

**PENDAMPINGAN IBU RUMAH TANGGA DALAM MENGGONSUMSI
BARANG DAN JASA (KONSUMEN CERDAS) BERDASARKAN UNDANG-
UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

Siti Nurul Intan Sari D¹, Muhammad Arafah Sinjar²
Dosen Fakultas hukum UPN Veteran Jakarta

¹Dosen Fakultas Hukum UPN Veteran Jakarta

²Dosen Fakultas Hukum UPN Veteran Jakarta

E-Mail : sinuinsada@yahoo.com & m.arafah.sinjar@gmail.com

ABSTRAK

Banyaknya berita mengenai kerugian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang beredar di masyarakat, menjadi keresahan dan kekhawatiran khususnya ibu rumah tangga yang biasanya membeli barang dan jasa yang akan dikonsumsi oleh keluarga. Seringkali ditemukan adanya anggota keluarga yang keracunan dalam mengkonsumsi makanan kemasan karena masa *expired* yang sudah lewat, ibu rumah tangga memakai kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dan tidak memiliki izin BPOM dan banyaknya ibu rumah tangga yang tertipu jasa travel umroh.

Pengabdian ini memberikan manfaat berupa meningkatnya pengetahuan dan pemahaman ibu rumah tangga mengenai konsumen cerdas dalam memiliki pengetahuan mengenai kelayakan barang dan jasa yang akan dikonsumsi sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen agar tidak dirugikan di kemudian hari.

Pengabdian ini dilakukan dengan metode pendampingan dengan tahapan-tahapan persiapan yang meliputi survey kondisi masyarakat sasaran, mengurus perizinan, kemudian menentukan permasalahan objek sasaran, setelah itu melakukan tahap pelaksanaan dengan proses sosialisasi dilanjutkan pada tahap pendampingan pada ibu rumah tangga di RT.005, Kelurahan Ciganjur.

Ibu rumah tangga sebelumnya menerapkan konsep mengkonsumsi barang dan jasa tanpa mengetahui hak dan kewajibannya sebagai konsumen Edukasi terhadap ibu rumah tangga mengenai konsumen cerdas dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang beredar di masyarakat harus terus dilakukan baik melalui pendampingan seperti yang dilakukan oleh tim abdimas maupun sosialisasi langsung secara berkala.

Kata kunci : Ibu Rumah Tangga, Konsumsi Barang dan Jasa, Konsumen Cerdas

PENDAHULUAN

Kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap benda atau jasa yang dapat memberikan kepuasan jasmani maupun kebutuhan rohani. Dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, manusia tidak terlepas dari mengkonsumsi barang dan jasa. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen (Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen). Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen (Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen).

Dalam sebuah keluarga, ibu rumah tangga biasanya bertugas untuk memilih barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam keluarga. Sering kali, kita temukan banyaknya berita-berita yang menyebabkan anggota keluarga keracunan dalam mengkonsumsi makanan sehari-hari yang berbentuk kemasan, di karenakan masa "*expired*" dari makanan yang sudah lewat. Kasus lain terjadi, dimana ibu rumah tangga yang memakai produk kosmetik yang mengandung bahan berbahaya dan tidak memiliki izin dari BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan). Selain itu, dalam bidang jasa, dimana ibu rumah tangga yang tetipu jasa pemberangkatan umroh, yang menyebabkan uang yang disetor ke travel umroh tidak dapat dikembalikan.

Kasus-kasus yang banyak terjadi pada masyarakat di atas menyebabkan kerugian pada si konsumen sebagai pengguna barang dan jasa. Padahal konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa harus mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan /atau jasa. Selain itu, konsumen juga harus mendapatkan hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa tersebut.

Ibu-ibu di kelurahan Ciganjur banyak yang belum memiliki pengetahuan dalam pemilihan barang dan jasa baik yang akan dikonsumsi maupun dipakai untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Padahal, dari ketidaktahuan inilah, banyak hal-hal yang merugikan konsumen terjadi. Oleh karena itu, kami mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan kepada ibu rumah tangga dengan judul "**Pendampingan Ibu Rumah Tangga dalam Mengkonsumsi Barang dan Jasa (Konsumen Cerdas) berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen**".

Permasalahan Mitra

Di Indonesia, Ibu rumah tangga adalah kelompok pebelanja yang memiliki sikap yang dianggap mempunyai porsi yang signifikan terhadap total konsumen. Kriteria kelompok ini adalah perempuan baik yang sudah menikah atau sudah bercerai, dan menjalani kehidupannya sebagai seorang ibu rumah tangga. Banyaknya "*brand*" baik lokal maupun internasional yang menasar kalangan "ibu rumah tangga" sebagai target market tunggal membuat ibu rumah tangga dianggap sebagai pemberi keputusan yang mempengaruhi pembelian produk di ranah keluarga, aspirasi ibu rumah tangga dinilai sangatlah penting dalam memilih produk barang dan jasa untuk dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari keluarga.

Pada umumnya, permasalahan pemilihan barang dan jasa untuk dikonsumsi dalam kehidupan rumah tangga, bermula dari ibu rumah tangga yang biasa memilih barang dan jasa

untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga sehari-hari. Ibu yang biasanya bertugas membeli kebutuhan sehari-hari, baik di pasar tradisional, mini market, super market dan online shop yang sedang marak saat ini. Jika ibu rumah tangga salah dalam memilih barang ataupun jasa yang akan dikonsumsi, maka hal ini akan berakibat fatal untuk anggota keluarga lainnya.

Pada RT.005/Kelurahan Ciganjur banyak ibu rumah tangga yang belum menjadi konsumen yang cerdas dalam memilih barang dan jasa. Masih banyaknya ibu rumah tangga yang memilih barang dan jasa sesuai keinginan dan bukan kebutuhan. Contoh yang sederhana, di mana ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan barang yang akan dikonsumsi sehari-hari tidak membaca informasi produk yang diberikan. Pada pemilihan kosmetik yang dipakai, ibu-ibu memilih dari harga yang murah tanpa melihat kualitas dan ada atau tidaknya izin BPOM. Begitu juga dengan pemilihan jasa umroh, dimana ibu rumah tangga lebih memilih penyelenggara umroh dengan harga yang murah tanpa memikirkan fasilitas, keamanan dan kenyamanan saat pemberangkatan. Selain itu, banyak ibu-ibu rumah tangga yang belum mengetahui hak dan kewajibannya sebagai konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Sesuai dengan judul Pengabdian Kepada Masyarakat yakni pendampingan, maka metode pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan metode pendampingan. Implementasi riil dari pendampingan dilakukan melalui proses berdialog dengan masyarakat sasaran melalui kegiatan pra penyuluhan, setelah itu ditindaklanjuti dengan kegiatan pelatihan dalam bentuk penyuluhan. Setelah dilakukan sosialisasi maka diadakan pula pelatihan konsumen cerdas dalam memilih barang dan jasa berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan pada akhirnya dilaksanakan kegiatan simulasi untuk menguji peningkatan pemahaman para ibu-ibu rumah tangga untuk menjadi konsumen cerdas. Keseluruhan kegiatan dilakukan dengan memperhatikan tertib administratif, sehingga setiap kegiatan wajib mendapatkan izin dan dilakukan pencatatan pada sekretariat Rukun Tetangga setempat yang menjadi mitra dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Secara bertahap, pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan tahap sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
 - a. Proses perizinan kepada pihak Mitra.
 - b. Perolehan dan pengumpulan data.
2. Tahap Pelaksanaan (tahap pendampingan melalui sosialisasi, penyuluhan dan simulasi)
 - a. Diskusi dengan mitra mengenai peran.
 - b. Diskusi dengan mitra mengenai solusi.
 - c. Dialog, diskusi, sosialisasi, dan pelatihan mengenai Konsumen Cerdas dalam mengkonsumsi barang dan jasa berdasarkan ketentuan undang-undang.
3. Tahap Pelaporan
 - a. Melaporkan kemajuan setelah diadakannya dialog dengan mitra.
 - b. Mempublikasi hasil Pengabdian Kepada Masyarakat.
 - c. Penerapan model kebijakan khusus di masyarakat.
 - d. Melaporkan laporan akhir setelah diseminarkan.

Setiap tahap dilakukan dengan kerja sama tim sesuai dengan pembagian tugas yang telah disepakati bersama. Tahap-tahap ini disusun sesuai dengan ketentuan administratif, dan kebutuhan masyarakat yang menjadi target sasaran. Melihat bahwa masyarakat target sasaran merupakan ibu-ibu rumah tangga maka setiap tahap pelaksanaan dilakukan dengan memperhatikan kegiatan atau rutinitas serta latar belakang pengetahuan dari para ibu- rumah tangga tersebut sehingga setiap kegiatan yang terlaksana dihadiri sesuai kuantitas peserta yang ditargetkan.

Dalam tahap persiapan, tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan kunjungan kepada Ketua RT setempat. Hal ini dimaksudkan untuk membangun komunikasi aktif dengan pejabat terkait sehingga setiap proses pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dalam pengetahuan dan izin yang diberikan oleh pihak terkait. Dalam mengurus perizinan, tim Pengabdian Kepada Masyarakat membawa surat tugas dari Fakultas Hukum UPN Veteran Jakarta, disertai dengan permohonan kerja sama melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan dengan tema ini sangat didukung oleh RT setempat mengingat tema pengabdian kepada masyarakat ini sangat penting bagi warga mereka. Sesuai dengan ketentuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, setiap kegiatan dilakukan dengan proses administrasi dan dokumentasi. Dalam berdialog dengan ketua RT setempat, tim pengabdian kepada masyarakat memulai mencari informasi akurat mengenai jumlah ibu-ibu rumah tangga dan kebiasaan para ibu-ibu rumah tangga dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Dalam paparan ketua RT, menguatkan data tim pengabdian kepada masyarakat bahwa pola mengkonsumsi barang dan jasa yang dilakukan ibu-ibu yang menjadi target sasaran memang membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi berdasarkan keinginan, belum memperhatikan keamanan dari pemakaian barang dan jasa, serta belum mengetahui hak dan kewajibannya sebagai konsumen, apabila terjadi pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha.

Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam tahap persiapan adalah pengumpulan data empiris (*field research*) langsung mengamati pola ibu-ibu rumah tangga dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang menjadi target sasaran pengabdian kepada masyarakat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan para ibu-ibu rumah tangga yang mengkonsumsi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dan keluarganya, banyak ibu-ibu rumah tangga yang belum mengetahui hak dan kewajibannya sebagai konsumen.

Pada tahap pengumpulan data juga tim menentukan berapa jumlah peserta yang akan diundang dalam proses rangkaian pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, berdasarkan kajian data mengenai jumlah ibu rumah tangga (wanita yang sudah berkeluarga) dan tidak bekerja, maka tim menentukan jumlah peserta sebanyak 60 orang. Terhadap 60 orang peserta tersebut tim pengabdian kepada masyarakat mempersiapkan materi yang mencakup pengertian konsumen, jenis konsumen, undang-undang perlindungan konsumen, pelaku usaha, barang dan jasa, hak dan kewajiban konsumen, pelanggaran-pelanggaran yang sering dilakukan pelaku usaha, sikap konsumen dan langkah-langkah menjadi konsumen cerdas.

Tahap pelaksanaan dilakukan dengan ibu-ibu di RT.005/Kelurahan Ciganjur dengan dua tahap. Tahap pertama materi yang diberikan difokuskan pada pengertian konsumen, jenis konsumen, undang-undang perlindungan konsumen, pelaku usaha, barang dan jasa, kemudian pelanggaran-pelanggaran yang sering dilakukan pelaku usaha, sikap konsumen dan langkah-langkah menjadi konsumen cerdas. Adapun beberapa materi yang diberikan dalam proses penyuluhan yang diambil dari bahan yang berupa peraturan perundang-undangan, buku-buku dan bahan ajar mata kuliah Hukum Perlindungan Konsumen.

1. Mengenalkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang yang melindungi Konsumen di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Sebagaimana dalam Pasal 1 angka 1 UUPK, bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepala konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.³

2. Mengenalkan Pengertian Konsumen dan Jenis-Jenis Konsumen

Memulai materi tentang pengertian Konsumen berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, dimana konsumen di Indonesia dilindungi dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Umumnya sebuah produk sebelum sampai ke tangan konsumen terlebih dahulu melalui proses distribusi yang cukup panjang, mulai dari produsen, distributor, agen, pengecer, hingga akhirnya sampai di tangan konsumen, sehingga dikenal dua jenis konsumen, yaitu **konsumen akhir** dan **konsumen antara**.

Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat 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 (UUPK) adalah konsumen akhir.⁴ Ibu Rumah Tangga dikategorikan sebagai konsumen akhir, karena sebagai pengguna dan pemanfaat akhir dari suatu produk yang akan dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari dan tidak untuk diperdagangkan atau dijualbelikan kembali.

3. Mengenalkan Pengertian Pelaku Usaha

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 UUPK, 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. Penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.⁵ Sebagai

³Penjelasan Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁴Ahmadi Miru dan Sutarnan Yodo, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Rajawali Pers, h. 4-6.

⁵Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Jakarta : Sinar Grafika, Jakarta, h. 41.

penyelenggara kegiatan usaha, pelaku usaha adalah pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negatif berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga, yaitu konsumen, sama seperti seorang produsen.⁶ Jadi, dapat disimpulkan bahwa bentuk pelaku usaha adalah orang perorangan (setiap individu yang melakukan usahanya secara sendiri-sendiri) dan badan usaha baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum.

4. Mengenalkan Pengertian Barang dan Jasa

Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen (Pasal 1 angka 4 UUPK). Sedangkan jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen (Pasal 1 angka 5 UUPK).

5. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak-Hak Konsumen diatur di dalam Pasal 4 UUPK yang menyebutkan bahwa hak-hak konsumen adalah :

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Beberapa rumusan tentang hak-hak konsumen yang telah dikemukakan secara garis besar dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:⁷

- a. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
- b. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar; dan
- c. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Selain hak, Konsumen juga mempunyai kewajiban yang diatur dalam Pasal 7 UUPK, yaitu :

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;

⁶Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, h. 17.

⁷Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, h.47.

- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Inti dari kewajiban konsumen tersebut, konsumen berkewajiban membaca atau mengikuti petunjuk dan informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa untuk keamanan dan keselamatan konsumen. Jika dikemudian hari, terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, maka konsumen berkewajiban mengikuti upaya penyelesaian hukum secara patut.

6. Hak & Kewajiban Pelaku Usaha

Seperti halnya Konsumen, pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban yang diatur dalam Pasal 6 UUPK. Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain mempunyai Hak, Pelaku Usaha juga mempunyai kewajiban berdasarkan Pasal 7 UUPK. Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, mulai dari barang dirancang, diproduksi dan sampai pada tahap penjualan, bahkan pelaku usaha berkewajiban memberikan ganti rugi apabila barang dan/atau jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan.

7. Bentuk-Bentuk Pelanggaran yang Sering dilakukan oleh Pelaku Usaha dalam Kehidupan Sehari-Hari.

Bentuk-bentuk pelanggaran yang dipaparkan oleh Tim Pengabdian kepada ibu rumah tangga, adalah bentuk-bentuk pelanggaran yang sering terjadi di masyarakat pada umumnya misalnya antara lain (dengan memberikan contoh-contoh dalam gambar visual):

- a. Pengembalian uang kembalian yang sering dilakukan oleh Pelaku Usaha berupa permen, sedangkan berdasarkan Pasal 2 ayat 3 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia bahwa setiap perbuatan yang menggunakan uang atau mempunyai tujuan pembayaran atau kewajiban yang harus dipenuhi dengan uang jika dilakukan di wilayah negara Republik Indonesia wajib menggunakan uang rupiah, kecuali apabila ditetapkan lain dengan Peraturan Bank Indonesia.
- b. Aturan Donasi. Sering kali konsumen menyumbang melalui minimarket, dengan kembalian yang tidak cukup besar, misalnya Rp. 300.000,-. Uang kembalian tiga ratus rupiah tersebut disumbangkan saja oleh Konsumen sesuai permintaan petugas minimarket karena nilainya yang tidak cukup besar. Konsumen mungkin saja tidak pernah tahu atau tak pernah mempertanyakan uang donasi itu dipakai untuk apa, apakah sudah mendapatkan izin dari instansi terkait atau belum.
- c. Barang dan jasa yang didapatkan konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan, misalnya apabila barang yang diterima konsumen rusak, cacat, bekas dan isinya yang tercemar. Selain itu, dalam bidang jasa yang didapatkan oleh Konsumen tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan oleh Pelaku Usaha, misalnya konsumen yang memakai jasa umroh suatu travel perjalanan haji dan umroh, tidak mendapatkan pelayanan fasilitas sesuai dengan apa yang diperjanjikan.

8. Yang Harus dilakukan Konsumen Apabila Haknya Dilanggar

Hal-hal yang dapat dilakukan Konsumen, apabila hak-haknya dilanggar adalah dapat melaporkan kepada :

1. Pelaku usaha terkait.
2. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen terdekat.
3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) setempat.
4. Dinas yang menangani perlindungan konsumen kabupaten/kota.

Berdasarkan Pasal 45 UUPK, setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui :

- (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

9. Bentuk Ganti Rugi Bagi Konsumen

Akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Bentuk ganti rugi berupa⁸ :

- a. Pengembalian uang;
- b. Penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara.
- c. Perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan yang berlaku.

⁸Usman Rachmadi, 2000, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*. Cetakan I, Jakarta : Djambatan, h. 218.

Apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen. Ini berarti bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.⁹

10. Langkah-Langkah menjadi Konsumen Cerdas

Memberikan pendampingan tentang langkah-langkah menjadi konsumen cerdas dalam mengkonsumsi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari, dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Belilah barang dan jasa yang akan dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan konsumen (bukan keinginan).

Hal ini harus dilakukan konsumen, agar konsumen tidak menjadi konsumtif dalam membeli produk barang dan jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan tetapi hanya diinginkan oleh konsumen.

- b. Teliti sebelum membeli produk barang dan jasa.

Minimal secara kasat mata mengetahui keadaan barang dan jasa tersebut. Jika konsumen kurang jelas, mengenai produk barang dan jasa tersebut, maka bertanya kepada pelaku usaha.

- c. Perhatikan apakah produk sesuai dengan standar.

Konsumen harus memperhatikan apakah barang yang dibeli sesuai dengan SNI (Standar Nasional Indonesia)

- d. Perhatikan Label dan Waktu Kadaluwarsa.

Periksa apakah label masih tersegel rapi atau sudah rusak. Luangkan waktu untuk membaca informasi produk yang biasanya tertera di belakang bungkus kemasan. Perhatikan juga masa kadaluwarsa karena kaitannya sangat erat dengan aspek kesehatan, keamanan dan keselamatan konsumen. Konsumen juga harus dapat membedakan antara “*Expired Date*” dan “*Best Before*”. *Expired Date* merupakan tanggal batas maksimal suatu produk aman dikonsumsi, sedangkan “*Best Before*” adalah tanggal yang menginformasikan tentang kualitas terbaik dari makanan atau minuman yang anda beli.

- e. Kritis dan Berani.

Apabila barang atau jasa yang dibeli konsumen tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan tidak sesuai dengan diperjanjikan, maka Konsumen harus berani dan kritis dalam memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen dengan cara melaporkannya kepada Pelaku usaha terkait, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen terdekat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) setempat dan Dinas yang menangani perlindungan konsumen kabupaten/kota.

HASIL DAN LUARAN YANG DI CAPAI

Hasil yang dicapai dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini meliputi meningkatnya pemahaman bagi ibu rumah tangga di RT. 005, Kelurahan Ciganjur. Pemahaman para ibu rumah tangga mengenai hak dan kewajibannya sebagai konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan

⁹*Ibid*.

Konsumen telah lebih komprehensif meliputi dari meningkatnya pengetahuan dan pemahaman mengenai konsumen cerdas dalam memilih barang dan jasa hingga hal-hal apa saja yang harus dilakukan ibu rumah tangga sebagai konsumen, apabila terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Peningkatan pemahaman ibu rumah tangga terlihat dari jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk *quiz*, setelah tim menyampaikan materi yang diberikan.

Luaran yang direncanakan dan capaian yang diharapkan dalam pengabdian kepada masyarakat ini, adalah sebagai berikut:

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
1	Publikasi ilmiah di prosiding.	<i>Published</i>
2	Publikasi pada media masa (cetak/elektronik)	<i>Tidak Ada</i>
3	Peningkatan omzet pada mitra yang bergerak dalam bidang ekonomi	<i>Tidak ada</i>
4	Peningkatan kuantitas dan kualitas produk	<i>Tidak ada</i>
5	Peningkatan pemahaman dan ketrampilan masyarakat	<i>Ada</i>
6	Peningkatan ketentraman /kesehatan masyarakat (mitra masyarakat umum)	<i>Tidak Ada</i>
7	Jasa, model, rekayasa sosial, sistem, produk/barang	<i>Tidak ada</i>
8	Hak kekayaan intelektual (paten, paten sederhana, hak cipta, merek dagang, rahasia dagang, desain produk industri, perlindungan varietas tanaman, perlindungan topografi)	<i>Tidak Ada</i>
9	Buku ajar	<i>Tidak ada</i>

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Pada Pengabdian Masyarakat ini, terlihat bahwa masyarakat sasaran yaitu ibu rumah tangga dalam memilih barang dan jasa untuk kebutuhan sehari-hari belum menjadi konsumen yang cerdas, dikarenakan belum memahami dengan jelas mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen yang dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat membawa pergeseran pemahaman dan perilaku ibu rumah tangga agar menjadi konsumen cerdas, kritis, serta memiliki kesadaran bertindak, baik untuk dirinya sendiri, keluarga maupun lingkungannya. Hal ini merupakan bentuk langkah preventif konsumen sebelum dirinya dirugikan dari pemakaian barang dan jasa yang dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari.

2. Saran

Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai konsumen cerdas ini, harus dilakukan secara berkelanjutan dalam upaya memberikan pemahaman, meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen khususnya ibu rumah tangga untuk melindungi dirinya dan keluarganya dalam memilih barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari, agar konsumen di Indonesia tidak dirugikan dalam pemakaian barang dan jasa serta pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, (2008), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Miru Ahmadi dan Sutarman Yodo, (2011), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta : PT. Rajawali Pers.
- Sidabalok, Janus, (2006), *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Usman Rachmadi, (2000), *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*. Cetakan 1, Jakarta : Djambatan.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia.