

KAJIAN YURIDIS TERHADAP PERAN ORGANISASI KEMASYARAKATAN (ORMAS) DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN USAHA WARALABA (STUDI KASUS PADA MPW PEMUDA PANCASILA PROVINSI DKI JAKARTA)

Oleh:
Tohom Purba ¹⁾
Jaminuddin Marbun ²⁾
Muhammad Yasid Nasution ³⁾
Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2,3)}

E-Mail:

Krt_tohompurba@yahoo.com ¹⁾
aminuddinmarbun@yahoo.co.id ²⁾
yasidfakultashukum@gmail.com ³⁾

ABSTRACT

The problems in this study are how the juridical study of the role of social organizations in protecting consumers of business franchises, how the role of social organizations of Pemuda Pancasila in protecting consumers of franchise businesses, and what obstacles are faced by social organizations of the Pancasila Youth in the protection of business consumers franchise. The grand theory used in this research is the legal system theory while the middle theory used is the theory of consumer protection to strengthen the main theory, and the applied theory used is the theory of franchising. This is qualitative research. The results of the research show that The law on consumer protection is regulated in Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK). The role of mass organizations in consumer protection is regulated in Article 46 paragraph (1) letter c of the UUPK, which states that the Non-Governmental Consumer Protection Institute (LPKSM) has the right to file a claim for violations of business actors on condition that the LPKSM takes the form of a legal entity or foundation, in Its articles of association are explicitly stated that the purpose of the establishment of the organization is in the interests of consumer protection and the LPKSM has carried out activities in accordance with its articles of association. Pancasila Youth Organizations (PP) play a role in protecting consumers of franchise businesses, namely by conducting socialization to the public about consumer rights as stipulated in the PK Law, receiving reports or complaints from the public or franchise consumers who feel disadvantaged by the franchisor, mediating between victims with the reported businessman to seek dispute resolution outside the court, as well as to provide assistance to the victim in the case examination in court. Pemuda Pancasila plays a better role in consumer protection by having an organizational field that specifically handles consumer protection in the management structure of the Legal Counseling and Defense Agency. Factors of PP social organization obstacles in franchising consumer protection are: legal regulatory constraints, the existence of negative community stigma against the role of mass organizations, mediation is difficult to reach a peace agreement, internal constraints PP mass organizations, constraints of lack of public awareness and lack of awareness of business actors. The PK Law does not give authority to mass organizations to conduct advocacy against victims who are disadvantaged by business actors but only to the plaintiff, while some community members also still have a negative view of mass organizations because it is considered that the assistance is done as an effort to benefit the mass organizations itself or for the individual. Besides that, there are also internal PP community organizations' constraints due to limited facilities and infrastructure and inadequate quality of human resources. It is suggested that the government needs to further examine the role of mass organizations in consumer protection by revising the Consumer Protection Act so that it gives authority to mass organizations to act as advocacy against victims of consumer rights violations by franchise entrepreneurs. The government needs to encourage the involvement of mass organizations to actively disseminate information about consumer rights and provide assistance to victims who have been harmed by franchisees. PP mass organizations

need to get closer to the general public to build a positive stigma in the community, especially regarding the role of PP mass organizations in consumer protection.

Keywords: Juridical Study, Role, Social Organization, Consumer Protection and Franchise

ABSTRAK

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana kajian yuridis terhadap peran organisasi kemasyarakatan (Ormas) dalam perlindungan konsumen usaha waralaba, bagaimana peran organisasi kemasyarakatan (Ormas) Pemuda Pancasila dalam perlindungan konsumen usaha waralaba, dan kendala apa saja dihadapi organisasi kemasyarakatan Pemuda Pancasila dalam perlindungan konsumen usaha waralaba. Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori sistem hukum. Sedangkan middle theory yang digunakan adalah teori perlindungan konsumen, dan applied theory yang digunakan adalah teori waralaba. Penelitian ini bersifat kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan aturan hukum perlindungan konsumen diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Peran ormas dalam perlindungan konsumen di atur dalam Pasal 46 ayat (1) huruf c UUPK, yang menyatakan bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) mempunyai hak untuk mengajukan gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dengan syarat, LPKSM tersebut berbentuk badan hukum atau yayasan, dalam anggaran dasarnya disebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan LPKSM tersebut telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya. Ormas Pemuda Pancasila (PP) berperan dalam perlindungan konsumen usaha waralaba, yaitu dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam UU PK, menerima laporan atau pengaduan dari masyarakat atau konsumen waralaba yang merasa dirugikan oleh pengusaha waralaba, melakukan mediasi antara korban dengan pengusaha terlapor untuk mencari penyelesaian sengketa di luar pengadilan, serta melakukan pendampingan terhadap korban dalam pemeriksaan perkara di pengadilan. Pemuda Pancasila berperan lebih baik dalam perlindungan konsumen dengan adanya bidang organisasi yang secara khusus menangani perlindungan konsumen dalam struktur kepengurusan Badan Penyuluhan dan Pembelaan Hukum (BPPH). Faktor kendala ormas PP dalam perlindungan konsumen waralaba adalah: kendala peraturan hukum, adanya stigma negative masyarakat terhadap peran ormas, mediasi sulit mencapai kesepakatan damai, kendala internal ormas PP, kendala kurangnya kesadaran masyarakat serta kurangnya kesadaran pelaku usaha. UU PK tidak memberikan wewenang kepada ormas untuk melakukan advokasi terhadap korban yang dirugikan pelaku usaha tetapi hanya sebatas penggugat, sedangkan beberapa anggota masyarakat juga masih memiliki pandangan negative terhadap ormas karena dianggap bahwa pendampingan yang dilakukan sebagai upaya untuk mencari keuntungan bagi ormas itu sendiri atau bagi oknumnya. Disamping itu terdapat juga kendala internal ormas PP karena sarana dan prasarana yang terbatas serta kualitas SDM yang masih kurang memadai. Disarankan pemerintah perlu mengkaji lebih jauh terhadap peran ormas dalam perlindungan konsumen dengan melakukan revisi terhadap UU Perlindungan Konsumen agar memberikan wewenang kepada ormas untuk berperan sebagai advokasi terhadap korban pelanggaran hak konsumen oleh pelaku usaha waralaba. Pemerintah perlu mendorong keterlibatan ormas untuk secara aktif melakukan sosialisasi tentang

hak-hak konsumen dan melakukan pendampingan terhadap korban yang dirugikan oleh pelaku usaha waralaba. Ormas PP perlu lebih mendekatkan diri kepada masyarakat umum untuk membangun stigma positif di tengah masyarakat khususnya mengenai peran ormas PP dalam perlindungan konsumen.

Kata Kunci: Kajian Yuridis, Peran, Organisasi Kemasyarakatan, Perlindungan Konsumen dan Waralaba

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pemerintah telah menerbitkan suatu Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya dalam tulisan ini akan disingkat dengan UUPK. Undang-undang ini bertujuan untuk: meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa, meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha, meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Hak pertama ditetapkan dalam UUPK adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, tetapi hal ini tidaklah selalu benar-benar bisa diperoleh karena disadari atau tidak disadari bahwa banyak produk makanan Indonesia yang justru dapat membahayakan kesehatan dan

keselamatan konsumen. Dalam beberapa kasus, terdapat anggota masyarakat yang mengalami sakit karena keracunan setelah mengkonsumsi suatu produk. Tetapi kasus tersebut selesai begitu saja tanpa adanya ganti rugi, padahal menurut UUSK bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Upaya memperoleh ganti rugi tersebut tidaklah mudah karena membutuhkan perjuangan yang panjang dan melelahkan dalam proses penuntutan. Oleh karena itu, konsumen membutuhkan pendampingan agar dapat memperoleh hak-haknya secara layak sesuai dengan UUPK.

Organisasi Kemasyarakatan yang selanjutnya disebut Ormas adalah organisasi yang didirikan dan dibentuk oleh masyarakat secara sukarela berdasarkan kesamaan aspirasi, kehendak, kebutuhan, kepentingan, kegiatan, dan tujuan untuk berpartisipasi dalam pembangunan demi tercapainya tujuan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila. Organisasi Pemuda Pancasila adalah organisasi yang berjiwa besar, patriotik dan militan yang bersifat terbuka tanpa membeda-bedakan ras, agama, suku, dan golongan serta latar belakang sosial kemasyarakatan. Didalam peraturan organisasi kemasyarakatan pemuda pancasila mempunyai ikrar/semboyan. Adapun

ikrar/ semboyan dari organisasi Pemuda Pancasila adalah “Pancasila Abadi” dan “Sekali Layar Terkembang Surut Kita Berpantang” yang artinya kalau sudah di mulai, maka kata-kata mundur tidak akan pernah terjadi.

Pemuda Pancasila menjadi kesatuan pendukung ikatan Kemerdekaan Republik Indonesia, untuk memperjuangkan nilai-nilai Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 dari tangan komunisme. Sebagai sebuah organisasi, Pemuda Pancasila yang didirikan oleh IPKI (Ikatan Pendukung Kemerdekaan Indonesia) pada tanggal 28 Oktober 1959 juga memiliki sejarah yang penuh warna dan dinamika.

Pemuda Pancasila merupakan salah satu organisasi kemasyarakatan di Indonesia, dengan cabang-cabang yang terdapat hampir diseluruh pelosok tanah air. Organisasi tersebut juga berperan dalam perlindungan konsumen khususnya konsumen usaha waralaba yang umumnya menjual kebutuhan rumah tangga, dengan melakukan pendampingan terhadap konsumen yang merasa dirugikan sebagai upaya untuk memperoleh hak-haknya sebagaimana diatur dalam UUPK. Dalam hal ini, Pemuda Pancasila berperan menerima laporan dari konsumen yang merasa dirugikan atas konsumsi produk tertentu, kemudian melakukan mediasi dengan pihak pengusaha agar bersedia memberikan kompensasi. Jika mediasi tidak berhasil, maka Pemuda Pancasila akan melakukan pendampingan terhadap konsumen untuk melanjutkan kasus tersebut hingga pengadilan. Intinya bahwa Pemuda Pancasila berperan sebagai mediator sekaligus sebagai advokasi. Tetapi menurut pengamatan penulis bahwa peran tersebut belum dilaksanakan dengan baik, karena dalam beberapa kasus yang ditangani Pemuda Pancasila, terdapat

konsumen yang tidak berhasil mendapatkan ganti rugi. Pada sisi lain, terdapat juga laporan konsumen yang sama sekali tidak ditindaklanjuti. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **Kajian Yuridis terhadap Peran Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) Dalam Perlindungan Konsumen Usaha Waralaba (Studi Kasus pada MPW Pemuda Pancasila Provinsi DKI Jakarta).**

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kajian yuridis terhadap peran organisasi kemasyarakatan (Ormas) dalam perlindungan konsumen usaha waralaba ?
2. Bagaimana peran organisasi kemasyarakatan (Ormas) Pemuda Pancasila dalam perlindungan konsumen usaha waralaba ?
3. Kendala apa saja dihadapi organisasi kemasyarakatan Pemuda Pancasila dalam perlindungan konsumen usaha waralaba ?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam perjalanan suatu perjuangan kemerdekaan di Indonesia Kehadiran beberapa organisasi adalah fakta yang tidak terbantahkan, disebabkan organisasi-organisasi pada zaman itu sudah mempunyai tujuan yang sama membangun kesadaran masyarakat Indonesia sehingga menghantarkan mampu kemerdekaan Indonesia. Organisasi-organisasi tersebut sampai saat ini, masih diakui keberadaannya dan berkembang dengan cara melakukan kiprahnya di tengah-tengah masyarakat pada berbagai bidang kehidupan sosial kemasyarakatan, misalnya organisasi keagamaan, yang bergerak di bidang

pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan ekonomi rakyat.

Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) merupakan perkumpulan masyarakat yang membentuk organisasi yang sifat dan strukturnya teratur, biasanya mulai dari tingkat tertinggi/pusat sampai tingkat terendah/pimpinan di tingkat daerah atau bahkan rukun warga.

Perlindungan terhadap konsumen telah mulai diberlakukan sejak sebelum Indonesia merdeka. Hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang hukum yang bercorak Universal. Sebagian besar perangkatnya diwarnai hukum asing, namun kalau dilihat dari hukum positif yang sudah ada di Indonesia ternyata dasar-dasar yang menopang sudah ada sejak dulu termasuk hukum adat.

Undang-undang secara khusus mengatur tentang perlindungan konsumen juga sekaligus sebagai dasar dari hukum perlindungan konsumen Indonesia dimuat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen).

Memberikan perlindungan bagi konsumen merupakan suatu tujuan dari usaha akan dicapai atau pada keadaan akan diwujudkan. Oleh karena itu, maka tujuan perlindungan konsumen perlu untuk dirancang dan dibangun dengan terencana dan juga dipersiapkan sejak dini. Tujuan perlindungan konsumen dapat mencakup aktivitas-aktivitas penciptaan dan penyelenggaraan sistem pada perlindungan konsumen.

Sebelum berlakunya UUPK, maka Indonesia tidak memiliki suatu ketentuan hukum yang komprehensif juga integratif tentang hukum perlindungan konsumen, berbagai peraturan sudah ada kurang memadai dengan secara langsung mampu melindungi kepentingan konsumen. Lebih lanjut untuk dapat

menyelenggarakan perlindungan konsumen, sesuai pasal 1 dalam angka 1 UUPK terdapat tiga lembaga nonpemerintah ikut aktif dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen. Lembaga nonpemerintah tersebut merupakan Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Selain penyelesaian melalui jalur pengadilan, UUPK memberikan juga alternatif cara menyelesaikan suatu sengketa konsumen dengan jalur di luar pengadilan (atau non litigasi) yaitu melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Berdasarkan Pasal 1 dalam angka 9 UU Perlindungan Konsumen, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) merupakan lembaga non-pemerintah terdaftar dan diakui pada pemerintah mempunyai kegiatan menangani kasus perlindungan konsumen.

Berdasarkan Pasal 46 dalam ayat (1) huruf c UUPK, LPKSM mempunyai hak untuk mengajukan gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dengan syarat, LPKSM data berbentuk badan hukum atau suatu yayasan, dalam anggaran dasarnya disebutkan dengan naik bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut untuk kepentingan perlindungan konsumen dan LPKSM telah melaksanakan kegiatan berdasarkan dengan anggaran dasarnya.

3. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dan juga merupakan penelitian kualitatif, yakni penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis atas sikap tindak masyarakat

dari berbagai aspek secara mendalam dan nilai informasi mengenai suatu temuan tidak digantungkan pada jumlah tertentu namun didasarkan pada kenyataan adanya gejala tersebut yang dilihat dari berbagai kajian dilihat secara mendalam.

Sesuai dengan penggunaan data sekunder dalam penelitian ini, maka pengumpulan data tersebut dilakukan dengan mengumpulkan, mengkaji dan mengolah secara sistematis bahan-bahan kepustakaan serta dokumen-dokumen yang berkaitan. Data sekunder baik menyangkut primer, sekunder maupun tertier diperoleh dari suatu bahan pustaka yang memperhatikan prinsip pemutakhiran juga relevansi.

Mengingat penelitian ini membuat perhatian pada data data sekunder, maka pengumpulan data ditempuh dengan melakukan wawancara dan studi dokumentasi. Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang sudah tersedia dan diolah berdasarkan bahan-bahan hukum.

Analisis data dalam penelitian ini secara kualitatif. Data sekunder diperoleh dari hasil penelitian yang disusun sedemikian rupa demikian analisis secara deskriptif, logis dan sistematis, yang dinyatakan oleh pihak terkait secara lisan dan dituangkan secara tertulis, serta dikaitkan bahan hukum sekunder menggunakan metode deduktif dan induktif yang berpedoman pada hukum pidana dan perundang-undangan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti untuk menjawab permasalahannya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Peran Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) Pemuda Pancasila Dalam

Perlindungan Konsumen Usaha Waralaba

Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) yaitu Pemuda Pancasila sudah cukup lama berkiprah di bidang perlindungan konsumen, sejalan dengan dikeuarkannya UU tentang Perlindungan Konsumen. Ormas Pemuda Pancasila berada dalam barisan terdepan untuk memperjuangkan hak-hak konsumen yang tidak dipenuhi oleh para pelaku usaha, khususnya bagi pelaku usaha waralaba menjual berbagai jenis produk atau barang kebutuhan rumah tangga. Terlebih pada masa globalisasi dan juga perdagangan bebas pada saat ini, banyak bermunculan berbagai jenis atau macam produk barang dan pelayanan jasa dipasarkan kepada para konsumen.

Oleh karena itu peran Pemuda Pancasila sebagai organisasi kemasyarakatan swadaya masyarakat sangat dibutuhkan untuk kepentingan konsumen, sehingga hak-hak konsumen menjadi lebih terlindungi, dan pada sisi lain para pelaku usaha waralaba dapat lebih berhati-hati untuk tidak melakukan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen. Dalam melakukan perannya, Ormas Pemuda Pancasila berperan melakukan sosialisasi, menerima laporan dari konsumen yang merasa dirugikan atas konsumsi produk tertentu, kemudian melakukan mediasi dengan pihak pengusaha agar bersedia memberikan kompensasi. Jika mediasi tidak berhasil, maka Pemuda Pancasila akan melakukan pemdampingan terhadap konsumen untuk melanjutkan kasus tersebut hingga pengadilan.

1. Sosialisasi

Ormas PP melakukan peran sosialisasi dengan memberi pengarahan kepada masyarakat mengenai hak-hak konsumen sebagaimana telah diatur dalam UU, dimana hak-hak tersebut dilindungi secara hukum. Sosialisasi dilakukan dengan tujuan untuk memberi kesadaran hukum kepada konsumen.

Tujuan sosialisasi yang dilakukan oleh ormas PP adalah untuk menyadarkan masyarakat tentang adanya hak-hak konsumen yang harus

dipenuhi oleh para pelaku usaha. Dengan sosialisasi maka diharapkan masyarakat akan memahami bahwa mereka dapat mengajukan keberatan atau bahkan dapat mengajukan gugatan ke pengadilan jika hak-hak mereka telah dilanggar, dimana pelanggaran tersebut telah secara nyata menimbulkan kerugian kepada anggota masyarakat yang bersangkutan.

2. Menerima Laporan

Ormas PP selalu dalam kondisi siap dalam menerima laporan jika terdapat konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha atas barang atau produk yang dikonsumsi. Disamping itu, petugas yang menerima pelapor juga selalu menunjukkan sikap yang ramah, sehingga pelapor menjadi lebih tenang dalam membuat laporan. Hal ini karena memang salah satu bidang tugas ormas PP adalah menangani pengaduan konsumen yang dirugikan oleh usaha waralaba.

Ormas PP berupaya agar dalam setiap laporan atau pengaduan yang diterima dari masyarakat dilengkapi dengan bukti-bukti atas adanya pelanggaran hak konsumen yang dilakukan oleh pengusaha waralaba. Setiap laporan juga disertai dengan uraian kronologis yang lengkap agar perkaranya dapat dipelajari dengan baik sebagai bagian dari tindak lanjut. Hal senada juga dikatakan bahwa laporan yang lengkap sangat penting untuk mempermudah tindak lanjut.

3. Mediasi

Ormas PP melakukan tindakan cepat segera setelah laporan diterima dari konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha waralaba. Semua laporan ditindaklanjuti tanpa kecuali sehingga ormas PP mendapat kepercayaan dari masyarakat untuk berupaya menyelesaikan kasus sengketa dengan pelaku usaha yang bersangkutan. Adapun tindak lanjut awal adalah mempelajari laporan.

Langkah mediasi dilakukan dengan menghubungi secara langsung pengusaha waralaba terlapor serta menyampaikan adanya konsumen yang

dirugikan atas penjualan produk. Mediator dari ormas PP akan meminta pengusaha yang bersangkutan untuk melakukan ganti rugi melalui pelaksanaan musyawarah, dalam arti mediator akan meminta agar pengusaha yang bersangkutan menyediakan waktu untuk dapat hadir dalam pelaksanaan musyawarah dalam rangka penyelesaian sengketa yang dimaksud.

4. Pendampingan di Pengadilan

Peran ormas PP juga cukup penting memberikan kesadaran atau pemahaman kepada konsumen yang menjadi korban pelanggaran hak tentang langkah-langkah hukum lebih lanjut yang dapat ditempuh sebagai upaya untuk memperoleh ganti rugi. Ormas PP akan mengarahkan korban untuk menempuh jalur pengadilan.

Peran ormas PP dalam penyelesaian sengketa pelanggaran hak konsumen di pengadilan adalah memberikan pendampingan terhadap korban selama proses hukum berjalan. Ormas PP dapat mendampingi korban untuk mengajukan gugatan hukum kepada pengusaha terlapor. Dalam hal ini upaya pendampingan tersebut telah disepakati sejak dari awal, dimana terdapat kesepakatan tertulis bahwa ormas PP berperan dalam pendampingan selama proses penyelesaian sengketa, baik melalui mediasi maupun di pengadilan.

Kendala yang Dihadapi Organisasi Kemasyarakatan Pemuda Pancasila Dalam Perlindungan Konsumen Usaha Waralaba

Ormas Pemuda Pancasila berada dalam barisan terdepan untuk memperjuangkan hak-hak konsumen yang tidak dipenuhi oleh para pelaku usaha, khususnya pelaku usaha waralaba yang menjual berbagai jenis barang atau produk kebutuhan rumah tangga. Sering terjadi bahwa pengusaha waralaba yang menjual produk tersebut tidak mematuhi hukum yang berlaku sehingga menimbulkan kerugian kepada konsumen.

Tetapi dalam melakukan perannya mendampingi konsumen, ormas PP tidaklah selalu berhasil. Bahkan dapat dikatakan bahwa jika dibandingkan dengan lembaga konsumen lain seperti Yayasan Perlindungan Konsumen Indonesia, maka ormas PP masih perlu meningkatkan perannya sehingga konsumen waralaba di Indonesia merasa lebih terlindungi. Faktanya ormas PP masih menghadapi sejumlah kendala sehingga tidak dapat berperan secara maksimum dapat mengupayakan perlindungan konsumen.

1. Kendala Peraturan Hukum

Legalitas ormas dalam perlindungan konsumen masih diragukan masyarakat, sehingga kepercayaan masyarakat juga masih tergolong rendah terhadap ormas PP. Hal ini menyebabkan banyak kasus sengketa yang tidak dapat ditangani dengan baik, karena adanya penolakan beberapa pihak.

2. Stigma Negative Masyarakat terhadap Peran Ormas

Adanya pandangan sebagian masyarakat yang kurang baik terhadap peran ormas PP menjadi factor kendala, padahal peran pendampingan ormas PP secara organisasi murni untuk tujuan membela kepentingan atau hak-hak masyarakat yang menjadi konsumen waralaba, bukan sebagai pencari keuntungan.

3. Mediasi Sulit Mencapai Kesepakatan Damai

Ormas PP dapat mengalami hambatan karena sulit mempertemukan kedua pihak yang berperkara, padahal mediasi hanya dapat terjadi melalui pelaksanaan musyawarah.

4. Kendala Internal Ormas PP

Kurangnya anggaran menjadi faktor kendala dalam operasional ormas PP, karena tanpa anggaran yang memadai maka sarana dan prasarana

yang dibutuhkan menjadi kurang tersedia sehingga mobilitas anggota ormas PP yang menangani sengketa perlindungan konsumen menjadi kurang.

5. Kurangnya Kesadaran Masyarakat

Sifat konsumen yang lemah menyebabkan mereka tidak melakukan apa-apa walaupun telah dirugikan oleh pelaku usaha waralaba, karena mereka lemah dari segi pengetahuan hukum.

6. Kurangnya Kesadaran Pelaku Usaha

sikap pengusaha sering tidak menyadari pentingnya hak-hak orang lain atau hak-hak konsumen yang menjadi pelanggannya sehingga jarang bersikap kooperatif jika terdapat musyawarah. Pada kondisi ini musyawarah tidak akan mendapatkan hasil mufakat sehingga upaya mediasi yang dilakukan oleh ormas PP menjadi sia-sia.

5. SIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Aturan hukum perlindungan konsumen diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Peran ormas dalam perlindungan konsumen di atur dalam Pasal 46 ayat (1) huruf c UUPK, yang menyatakan bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) mempunyai hak untuk mengajukan gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dengan syarat, LPKSM tersebut berbentuk badan hukum atau yayasan, dalam anggaran dasarnya disebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan LPKSM tersebut telah

- melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
2. Ormas Pemuda Pancasila (PP) berperan dalam perlindungan konsumen usaha waralaba, yaitu dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam UU PK, menerima laporan atau pengaduan dari masyarakat atau konsumen waralaba yang merasa dirugikan oleh pengusaha waralaba, melakukan mediasi antara korban dengan pengusaha terlapor untuk mencari penyelesaian sengketa di luar pengadilan, serta melakukan pendampingan terhadap korban dalam pemeriksaan perkara di pengadilan. Pemuda Pancasila berperan lebih baik dalam perlindungan konsumen dengan adanya bidang organisasi yang secara khusus menangani perlindungan konsumen dalam struktur kepengurusan Badan Penyuluhan dan Pembelaan Hukum (BPPH).
 3. Faktor kendala ormas PP dalam perlindungan konsumen waralaba adalah: kendala peraturan hukum, adanya stigma negative masyarakat terhadap peran ormas, mediasi sulit mencapai kesepakatan damai, kendala internal ormas PP, kendala kurangnya kesadaran masyarakat serta kurangnya kesadaran pelaku usaha. UU PK tidak memberikan wewenang kepada ormas untuk melakukan advokasi terhadap korban yang dirugikan pelaku usaha tetapi hanya sebatas penggugat, sedangkan beberapa anggota masyarakat juga masih memiliki pandangan negative terhadap ormas karena dianggap bahwa pendampingan yang dilakukan sebagai upaya untuk mencari keuntungan bagi ormas itu sendiri

atau bagi oknumnya. Disamping itu terdapat juga kendala internal ormas PP karena sarana dan prasarana yang terbatas serta kualitas SDM yang masih kurang memadai.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Pemerintah perlu mengkaji lebih jauh terhadap peran ormas dalam perlindungan konsumen dengan melakukan revisi terhadap UU Perlindungan Konsumen agar memberikan wewenang kepada ormas untuk berperan sebagai advokasi terhadap korban pelanggaran hak konsumen oleh pelaku usaha waralaba.
2. Pemerintah perlu mendorong keterlibatan ormas untuk secara aktif melakukan sosialisasi tentang hak-hak konsumen dan melakukan pendampingan terhadap korban yang dirugikan oleh pelaku usaha waralaba.
3. Ormas PP perlu lebih mendekatkan diri kepada masyarakat umum untuk membangun stigma positif di tengah masyarakat khususnya mengenai peran ormas PP dalam perlindungan konsumen.

6. DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Karamoy, *Persaingan Usaha dan Pengambilan Keputusan Manajerial*, UI Press, Jakarta, 2006.

Marzuki, Peter Mahmud, *Penelitian Hukum*, Edisi Revisi, Kencana Prenada Media Grup, Bandung, 2010,

Tim Penyusun, *Buku Panduan
Musyawarah Cabang VII Pemuda
Pancasila*, Pondok Rimbawan,
Bandar Lampung, 2018.

Perundang-undangan:

Undang-undang No. 8 Tahun 1999
Tentang Perlindungan
Konsumen.

Undang-undang No. 17 Tahun 2013
tentang Organisasi
Kemasyarakatan (Ormas).

Undang-Undang Republik Indonesia
Nomor 2 Tahun 2002, tentang
Kepolisian Negara Indonesia