

**KESADARAN HUKUM MAHASISWA
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
TERHADAP UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**Oleh :
Andi Setiawan**

*Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta
Gedung sentra Kramat Jl. Kramat Raya No. 7-9 Jakarta Pusat 10450
Telp. 021 – 31904598 Fax. 021 – 31904599*

Email : anditiawan93@gmail.com

Abstrak

Ketidakhonesty pelaku usaha dalam memasarkan produk dan jasa mereka di Indonesia sering merugikan konsumen. Kerugian yang diderita mencakup materi, raga, psikis maupun jiwa. Asa untuk menekan tingginya jumlah kasus penipuan para palaku usaha terhadap konsumen muncul setelah pemerintah melahirkan UU perlindungan konsumen. Walaupun UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sudah diberlakukan hampir dua dasawarsa lalu, masih saja banyak konsumen dirugikan oleh ulah nakal para pelaku usaha. Indikator-indikator kesadaran hukum mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Terhadap Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam kategori cukup. Pihak kampus juga membekali mahasiswanya dengan maka kuliah Hukum Bisnis Hal ini menggambarkan bahwa mereka kritis dan teliti sebelum mengkonsumsi suatu produk /jasa. Mereka mampu melindungi kepentingan diri sendiri dan orang-orang sekitar dalam membeli dan memilih suatu produk dan jasa sehingga terhindar dari kecurangan para pelaku usaha. Mereka juga mampu mengambil langkah-langkah seperlunya bila penipuan itu terjadi pada mereka.

Kata Kunci: *Kesadaran hukum, Perlindungan Konsumen, UU No.8/1999 Mahasiswa.*

Abstract

The dishonesty of business leaders in marketing their products and services in Indonesia often harms consumers. Losses suffered include material, physical, psychological and mental. Expectation to suppress the high number of fraud cases of business leaders against consumers came after the government published a consumer protection law. Although Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection was enacted almost two decades ago, there are still many consumers who are harmed by the mischievous conduct of business leaders. Legal awareness indicators of Mercu Buana University students in Jakarta on Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection are in the sufficient category. The campus also equips students with Business Law courses. This illustrates that they are critical and thorough students before consuming a product / service. They are able to protect their own interest and those around them in buying and choosing a product and

service so that they are able to avoid fraud by business leaders. They are also able to take the necessary steps if the fraud occurs to them.

Keywords: *Legal awareness, Consumer Protection, Law number 8 / 1999 Students*

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang saling bergantung dengan manusia lainnya. Tidak ada satu manusia atau satu bangsapun di dunia ini yang mampu memenuhi seluruh kebutuhan hidupnya sendiri. Untuk itu, manusia harus bersosialisasi dan melakukan transaksi atau jual beli barang/jasa dengan sesamanya.

Praktik jual beli sudah dilakukan sejak dulu kala seiring dengan awal keberadaan manusia di muka bumi. Dengan terus meningkatnya beragam kebutuhan hidup, manusia saling berinteraksi untuk memenuhinya. Berbagai cara dan upaya agar semua hajat manusia itu terpenuhi seperti menciptakan dan memproduksi barang, betarak hewan. mengolah hasil alam dan mengubahnya menjadi produk yang bernilai, menangkap ikan di laut dan bekerja untuk orang lain. Hasil dari laba, gaji, atau penjualan itu kemudian dibelikan lagi untuk memenuhi semua kebutuhan hidup mereka. Dari semua kegiatan itu terciptalah praktik jual beli.

Dalam praktik jual beli, prinsip ekonomi yang mengatakan dengan modal sekecil-kecilnya dan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dimanfaatkan oleh banyak pedagang untuk menipu konsumen. Hal inilah yang kerap memicu sengketa antara penjual dan pembeli. Penjual senantiasa berdalih bahwa ia tidak bersalah dan malah berbalik menyalahkan konsumen Dalam hal ini pihak pembeli atau konsumenlah yang sering menjadi korban baik materi maupun jiwa dari para pedagang yang tidak jujur.

Kasus penipuan yang menghebohkan masyarakat beberapa

waktu lalu yaitu ratusan jemaah yang gagal berangkat umroh oleh sebuah agen perjalanan. Setiap jemaah dipastikan menderita kerugian materi puluhan juta rupiah dan kerugian imateri yaitu malu karena mereka telah tertipu. Kasus ini merupakan contoh dari penipuan demi penipuan yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya secara licik demi mengeruk keuntungan tanpa memperhatikan kepentingan konsumen dan bangsa Indonesia.

Tabel 1
 Besar Pengaduan YLKI

No	2015			2014	
	Komoditas	Jumlah kasus	%	Komoditas	Jumlah kasus
1.	Perbankan	176	17,09%	Perbankan	115
2.	Perumahan	160	15,53%	Telekomunikasi/ multimedia	71
3.	Telekomunikasi /multimedia	83	8,06%	Perumahan	70
4.	Belanja online	77	7,48%	Transportasi	51
5.	Leasing	66	6,5%	Ketenagalistrikan	48
6.	Listrik	58	5,63%	Leasing	35
7.	Transportasi	52	5,05%	PDAM	26
8.	Elektronik	47	4,56%	Asuransi	25
9.	Asuransi	43	4,17%	Makanan & minuman	23
10.	Otomotif	37	3,5%	Otomotif	19

Sumber : <https://ylki.or.id/2016/01/bedah-pengaduan-konsumen-2015/>

Fenomena seperti ini sudah terjadi sejak puluhan tahun silam. Pada tahun 2015, ratusan pengaduan masyarakat dari berbagai sektor usaha diterima YLKI Hal ini menunjukkan tren yang meningkat dibandingkan pada tahun 2014 (lihat tabel 1). Ironis, padahal sejak dua puluh tahun lalu, pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Kosnsumen untuk mencegah terulangnya kerugian materi dan jiwa yang terus menimpa konsumen.

Produk hukum ini secara garis besar memberikan tuntunan bagi para konsumen dan produsen dalam bertransaksi produk atau jasa. Pedoman

bagi konsumen adalah adanya berbagai hak dan kewajiban yang harus dilakukan sebelum menggunakan suatu produk atau jasa. Hal ini penting supaya konsumen mendapatkan produk atau jasa sesuai yang dijanjikan dan demi menghindari kerugian serta sengketa dengan pedagang. Kondisi demikian merupakan cerminan dari meningkatnya keberanian, kesadaran, pengetahuan, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap usaha yang bertanggung jawab.

Panduan bagi pelaku usaha adalah adanya kejujuran dan kepastian akan kualitas dan keamanan produk / jasa yang dihasilkan dan tanpa kerugian bagi konsumen. Sanksi administrasi, perdata dan pidana diberikan kepada pelaku usaha yang memasarkan produk/jasanya tidak sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku.

Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen juga merupakan konsumen dari generasi intelektual milenial yang berpotensi aktif dalam bisnis. Dalam kurikulum jurusan, mata kuliah Hukum Bisnis juga ditawarkan kepada mereka. Dengan kombinasi sebagai mahasiswa dan konsumen tentunya mereka memiliki informasi, pengetahuan dan pengalaman terkait perlindungan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul Kesadaran Hukum Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan paparan identifikasi masalah di atas maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana kesadaran hukum mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Upaya apa yang dilakukan Universitas Mercu Buana Jakarta untuk meningkatkan kesadaran hukum mahasiswa terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

LANDASAN TEORI

Pengertian Kesadaran Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kesadaran hukum adalah:

1. Kesadaran seseorang akan nilai-nilai yang terdapat dalam diri manusia mengenai hukum yang adil.
2. Kesadaran seseorang akan pengetahuan hukum suatu perilaku tertentu yang diatur oleh hukum.

Sosialisasi UU Perlindungan Konsumen dapat menambah kesadaran hukum seseorang. Zainudin Ali (2005:66) menyebutkan bahwa kesadaran hukum terkait dengan pengetahuan hukum, pemahaman hukum, penataan hukum, pengharapan terhadap hukum, dan peningkatan kesadaran hukum (sosialisasi). Misalnya, Orang yang memahami hukum maka taraf kesadaran hukumnya lebih dari pada orang yang hanya mengetahui hukum dan seterusnya.

Lebih lanjut ia menambahkan bahwa ketaatan hukum dapat diartikan juga efektifitas hukum yaitu daya kerja hukum yang dapat memaksa masyarakat taat pada hukum dengan sejumlah persyaratan seperti adanya kaidah hukum, penegak hukum, sarana atau fasilitas, dan (kesadaran hukum) warga masyarakat.

Terbentuknya kesadaran hukum pada satu komunitas tidak terlepas dari gabungan ketiga norma yaitu norma

agama, susila dan hukum. seperti yang dijelaskan oleh Acmad Roestandi (2012; 89). Pengertian, kesukarelaan dan kebebasan atau tanpa paksaan dari luar yang bersinergi dengan perasaan bersalah dan ancaman dosa dan siksa akhirat memicu timbulnya kesadaran hukum yang hakiki.

Indikator Kesadaran Hukum

Menurut Soerjono Soekanto (1987:217-219), indikator-indikator kesadaran hukum sebenarnya merupakan petunjuk kongkrit tentang taraf kesadaran hukum. Secara singkatnya, ke empat indikator itu dapat dijelaskan berupa:

1. Pengetahuan hukum. Seseorang mengetahui bahwa suatu perilaku telah diatur oleh hukum. Peraturan hukum yang dimaksud disini adalah hukum tertulis maupun hukum yang tidak tertulis seperti hukum adat. Perilaku tersebut menyangkut perilaku yang dilarang dan yang diperbolehkan oleh hukum.
2. Pemahaman hukum. Seseorang warga masyarakat mempunyai pengetahuan dan pemahaman mengenai aturan-aturan tertentu, misalnya adanya pengetahuan dan pemahaman yang benar dari masyarakat tentang hakikat dan arti pentingnya regulasi.
3. Sikap hukum. Seseorang mempunyai kecenderungan untuk mengadakan penilaian tertentu terhadap hukum.
4. Perilaku hukum, yaitu dimana seseorang dalam suatu masyarakat mematuhi peraturan yang berlaku.

Dari uraian di atas, kesadaran hukum dapat diartikan sebagai keinsyafan, keadaan memahami tentang hukum Kesadaran hukum berawal dari adanya pengetahuan tentang hukum, dari pengetahuan tentang hukum maka tumbuh suatu pengakuan dan penghargaan atas aturan-aturan hukum, selanjutnya timbul sikap penghayatan

terhadap hukum dan pada akhirnya timbul ketaatan dan kepatuhan terhadap hukum.

Kesimpulan dari pengertian kesadaran hukum adalah sikap seseorang yang mengamati, menghayati, menyadari untuk melakukan perbuatan yang dibuat oleh penguasa yang berisi perintah-perintah dan larangan-larangan sebagai hak dan kewajiban anggota dalam masyarakat.

Pengertian Perlindungan Konsumen

Hukum dibuat untuk melindungi semua kepentingan manusia dalam setiap aktifitas kehidupan. Tujuan akhir dari kehadiran hukum adalah terciptanya ketertiban dalam masyarakat. Begitu juga dalam kegiatan berniaga, hukum hadir untuk melindungi kepentingan konsumen dan produsen. UU Perlindungan konsumen ada untuk melindungi hajat kedua pihak tersebut.

Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam. Agama Islam juga mengajarkan adab dalam berbisnis. Baik hukum positif maupun ajaran Islam keduanya bertujuan untuk melindungi konsumen dan produsen. Kedua pihak harus bersikap jujur dan beritikad baik dalam bertransaksi. Ajaran Islam menyebutkan bahwa tidak diperkenankan seseorang menyembunyikan cacat/aib suatu barang ketika melakukan jual beli.

Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda:

بَيْعًا أَخِيهِ مِنْ بَاعٍ لِمُسْلِمٍ يَجُلُّ لَا الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ
لَهُ بَيِّنَةٌ إِلَّا عَيْبٌ فِيهِ

“Seorang muslim adalah saudara bagi muslim yang lain. Tidak halal bagi seorang muslim menjual barang dagangan yang memiliki cacat kepada saudaranya sesama muslim, melainkan ia harus menjelaskan cacat itu kepadanya

(HR. Ibnu Majah nomor 2246, Ahmad IV/158, Hakim II/8, Baihaqi V/320;

dishahihkan Syaikh Salim bin 'Ied Al Hilali).

Pesan penting dari cukilan hadist di atas adalah bahwa pedagang sebagai pelaku utama dalam transaksi jual beli haruslah bersikap jujur, transparan dan tidak ada niatan untuk menipu konsumen baik yang seiman ataupun tidak.

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No.8 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen".

Menurut Wikipedia Indonesia, "Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen. Sebagai contoh, para penjual diwajibkan menunjukkan tanda harga sebagai tanda pemberitahuan kepada konsumen".

Dari uraian di atas maka perlindungan konsumen diartikan upaya untuk melindungi kepentingan konsumen dari kecurangan pelaku usaha dan memaksa pelaku usaha untuk bersikap *fair* dalam berbisnis dengan perangkat hukum yang berlaku.

Tujuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Secara khusus, tujuan dari lahirnya undang-undang perlindungan konsumen adalah:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 angka 3 undang-undang yang sama menjabarkan bahwa "Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama – sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi".

Pelaku usaha menurut undang-undang di atas dapat dirinci sebagai berikut:

1. Orang perorangan yaitu tiap orang atau individu yang melakukan kegiatannya seorang diri. Contoh penjual HP dan pulsa di mal-mal atau pinggir jalan, agen atau distributor.
2. Badan usaha yaitu kumpulan orang yang melakukan kegiatan menjual produk/jasa secara patungan.

Badan usaha terdiri dari :

- a. Berbadan hukum yaitu badan usaha yang memisahkan antara *harta kekayaan pribadi* dan *harta perusahaan/ badan usaha*.

Contohnya adalah PT. Koperasi dan Yayasan.

- b. Tidak berbadan hukum antara kekayaan pribadi/pendiri dengan kekayaan badan usaha tidak ada pemisahan yang jelas. Contohnya adalah firma, CV..

Hak-Hak Konsumen

Undang-undang Perlindungan Konsumen memberikan kepastian hukum atas perlindungan hak-hak konsumen. Hak-hak itu berupa:

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

Kewajiban-Kewajiban Konsumen

Untuk menghindari penyesalan di kemudian hari dalam mengkonsumsi produk/jasa maka konsumen diwajibkan melakukan hal-hal berikut:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Hak-Hak Pelaku Usaha

Seperti halnya konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga menjamin hak-hak pelaku usaha. Hak-hak pelaku usaha adalah :

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

Kewajiban-Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam memasarkan produk/jasa, pelaku usaha diwajibkan melakukan hal-hal sebagai berikut;

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

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

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif - sosiologis dengan sub penelitian efektifitas hukum. Bersifat deskriptif karena penelitian ini bertujuan menggambarkan fenomena dari kelompok tertentu pada masyarakat. Sub efektifitas hukum bertujuan untuk mengkaji efektifitas berlakunya suatu undang-undang pada suatu masyarakat. Pada penelitian jenis ini pengolahan datanya dapat dilakukan secara kualitatif dan / atau kuantitatif.

Cara untuk mencari persentase hasil kuesioner (Sugiyono, 2008) adalah :

Gambar 1
Rumus Persentase Hasil Kuesioner

$$p = \frac{f}{n} \times 100$$

- p : Persentase
- f : Frekuensi dari setiap jawaban angket
- n : Jumlah responden

Panduan penilaian dan pemberian skoring menggunakan pendekatan skala Gutman. Adapun panduan penentuan penilaian dan skoringnya adalah sebagai berikut :

- Jumlah pilihan = 2
- Jumlah pertanyaan = 30
- Skoring terendah = 0 (pilihan jawaban yang salah)
- Skoring tertinggi = 1 (pilihan jawaban yang benar)
- Jumlah skor terendah = skoring terendah x jumlah pertanyaan = 0 x 30 = 0 (0%)
- Jumlah skor tertinggi = skoring tertinggi x jumlah pertanyaan = 1 x 30 = 30 (100%).

Penentuan skoring pada kriteria objektif :

Rumus umum:

Interval (I) = Range (R) / Kategori (K)

Range (R) = skor tertinggi - skor terendah = 100 - 0 = 100%.

Kategori (K) = 2 adalah banyaknya kriteria yang disusun pada kriteria objektif suatu variabel.

Kategori yaitu Cukup dan Kurang.

Interval (I) = 100 / 2 = 50%.

Kriteria penilaian = skor tertinggi - interval = 100 - 50 = 50%, sehingga
Cukup = jika skor > = 50%.
Rendah = jika skor < 50%.

Jadi berapapun banyaknya jumlah pertanyaan jika pertanyaan dengan pilihan 2 jawaban yang sama yaitu Ya dan Tidak, penentuan kriteria objektifnya akan tetap pada interval 50%. Artinya, meskipun dengan jumlah pertanyaan sampai 100 pun dengan jumlah pilihan pertanyaan terdiri dari 2 dengan kategori pada kriteria objektif variabel sebanyak 2 maka batas intervalnya adalah tetap 50%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kesadaran hukum mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Berikut ini adalah hasil kuesioner yang dilakukan terhadap tiga puluh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta dengan jumlah pertanyaan sebanyak tiga puluh.

Indikator Pengetahuan Hukum

Tabel 2.
Indikator Pengetahuan Hukum

Pengetahuan Hukum	Frekuensi	
	Ya	Tidak
	45%	55%

Indikator pengetahuan hukum merupakan salah satu petunjuk untuk mengetahui kesadaran hukum. Indikator pengetahuan hukum adalah pengetahuan masyarakat atas hukum yang berlaku baik yang tertulis maupun tidak yang mengatur perilaku masyarakat dalam suatu fenomena tertentu.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa indikator pengetahuan hukum mahasiswa UMB tergolong rendah. Deskripsi selanjutnya mengenai indikator pengetahuan hukum dapat diketahui pada tabel 2 yaitu 1) mahasiswa UMB

mengetahui bahwa ada undang-undang perlindungan konsumen sebanyak 53% tergolong cukup. Mereka mengetahuinya dari seminar atau sosialisasi (18%), televisi (23%), dan internet (59%), 2) mahasiswa yang mendapatkan sosialisasi UU perlindungan konsumen tergolong rendah yaitu sebanyak 10%, 3) mahasiswa yang mengetahui bahwa konsumen dilindungi UU sebanyak 57% tergolong cukup, 4) mahasiswa yang mengetahui adanya **klausul baku** sepihak pelaku usaha sebanyak 47% tergolong rendah, 5) mahasiswa yang mengetahui bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi sebesar 97% tergolong cukup, 6) mahasiswa yang mengetahui bahwa konsumen mendapatkan upaya penyelesaian sengketa sebanyak 50% tergolong cukup, 7) mahasiswa yang mengetahui keberadaan YLKI tergolong rendah yaitu sebesar 50% 8) mahasiswa yang mengetahui keberadaan BPKN tergolong rendah yaitu 33% dan, 9) mahasiswa yang mengetahui bahwa pelaku usaha dapat dijerat hukum cukup rendah yaitu 10%.

Tabel 3.
Sub Indikator Pengetahuan Hukum.

N o.	Pengetahuan Hukum	Frekuensi			
		Ya	%	Tidak	%
1.	Pengetahuan keberadaan UU Perlindungan Konsumen	16	53 %	14	47 %
2.	Sosialisasi UU Perlindungan Konsumen	3	10 %	27	90 %
3.	Pengetahuan konsumen dilindungi UU	17	57 %	13	43 %
4.	Pengetahuan tentang klausul baku pelaku usaha	14	47 %	16	53 %
5.	Pengetahuan konsumen berhak mendapat ganti rugi/kompensasi	29	97 %	1	3%

6.	Pengetahuan konsumen berhak mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen	15	50 %	15	50 %
7.	Pengetahuan keberadaan YLKI	15	50 %	15	50 %
8.	Pengetahuan keberadaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional	10	33 %	20	67 %
9.	Pengetahuan bahwa pelaku usaha dapat diajukan ke pengadilan	3	10 %	27	90 %

Indikator Pemahaman Hukum

Pemahaman hukum adalah indikator yang mengukur sejauh mana seseorang menguasai informasi atau isi, tujuan, dan manfaat suatu peraturan. Pengetahuan tentang ada atau tidaknya suatu produk hukum tertentu tidaklah penting.

Hal ini dapat dianalogikan seperti seorang pengendara motor yang mengenakan helm berikut memiliki surat kendaraan bermotor. Ia tidak mengetahui secara pasti nomor dan tahun berapa undang-undang tentang lalu lintas tersebut, tapi ia mengetahui bahwa ada undang-undang lalu lintas dan merasakan manfaatnya.

Tabel 4.
Indikator Pemahaman Hukum

Pemahaman Hukum	Frekuensi	
	Ya 25%	Tidak 75%

Dari tabel di atas diketahui bahwa pemahaman hukum mahasiswa UMB

tergolong rendah yaitu 25%. Uraian lengkap pemahaman hukum dapat terlihat pada tabel 5.

Mahasiswa UMB yang memahami isi UU perlindungan konsumen digolongkan rendah yaitu hanya 7%. Hal sama juga terjadi pada pemahaman tujuan dari UU perlindungan konsumen mahasiswa UMB tergolong rendah yaitu 43%.

Tabel 5.
Sub Indikator Pemahaman Hukum

No	Pemahaman hukum	Frekuensi			
		Ya	%	Tdk	%
1.	Pemahaman isi UU perlindungan konsumen	2	7%	28	93%
2.	Pemahaman tujuan dikeluarkannya UU	13	43%	17	57%

Indikator Sikap Hukum.

Indikator sikap hukum berarti kecenderungan seseorang untuk menerima dan mematuhi suatu peraturan karena ia merasakan adanya manfaat dari keberadaan peraturan tersebut.

Tabel 6.
Indikator Sikap Hukum.

Sikap Hukum	Frekuensi	
	Ya 84%	Tidak 16%

Indikator sikap hukum pada mahasiswa UMB tergolong cukup seperti yang tertera pada tabel 6 yaitu 84%. Rincian dari indikator sikap hukum seperti yang tergambar pada tabel 7 berupa 1) mahasiswa yang merasakan manfaat UU Perlindungan Konsumen

tergolong tinggi yaitu 97%, 2) mahasiswa yang memberikan respons ketidaksetujuan **klausul baku** sepihak pelaku usaha tergolong rendah yaitu 47%, 3) mahasiswa yang senantiasa komplain atas cacat produk/jasa yang dibelinya tergolong cukup yaitu 93%, 4) mahasiswa yang menuntut penggantian produk/jasa yang sesuai iklan juga tergolong cukup yaitu 89% dan, 5) mahasiswa yang bersikap teliti dalam bertransaksi secara daring tergolong tinggi yaitu 95%.

Tabel 7.
Sub Indikator Sikap Hukum.

No	Sikap Hukum	Frekuensi			
		Ya	84%	Tdk	16%
1.	Manfaat UU Perlindungan Konsumen	29	97%	1	3%
2.	Respon ketidaksetujuan klausula baku	14	47%	16	53%
3.	Sikap komplain ketidakpuasan terhadap produk / jasa	28	93%	2	7%
4.	Respon mendapatkan produk / jasa yang lebih baik.	17	89%	2%	11%
5.	Respon produk / jasa yang dibeli secara daring.	19	95%	1	5%

Indikator Perilaku Hukum

Indikator perilaku hukum merupakan indikator terpenting dalam kesadaran hukum. Indikator perilaku hukum adalah perilaku sekelompok masyarakat untuk menerima atau menolak suatu peraturan. Dengan kata lain, berlaku atau tidaknya suatu peraturan amat tergantung pada perilaku masyarakatnya.

Pada Tabel 8 tampak bahwa perilaku hukum mahasiswa UMB cukup yaitu mencapai 59%. Sementara uraian jelas mengenai perilaku hukum mahasiswa tercermin pada Tabel 9 berupa : 1) kritis terhadap produk/jasa sebelum mengkonsumsinya tergolong cukup yaitu 90%, 2) teliti dan hati-hati terhadap produk/jasa sebelum membelinya tergolong cukup yaitu 97%, 3) membayar harga sesuai kesepakatan tergolong cukup yaitu 100% 4) kejujuran dalam bertransaksi tergolong cukup yaitu 70%, 5) terhindar dari kecurangan pelaku usaha tergolong rendah yaitu 23%, 6) pengaduan penipuan melalui YLKI tergolong rendah yaitu 0%, 7) respon memuaskan dari pelaku usaha atas komplain anda tergolong rendah yaitu 43%, 8) pengajuan ganti rugi atau tukar produk/jasa yang mengecewakan tergolong cukup yaitu 63%, 9) penggantian produk/jasa sesuai harapan tergolong cukup yaitu 80%, 10) mengadu ke medsos atau polisi bila komplainnya tidak ditanggapi tergolong rendah yaitu 47%, 11) menggugat pelaku usaha ke pengadilan tergolong rendah yaitu 3%, 12) pembelian produk/jasa secara daring tergolong cukup yaitu 67%, 13) komplain bila produk/jasa mengecewakan tergolong cukup yaitu 95%.

Tabel 8.
Indikator Perilaku Hukum.

Perilaku Hukum	Frekuensi	
	Ya	Tidak
	59%	41%

Tabel 9.
Sub Indikator Perilaku Hukum.

No	Perilaku Hukum	Frekuensi			
		Ya	%	Tdk	%
1	Kritis terhadap barang /jasa sebelum mengkonsumsinya.	27	90%	3	10%
2.	Bersikap teliti dan hati-hati terhadap barang / jasa sebelum mengkonsumsi produk/jasa.	29	97%	1	3%
3.	Transaksi harga sesuai kesepakatan	100	100%	0	0%
4.	Kejujuran dalam bertransaksi	21	70%	9	30%
5.	Terhindar dari kecurangan pelaku usaha	7	23%	23	77%
6.	Pengaduan ke YLKI tentang penipuan	0	0%	30	100%
7.	Mendapat respon memuaskan dari pelaku usaha terhadap komplain anda	13	43%	17	57%
8.	Pengajuan ganti rugi atau tukar baru atas Produk / jasa yang tidak sesuai harapan	19	63%	11	27%
9.	Penggantian produk / jasa yang sesuai harapan	24	80%	6	20%
10.	Pengaduan ke medsos atau polisi bila komplainnya diabaikan	14	47%	16	53%
11.	Menggugat pelaku usaha ke pengadilan	1	3%	29	97%
12.	Pembelian produk/jasa secara daring	20	67%	10	33%
13.	Pengajuan komplain bila barang / jasa tidak sesuai.	19	95%	1	5%

Sampai di sini, persentase rata-rata yang diketahui hanya persentase rata-rata tiap indikator dari kesadaran hukum. sementara persentase rata-rata gabungan tiap indikator kesadaran hukum belum terlihat. Untuk mengetahuinya, maka perlu menjumlahkan semua persentase rata-rata gabungan tiap indikator kemudian dibagi dengan rata-rata jumlah responden dari tiap-tiap indikator kesadaran hukum. Adapun caranya adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum n_1 x_1}{\sum n_1}$$

Di mana:

- \bar{X} = rata-rata gabungan tiap-tiap indikator
- x_1 = rata-rata tiap-tiap indikator
- $\sum n_1$ = jumlah responden tiap sub indikator

Maka didapat :

$$\frac{29(45)+30(25)+30(84)+30(59)}{(29+30+30+30)}$$

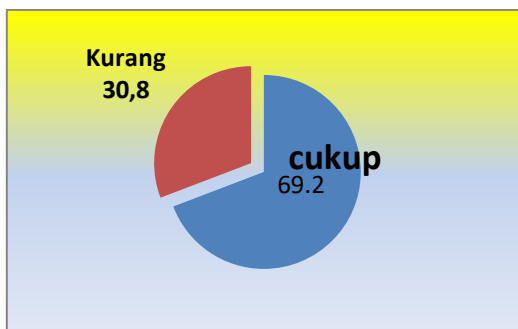
$$= \frac{6165}{89}$$

$$= 69,2$$

Dengan demikian maka kesadaran hukum mahasiswa UMB terhadap perlindungan konsumen termasuk dalam kategori cukup.

Tabel 9. Mayoritas Kesadaran Hukum Mahasiswa UMB Terhadap UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tergolong cukup.

Gambar 2
Mayoritas Kesadaran Hukum Mahasiswa UMB



- Upaya apa yang dilakukan Universitas Mercu Buana Jakarta untuk meningkatkan kesadaran hukum mahasiswa terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Untuk meningkatkan kesadaran hukum mahasiswa, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta menyertakan mata kuliah Hukum Bisnis. Mata kuliah ini dapat ditempuh mahasiswa pada semester III seperti terlihat dalam tabel 10.

Pembahasan perilaku konsumen termasuk dalam cakupan hukum bisnis. Perilaku konsumen dalam buku ajar yang ditulis oleh Faisal Santiago dibahas pada bab VI (2011,112). Kajian ilmiah perilaku konsumen yang terjadi di ruang kelas antara dosen dan mahasiswa dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang topik ini.

Tabel. 10.
Mata Kuliah Konversi S1 Manajemen Kurikulum 2017

No.	Kode mata kuliah	Semester III	SKS	Prasyarat
1.	W311700003	Manajemen Pariwisata	3	P. Bisnis & P. Manajemen
2.	F041700030	Business English	3	Bahasa Inggris II
3.	W311700004	Manajemen Operasional	3	P. Bisnis & P. Manajemen
4.	W311700005	Manajemen Keuangan	3	P. Bisnis & P. Manajemen
5.	W311700006	Manajemen Pemasaran	3	P. Bisnis & P. Manajemen
6.	W311700007	Manajemen Sumber Daya Manusia	3	P. Bisnis & P. Manajemen
7.	F041700021	Etika dan Hukum Bisnis	3	
Jumlah			21	

Jadi benarlah apa yang dikemukakan oleh Zainudin Ali (2005:66) bahwa kesadaran hukum terkait dengan pengetahuan hukum, pemahaman hukum, penataan hukum, pengharapan terhadap hukum, dan peningkatan kesadaran hukum (sosialisasi). Misalnya, Orang yang memahami hukum maka taraf kesadaran hukumnya lebih dari pada orang yang hanya mengetahui hukum dan seterusnya.

KESIMPULAN

Hukum agama Islam dan hukum positif di Indonesia keduanya mewajibkan pelaku usaha untuk senantiasa jujur dalam memasarkan produk/jasanya. Resistensi yang ampuh terhadap kecurangan mereka adalah dengan meningkatkan kesadaran hukum konsumen sebagaimana diatur dalam UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Hasil dari pembahasan kesadaran hukum mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta terhadap undang-undang tersebut adalah:

1. Indikator pengetahuan hukum berada dalam kategori kurang yaitu 45%. Hal ini merupakan rangkuman dari pengetahuan tentang adanya undang-undang perlindungan konsumen, sosialisasi UU perlindungan konsumen, konsumen dilindungi UU, **klausul baku** sepihak pelaku usaha, konsumen berhak mendapatkan kompensasi, konsumen mendapatkan upaya penyelesaian sengketa, keberadaan YLKI, keberadaan BPKN, dan pelaku usaha dapat dijerat hukum.
2. Indikator pemahaman hukum tergolong rendah yaitu 25%. Hal ini berasal dari sub indikator memahami isi UU perlindungan
3. konsumen dan pemahaman tujuan UU perlindungan konsumen.
4. Indikator sikap hukum tergolong cukup. Hal ini tergambar pada

merasakan manfaat UU Perlindungan Konsumen, respons ketidaksetujuan **klausul baku** sepihak pelaku usaha, senantiasa komplain atas cacat produk/jasa yang dibelinya, menuntut penggantian produk/jasa yang sesuai iklan, dan teliti dalam bertransaksi secara daring.

5. Indikator perilaku hukum mahasiswa UMB tergolong cukup yaitu 59%. Hal ini didapat dari kritis terhadap produk/jasa sebelum mengkonsumsinya, teliti dan hati-hati terhadap produk/jasa sebelum membeli, membayar harga sesuai kesepakatan, kejujuran dalam bertransaksi, terhindar dari kecurangan pelaku usaha, pengaduan penipuan melalui YLKI, respon memuaskan dari pelaku usaha atas komplain anda, pengajuan ganti rugi atau tukar produk/jasa yang mengecewakan, penggantian produk/jasa sesuai harapan, mengadu ke medsos atau polisi bila komplainnya tidak ditanggapi, menggugat pelaku usaha ke pengadilan, pembelian produk/jasa secara daring, komplain bila produk/jasa mengecewakan.

Hasil rata-rata persentase gabungan semua indikator adalah 69,2 persen dengan kategori cukup. Pihak kampus juga memasukkan mata kuliah Hukum Bisnis bagi para mahasiswanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. 2006. *Sosiologi Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Roestandi, Achmad. 2012. *Etika dan Kesadaran Hukum : Internalisasi Hukum dan Eksternalisasi Etika*. Jelajah Nusa, Tangerang.
- Santiago, Faisal. 2011. *Pengantar Hukum Bisnis*. Cyntya Press Jakarta..
- Soekanto, Soerjono. 1982. *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, CV Radjawali Press, Jakarta.
- Soekanto, Soerjono dan Abdullah, Mustafa. 1982. *Sosiologi Hukum dalam Masyarakat*. Radjawali Press, Jakarta.
- Soekanto, Soerjono. 1987. *Sosiologi Suatu Pengantar*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Soekanto, Soerjono, 1994. *Pengantar Penelitian Hukum*, CV Radjawali, Jakarta.
- Soerjono Soekanto. 2012. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Rajawali Pers, Jakarta.