

Kepastian Hukum Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagai Alternatif Lembaga Penyelesaian Sengketa Antara Konsumen dan Pelaku Usaha

Razi Mahfudzi, Hartana, G. Nyoman Tio Rae

Universitas Bung Karno, Indonesia

E-mail: mahfudraze10@gmail.com, hartana_palm@yahoo.com, nrae88good@gmail.com

KEYWORD

*legal certainty,
consumer dispute
resolution agency,
dispute resolution.*

ABSTRACT

Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection is expected to educate the Indonesian people to be more aware of all their rights and obligations in business transactions, so the Consumer Dispute Resolution Agency (BPSK) was formed, based on Presidential Decree of the Republic of Indonesia Number 9 of 2001. The purpose of this study is to analyze the legal certainty of the Consumer Dispute Resolution Agency (BPSK) as an alternative institution in resolving consumer disputes. The method used is normative legal research with a statutory approach and document analysis. The results of the study indicate that although BPSK has final and binding legal force, there is legal uncertainty due to conflicting regulations. BPSK decisions often do not receive executory recognition in court, which results in weak protection for consumers. The conclusion of this study is the need to improve regulations related to BPSK so that they can function effectively in resolving consumer disputes and providing a sense of justice. With this improvement, it is hoped that BPSK can play a better role in protecting consumer rights in Indonesia. This study shows that improving regulations and public understanding of consumer rights can strengthen the position of consumers in trade transactions. In addition, improvements to the BPSK function are expected to increase public trust in the dispute resolution system, thereby creating a fairer and more transparent trading environment.

KATA KUNCI

kepastian hukum,
badan penyelesaian
sengketa konsumen,
penyelesaian
sengketa.

ABSTRAK

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia untuk lebih menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajibannya yang dimiliki dalam transaksi bisnis, maka dibentuklah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2001. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepastian hukum Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai lembaga alternatif dalam menyelesaikan sengketa konsumen. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun BPSK memiliki kekuatan hukum yang final dan mengikat, namun terdapat

ketidakpastian hukum akibat adanya regulasi yang saling bertentangan. Keputusan BPSK sering kali tidak mendapatkan pengakuan eksekutorial di pengadilan, yang mengakibatkan lemahnya perlindungan bagi konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perlunya penyempurnaan regulasi terkait BPSK agar dapat berfungsi secara efektif dalam menyelesaikan sengketa konsumen dan memberikan rasa keadilan. Dengan perbaikan ini, diharapkan BPSK dapat berperan lebih baik dalam melindungi hak-hak konsumen di Indonesia. penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan regulasi dan pemahaman masyarakat terhadap hak-hak konsumen dapat memperkuat posisi konsumen dalam transaksi perdagangan. Selain itu, perbaikan fungsi BPSK diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem penyelesaian sengketa, sehingga menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih adil dan transparan.

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan kegiatan fundamental untuk melaksanakan roda ekonomi suatu Negara. Jauh sebelum mengenal uang, Masyarakat melakukan transaksi perdagangan menggunakan sistem barter (Azzahra, 2023). Alat tukar yang digunakan pada sistem barter ini menggunakan pertukaran antara barang dengan barang lain yang dibutuhkan (Syafdinan, 2023). Misalnya manusia A memiliki satu kantung jagung dan menginginkan satu kantung daun teh, kemudian manusia B pada saat yang sama memiliki satu kantung daun teh dan menginginkan satu kantung jagung, maka manusia A dan manusia B melakukan transaksi pertukaran barang yang kemudian dikenal dengan Sistem Barter (Barkatullah & Djumadi, 2018).

Perkembangan metode Alat Tukar dan Teknologi ini merubah sistem perdagangan di dunia saat ini sehingga manusia dapat melakukan transaksi jual beli antar negara melalui *E-Commerce/Digital Platform* yang disediakan Pelaku Usaha agar mudah dijangkau oleh Calon Konsumen. “*E-Commerce*” dalam Bahasa Indonesia dapat disebut juga sebagai “Perdagangan Elektronik”. *E-Commerce* sendiri pertama kali dikenalkan dunia oleh Michael Aldrich seorang Wirausahawan asal Inggris yang pada mulanya muak melakukan transaksi melakukan perjalanan jual beli ke pasar (Paryadi, 2018). Maka pada tahun 1982 Michael Aldrich membuat dan mengenalkan pada dunia *Boston Computer* yang merupakan salah satu *E-Commerce* pertama di dunia. *E-Commerce* berkembang pesat dan banyak diminati oleh Pelaku Usaha & Konsumen, berikut beberapa fungsi serta kelebihan penggunaan *E-Commerce* untuk Pelaku Usaha & Konsumen:

1. *E-Commerce* menghemat waktu Calon Konsumen untuk berbelanja tanpa perlu keluar rumah.
2. Pelaku Usaha dapat memperluas usaha dengan menjangkau Calon Konsumen diseluruh dunia melalui *E-Commerce* (Kotler & Keller, 2016).
3. Pelaku Usaha dapat mengurangi biaya promosi untuk melakukan pemasaran barang/produk yang dijual.
4. Konsumen dapat melakukan aktivitas belanja tanpa dibatas oleh waktu dan dapat memilih banyak varian barang yang sama dengan *Vendor*/Pelaku Usaha yang berbeda-beda sehingga konsumen dapat melakukan perbandingan produk dan harga dengan cepat (Anggriawan, 2020).

Pengaruh perkembangan *E-Commerce* tersebut juga memengaruhi kondisi perdagangan Indonesia (Barkatullah, 2019). Merujuk data Pengguna *E-Commerce* pada tahun 2023 jumlah pengguna *E-Commerce* di Indonesia mencapai sampai dengan 196 Juta Pengguna. *E-Commerce*

dengan daftar kunjungan terbanyak pada periode bulan Januari 2023 – Desember 2023 tersebut di antara lain adalah Shopee dengan 2,3 Miliar kunjungan, Tokopedia dengan 1,25 Miliar Kunjungan, Lazada 762,4 Juta Kunjungan, Blibli dengan 337,4 Kunjungan, dan Bukalapak dengan 168,2 Juta Kunjungan. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya minat Masyarakat Indonesia mengunjungi *E-Commerce* yang tersedia di *Digital platform* serta *E-Commerce* mengubah cara pandang konsumen dalam melakukan pembelian dengan memungkinkan akses yang mudah dan cepat untuk mendapatkan produk & jasa (Kusnadi & Marpaung, 2022).

Perkembangan *E-Commerce* ini juga dipengaruhi dengan adanya perubahan perilaku Konsumen. Menurut Kotler dan Keller terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi daya Tarik beli konsumen yakni faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi:

1. Faktor Budaya, yaitu Pelaku usaha sangat memperhatikan nilai-nilai budaya dari setiap negara agar produk yang dipasarkan dapat diterima oleh Konsumen;
2. Faktor Sosial, yaitu kebanyakan Konsumen terpengaruh oleh kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung dengan perilaku konsumen. Kelompok tersebut memengaruhi konsumen dengan cara memperkenalkan gaya hidup baru dan menciptakan kenyamanan yang dapat memengaruhi pilihan produk dan merek.
3. Faktor Pribadi, yaitu keputusan pembelian Konsumen dipengaruhi faktor karakteristik pribadi, diantaranya adalah:
 - a. Usia atau tahap siklus hidup.
 - b. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi.
 - c. Kepribadian dan konsep diri.
 - d. Gaya Hidup.

Fenomena *E-Commerce* ini tidak menutup kemungkinan terjadi adanya *Dispute* (sengketa) antara Pelaku Usaha dengan Konsumen baik karena produk yang dijual belum memenuhi syarat keamanan & Kesehatan Konsumen maupun keaslian produk tersebut (Kumbara, 2021). Untuk mewujudkan hubungan yang kondusif antara Pelaku Usaha & Konsumen maka penting untuk pemerintah melakukan peningkatan penyelenggaraan perlindungan konsumen sehingga terdapat produk hukum dan saksi yang memaksa pelaku usaha untuk mentaatinya mengingat dampak penting yang ditimbulkan oleh pelaku usaha yang sewenang-wenang dan hanya mengutamakan keuntungan diri sendiri. Perlindungan konsumen merupakan segala Upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen (Kristiyanti, 2022).

Bahwa dengan berkembangnya perdagangan bebas yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen. Dimana konsumen perkembangan perekonomian yang pesat, telah menghasilkan beragam jenis dan variasi barang dan/atau jasa (Sitepu & Muhamad, 2021). Dengan dukungan teknologi dan informasi, perluasan ruang, gerak dan arus transaksi barang dan/atau jasa telah melintasi batas-batas wilayah Negara, konsumen pada akhirnya dihadapkan pada berbagai pilihan jenis barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif (Paryadi, 2018).

Kondisi seperti ini, pada satu sisi menguntungkan konsumen karena kebutuhan terhadap barang dan/jasa yang diinginkan dapat terpenuhi dengan beragam pilihan. Namun pada sisi lain, fenomena tersebut menenpatkan kedudukan konsumen terhadap produsen menjadi tidak seimbang, di mana konsumen berada pada posisi yang lemah (Nilawardhani, 2024). Karena konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang besarnya melalui kiat promosi cara penjualan yang merugikan konsumen (Helmi, 2015).

Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi produsen jelas sangat merugikan kepentingan rakyat. Pada umumnya produsen berlindung di balik *Standart Contract* atau

perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak, yakni antara konsumen dan produsen, ataupun melalui informasi semu yang diberikan oleh produsen kepada konsumen. Hal tersebut bukan menjadi gejala skala regional namun menjadi skala nasional. Lahir dari hal tersebut lahirnya cabang ilmu hukum yaitu Hukum Perlindungan konsumen.

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia baru mulai terjadi pada dekade 1970-an. Hal ini ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Ketika itu, gagasan perlindungan konsumen disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen (Pratiwi & Aradea, 2023).

Ketika YLKI berdiri, kondisi politik bangsa Indonesia saat itu masih dibayang-bayangi dengan kampanye penggunaan produk dalam negeri. Namun seiring perkembangan waktu, gerakan perlindungan konsumen dilakukan melalui koridor hukum yang resmi, yaitu bagaimana memberikan bantuan kepada masyarakat atau konsumen. Setelah itu, sejak dekade 1980an, gerakan atau perjuangan untuk mewujudkan sebuah undang-undang tentang perlindungan konsumen dilakukan selama bertahun-tahun. Pada masa Orde Baru, Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) tidak memiliki greget besar untuk mewujudkan karena terbukti pengesahan Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen (RUUPK) selalu ditunda (Santoso et al., 2020).

Baru pada era reformasi, keinginan terwujud UUPK bisa terpenuhi. Pada masa pemerintahan BJ Habibie, tepatnya tanggal 20 April 1999, RUUPK secara resmi disahkan sebagai UUPK. Dengan adanya UUPK, jaminan atas perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia diharapkan bisa terpenuhi dengan baik. Masalah perlindungan konsumen kemudian ditempatkan kedalam koridor suatu system hukum perlindungan konsumen, yang merupakan bagian sistem hukum nasional (Daffa & Marpaung, 2022).

Pada tanggal 20 April 1999 Pemerintah Indonesia telah mensahkan dan mengundangkan Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang Perlindungan Konsumen ini diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia untuk lebih menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajibannya yang dimiliki terhadap pelaku usaha. Sebagaimana tertera dalam konsiderans (UUPK), yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Bahwa Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mempunyai peraturan turunan yang mana hal tersebut tertuang mengenai hirarki peraturan sebagaimana dimaksud pada Pasal 7 ayat (1) yang terurai sebagai berikut

1. Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
2. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat
3. Undang-Undang/Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang
4. Peraturan Pemerintah
5. Peraturan Presiden
6. Peraturan Daerah Provinsi dan
7. Peraturan Daerah Kabupaten dan/ atau Kota

Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengenai Pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang dijelaskan secara teknis serta penyelesaian sengketa detailnya dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.

6/M-Dag/Per/2/2017 Tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dilanjutkan dengan peraturan Peraturan Pemerintah No 4 Tahun 2019 perubahan dari Peraturan Pemerintah No 57 Tahun 2001 serta dilanjutkan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia No 9 Tahun 2001 Tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen baik tingkat kabupaten maupun Kota yang dibentuk sesuai dengan kebutuhan tiap daerah baik tingkat Kabupaten dan/atau pun Kota untuk memenuhi peradilan khususnya mengenai sengketa konsumen dengan pelaku usaha.

Bahwa guna untuk mengakomodir penyelesaian sengketa antara konsumen dengan produsen yang akan diatur lebih khusus dalam peradilan diluar peradilan umum seperti menyelesaikan perkara di Pengadilan Negeri walaupun untuk mengajukan upaya hukum dan/atau keberatan atas Putusan BPSK tetap melalui peradilan Umum untuk eksekusi putusan tersebut. Bahwa sebelum membahas lebih teknis detail mengenai proses penyelesaian sengketa konsumen ada baiknya mengetahui jenis-jenis sengketa yang merupakan kewenangan peradilan BPSK yaitu sengketa barang dan jasa. Sengketa barang antara lain makanan dan minuman, berlangganan surat kabar, elektronik, serta perhiasan. Dan Sengketa jasa asuransi, pembelian rumah, perbankan, kredit kendaraan, telekomunikasi, listrik, air, dan PDAM. Tidak ketinggalan pelayanan Kartu Kredit, transportasi umum, serta parker juga tergolong dalam perselisihan jasa. Alur penyelesaian sengketa konsumen dengan pelaku usaha-baik publik maupun privat diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999. Dalam Undang-undang ini disebutkan bahwa, penuntasan masalah konsumen memiliki kekhasan. Adapun penyelesaiain sengketa Konsumen dengan 3(tiga) jenis metode: Mediasi, Konsiliasi, dan Arbitrase.

Tujuan penelitian ini meliputi beberapa aspek penting. Pertama, menganalisis kepastian hukum dengan mengidentifikasi dan menganalisis kepastian hukum yang terkait dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam konteks perlindungan konsumen di Indonesia. Kedua, mengevaluasi implementasi keputusan BPSK dan efektivitasnya dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi celah dan kelemahan dalam regulasi yang mengatur BPSK, serta membandingkannya dengan lembaga penyelesaian sengketa lainnya. Terakhir, peneliti akan menyusun rekomendasi untuk perbaikan regulasi dan praktik BPSK guna meningkatkan perlindungan hukum bagi konsumen.

Manfaat penelitian ini terdiri dari beberapa poin. Pertama, memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa. Kedua, penelitian ini menyediakan panduan bagi pembuat kebijakan dan legislator untuk merumuskan regulasi yang lebih efektif dan responsif terhadap kebutuhan konsumen. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai hak-hak konsumen dan mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia. Terakhir, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi praktisi hukum, akademisi, dan peneliti lain yang tertarik pada isu perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif, dengan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: pendekatan Perundang-undangan, pendekatan kasus, pendekatan konseptual, dan pendekatan analitis. Teknik pengumpulan bahan-bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan menginventarisasi aturan hukum positif, meneliti bahan pustaka (buku, jurnal ilmiah, laporan hasil penelitian) hukum dan sumber-sumber bahan hukum lainnya yang relevan dengan permasalahan hukum yang di kaji.

Langkah-langkah analisis hukum yang digunakan dalam penelitian ini meliputi identifikasi masalah, yaitu mengidentifikasi isu hukum yang berkaitan dengan kepastian hukum Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam konteks perlindungan konsumen. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan data dari sumber-sumber hukum primer dan sekunder, termasuk undang-undang, putusan pengadilan, dan literatur hukum yang relevan. Kemudian, analisis peraturan perundang-undangan dilakukan untuk menganalisis norma-norma hukum yang berlaku, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan pelaksanaannya, agar dapat memahami struktur dan hierarki hukum yang mengatur BPSK. Selain itu, studi kasus terhadap putusan-putusan BPSK dan pengadilan terkait dilakukan untuk menilai implementasi dan efektivitas keputusan yang diambil.

Penelitian juga mencakup perbandingan regulasi dan praktik BPSK dengan lembaga penyelesaian sengketa lainnya untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan. Akhirnya, simpulan dan rekomendasi disusun berdasarkan temuan untuk memberikan saran perbaikan regulasi dan praktik BPSK. Metode penelitian hukum normatif yang digunakan relevan dengan tujuan penelitian untuk mengeksplorasi dan menganalisis kepastian hukum dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK. Dengan pendekatan ini, penelitian dapat mengidentifikasi celah dalam regulasi yang ada dan memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana BPSK beroperasi dalam praktik, serta merekomendasikan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan untuk mencapai keadilan bagi konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepastian Hukum Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam Menangani Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Bertujuan Memenuhi Rasa Keadilan Bagi Konsumen

Keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) diharapkan mampu menyelesaikan konflik antara pelaku usaha dengan konsumen secara konsiliasi malah semakin tidak mendapatkan perhatian yang baik dari pemerintah daerah. Hal ini terbukti dengan banyaknya daerah yang belum memiliki lembaga BPSK.

Dalam konteks yudikatif, banyak putusan BPSK yang tidak mendapatkan kekuatan eksekutorial oleh pengadilan, bahkan dianulir oleh Mahkamah Agung. Fakta di atas, menunjukkan bahwa masih terdapat ketidakpastian dalam penegakan hukum perlindungan konsumen. Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang seharusnya dapat menjadi dasar penegakan perlindungan konsumen serasa masih banyak celah, dan tidak berkutik jika dihadapkan dengan Undang-undang yang lain. BPSK yang seharusnya menjadi tumpuan harapan bagi masyarakat dalam mencari keadilan atas haknya yang dirugikan oleh pelaku usaha, belum terlihat tajam dan berwibawa dalam menyelesaikan sengketa konsumen. Hal ini terbukti dengan masih banyaknya putusan yang dianulir oleh pengadilan. Fakta tersebut juga menggambarkan bahwa selama ini apa yang telah diputus oleh BPSK seolah-olah tidak mampu menyelesaikan masalah karena sulit mendapatkan kekuatan eksekutorial dan kekuatan hukum tetap oleh pengadilan.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah memberika BPSK posisi yang setara dengan peradilan dalam penyelesaian sengketa, sehingga BPSK memiliki kompetensi yang harus disahkan dan dihormati oleh lembaga lain. Ini adalah alasan dasar, mengapa UUPK mengamatkan pembentukan BPSK di setiap pemerintahan kabupaten dan kota di seluruh Indonesia. Tentu saja karena BPSK merupakan lembaga independen yang berfungsi selain melengkapi sengketa konsumen di luar pengadilan juga melakukan pengawasan penegakan perlindungan konsumen. Hal tersebut diatur secara tegas dalam Pasal 52 UUPK tentang Tugas dan Wewenang BPSK dan

secara khusus dijabarkan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK yang juga mengatur hukum acara untuk menyelesaikan sengketa konsumen di BPSK. BPSK sebagai lembaga penyelesaian sengketa tersebut tentunya memiliki keluaran berupa keputusan penyelesaian sengketa. Perlu juga diketahui, bahwa dalam kaitannya dengan keputusan BPSK pada dasarnya dibagi menjadi tiga jenis, yakni: keputusan dengan cara konsiliasi, mediasi, dan arbitrase. Perbedaan antara keputusan ini adalah mengenai substansi isi keputusan, keputusan BPSK melalui arbitrase berisi tentang duduknya perkara dan pertimbangan hukumnya.

Sementara itu, putusan dengan cara konsiliasi dan mediasi diterbitkan hanya berdasarkan surat perjanjian damai yang dibuat dan ditandatangani oleh kedua belah pihak yang berselisih. Peraturan tersebut pada dasarnya menyatakan bahwa putusan BPSK adalah putusan akhir dan telah mempunyai kekuatan hukum tetap (*incraht*). Akhir berarti penyelesaian sengketa dilakukan melalui BPSK harus berakhir dan selesai di BPSK. Sedangkan putusan yang memiliki kekuatan hukum tetap adalah putusan yang menurut ketentuan undang-undang tidak ada lagi kesempatan untuk menggunakan upaya hukum biasa terhadap putusan tersebut. Jadi dengan kata lain, putusan tidak dapat diganggu gugat. Selanjutnya putusan yang sudah menjadi tetap ini terdapat tiga jenis kekuatan yaitu kekuatan mengikat, kekuatan bukti dan kekuatan untuk dilaksanakan. Dengan kata lain, selama putusan belum memperoleh kekuatan hukum tetap, upaya dan tindakan eksekusi belum berfungsi.

Jika mengacu pada UUPK Pasal 56 ayat (2) seolah-olah menempatkan BPSK sebagai lembaga pemutus tingkat pertama, sedangkan Pengadilan Negeri (PN) sebagai pengadilan tingkat banding. Hal tersebut semakin ditegaskan ketika regulasi juga menyatakan pihak diberikan kesempatan yang lebih luas untuk mengajukan banding tanpa harus dilihat apakah dia pelaku usaha atau sebagai konsumen. Keberatan yang dimaksud dalam Pasal 56 ayat (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak lain adalah upaya hukum banding sebagaimana diatur dalam hukum acara perdata yang berlaku di Peradilan Umum. Namun, agar keputusan BPSK tersebut kekuatan pelaksanaan putusan harus diminta untuk menentukan fiat eksekusi pada Pengadilan Negeri (PN) di tempat tinggal konsumen yang dirugikan. Namun dalam praktiknya, sulit untuk meminta fiat eksekusi melalui Pengadilan Negeri karena berbagai alasan yang dikemukakan oleh Pengadilan Negeri, antara lain sebagai berikut:

1. Putusan BPSK tidak memuat : *Demi Keadilan Berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa*” sehingga tidak mungkin dapat dieksekusi;
2. Belum terdapat peraturan atau petunjuk tentang tata cara mengajukan permohonan eksekusi terhadap putusan BPSK, sehingga dengan ini kekuatan putusan BPSK yang bersifat final dan mengikat belum sepenuhnya dapat menjamin perlindungan hukum bagi konsumen.

Seperti yang telah kita ketahui bersama bahwa aturan yang mendukung otoritas BSPK sampai sekarang hanyalah UUPK dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang pelaksanaan tugas dan wewenang BPSK. Kedua aturan tersebut hingga saat ini masih sangat terbatas, tidak jelas dan bahkan beberapa situasi saling kontradiktif. Situasi ini akan berpengaruh pada kekuatan produk atau output yang dihasilkan oleh BPSK, dampaknya adalah ketika produk hukum diuji oleh lembaga yudikatif (peradilan), maka putusan BPSK harus dibatalkan, penyebabnya adalah dasar legalitasnya yang lemah (Widyastuti et al., 2022).

Berbicara tentang efektifitas hukum berarti berbicara tentang kekuatan hukum dalam mengatur dan/atau memaksa orang untuk mematuhi hukum itu sendiri (Tampubolon, 2016). Hukum dapat efektif jika faktor-faktor yang mempengaruhi hukum dapat berfungsi dengan sebaik-

baiknya. Ukuran efektif atau tidaknya suatu peraturan perundangundangan yang berlaku dapat dinilai dari perilaku masyarakatnya. Suatu hukum atau peraturan akan efektif jika masyarakat berperilaku seperti yang diharapkan atau diharuskan oleh undang-undang untuk mencapai tujuan yang diinginkan, maka efektifitas hukum atau peraturan tersebut haruslah dicapai. Dari uraian di atas, maka jika dikaitkan dengan efektifitas BPSK sebagai lembaga penyelesaian sengketa konsumen, maka lembaga tersebut dapat dikatakan efektif, apabila:

1. Memiliki perangkat hukum yang baik, lengkap, sistematis, tidak berlawanan dalam satu tatanan sistem;
2. Memiliki insfrastuktur yang memadai dan terpelihara dengan baik, termasuk juga memiliki sumber daya manusia yang mumpuni;
3. Putusan BPSK dapat dihormati dan dilaksanakan dengan baik;
4. Didukung dengan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajibannya sebagai konsumen.

Namun melihat beberapa putusan BPSK, terlihat adanya indikasi kelemahan kekuatan yuridis tersebut terbukti dengan beberapa contoh kasus BPSK sebelumnya yang dibatalkan oleh Mahkamah Agung. Temuan lain terhadap pembatalan putusan BPSK adalah bahwa BPSK sebagai lembaga yang mirip dengan quasi peradilan karena memiliki fungsi yang sama seperti menyelesaikan sengketa, yakni memiliki fungsi adjudikasi (Oktaviani, 2023).

Dengan demikian, ada batas kekuatan eksteritorial putusan dan ruang lingkup tugas dan wewenangnya sebagaimana dijelaskan dalam UUPK. Pada dasarnya BPSK hanya memiliki kewenangan untuk melakukan penyelesaian sengketa konsumen, namun apa yang dimaksud sengketa konsumen, apa batasannya tidak diatur dalam ketentuan UUPK. Disamping itu, terhadap bentuk wewenang BPSK sendiri, menurut peneliti masih terdapat konsep atau pemahaman yang tidak jelas. BPSK yang berwenang untuk mengadili sengketa konsumen menurut UUPK sama sekali tidak memiliki kemampuan yang efektif untuk melakukan pekerjaan tersebut. Salah satu contohnya yakni kekuatan eksteritorial dari putusan BPSK yang harus dimintai persetujuan terlebih dahulu ke Pengadilan Negeri. Hal ini tentunya membuka peluang untuk sangat mungkin terjadi pembatalan putusan BPSK oleh Pengadilan Negeri (PN) yang mengakibatkan penegakan hukum yang tidak efektif oleh BPSK. Oleh karena itu, peneliti mengusulkan untuk menghapus atau mengganti peran BPSK sebagai badan penyelesaian sengketa konsumen dengan kembali ke ranah yang sebelumnya dipegang oleh Pengadilan Negeri sebagai “Lembaga Negara Utama” di Indonesia. Mengingat tugas dan wewenang yang tidak sistematis dan lemah, dan terdapat peraturan yang tumpang tindih yang dijalankan oleh lembaga ini (Wijoyo et al., 2023).

Oleh karena itu, untuk mencapai kepastian hukum Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam menangani penyelesaian sengketa konsumen yang bertujuan memenuhi rasa keadilan bagi konsumen, maka Lembaga Legislatif harus segera membuat penyempurnaan regulasi terhadap lembaga BPSK, karena aturannya ini dinilai sudah tidak efektif lagi dalam melakukan penyelesaian sengketa terhadap konsumen. Banyak putusan dari BPSK yang pada akhirnya tidak menciptakan rasa keadilan bagi para konsumen, seperti dalam contoh kasus dalam penelitian ini yaitu Putusan Nomor 1248 K/Pdt.Sus-BPSK/2017, dan Putusan Nomor 208 K/Pdt.Sus-BPSK/2019, yang mana membatalkan putusan dari BPSK.

Hal ini dapat dikatakan bahwa saat ini putusan BPSK seperti tidak mempunyai kepastian hukum, sebagaimana dikatakan oleh Sudikno Mertokusumo. Bahwa seharusnya keberadaan kepastian hukum ini dimaknai sebagai suatu keadaan dimana telah pastinya hukum karena adanya kekuatan yang konkret bagi hukum yang bersangkutan. Keberadaan teori kepastian hukum merupakan sebuah bentuk perlindungan bagi yustisiabel (pencari keadilan) terhadap tindakan

sewenang-wenang, yang berarti bahwa seseorang akan dan dapat memperoleh sesuatu yang diharapkan dalam keadaan tertentu. Suatu keadilan dapat tercipta bilamana kepastian hukum tersebut dapat dijalankan sesuai dengan apa yang diperintahkan dalam peraturan ataupun undang-undang. sehingga dalam hal ini maka penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha belum terselenggara secara efektif dan efisien.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) memiliki posisi yang strategis dalam penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Meskipun putusan BPSK dinyatakan memiliki kekuatan hukum yang final dan mengikat, adanya ketidakpastian hukum akibat regulasi yang saling bertentangan, seperti yang tercantum dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 06/MDAG/PER/2017, menyebabkan banyak putusan BPSK tidak dapat dilaksanakan secara efektif. Hal ini mengakibatkan minimnya kepercayaan masyarakat terhadap BPSK sebagai lembaga penyelesaian sengketa yang kredibel. Lembaga legislatif perlu segera melakukan revisi terhadap regulasi yang mengatur Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), termasuk pengaturan yang lebih jelas mengenai kekuatan hukum putusan BPSK agar tidak ada lagi tumpang tindih dengan peraturan lain. Hal ini dapat dilakukan dengan merumuskan ketentuan yang menegaskan bahwa putusan BPSK tidak dapat diajukan banding ke pengadilan tingkat pertama, sehingga mengurangi ketidakpastian hukum. Selain itu, pelatihan dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia di BPSK perlu ditingkatkan agar petugas dapat menjalankan tugas dengan lebih profesional, termasuk pemahaman yang lebih baik tentang hukum perlindungan konsumen dan teknik mediasi yang efektif. Masyarakat juga perlu diberikan sosialisasi yang lebih intensif mengenai hak dan kewajiban mereka sebagai konsumen serta prosedur penyelesaian sengketa di BPSK. Program edukasi ini dapat dilaksanakan melalui kerjasama dengan lembaga pendidikan dan organisasi masyarakat. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan BPSK dapat berfungsi lebih efektif dalam memberikan perlindungan kepada konsumen dan menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap sistem penyelesaian sengketa yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriawan, T. P. (2020). Perlindungan Konsumen Pangan Pada Negara Mayoritas Muslim Ditinjau dari Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label Dan Iklan Pangan. *Widya Pranata Hukum: Jurnal Kajian Dan Penelitian Hukum*, 2(2), 48–60.
- Azzahra, N. A. (2023). Perilaku konsumtif belanja online shopee pada remaja di Lampung Utara. *Al Wadiah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 50–64.
- Barkatullah, A. H. (2019). *Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: sebagai pedoman dalam menghadapi era digital Bisnis e-commerce di Indonesia*. Nusamedia.
- Barkatullah, A. H., & Djumadi. (2018). Does self-regulation provide legal protection and security to e-commerce consumers? *Electronic Commerce Research and Applications*, 30, 94–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.008>
- Daffa, I. A., & Marpaung, D. S. H. (2022). Alur Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Bpsk) Karawang. *Jurnal Justitia: Jurnal Ilmu Hukum Dan Humaniora*, 9(6), 2892–2897.
- Helmi, H. R. (2015). Eksistensi badan penyelesaian sengketa konsumen dalam memutus sengketa konsumen di Indonesia. *Jurnal Hukum Acara Perdata ADHAPER*, 1(1), 77–89.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1 dan 2. Jakarta. PT.

Indeks.

- Kristiyanti, C. T. S. (2022). *Hukum perlindungan konsumen*. Sinar Grafika.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Kusnadi, A., & Marpaung, D. S. H. (2022). Efektifitas Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Proses Di Luar Pengadilan (Melalui Jalur Mediasi). *Wajah Hukum*, 6(1), 80–85.
- Nilawardhani, F. D. (2024). Direct Marketing Melalui Fitur Live Streaming Pada Platform Shopee Sebagai Bentuk Strategi Marketing. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(01), 432–443.
- Oktaviani, R. D. (2023). An Analisis Hubungan antara Online Customers' Shopping Experience, Sikap Loyalitas dan Online Impulsive Buying: Studi pada Pengguna E-Commerce Shopee di Indonesia. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(5), 133–151.
- Paryadi, D. (2018). Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(3), 651–669.
- Pratiwi, N., & Aradea, R. (2023). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(1), 69–81.
- Santoso, S., Surjawan, D. J., & Handoyo, E. D. (2020). Pengembangan Sistem Informasi Tukar Barang Untuk Pemanfaatan Barang Tidak Terpakai dengan Flutter Framework. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 6(3).
- Sitepu, R. I., & Muhamad, H. (2021). Efektifitas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (Bpsk) Sebagai Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Rechten: Riset Hukum Dan Hak Asasi Manusia*, 3(2), 7–14.
- Syafdinan, D. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Korban Crypto Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Panorama Hukum*, 8(2), 140–151.
- Tampubolon, W. S. (2016). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), 53–61.
- Widyastuti, E. S., Kamila, T. R., & Saputra, P. A. A. (2022). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi e-Commerce: suatu Perspektif Hukum Islam. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 43–50.
- Wijoyo, A., Nasution, A. S. M., Larasati, D. T., Gustiara, D., & Hilal, W. N. (2023). Upaya Pengembangan Dan Peran Sistem Informasi Manajemen Dalam E-Commerce Shopee. *TEKNOBIS: Jurnal Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(2).