

PERANAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN OBAT-OBATAN MELALUI INTERNET

**Oleh :
Gst. Ngurah Arya Dharma Susila
Ni Nyoman Sukerti**

Bagian Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Udayana

ABSTRACT

This writing shall be entitled as “The Role of the Consumer Protection Agency against the Sale of Drugs via the Internet”. This writing shall apply normative legal research method combined with several approaches of regulatory and factual approach respectively. This writing shall illustrate the role of consumer protection agencies in protecting the rights of consumers. Conclusion that can be drawn through this paper is the role of the competent institutions, namely the National Consumer Protection Agency, Institute for Consumer Protection Organization, the Indonesian Consumers Foundation, and the Consumer Dispute Settlement Board in providing legal protection for consumers, these institutions have its own role, such as receiving complaints about consumer protection of the public, in collaboration with relevant agencies in efforts to achieve consumer protection, to supervise the implementation of consumer protection and to resolve disputes relating to consumer protection.

Keywords : Consumer Protection Agency, Drugs, Internet, Role

ABSTRAK

Tulisan ini berjudul “Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen terhadap Penjualan Obat-obatan melalui Internet”. Tulisan ini menggunakan jenis penelitian hukum Normatif dengan jenis pendekatan berupa Pendekatan Peraturan dan Pendekatan Fakta. Tulisan ini akan menggambarkan peranan lembaga-lembaga perlindungan konsumen dalam melindungi hak-hak konsumen. Kesimpulan yang dapat ditarik melalui tulisan ini adalah peran serta lembaga-lembaga yang berwenang, yaitu Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, lembaga-lembaga tersebut memiliki perannya tersendiri, seperti menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen serta untuk menyelesaikan sengketa terkait perlindungan konsumen.

Kata Kunci : Lembaga Perlindungan Konsumen, Obat-obatan, Internet, Peranan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di era globalisasi ini, teknologi dan informasi berkembang dengan sangat pesat. Teknologi yang terus-menerus dikembangkan menyebabkan semakin mudahnya segala informasi untuk diakses. Internet merupakan salah satu teknologi yang menyebabkan terhubungnya segala informasi dari Indonesia maupun dari seluruh dunia. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan oleh manusia melalui internet adalah kegiatan jual-beli. Pada umumnya, kegiatan jual-beli dilakukan antara pedagang dan pembeli secara langsung dengan bertatap muka, namun dengan adanya teknologi internet, kegiatan jual-beli dapat dilakukan tanpa bertatap muka. Internet memudahkan orang untuk memasarkan barang dagangannya tanpa harus memiliki tempat untuk berjualan. Begitu juga dengan para pembeli, mereka tidak perlu untuk keluar rumah untuk pergi ke pasar tradisional maupun pasar modern untuk membeli barang yang diinginkan. Para penjual cukup membuat iklan dan mempublikasikannya di internet.

Dewasa ini, iklan yang paling sering dipublikasikan di internet adalah iklan mengenai obat-obatan. Berbagai jenis dan manfaat obat-obatan ditawarkan seperti untuk kecantikan, kesehatan maupun untuk manfaat yang lain. Iklan penawaran obat-obatan ini selalu ditawarkan dengan menyertakan testimoni keberhasilan dari orang-orang yang sudah menggunakannya tanpa kita tahu kebenarannya. Konsumen hanya perlu bertransaksi melalui internet dan barang akan diantar setelah sesuai kesepakatan. Kita tidak mengetahui seberapa efektif dan bagaimana manfaat yang dirasakan oleh konsumen setelah pemakaian obat-obat tersebut karena para konsumen biasanya malu atau bahkan cenderung untuk menutupi khasiat atau efek yang ditimbulkan dari pemakaian obat tersebut, padahal seperti diketahui untuk pemakaian obat apapun harus atas persetujuan dan anjuran dari ahlinya. Konsumen yang merasa dirugikan oleh pemakaian obat-obatan tersebut seharusnya melakukan pengaduan kepada lembaga-lembaga atau badan-badan perlindungan konsumen agar nantinya dapat ditindaklanjuti. Berdasarkan hal tersebut, maka kita perlu mengetahui bagaimanakah perlindungan yang dapat diberikan kepada konsumen selaku pengguna oleh badan yang berwenang agar mengurangi resiko yang ditimbulkan akibat pembelian dan penggunaan obat-obatan tersebut.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui peran serta lembaga-lembaga yang berwenang dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen selaku pembeli dan pengguna obat-obatan yang ditawarkan melalui internet.

II. ISI MAKALAH

2.1 Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah jenis penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif merupakan penelitian hukum kepustakaan yang mencakup penelitian terhadap asas-asas hukum, sistematik hukum, penelitian terhadap taraf sinkronisasi vertikal dan horizontal, perbandingan hukum, serta sejarah hukum.¹ Sedangkan jenis pendekatan yang digunakan adalah Pendekatan Peraturan dan Pendekatan Fakta. Analisis terhadap bahan-bahan hukum yang telah diperoleh dilakukan dengan Teknik Deskripsi dan Teknik Argumentasi.

2.2 Hasil dan Pembahasan

2.2.1 Lembaga-lembaga Perlindungan Konsumen

Pengaturan mengenai perlindungan konsumen sangatlah dibutuhkan. Menurut Az Nasution, diperlukan adanya suatu hukum yang dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen.² Di Indonesia, peraturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pengertian perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 1 angka 1 UUPK yang berbunyi “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Dalam upaya melangsungkan kegiatan perlindungan konsumen, dibutuhkan lembaga-lembaga atau badan-badan yang menjadi wadah bagi konsumen. Lembaga-lembaga atau badan-badan dalam perlindungan konsumen, antara lain:

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)
2. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)
3. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

¹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2007, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, h.12

² Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, h. 13

4. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)³

2.2.2 Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Kepada Konsumen dari Penjualan Obat-Obatan di Internet

Lembaga-lembaga Perlindungan Konsumen memiliki perannya tersendiri dalam hal perlindungan konsumen, yaitu:

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

Fungsi dan peran BPKN diatur pada Pasal 34 UUPK. Pasal tersebut menyebutkan beberapa fungsi dan peran BPKN dalam hal perlindungan konsumen, antara lain BPKN dapat melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen; menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha; menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen; memberikan saran dan rekomendasi kepada Pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen.

2. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)

Peran LPKSM dalam memberikan perlindungan kepada konsumen dari penjual obat-obatan di internet dapat ditemukan pada Pasal 44 ayat (3) UUPK, antara lain LPKSM dapat menyebarluaskan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan; bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen; membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

3. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Peran YLKI dalam memberikan perlindungan kepada konsumen menurut Indah Sukmaningsih, adalah “untuk membuat keadaan lebih menguntungkan kondisi konsumen dengan hasil-hasil survei dan penelitian yang dilakukan, mencoba untuk mengubah keadaan melalui dialog dengan para pengambil keputusan dan juga

³ *Ibid*, h. 118-126

membantu konsumen untuk memecahkan masalah-nya dalam berhadapan dengan birokrasi pemerintah.”⁴

4. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Badan atau lembaga yang paling berperan penting jika ada konsumen yang membutuhkan perlindungan dari adanya penjualan obat-obatan di internet adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Tugas dan wewenang BPSK tercantum pada Pasal 52 UUPK. Pada Pasal 54 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) UUPK mengatur bahwa, dalam menyelesaikan sengketa konsumen dibentuk Majelis yang terdiri atas sedikitnya 3 (tiga) anggota dibantu oleh panitera. Putusan yang dijatuhkan Majelis BPSK bersifat final dan mengikat. Sanksi yang dijatuhkan terhadap pelanggaran UUPK adalah sanksi administratif dan sanksi pidana, adanya kedua sanksi tersebut diharapkan membawa efek jera agar tidak ada lagi pelanggaran kepada konsumen, sehingga konsumen mendapatkan hak-hak yang seharusnya sebagai konsumen

III. KESIMPULAN

Terdapat beberapa lembaga yang berwenang dalam melakukan perlindungan terhadap konsumen, antara lain BPKN, LPKSM, YLKI dan BPSK. Lembaga-lembaga perlindungan konsumen tersebut memiliki perannya tersendiri dalam upaya memberikan perlindungan terhadap konsumen, seperti menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen serta untuk menyelesaikan sengketa terkait perlindungan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.

⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, h. 124, dikutip dari Indah Sukmaningsih (YLKI), 1998, *Dimensi Pelayanan Publik dalam Masalah Perlindungan Konsumen, dalam Percakapan tentang Pendidikan Konsumen dan Kurikulum Fakultas Hukum*, YLKI USAID, Jakarta, h. 38

Indah Sukmaningsih, 1998, *Dimensi Pelayanan Publik dalam Masalah Perlindungan Konsumen, dalam Percakapan tentang Pendidikan Konsumen dan Kurikulum Fakultas Hukum*, YLKI USAID, Jakarta.

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2007, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen