

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP INFORMASI BUKA 24 JAM DI SPBU KOTA PEKANBARU

Disusun Oleh : Doni Andrinal

Pembimbing I : Dr. Maryati Bachtiar, S.H., M.Kn.
Pembimbing II : Riska Fitriani, S.H., M.H.
Alamat : Jl. S. Parman, Gobah, Pekanbaru.
Email : doniandrinal95@gmail.com

ABSTRACT

Article 4 Letter c The Consumer Protection Law stipulates that every consumer is entitled to correct, clear and honest information about the condition and guarantee of goods and / or services. In Article 7 Letter a UUPK stipulates that business actors are obliged to beriktikad both in conducting their business activities, including in providing information to consumers such as information open 24 hours. In Pekanbaru City there are 47 Pertamina gas stations that operate every day and there are some gas stations that explain open 24 hours and there are 3 gas stations that the authors choose to be the location of research, but in reality SPBU is not operating in accordance with the information listed, so that the mistake information is detrimental to consumers . The purpose of writing this thesis, namely; First, To explain the rights and obligations of consumers and business actors, Secondly, the causes of gas stations do not operate according to the information provided to consumers, Third, Explain how the implementation of legal protection against consumers due to untruthful information provided to consumers.

This type of research can be classified in sociological studies. To obtain data in the writing of this thesis is done literature research and field research. This research was conducted at Gas Station Pertamina Pekanbaru City. While the population and the sample are all related to the problem studied in this research, the data source used, the primary data and the secondary data, the data collecting technique in this research with observation, interview, questionnaire, and literature study.

Based on the results of the research problem there are three points that can be concluded, First, the delivery of complete information, true, clear and honest is one of the obligations of business actors, otherwise the business actor's obligation is the consumer's right. Second, the information contained in the gas station pamphlet due to external constraints such as security factors, area factors, human factors, and cultural factors. Third, Implementation Legal protection of consumers for untruthfulness of information open 24 hours on gas station pamphlets based on the reality in the field consumers do not get the right that is in the form of true information, clear and honest. SPBU parties that have violated the rights of consumers may be subject to sanctions in the form of reprimands for having provided false information. Suggestion Writer, First, it is expected to the SPBU to update the information contained in the information pamphlet in order not to mislead the consumer. Secondly, to the owner of a gas station located in Pekanbaru City not to use the pamphlet is open 24 hours, because only gas stations that exist on the national road that operates for 24 hours. Third, to consumers who feel aggrieved with the information to report to the Consumer Dispute Settlement Agency for business actors may be subject to administrative sanctions and fine sanctions.

Keywords: Protection - Consumers - Pertamina Gas Station - 24 Hours

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi Peluang bisnis di Indonesia sangat menjanjikan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bermunculan perusahaan, baik bergerak dibidang jasa ataupun barang. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan tersebut juga sangat beragam, salah satunya yaitu produk bahan bakar. Bahan bakar merupakan salah satu bentuk energi yang cukup mendasar bagi manusia. Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, bahan bakar menjadi kebutuhan primer yang sangat diperlukan manusia dalam menunjang berbagai aktifitas kehidupannya.

Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara (Pertamina) adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertugas mengelola penambangan minyak dan gas bumi di Indonesia. Perusahaan ini merupakan salah satu bagian dari sebuah perusahaan yang mampu bersaing dengan terobosan-terobosan terbarunya. Mulai dari menjalankan berbagai program hingga peningkatan baik dari segi fisik, produk, pelayanan dan sebagainya. Hal ini terlihat dari stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) diberbagai kota yang bekerja sama dengan pihak Pertamina.¹

¹ Rosmawati Napitupulu, "Perbedaan Kepuasan Konsumen SPBU Pasti Pas Dengan SPBU Non Pasti Pas", *Skripsi*,

Kehadiran Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) sebagai penyalur BBM yang saat ini tersebar di Indonesia memberi kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan Bahan Bakar Minyak (BBM). Hal ini mengingat bahan bakar merupakan komponen penting dalam kehidupan masyarakat.²

Salah satu alat yang sering digunakan pelaku usaha untuk memasarkan produk-produknya adalah dengan iklan. Dalam hal ini penyebarluasan informasi atas suatu barang dan/atau jasa dapat dilakukan dalam bentuk iklan seperti yang ditayangkan melalui media massa, papan reklame, brosur, pamflet, spanduk, baleho, atau media elektronik, seperti televisi, radio, dan lain-lain.

Pasal 4 Huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan bahwa setiap konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Didalam Pasal 7 Huruf a UUPK menetapkan bahwa pelaku usaha wajib untuk beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. termasuk dalam memberikan informasi kepada konsumen seperti informasi buka 24 jam.

Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, 2009, hlm. 2.

² Husein A. Akil, *et. al.*, *Naskah Akademik Penataan Peraturan Perundang-Undangan Kemetrolgian Untuk Mendukung Daya Saing Nasional*, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, Jakarta: 2007, hlm. 16.

Penyampaian informasi yang lengkap, benar, jelas, dan jujur adalah merupakan salah satu kewajiban pelaku usaha, sebaliknya kewajiban pelaku usaha tersebut merupakan hak konsumen.³

Informasi yang benar dan jelas diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa tersebut. Informasi ini sendiri dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen, melalui iklan diberbagai media, pamflet atau mencantumkan dalam keamanan produk/barang.⁴

Dari data yang penulis dapatkan langsung dari PT. Pertamina (Persero) Cabang Pemasaran Kota Pekanbaru terdapat sebanyak 47 Unit SPBU di wilayah kota Pekanbaru. Akan tetapi, mengenai informasi SPBU yang mana saja yang Buka 24 Jam di wilayah Kota Pekanbaru ini belum terdata secara keseluruhan. SPBU yang buka 24 Jam adalah SPBU yang berada di jalan nasional atau lintas kota. Hal tersebut memang ketentuan dan anjuran dari PT. Pertamina secara langsung guna terciptanya arus transportasi yang lancar dari tiap-tiap kota yang terhubung. Sedangkan untuk SPBU yang

berada di wilayah kota dalam hal ketentuan jam operasional pelayanan dalam hal ini yang memberikan pelayanan Buka 24 jam merupakan kebijakan tersendiri dari perusahaan tersebut.⁵ Terkait jam operasional ini, Pertamina memang tidak mengatur SPBU harus buka 24 jam setiap hari. Untuk hari biasa setiap SPBU bisa mengatur jam buka atau tutup sesuai dengan omsetnya. Namun pada waktu tertentu, seperti lebaran, natal dan tahun baru atau menjelang adanya kenaikan harga oleh Pemerintah, semua SPBU harus buka 24 jam, baik SPBU itu mencantumkan informasi buka 24 jam maupun tidak pada pamflet di SPBU tersebut.⁶

Dari hasil pengamatan sementara selama bulan Desember 2016 hingga sekarang. Diketahui di Kota Pekanbaru terdapat beberapa SPBU yang memakai pamflet buka 24 jam seperti SPBU 14.282.661 yang berada di Jalan Arifin Ahmad, Depan Purna MTQ Pekanbaru, SPBU 14.282.635 yang berada di Jalan Arifin Ahmad No. 1 Pekanbaru dan SPBU 14.282.650 yang berada Jalan Kaharuddin Nasution, Simpang Tiga, Pekanbaru. Ketiga SPBU tersebut dalam kenyataannya tidak beroperasi sesuai dengan

³ Inosentius Samsul, "Laporan Akhir Tim Kompilasi Perlindungan Konsumen", Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, Jakarta, 2006, hlm. 1.

⁴ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta: 2004, hlm. 24.

⁵ Wawancara dengan *Bapak Sahman*, Supervisor SPBU 14.282.661, Senin, 23 Januari 2017, Bertempat di SPBU 14.282.661.

⁶ Wawancara dengan *Bapak Ardyan Adithia*, Manager PT.Pertamina Cabang Pemasaran Kota Pekanbaru, Senin, 7 Agustus 2017, Bertempat di PT. Pertamina.

informasi yang tertera pada pamflet SPBU, sehingga kekeliruan informasi tersebut merugikan konsumen.⁷

Berdasarkan uraian tersebut, penulis merasa penting untuk melakukan penelitian tentang **“Perlindungan Konsumen Terhadap Informasi Buka 24 Jam Di SPBU Kota Pekanbaru”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah hak dan kewajiban konsumen pengguna BBM dan pelaku usaha SPBU?
2. Apakah penyebab SPBU tidak beroperasi sesuai dengan informasi yang tertera di Pamflet SPBU?
3. Bagaimanakah pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakbenaran informasi ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui hak dan kewajiban konsumen pengguna BBM dan pelaku usaha SPBU
- b. Untuk mengetahui penyebab SPBU tidak beroperasi sesuai dengan informasi yang tertera di Pamflet SPBU.

- c. Untuk mengetahui bagaimanakah pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidakbenaran informasi ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Memberikan informasi dan pemahaman teori dan kepustakaan mengenai perlindungan konsumen dari informasi iklan barang dan jasa yang menyesatkan, dan hal-hal yang berkaitan dengannya;
- b. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian bagi peneliti berikutnya dalam melakukan penelitian lebih lanjut di bidang perlindungan konsumen.
- c. Sebagai sumbangan pemikiran bagi praktisi hukum, seperti para hakim, jaksa, polisi, advokat, dan pemerhati hukum dan diharapkan berguna bagi para pembuat kebijakan publik berupa gambaran perlindungan hukum konsumen dari informasi iklan barang dan jasa yang menyesatkan.
- d. Sebagai bahan masukan bagi aparat penegak hukum dan masyarakat dalam mencari solusi penyelesaian sengketa di bidang perlindungan

⁷ Eli Seggev, “24 Hours Fitness USA, Tribeca Fitness”, Jurnal West Law, United States District Court, New York, No.1:03CV040069, 7 February 2006, diakses melalui <http://fh.unri.ac.id/index.php/perpustakaan/#>, tanggal 8 Agustus 2017.

konsumen dari informasi iklan barang dan jasa yang menyedapkan

- e. Memberikan manfaat kepada para produsen, pelaku usaha dan konsumen dalam memahami peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen dan sebagai dasar pemikiran dari efektivitas Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam lingkup yang lebih kecil.

D. Kerangka Teori

1. Perlindungan Hukum

Menurut Satjipto Raharjo, perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak yang dirugikan oleh orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak yang diberikan oleh hukum.⁸ Ini berarti konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum atas ketidakbenaran suatu informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.

Perlindungan konsumen pada Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa "Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian

hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen."⁹

Perlindungan hukum merupakan perlindungan harkat dan martabat serta pengakuan terhadap harkat dan martabat manusia yang dimiliki oleh subyek hukum dalam negara hukum dengan berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut guna mencegah terjadinya kesewenang-wenangan.

Penulis dalam hal ini menitikberatkan perlindungan konsumen terhadap pemenuhan hak nya terutama dalam hal terjaminnya hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai jaminan jasa¹⁰ pelayanan buka 24 jam di SPBU di Kota Pekanbaru.

2. Teori Tanggung Jawab

Tanggung jawab dalam arti hukum adalah tanggung jawab yang benar-benar terkait dengan hak dan kewajibannya. Pelaku usaha dalam memberikan pelayanannya bertanggung jawab kepada diri sendiri dan kepada masyarakat. Bertanggung jawab berarti berani menanggung segala resiko yang timbul akibat dari pelayanannya. Pelaku usaha

⁹ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁰ Pasal 4 Huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁸ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta: 2007, hlm. 53.

dalam menjalankan kegiatan usahanya mempunyai tanggung jawab terhadap konsumen atas segala tindakan yang dapat merugikan konsumen.

Dalam teori tradisional, ada dua jenis tanggung jawab: pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan (*based on fault*) dan pertanggungjawab mutlak (*absolut responsibility*).¹¹ Tanggungjawab mutlak yaitu suatu perbuatan menimbulkan akibat yang dianggap merugikan oleh pembuat undang-undang dan ada suatu hubungan antara perbuatan dengan akibatnya. Tiada hubungan antara keadaan jiwa si pelaku dengan akibat dari perbuatannya.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menganut prinsip tanggung jawab mutlak atau langsung (*strict liability*), yaitu dengan adanya tanggung jawab produk (*product liability*) dan tanggung jawab atas jasa (*profesional liability*) yang merupakan tanggung jawab produk perdata yang didasarkan dari tanggung jawab secara langsung.

Pertanggungjawaban mutlak atau langsung ini tentunya dapat melindungi

konsumen dari pelaku usaha yang lalai dalam memasarkan produknya. Pelaku usaha dipaksa untuk mematuhi aturan dalam memasarkan produk seperti yang tercantum dalam Pasal-Pasal pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen hanya perlu membuktikan adanya hubungan klausalitas antara perbuatan produsen dan kerugian yang dideritanya.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian hukum sosiologis yaitu penelitian terhadap efektifitas hukum yang sedang berlaku.¹²

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian untuk mengevaluasi serta memberikan gambaran seteliti mungkin tentang perlindungan hukum bagi konsumen atas informasi yang tidak benar, yang dibuat oleh pelaku usaha.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Pertamina (Persero) Cabang Pemasaran Kota Pekanbaru dan Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) di Kota Pekanbaru.

¹¹ Jimly Ashiddiqie dan M. Ali Safa'at, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, Sekretariat Jendral dan Kepanitraan Mahkamah Konstitusi RI, Jakarta: 2006, hlm. 61.

¹² P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta: 2011, hlm. 11.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan objek yang hendak di teliti.¹³

Populasi merupakan keseluruhan pihak yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah :

- 1) PT. Pertamina Cabang Pemasaran Kota Pekanbaru
- 2) Pemilik SPBU yang menerangkan buka 24 jam
- 3) Karyawan SPBU
- 4) Masyarakat Kota Pekanbaru yang menjadi konsumen/pembeli dan pengguna Bahan Bakar Minyak (BBM).

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dijadikan sebagai objek penelitian.¹⁴ Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian maka penulis menentukan sampel, dimana sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi yang dapat mewakili keseluruhan objek penelitian. Metode yang

dipakai adalah metode purposive sampling. Metode purposive sampling yaitu menetapkan sejumlah sampel secara acak oleh penulis berdasarkan kemampuan dibidangnya masing-masing. Untuk gambaran populasi dan sampel dari penelitian ini dapat dilihat Table I.1 dibawah ini :

TABEL I.1
POPULASI DAN SAMPEL

Jenis Populasi	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel	Presentase (%)
PT. Pertamina Cabang Pemasaran Kota Pekanbaru	1	1	100
Pemilik SPBU yang menerangkan buka 24 jam	-	3	-
Karyawan SPBU	30	6	20
Konsumen Bahan Bakar Minyak (BBM)	-	50	-
Jumlah	31	60	-

Sumber : Data Primer Olahan Tahun 2017

4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a) Data Primer

Data yang didapatkan langsung dari sumber pertama dan observasi langsung yang dilakukan oleh peneliti ke

¹³ Fakultas Hukum Universitas Riau, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Unri Press, Pekanbaru: 2015, hlm. 14.

¹⁴ *Ibid.* hlm. 15.

lapangan¹⁵ serta melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat sebagai pengawas, pengelola, penyedia dan pembeli Bahan Bakar Minyak (BBM) di perusahaan yang bersangkutan. Data lapangan diperlukan sebagai konsekuensi pendekatan penelitian hukum empirik.

b) Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui kepustakaan yang bersifat mendukung data primer.¹⁶ Data skunder juga akan digunakan untuk menjelaskan mengenai aspek perlindungan hukum bagi konsumen pembeli Bahan Bakar Minyak (BBM) yang meliputi bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata serta bahan hukum sekunder berupa buku, hasil penelitian, majalah, dan jurnal.

5. Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan dianalisis dalam kajian ini berupa :

a) Observasi, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.¹⁷

Pengamatan didasarkan pada pengalaman pribadi dan mendatangi lokasi penelitian secara berkala.

b) Wawancara, yaitu alat pengumpulan data dengan cara menanyakan langsung kepada pihak yang bersangkutan terhadap hasil penelitian,¹⁸ yaitu pihak Management dan pengelola SPBU yang berada di daerah lingkungan perusahaan yang bersangkutan. Wawancara dilakukan dengan cara terstruktur, mendalam, dan diskusi kelompok terarah (focus group discussion).

c) Kuisisioner, yaitu metode pengumpulan data dengan cara wawancara terstruktur, membuat daftar-daftar pertanyaan yang memiliki korelasi dengan permasalahan yang diteliti pada umumnya dalam daftar pertanyaan telah disediakan jawabannya, dan dengan menggunakan pedoman wawancara tertutup dan terbuka, responden

¹⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta: 1986, hlm. 12.

¹⁶ Fakultas Hukum Universitas Riau, *Op.cit*, hlm. 16.

¹⁷ *Ibid*, hlm. 17.

¹⁸ P. Joko Subagyo, *Op.cit*, hlm. 39.

memilih jawaban sesuai dengan pilihannya, di samping dengan adanya jawaban pertanyaan yang belum ditentukan.¹⁹

- d) Studi Kepustakaan, yaitu merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan melalui data tertulis dengan menggunakan content analisis²⁰ berdasarkan literatur-literatur kepustakaan yang memiliki korelasi dengan permasalahan yang sedang diteliti.

6. Analisis Data

Setelah diperoleh data baik data primer maupun data sekunder, kemudian data tersebut dikelompokkan sesuai dengan jenis data. Data yang telah dikumpulkan dan dikelompokkan akan dianalisis secara kualitatif. Analisis kualitatif merupakan cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, dalam pengertian apa yang dinyatakan secara tertulis.²¹ Menggunakan uraian kalimat dengan menjelaskan hubungan antara teori dengan yang ada di lapangan.

Hasil analisis data ini disimpulkan secara deduktif, yaitu cara berfikir yang

menarik suatu kesimpulan dari suatu pernyataan atau dalil yang bersifat umum menjadi suatu pernyataan atau dalil yang bersifat khusus, yang mana dari berbagai kesimpulan tersebut dapat diajukan saran.

II. PEMBAHASAN

A. Hak dan Kewajiban Konsumen Pengguna BBM dan Pelaku Usaha SPBU

Berdasarkan Pasal 4 UUPK diketahui bahwa konsumen mempunyai hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai jaminan dan kondisi barang dan atau jasa. Apabila terjadi penyimpangan yang merugikan konsumen juga berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan adil, kompensasi sampai ganti rugi. Selain itu, konsumen juga berhak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya Informasi yang disampaikan kepada konsumen merupakan salah satu bentuk cacat informasi, karena informasi yang diberikan tidak memadai. Termasuk dalam memberikan informasi kepada konsumen seperti informasi buka 24 jam. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian.

Penyampaian informasi yang lengkap, benar, jelas, dan jujur adalah merupakan salah

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta: 2010, hlm. 104.

²¹ Soerjono Soekanto, *Op.cit.*, hlm. 32.

satu kewajiban pelaku usaha,, sebaliknya kewajiban pelaku usaha tersebut merupakan hak konsumen.²²

Penyampaian informasi yang lengkap, benar, jelas, dan jujur adalah merupakan salah satu kewajiban pelaku usaha. Pasal 17 Ayat (1) huruf c, menyebutkan bahwa pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.

Melalui informasi yang benar, jelas dan jujur inilah konsumen kemudian dapat menentukan kebutuhannya. Pelaku usaha yang memberikan informasi yang tidak sesuai dengan bentuk, kondisi dan keterangan yang tertera di papan informasi dapat menyesatkan konsumen. Dengan melanggar hak konsumen berarti pelaku usaha tersebut telah melanggar Undang-undang Perlindungan Konsumen.

UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.²³ Berdasarkan tujuan yang dikemukakan di atas secara jelas dapat ditangkap bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen mempunyai suatu misi yang besar yaitu untuk mewujudkan

kehidupan berbangsa dan bernegara yang adil dan makmur sesuai yang diamanatkan dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.

Perlindungan hukum bagi konsumen atas iklan yang menyesatkan dalam UUPK, yaitu dengan adanya pengaturan dalam Bab III Pasal 4 sampai dengan Pasal 7 mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen dan juga hak dan kewajiban pelaku usaha. Dalam Bab IV upaya UUPK untuk melindungi konsumen, yaitu terdapatnya aturan mengenai larangan-larangan bagi pelaku usaha yang mengiklankan produknya larangan-larangan tersebut dapat dilihat dalam Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13 dan Pasal 17. Bentuk lainnya untuk melindungi konsumen, yaitu dengan dibentuknya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang diatur pada Bab VIII UUPK dari Pasal 31 sampai Pasal 43.

B. Penyebab SPBU Tidak Beroperasi Sesuai Dengan Informasi Yang Tertera di Pamflet SPBU

SPBU dalam pengoperasiannya tidak selalu beroperasi dengan lancar. Hal ini dikarenakan adanya hambatan-hambatan yang terjadi dalam kegiatannya. Diantaranya: faktor keamanan, faktor wilayah, faktor manusia dan faktor budaya.²⁴

Faktor keamanan yang dimaksud di sini misalnya seperti

²² Inosentius Samsul, *Op.cit* ,hlm. 1.

²³ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op.cit*, hlm. 54..

²⁴ Wawancara dengan *Bapak Sahman*, Supervisor SPBU 14.282.661, Selasa, 8 Agustus 2017, Bertempat di SPBU 14.282.661.

rawan terjadinya perampokan dimalam hari, karena kondisi yang sepi. Faktor wilayah yang dimaksud disini adalah letak SPBU tersebut tidak terletak di jalur lintas kota atau lintas provinsi sehingga menyebabkan jalur tersebut sepi dari pengguna kendaraan bermotor. Hal ini tentu saja menyebabkan SPBU tersebut tidak mungkin untuk beroperasi selama 24 jam, mengingat tidak adanya pelanggan atau konsumen yang mengisi bahan bakar saat dini hari. Faktor manusia yang dimaksud adalah manusia tidak melakukan aktifitas secara penuh selama 24 jam dan hal ini menyebabkan manusia tidak membeli atau membutuhkan bahan bakar hingga larut malam.

Kemudian faktor budaya yang dimaksud adalah kebiasaan yang telah tumbuh berkembang didalam masyarakat, terutama masyarakat Kota Pekanbaru, dimana pada kebiasaanya masyarakat Kota Pekanbaru tidak melakukan kegiatan hingga larut malam. Hal ini dipengaruhi oleh latar belakang wilayah Kota Pekanbaru dan tentu saja karena konflik panjang yang pernah terjadi di Kota Pekanbaru. Selain itu faktor keamanan yaitu tidak adanya penjaga atau satpam untuk menjaga keamanan SPBU tersebut juga menjadi kendala ataupun hambatan untuk pengoperasian SPBU tersebut.

C. Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Ketidakbenaran Informasi ditinjau Dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999

Berdasarkan penelitian diperoleh data bahwa kejadian bahwa konsumen tidak mendapatkan haknya yang berupa informasi benar, jelas dan jujur yang seharusnya diberikan pelaku usaha yaitu pihak pengelola SPBU.

Hak untuk mendapatkan informasi yang benar adalah salah satu hak konsumen yang paling mendasar. Melalui informasi yang benar dan lengkap inilah konsumen kemudian menentukan atau memilih produk untuk memenuhi kebutuhannya, karena itu, memberikan informasi yang salah, menyesatkan, dan tidak jujur melalui iklan adalah melanggar hak konsumen. Melanggar hak orang lain berarti pula melakukan perbuatan melawan hukum.

Pihak SPBU yang melanggar hak-hak konsumen, dapat dikenakan sanksi berupa teguran dari pihak Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, apabila setelah mendapat teguran dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen pihak SPBU belum mengubah informasi pada pamflet yang keliru mengenai buka 24 jam, maka akan dikenai sanksi-sanksi administratif sesuai dengan Pasal 60 UUPK yang dapat dikenakan sanksi ganti rugi sebesar Rp. 200.000.000.00 (dua ratus juta rupiah).

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Kota Pekanbaru menerangkan bahwa selama tidak ada laporan dari konsumen, pihaknya tidak

melakukan tindakan lebih lanjut. Pada dasarnya mereka akan bergerak apabila ada laporan dari konsumennya sendiri. Sudah seharusnya dalam menjalankan tugasnya, pelaku usaha harus beritikad baik untuk terpenuhinya kepuasan konsumen sehingga tidak ada konsumen yang mengeluh atas pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha. Dalam kaitannya dengan SPBU seharusnya pengelola SPBU mengoperasikan SPBU sesuai dengan informasi-informasi yang tertera di pamflet dan jika ada ketidaksesuaian antara informasi dan pelaksanaan pengoperasiannya seharusnya pihaknya selaku pelaku usaha atau SPBU mengubah informasi tersebut sehingga konsumen mendapatkan kebenaran atas informasi yang ada.²⁵

Mengenai penyelesaian sengketa ini dalam UUPK diatur dalam Bab X tentang penyelesaian konsumen. Upaya-upaya penyelesaian sengketa dengan cara-cara yang terdapat dalam Pasal 45 ayat (2) yaitu penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

Upaya menggugat pelaku usaha karena telah melakukan perbuatan melawan hukum tidak perlu adanya hubungan langsung antara korban dan pelaku usaha. namun konsumen sebagai korban

harus mampu membuktikan bahwa pelaku usaha tersebut:²⁶

1. Telah melakukan perbuatan melawan hukum.
2. Telah melakukan kesalahan.
3. Telah menimbulkan kerugian terhadap konsumen.
4. Terdapat hubungan klausul antara perbuatan hukum tersebut dengan kerugian yang diderita korban.

Pembentukan tim monitoring (pengawas) menjadi suatu yang diharapkan agar pihak PT. Pertamina dapat mengontrol aktivitas yang terjadi di setiap SPBU yang tersebar diseluruh Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sahman menyatakan bahwa pihaknya tidak mengetahui adanya implikasi hukum jika pihaknya tidak mengoperasikan SPBU selama 24 jam, karena selama ini SPBU miliknya dan beberapa SPBU lain tidak beroperasi selama 24 jam dan tidak ada sanksi hukum apapun yang diberikan, bahkan dalam bentuk teguran dari pihak PT. Pertamina juga tidak ada.²⁷

Diterapkannya sanksi administratif dalam bentuk pengenaan ganti rugi oleh

²⁵ Wawancara dengan Jhon FL. Dongoran, Ketua UPT. Pengawasan dan Perlindungan Konsumen, Selasa, 21 Agustus 2017, Bertempat di Kantor BPSK.

²⁶ Rizky Novyan Putra, "Perlindungan Hukum Bagi Pihak Konsumen Dari Tampilan Iklan Suatu Produk Yang Menyesatkan Dan Mengelabui", *Business Law and Review*, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Vol. 2, 2017, hlm. 25.

²⁷ Wawancara dengan Sahman, Supervisor SPBU 14.282.661, Selasa, 21 Agustus 2017, Bertempat di SPBU 14.282.661.

pelaku usaha, dikembangkan oleh Undang-undang Perlindungan Konsumen untuk memberikan sanksi yang bukan hanya menimbulkan efek jera kepada pelaku usaha. tetapi juga untuk memberikan manfaat kepada konsumen. Ganti rugi tersebut diharapkan mampu menutup segala kerugian yang diderita konsumen, biaya-biaya, serta ongkos yang telah dikeluarkan konsumen selama beracara di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Ketersediaan terhadap adanya informasi yang benar dan lengkap dalam suatu produk yang diperkenalkan pada konsumen sangatlah penting karena hal ini dapat membantu konsumen terhindar dari gambaran yang keliru serta untuk menghindarkan konsumen dari kerugian baik itu kerugian materil ataupun kerugian immateril akibat salahnya informasi yang diberikan kepada pihak konsumen.²⁸

III. PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diungkap diatas, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai perlindungan konsumen terhadap informasi buka 24 jam, yaitu:

1. Hak dan kewajiban konsumen pengguna BBM keduanya sangat penting, begitupula hak dan kewajiban pelaku usaha SPBU, untuk

kesemuanya itu diatur dalam UUPK sebagai dasar hukum yang menjadi penengah kasus tersebut, karena selayaknya manusia sebagai konsumen tidak ingin dirugikan sebaliknya pelaku usaha juga tidak ingin rugi. Penyampaian informasi yang lengkap, benar, jelas, dan jujur adalah merupakan salah satu kewajiban pelaku usaha, sebaliknya kewajiban pelaku usaha tersebut merupakan hak konsumen.

2. Penyebab SPBU tidak beroperasi sesuai dengan informasi yang tertera di pamflet SPBU karena adanya hambatan-hambatan eksternal seperti faktor keamanan, faktor wilayah, faktor manusia, dan faktor budaya. Terkait jam operasional SPBU, Pertamina memang tidak mengatur SPBU harus buka 24 jam setiap hari. Untuk hari biasa setiap SPBU bisa mengatur jam buka atau tutup sesuai dengan omsetnya. Namun pada waktu tertentu, seperti lebaran, natal dan tahun baru atau menjelang adanya kenaikan harga oleh Pemerintah, semua SPBU harus buka 24 jam, baik SPBU itu mencantumkan informasi buka 24 jam maupun tidak pada pamflet di SPBU tersebut.
3. Pelaksanaan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Ketidakbenaran Informasi Buka 24 Jam pada pamflet SPBU berdasarkan

²⁸ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor: 2008, hlm. 37.

kenyataan di lapangan konsumen tidak mendapatkan haknya yaitu berupa informasi benar, jelas dan jujur yang seharusnya diberikan pelaku usaha yaitu pihak pengelola SPBU. Secara hukum pihak SPBU bertanggung jawab terhadap ketidakbenaran informasi yang disampaikan kepada konsumen. Tanggung jawabnya berupa mendengarkan keluhan-keluhan dari pihak konsumen yang merasa dirugikan atas informasi mengenai buka 24 jam. Dengan adanya keluhan dari pihak konsumen, pihak SPBU akan memperbaiki informasi yang tertera pada pamflet mengenai buka 24 jam. Pihak SPBU dapat dikenakan sanksi berupa teguran karena telah memberikan informasi yang keliru. Pihak SPBU yang telah melanggar hak-hak konsumen dapat dikenakan sanksi berupa teguran karena telah memberikan informasi yang keliru dan dapat dikenakan sanksi administratif yang berupa ganti rugi sesuai dengan Pasal 60 UUPK.

B. SARAN

Mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh konsumen terhadap ketidakbenaran informasi yang diberikan, yaitu informasi buka 24 jam, ada beberapa saran yang dapat dijadikan masukan yaitu:

1. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah

tingkat kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Maka dari itu masyarakat selaku konsumen harus lebih mengerti dan sadar akan haknya sebagai konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha. Pelaksanaannya undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia saat ini harus ditegakkan lagi agar tujuan dari pada undang-undang itu sendiri dapat terlaksana dengan baik. Sehingga undang-undang ini betul-betul dapat memberikan kepastian hukum yang jelas.

2. Pihak SPBU agar memperbaharui informasi yang tertera di pamflet informasi agar tidak menyesatkan konsumen. Dengan adanya informasi tersebut dapat membuat masyarakat keliru dalam menentukan pilihannya. Hal ini pada akhirnya dapat menimbulkan kerugian pada pihak konsumen. Pihak SPBU diharapkan dapat menjalankan kewajibannya secara maksimal dalam mengopresasikan SPBU. Apabila pelaku usaha tidak mampu untuk mengoperasikan SPBU selama 24 jam, maka SPBU tersebut tidak perlu mencantumkan di pamflet bahwa SPBU tersebut buka selama 24 jam hanyalah SPBU yang lokasinya berada di jalan nasional.

3. Kepada konsumen yang merasa dirugikan dengan informasi tersebut agar melapor ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen agar pelaku usaha dapat dikenakan sanksi-sanksi kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan, baik sanksi administratif maupun sanksi denda sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Akil, Husein A, *et. al.*, 2007, *Naskah Akademik Penataan Peraturan Perundang-Undangan Kemetropolitan Untuk Mendukung Daya Saing Nasional*, LIPI Press, Jakarta.
- Ashshofa, Burhan, 2010, *Metode Penelitian Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Ashiddiqie, Jimly dan M. Ali Safa'at, 2006, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, Sekretariat Jendral dan Kepanitraan Mahkamah Konstitusi RI, Jakarta.
- Fakultas Hukum Universitas Riau, 2015, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Unri Press, Pekanbaru.
- Raharjo, Satjipto, 2007, *Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Shidarta, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Subagyo, P. Joko, 2011, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.

Soekanto, Soerjono, 1986, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta.

Sutedi, Adrian, 2008, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor.

B. Jurnal/Makalah/Skripsi/Tesis

Rosmawati Napitupulu, 2009 "Perbedaan Kepuasan Konsumen SPBU Pasti Pas Dengan SPBU Non Pasti Pas", *Skripsi*, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.

Inosentius Samsul, 2006, Laporan Akhir Tim Kompilasi Perlindungan Konsumen, Departemen Hukum dan HAM RI, Badan Pembinaan Hukum Nasional.

C. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1998 Tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

D. Website

Eli Seggev, 2006 "24 Hours Fitness USA, Tribeca Fitness", *Jurnal West Law*, United States District Court, New York, diakses melalui <http://fh.unri.ac.id/index.php/perpustakaan/#>, tanggal 08 Agustus 2017.