harga lebih mahal dengan berpedoman harga akan mempengaruhi kualitas dari suatu barang atau jasa.

Jenkins membedakan perilaku konsumen dalam 4 kategori, saya (bagaimana saya melihat diri saya), tentang saya (bagaimana saya pikir orang lain melihat saya, kami (yang saya kenali dan siapa yang ingin saya kenali), dan mereka (yang saya ingin membedakan diri). Kategori yang berkaitan dengan individu disebut sebagai 'interior' dan yang berakar pada identitas kolektif disebut sebagai 'eksterior'. Eksterior ini yang sering disebut preferensi yang tertanam secara sosial, dimana preferensi individu dipengaruhi oleh preferensi orang lain. Hal ini yang terkadang menyebabkan konsumen membeli barang/jasa bukan karena kebutuhannya tetapi karena alasan lain, seperti *trend*, meningkatkan kelas sosial dan alasan lainnya. Maka tak heran untuk memberi isyarat status, orang mengkonsumsi satu atau lebih dari sejumlah barang status, seperti mobil, rumah, eksotis liburan, perhiasan, dan lainnya yang dijadikan sebagai indikator kesuksesan (Wulandari, 2018).

Seorang konsumen harus cerdas dalam berperilaku saat menggunakan suatu produk barang dan jasa. Konsumen yang cerdas wajib mampu membedakan antara yang dibutuhkan dengan yang diinginkan atau dapat kita sebut juga seorang konsumen harus punya standar prioritas dalam membeli barang atau jasa. Yang dibutuhkan maksudnya adalah seorang konsumen harus paham mengenai barang/jasa yang diperlukannya pada waktu yang tepat, sedangkan yang diinginkan dapat diartikan sebagai suatu hasrat untuk membeli barang atau jasa yang belum tentu ia diperlukan pada saat itu namun ia membelinya hanya karena hasratnya saja.

Terdapat beberapa alasan logis yang membuat mengapa seorang konsumen harus cerdas berperilaku saat membeli barang atau jasa, diantaranya karena :

1. Banyaknya produk barang atau jasa yang dijual dengan variasi berbeda antara satu dengan yang lainnya tergantung dari merek, kualitas maupun harga yang diinginkan oleh konsumen.
2. Minimnya pengetahuan yang dimiliki konsumen terhadap produk barang atau jasa yang beredar di pasaran, sehingga sulit bagi konsumen dalam menjatuhkan pilihan terhadap barang atau jasa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen.

3. Banyaknya trik atau cara pedagang dalam menarik minat dari para konsumen, sehingga tidak jarang konsumen terbuai dan akhirnya membeli barang tersebut meski kadang barang yang dibeli sebenarnya bukanlah sama sekali barang yang konsumen butuhkan.
4. Kemampuan ekonomi konsumen yang berada pada level menengah ke bawah mengharuskan konsumen untuk pandai menempatkan skala prioritas dalam membeli barang agar konsumen tidak menghamburkan uangnya untuk membeli barang yang tidak penting.

Seorang konsumen yang cerdas harus memahami bahwa setiap pengusaha pasti memiliki trik atau cara tersendiri dalam menarik pelanggannya. Dalam upaya menarik pelanggan tersebut, tidak jarang konsumen akan terbuai dengan hal-hal yang ditawarkan oleh pedagang sehingga konsumen tidak lagi menempatkan skala prioritas dalam membeli produk barang atau jasa. Jika seorang konsumen tidak berperilaku cerdas dalam membeli barang maka tidak bisa dimungkiri bahwa konsumen akan banyak mengalami kerugian. Terdapat beberapa hal yang dapat merugikan konsumen jika konsumen tidak jeli saat akan membeli produk barang atau jasa, seperti :

1. Tidak sedikit pedagang yang membuat diskon atau potongan harga yang mana harga dari produk yang dijual telah dinaikkan terlebih dahulu.
2. Promosi iklan yang memberikan informasi berlebihan ataupun sama sekali tidak benar, misalnya iklan parfum yang menampilkan jika seorang konsumen memakai parfum mereka maka konsumen akan disukai oleh lawan jenisnya.
3. Banyak diantara pedagang yang melakukan kecurangan dalam menjual barang yang satuan hitungnya diukur dengan berat, seperti berat barang yang dijual tidak sesuai lagi dengan apa yang tertera pada label barang.
4. Timbangan yang digunakan oleh pedagang sudah dimanipulasi sehingga takaran sudah tidak sesuai lagi dengan yang sebenarnya.
5. Pedagang yang dengan sengaja menjual barang yang cacat ataupun telah rusak.
6. Produk barang berupa makanan atau minuman yang dijual tidak memiliki tanggal pembuatan dan kedaluarsa.
7. Produk barang yang dijual sudah tidak lagi sesuai dengan spesifikasi barang yang sebenarnya.
8. Produk barang yang dijual mengandung bahan-bahan berbahaya bagi kesehatan dan keselamatan konsumen.
9. Produk barang atau benda yang dijual adalah barang tiruan atau palsu namun di buat sangat mirip dengan aslinya.
10. Produk barang atau benda yang dijual tidak memiliki lisensi atau izin baik dari pemerintah daerah ataupun pemerintah pusat.
11. Produk barang tidak memiliki label halal, SNI ataupun izin dari BPOM.
12. Produk yang dijual adalah produk barang ilegal.

Terdapat 3 hal yang harus dilakukan oleh konsumen jika konsumen ingin berperilaku cerdas dalam membeli atau menggunakan produk barang atau jasa, diantaranya :

1. Konsumen harus berfikir terlebih dahulu sebelum membeli barang seperti :
 - a. Biasakan untuk merencanakan membeli barang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan bukan apa yang diinginkan.
 - b. Mencari informasi melalui internet / *smart phone* terkait produk yang hendak dibeli seperti ciri produk yang baik, variasi harga antara satu tempat dengan tempat lainnya dan merek barang yang akan dibeli, tempat-tempat penjualan barang yang dibutuhkan.
 - c. Membuat suatu daftar belanjaan dan hanya akan membeli barang yang tercantum dalam daftar belanjaan saja.
 - d. Memperkirakan berapa anggaran belanja yang harus dikeluarkan sebelum berbelanja.
2. Konsumen harus memiliki sikap saat membeli barang, seperti :
 - a. Terbiasa untuk meneliti terlebih dahulu saat memilih dan membeli barang.
 - b. Terbiasa untuk bertanya kepada pedagang terkait barang yang hendak dibeli.
 - c. Terbiasa untuk mencintai dan membeli produk anak bangsa ataupun produk lokal.
 - d. Terbiasa untuk terlebih dahulu membaca label barang dengan cermat, seperti kandungan yang terdapat pada produk, masa kedaluarsa pada produk, petunjuk penggunaan dari produk.

- e. Selalu memastikan produk yang dibeli memiliki tanda SNI (Standar Nasional Indonesia).
 - f. Selalu memastikan apakah barang yang dibeli memiliki izin dari pemerintah daerah, BPOM, DEPKES ataupun label halal.
 - g. Selalu memperhatikan mengenai petunjuk penggunaan barang harus terdapat yang berbahasa Indonesia agar lebih memudahkan konsumen dalam memahami produk barang.
 - h. Selalu memastikan bahwa barang yang hendak dibeli memiliki kartu garansi sebagai jaminan tertulis dari pengusaha bagi konsumen.
 - i. Tidak terpaksa hanya kepada satu pedagang saja dengan tujuan jika saat akan membeli ditemukan hal yang tidak memuaskan baik itu karena pelayanan, harga barang ataupun kualitas barang yang dijual maka konsumen dapat beralih ke pedagang lainnya.
3. Konsumen harus memiliki sikap setelah membeli barang, seperti :
- a. Berani menyampaikan keluhan kepada pemilik usaha apabila ternyata produk yang dijual tidak sesuai kualitasnya dengan apa yang dijanjikan sejak awal.
 - b. Selalu menyimpan bukti pembayaran dan kartu garansi agar nantinya *claim* atas barang dapat dilakukan jika terdapat kerusakan ataupun ketidak sesuaian pada barang.
 - c. Menginformasikan kepada pihak lain jika terdapat penipuan yang dilakukan oleh pedagang terkait barang yang dibeli oleh konsumen apa bila barang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh pedagang atau pengusaha.
 - d. Melaporkan pengusaha ke YLKI apa bila konsumen merasa dirugikan atas produk barang atau jasa yang dijual.
 - e. Melakukan upaya mediasi terlebih dahulu jika mengalami permasalahan dalam aktivitas jual beli
 - f. Melakukan upaya litigasi / upaya hukum apa bila mana upaya mediasi tidak dapat tercapai.
- Jika konsumen telah dapat menerapkan perilaku cerdas dalam menjadi konsumen, maka banyak manfaat yang akan diterima konsumen dalam kehidupan sehari-harinya, seperti :
1. Konsumen akan lebih aman, nyaman dan selamat saat menggunakan produk barang atau jasa.
 2. Konsumen akan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar barang atau jasa sesuai dengan jaminan yang dijanjikan.
 3. Konsumen akan mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa.
 4. Konsumen akan didengar pendapat dan keluhannya oleh pedagang.
 5. Konsumen akan mendapatkan perlindungan secara hukum saat terjadi sengketa terkait kerugian konsumen.
 6. Konsumen akan mendapatkan ilmu atau pengetahuan lebih banyak terkait barang atau jasa yang akan di beli.
 7. Konsumen akan diperlakukan atau dilayani secara baik dan tidak diskriminatif.
 8. Konsumen akan lebih hemat dalam melakukan pengeluaran keuangan.
 9. Konsumen akan lebih selektif dan teliti saat memilih barang atau jasa.
 10. Konsumen akan menjadi orang yang terperencana dan terstruktur jika ingin membeli barang atau jasa.
 11. Konsumen akan memiliki tabungan lebih untuk masa depan.
 12. Konsumen akan dapat berinvestasi dari sisa uang yang ia miliki.
 13. Konsumen akan pandai dalam penempatan skala prioritas dalam pembelian barang atau jasa.
 14. Konsumen akan terhindar dari tipu muslihat saat akan membeli barang atau jasa..
 15. Konsumen akan mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian pembelian.

5. KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan.

1. Konsumen wajib memahami dengan baik dan benar mengenai Hak dan kewajibannya sebagai konsumen dalam aktivitas perdagangan sebagaimana yang termuat di dalam Undang-Undang

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen dengan tujuan agar para pengusaha ataupun pedagang tidak bertindak semena-mena kepada konsumen saat aktivitas perdagangan berlangsung.

2. Konsumen harus memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi ketidakpahaman konsumen akan hak dan kewajibannya saat aktivitas perdagangan terjadi, sehingga dengan hadirnya pemahaman konsumen mengenai faktor-faktor kelemahan konsumen dalam aktivitas perdagangan maka lambat laun akan hadir mengenai gambaran pola hidup cerdas sebagai konsumen dalam membeli produk barang atau jasa.
3. Konsumen harus cerdas dalam membeli produk barang atau jasa yang tersedia di pasaran dengan cara konsumen harus memahami apa saja alasan-alasan mengapa konsumen harus berperilaku cerdas, lalu konsumen harus mengetahui bagaimana cara berperilaku cerdas dalam aktivitas perdagangan, sehingga nantinya konsumen akan mendapatkan banyak manfaat ketika konsumen sudah menerapkan perilaku cerdas dalam aktivitas perdagangan di kehidupan sehari-hari.

6. KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

1. Bagi konsumen : Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa banyak konsumen yang terjebak dan mengalami kerugian akibat tidak berhati-hati dalam membeli produk berupa barang ataupun jasa. Konsumen harus dengan cermat memahami apa saja yang menjadi hak dan kewajiban dari konsumen, selain itu konsumen harus pula memahami dan menerapkan pola perilaku hidup cerdas dalam aktivitas perdagangan agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan saat membeli produk barang atau jasa.
2. Bagi pelaku usaha : Pelaku usaha harus memahami apa saja yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan ketika bertindak sebagai pengusaha saat terjadinya aktivitas perdagangan dengan menerapkan apa yang termuat dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dengan adanya pemahaman dan penerapan aturan hukum dalam aktivitas perdagangan maka akan tercipta harmonisasi hubungan antara pengusaha dengan konsumen dan pengusaha juga akan terhindar dari tuntutan hukum yang diajukan oleh konsumen.
3. Bagi Peneliti selanjutnya : Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian secara spesifik terhadap suatu kejadian dengan metode penelitian kualitatif (study kasus maupun studi lapangan) sehingga gambaran yang didapatkan mengenai pemahaman konsumen terhadap hak dan kewajibannya dalam aktivitas perdagangan dapat lebih jelas tergambar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada Allah SWT, keluarga, teman, sahabat dan juga seluruh civitas Universitas Mikroskil yang telah memberi dukungan terhadap penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1 ed.; P. Rappana, Ed.). Makasar: CV. Syakir Media Press.
- Adi, C., Putra, G., Budiarta, I. N. P., & Puspasutari, N. M. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Analogi Hukum*, 5(1), 86–92. Diambil dari <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/analogihukum/index>
- Febry Anggrayani Koto. (2021). *Tesis perlindungan hukum bagi konsumen terhadap minuman kemasan yang tidak memenuhi standar mutu nasional indonesia(sni) di kota pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Giawa, C., Pasaribu, R. M., & Pasaribu, H. D. S. (2021). KINERJA USAHA SEBAGAI MODERASI JARINGAN USAHA TERHADAP PENGEMBANGANN USAHA (STUDI MITRA BINAAN PEGADAIAN MEDAN. *Journal Of Economics and Business*, 02(02), 1–17. Diambil dari <http://jurnal.uhn.ac.id/index.php/ekonomibisnis/JEB>
- Handriani, A. (2020). Perlindungan Konsumen dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli Online. *Palrev, Journal of law*, 3(2), 127–138.
- Stephanie Lamentira, R. S. (2022). Pemenuhan Hak Konsumen Oleh Pelaku Usaha Untuk

- Memperoleh Hak dalam Pembelian Motor di PT. Distributor Motor Indonesia. *Jurnal komunikasi hukum*, 8, 1–13. Diambil dari <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jkh>
- Sukiman. (2017). *Seri Pendidikan Orang Tua : Menjadi Konsumen Cerdas (I*; S. Agus Mohamad Solihin, Ed.). Jakarta: Direktorat Pembinaan Pendidikan Keluarga Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Sutrisno, B., Martini, D., & Haq, L. M. H. U. (2020). Penyuluhan Hukum Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Di Desa Gelogor Kecamatan Kediri Lombok Barat. *Jurnal Kompilasi Hukum Volume*, 5(1), 226. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jkh.v5i1.48>
- UU Konsumen, P. *Undang - Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.* , (1999).
- Wulandari, A. (2018). Konsumen Cerdas : Penerapan Kurikulum Multi Aksara. *Jurnal AKRAB*, VI, 46.