UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS HUKUM
Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12140
Tlp: 021. 7231948 7267655 Fax: 7267657
Kampus II : Jl. Perjuangan Raya Marga Mulya Bekasi Utara Telp: 021. 88955882

SURAT TUGAS
Nomor : ST/420-B /IV/2022/FH-UBJ

Tentang
PELAKSANAAN PENELITIAN
PRODI ILMU HUKUM FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAYA
SEMESTER GENAP T.A. 2021/2022

DEKAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAYA

Menimbang : Sehubungan dengan kegiatan pelaksanaan penelitian Dosen Tetap pada Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, maka dipandang perlu mengeluarkan Surat Tugas.

Mengingat :
1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-Undang No. 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen.
3. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Undang-Undang No. 49 Tahun 2014 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
5. Program Kerja Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun Akademik 2022.
6. Kalender Akademik Universitas Bhayangkara Jakarta Raya T.A. 2021/2022.

MENUGASKAN :

Kepada :
1. Nama : **FRANSISKA NOVITA ELEANORA, S.H.,M.Hum.**
   NIDN : 0313047703
2. Nama : **DIANA FITRIANA, S.H., M.H.**
   NIDN : 0424039003

Untuk :
1. Melaksanakan tugas penelitian Dosen pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Semester Genap Tahun Akademik 2021-2022 pada Jurnal Ilmu Hukum QISTIE, Volume 15 Nomor 1, Mei 2022, dengan judul **"Optimalisasi Prinsip Keterbukaan Berdasarkan Itikad Baik Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen".**
2. Kegiatan penelitian dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya Surat Tugas ini.
3. Melaporkan hasil kegiatan penelitian kepada Dekan Fakultas Hukum.
4. Melaksanakan tugas ini dengan penuh tanggung jawab.

Selesai.

Ditetapkan di : Bekasi
Pada tanggal : 07 April 2022
Dekan Fakultas Hukum,

Dr. Ika Dewi Sartika Saimima, S.H., M.H., M.M.
NIP. 2001450

Tembusan:
- *Arsip*

OPTIMALISASI PRINSIP KETERBUKAAN BERDASARKAN ITIKAD BAIK DALAM PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Fransiska Novita Eleanora
FH Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
fransiska.novita@dsn.ubharajaya.ac.id

Diana Fitriana
FH Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
diana.fitriana@dsn.ubharajaya.ac.id

ABSTRAK

konsumen sebagai pemakai atau yang mengonsumsi barang dan jasa berhak mendapatkan perlindungan dan dimana merupakan bentuk dari perlindungan akan hak asasi setiap manusia, perlindungan yang dimaksud adalah pada saat membeli barang dan jasa adanya sikap jujur dan terbuka dari pihak penjual atau pelaku usaha, akan kualitas dan kuantitas barang dan jasanya, dan begitu juga pada saat terjadinya sengketa konsumen dikarenakan adanya ganti kerugian dari pihak pembeli atau barang dan jasa yang dijual atau tidak sesuai seperti yang diperjanjikan, setidaknya adanya sikap keterbukaan dan berdasarkan itikad baik untuk mengganti kerugian atas barang dan atau jasa yang dikonsumsi, dengan adanya itikad baik tentunya adanya tanggungjawab dari penjual atau pelaku usaha yang memberikan perlindungan kepada konsumen untuk tetap menikmati sebagai pemakai barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Tujuan dari penulisan adalah untuk mengetahui bagaimana optimalisasi dari prinsip keterbukaan berdasarkan akan prinsip itikad yang baik dalam penyelesaian sengketa konsumen. Metode dalam penelitian ini adalah yuridis normatif yaitu dengan mengkaji literatur dan peraturan perundang-undangan, dimana hasilnya dengan optimalisasi dari prisnisp keterbukaan berlndasakan itikad baik dapat menyelesaikan sengketa konsumen karena dilaksanakan dengan tanggungjawab serta ganti kerugian yang layak kepada konsumen berdasarkan haknya yang merupakan perlindungan dari konsumen sendiri.

kata kunci : keterbukaan, itikad baik, sengketa, konsumen

ABSTRACT

consumers as users or who consume goods and services are entitled to protection and which is a form of protection for the human rights of every human being, the protection in question is when buying goods and services there is an honest and open attitude from the seller or business actor, regarding quality and quantity. goods and services, and also when a consumer dispute occurs due to compensation from the buyer or goods and services sold or not as agreed, at least there is an attitude of openness and based on good faith to compensate for the goods and or services consumed With good faith, of course, there is the responsibility of the seller or business actor who provides protection to consumers to continue to enjoy them as

users of goods and services in fulfilling their daily needs. The purpose of writing is to find out how to optimize the principle of openness based on the principle of good faith in consumer dispute resolution. The method in this research is normative juridical, namely by reviewing literature and laws and regulations, where the results are by optimizing the principle of openness based on good faith, it can resolve consumer disputes because it is carried out with responsibility and appropriate compensation to consumers based on their rights which are the protection of consumers themselves.
keywords: openness, good faith, disputes, consumers

PENDAHULUAN

Barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen dalam memenuhi akan kebutuhannya dalam sehari-hari tentunya tidak terlepas dari kebutuhan akan sandang, pangan dan juga papan, dan dalam pemenuhannya akan adanya kebutuhan yang pokok tentunya tidak lepas dari keterkaitannya dengan pelaku usaha atau penjual yang akan memperdagangkan adanya barang dan jasa tersebut dikarenakan konsumen berkeinginan membeli barang yang diinginkannya atau menikmati jasa yang akan digunakannya.

Dikarenakan adanya kebutuhan tersebut, sehingga konsumen dan penjual bertenu untuk melakukan tawar menawar atau transaksi akan jual beli agar barang yang diinginkan dapat dimiliki oleh konsumen[1], dan juga jasa yang dapat dinikmati atau digunakan, dan dalam melakukan tawar menawar terjadi suatu negosiasi diantara para penjual dan juga pembeli mengenai harga atau kualitas dan kuantitas dari barang dan jasa yang akana dibeli atau dinikmati atau juga yang dikonsumsi nantinya.

Negosiasi yang dimaksud adalah merupakan suatu bentuk dari interaksi yang akan menghasilkan adanya suatu akan kesepakatan, dan biasanya negosiasi ini juga tentunya dapat mempertemukan kata sepakat antara penjual dengan pembeli dengan kata lain pembeli mendapatkan barang atau jasa[2] yang diinginkan sedangkan pihak penjual atau pelaku usaha mendapatkan uang atau biaya atas

[1] Syawali, Husni & Neni Sri Imaniyati, (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen* Mandar Maju,Bandung, hlm. 23

[2] Yuanitasari, D., Dewi, S.,Suparto, S.,& Kusmayanti, H., (2019). Law Aspect Of "Let The Producer Aware" Princples Related To Consumers Protection Law in Insonesia, Jurnal Notariil, 4 (2), 80-84

pembelian barang tersebut, dan pihak penjual juga telah sepakat untuk melepasakan barang dan jasanya untuk diberikan kepada orang lain dalam hal ini yaitu pembeli sesuai dengan adanya negosiasi atau tawar menawar yang sudah dilakukan diantara para paihak tersebut.

Dalam melakukan akan adanya transaksi tentunya dari pihak penjual atau pelaku usaha bersikap jujur akan barang dan jasa yang akan dijualnya termasuk juga akan kualitas dan kuantitas dari barang dan jasa, dimana kualitas juga berkaitan dengan sama tingkat akan baik dan buruknya sesuatu sedangkan kualitas itu sendiri berkaitan dengan jumlah atau banyaknya sesuatu barang dan jasa tersebut, dimana bersikap jujur yang dilakukan oleh penjual haruslah mengungkapkan atau mengatakan apa yang sebenarnya termasuk jika dalam barang yang akan dibeli oleh pembeli adanya terdapat cacat tersembunyi, yang nantinya akan berdampak pada ketidakpuasan dari pembeli pada saat membeli atau menikmati bahkan mengosumsi adanya barang dan jasa yang akan diperdagangkannya[3].

Bersikap jujur dan juga terbuka dalam menjual barang dan jasa tentunya juga memberikan hasil dan dampak yang positif tidak hanya kepada penjual saja atau pelaku usaha tetapi juga produsen melainkan juga kepada pembeli sendiri, dimana dengan sikap yang terbuka dan jujur dapat membangun sikap kepercayaan tidak hanya kepada konsumen tetapi juga kepada masyarakat luas bahwa dengan menerapkan sikap keterbukaan dan kejujuran juga dapat memberikan hubungan yang baik bagi masyarakat sebagai konsumen.

Prinsip dalam keterbukaan sebenarnya tidak hanya saat bertemunya penjual dan juga pembeli tetapi juga harus dilandasai dengan itikad yang baik dimana dalam ketentuan dalam UUPK Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan atau menjelaskan bahwa pelaku usaha harus memiliki itikad baik yaitu memberikan informasi yang benar dan jujur mengenai kondisi barang/jasa, melayani konsumen secara benar, menjamin mutu barang, memberikan layanan menguji barang, memberikan kompensasi, sehingga sudah ada aturan maupun juga dasar hukum yang jelas yang

[3] Shidarta,(2014). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, hlm. 32

diberikan kepada pelaku usaha dalam menjual akan barang dan atau jasanya kepada konsumen[4]

Keterbukaan juga harus selalu diterapkan manakala terjadi perselisihan atau sengketa dikemudian hari yang diakibatkan adanya sesuatu hal dan membawa kerugian kepada konsumen, dimana keterbukaan disini adalah denga itikad yang baik dan bertanggungjawab adanya ganti kerugian yang diberikan kepada konsumen, untuk itu setidaknya dalam menjual barang dan juga jasa tidak perlu adanya bentuk perjanjian yang dibuat oleh pelaku usaha, namun jikalau dilaksanakan harus dijelaskan tujuan dan maksud dibuat perjanjian tersebut, sehingga tidak adanya klausula baku atau perjanjian sepihak yang dapat menimbulkan sengketa atau kerugian bagi konsumen atau juga bagi masyarakat.

Pergantian biaya akan kerugian karena berkaitan dengan sengketa yang timbul tentunya dilaksanakan atau diberikan sesuai dengan besarnya kerugian yang diderita oleh konsumen tersebut, dimana dalam pemberiannya juga harus memperhatikan akan adanya pertanggungjawaban yang baik diantara kedua belah pihak, sehingga penyelesaiannya juga dapat diselesaikan dengan mediasi secara musyawarah atau melalui Badan Benyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

RUMUSAN MASALAH

Dari pendahuluan diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji adalah bagaimana optimalisasi prinsip keterbukaan berdasarkan dari itikad baik dalam penyelesaian dari sengketa konsumen

PEMBAHASAN

Prinsip Keterbukaan

Prinsip dalam perlidungan konsumen adalah pada dasarnya adalah memberikan segala upaya yang menjamin akan adanya kepastian dari hukum untuk memberikan perlindungan akan hukum, dimana perlindungan akan konsumen juga merupakan bagian atau haknya yang merupakan bagian dari asasi manusia untuk

[4] Salamiah, (2014). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Kegiatan Jual Beli,* AL-Adl : Jirnal Hukum, 6 (12), hlm. 39-52

mendapatkan apa yang menjadi haknya dan agar dari pelaku usaha tidak bersikap sewenang-wenang kepada konsumen. Selain itu adanya perlindungan akan konsmen juga diperlukan dikarenakan jika terjadi pelanggaran maka akan ada hukum dari perlindungan konsumen yang sangatlah penting bagi pihak penjual selaku atau sebagai pelaku usaha, karena pada dasarnya dapat mencegah terjadinya atau sipenjual melakukan hal-hal yang dilarang oleh hukum, sehingga pihak kosnumen dapat terlindungi dari segala kerugian yang dilakukan pelaku usaha[5].

Meskipun hukum perlindungan konsumen ditujukan untuk melindungi konsumen bukan bermaksud mematikan konsumen tetapi juga setidaknya memotivasi pelaku usaha agar selalu memperhatikan kepentingan dari konsumen, seperti adanya asas-asas dalam perlidungan hukum dalam UUPK Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 2, tentang Perlindungan Konsumen, beserta penjelasannya, yakni :

a. Asas Manfaat**,** dimana konsumen dan juga pelaku usaha atau produsen sama berhak mendapatkan manfaat yang sama dan jangan bersifat salah satu dari kedua belah pihak merasa kerugian
b. Asas Keadilan, perolehan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dapat berlaku adil dan juga seimbang dan atau merata
c. Asas Keseimbangan, Peraturan dari perlindungan konsumen akan adanya keseimbangan produsen dan juga konsumen antara hak dan kewajiban
d. Asas Keamanan dan Keselamatan, adanya jaminan akan hukum bahwa produk yang dipakai atau dikonsumsi dapat memperoleh manfaat dan tidak mengganggu keselamatan akan jiwa dan juga harta bendanya
e. Asas Kepastian hukum, baik produsen maupun juga konsumen perlu mendapatkan adanya kepastian hukum berdasarkan dari aturan yang ada terkait akan hak dan juga kewajibannya dan negara menjamin akan adanya kepastian dari hukum[6]

[5] Winarni, Luh Nila, (2015). *Asas Itikad Baik Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan*, DIH, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 11 No. 21, hlm. 7

[6] Apandy,P. A.O, Melawati,& Panji Adam, (2021). *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli*, Jurnal Manajeman dan Bisnis, 3 (1)., hlm. 15-16

Berkaitan dengan asas dari perlindungan terhadap konsumen juga adanya beberapa prinsip dari konsumen dan juga perlindungannya, yaitu :

1. Transparansi, terbukanya akan akses informasi terhadap segala kegiatan yang mencakup akan keseluruhan dari proses yang ada dan melalui adanya suatu menajemen akan informasi yang publik, tranparansi yang merupakan keterbukaan juga harus mendapatkan informasi yang jujur dan akurat dan tidak menyesatkan akan barang dan juga jasa yang benar kepada konsumen
2. Perlakuan yang Adil, produk yang dihasilkan atau ditawarkan oleh produsen dapat dimengerti oleh konsumen sesuai dengan sisi manfaat dan biaya serta segala resikonya dapat juga melindungi akan konsumen dari adanya potensi akan kerugian yang tidak terinformasikan dengan baik[7]
3. Keandalan, prinsip dari konsumen untuk mendapatkan akan pelayanan yang akurat dan dimana sistem dan juga prosedur dan infrastruktur serta sumber daya dari manusia (SDM) yang diberikan harus dikelola secara profesional
4. Keamanan Data, tidak diperbolehkan adanya pembagian data atau informasi tentang konsumennya kepada pihak ketiga, namun hanya digunakan untuk kepentingan dan tujuan yang telah disetujui oleh konsumen
5. Penanganan akan Pengaduan, konsumen dapat melaporkan atau melakukan pengaduan jika memiliki akan permasalahan dalam suatu adanya proses dari transaksi

Penerapan Akan Itikad Baik

Itikad baik yang dimaksud adalah itikad dari pelaku usaha dalam memasarkan atau menjual akan produk-produknya seperti yang disebutkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 7 huruf (a) disebutkan bahwa “beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha”

[7]https://wartaekonomi.co.id/read378997/ojk-perintahkan-lembaga-keuangan-berlaku-adil-kepada-konsumen, diakses 19 Januari 2022, Jam, 17.43 wib

dimana beritikad baik yang dimaksud adalah beritikad yang mencakup praperbuatan juga proses dan pasca perbuatan, dan sebelum adanya suatu perbuatan yang dilakukan atau dan juga belum benar-benar secara formal dinyatakan.

Sedangkan dalam proses akan tahapan sudah dapat dimasukkan dalam kategori unsur perilaku yaitu adanya pernyataan yang formal didalam suatu nota atau akta yang sifatya legal formal. Pelaku usaha dalam menjual atau memasarkan produknya dalam bentuk makanan dan minuman dan juga barang dan jasa pada saat dimulainya praperbuatan dan sudah mengetahui akan dampak dan akibat yang ditimbulkan artinya ada pertanggungjawaban dan memikirkan jikalau makanan dan minuman bahkan barang dan jasa yang ditimbulkan memberikan akibat bagi kesehatan dan juga kejiwaan dari manusia sebagai konsumen, maka pelaku usaha disebut sudah mempunyai itikad yang baik[8].

Unsur dari perbuatan sangat jelas dan juga mengandung dan terintegrasi secara kuat dan nyata dalam makna niat. Dimana adanya niat seseorang di dalam hati sanubarinya, dan juga hanya dia yang dapat nmengetahui sebesar dan seberapa dalam niat yang ada di hatinya itu, mengandung perbuatan tanpa adanya tipu muslihat, dan juga tanpa adanya kerugian pada orang lain. Secara spesifik penafsiran dari arti itikad yang baik berbeda dengan itikad baik dalam memproduksi barang dan juga dalam berkontrak[9].

Itikad baik itu adalah juga harus mengandung akan unsur dari kesusilaan dan juga rasional, dan juga kesusilaan yang dimaksudkan adalah tidak melanggar norma, aturan, dan nilai yang tumbuh dan berkembang di ditengah-tengah masyarakat. Tentunya sangat berbeda akan makna dan juga implementasinya jika ternyata produk berupa makanan dan juga minuman akan sebagai objek tafsir kedalaman nilai dalam itikad yang baik, sehingga yang dimaksud dengan itikad baik tentunya dalam diri pelaku adanya keterbukaan dan transparansi dalam memasarkan atau memproduksi akan makanan dan juga minuman serta dilakukan

[8] Shofie, Yusuf, (2003). *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 28

[9] Mansyur, A., & Rahman, I. (2015). *Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional.* Jurnal Pembaharuan Hukum, 2 (1), 1–10. Retrieved from http://dx.doi.org/10.26532/jph.v2i1.141

dengan kejujuran dan adanya itikad yang baik pula manakala nantinya akan berakibat dampak atau efek yang tiak baik atau yang ditimbulkan memberikan bahaya bagi sipemakai[10].

Konsumen, Pelaku Usaha dan Sengketa konsumen

Istilah konsumen diartikan sebagai pemakai barang dan juga jasa bagi kepentingan diri sendiri, namun pengertian konsumen sesungguhnya terbagi dalam 3 (tiga) bagian yaitu :

a. Konsumen dalam arti umum yaitu pemakai dan juga pengguna atau pemanfaatan akan barang dan jasa untuk tujuan tertentu
b. Konsumen Antara, yaitu pemakai atau pengguna dan atau pemanfaatan barang dan jasa untuk dapat diproduksi atau untuk diperdagangkan dengan tujuan yang komersial dimana konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha
c. Konsumen akhir adalah pemakai atau pengguna atau pemanfaatan barang dan jasa untuk dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, keluarga dan juga rumah tangganya dan bukan untuk diperdagangkan kembali

Sedangkan Pelaku Usaha juga dikenal dengan kelompok pengusaha, baik privat ataupun publik, dimana kelompok pengusaha, terdiri dari :

i. Kalangan Investor, adalah dari pelaku usaha untuk membiayai adanya berbagai kepentingan akan usaha
ii. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat dan memproduksi barang dan atau jasa dari barang-barang yang lainnya
iii. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan akan barang dan jasanya kepada masyarakat[11]

Sedangkan yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah seperti yang tertuang atau tertulis dalam Pasak 23 UUPK Nomor 8 Tahun 1999 tentang

[10] Nyoto, Asrizal Saiin, (2018). *Itikad Baik Pelaku Usaha Sebagai Produsen Makanan Dan Minuman Yang Mengandung Bahan Berbahaya Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Journal Equitable 3 (2),, hlm. 69-70

[11] Nasution, AZ. (2002). *Perlindungan Konsumen : Tinjauan Singkat UU No. 8/1999-LN.1999 No. 42*, Jurnal Hukum dan Pembangunan, 32 (2) hlm. 116-117

Perlindungan Konsumen, yaitu bahwa pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberti tanggapan dan/atau tidak memberikan ganti kerugian atas tuntutan konsumen, akan menimbulkan sengketa kosumen dan dapat digugat. Dimana dalam banyak kasus, konsumen lebih banyak diam dibandingkan harus melaporkan atau menuntut akan kesalahan dari pelaku usaha yang telah menimbulkan kerugian kepadanya, dikarenakan dasar dari pertimbangannya adalah cost and benefit dimana konsumen merasa akan jauh lebih banyak mengalami kerugian apabila melakukan gugatan megenai ganti rugi[12]

Pelanggaran dari adanya hak-hak konsumen juga merupakan persoalan hukum, sehingga dalam penyelesaiannya juga merupakan penyelesaian hukum, melalui adanya badan peradilan dikarenakan masuk dalam aspek keperdataan dan juga aspek pidana, dan pada pelanggaran akan hak-hak dari konsumen bisa dan dapat menimbulkan akan adanya hak yang dituntut atau tuntutan dari hak, dimana tuntutan dari hak konsumendapat dilakukan oleh konsumen dan dapat juga berfungsi untuk memulihkan hak-hak dari konsumen yang dilanggar, untuk memulihkan kerugian secara materiil dan immateriil yang telah diderita oleh kosnumen dan dapat memulihkan keadann yang semula dan menjadi pulih seperti sediakala, artinya ada perlindungan terhadap konsumen jika hak-haknya dilanggar[13]

Terkadang konsumen sebagai pemakai dan penikmat akan barang dan juga jasa juga dituntut harus pintar dalam membeli produk-produk yang dijual oleh pelaku usaha agar dapat terhindar dari sengketa atau konsflik konsumen, artinya diperlukan pemahaman dan pengetahuan serta wawasan yang luas mengenai barang yang akan dibelinya atau jasa yang akan dinikmati atau dipergunakannya, sehingga dapat terhindar dari adanya sengketa konsumen, namun jika itu terjadi maka penyelesaian sengketa setidaknya dapat diselesaikan atau ditempuh melalui jalur pengadilan (litigasi) dan juga penyelesaian sengketa konsumen di luar lembaga pengadilan atau biasa disebut dengan non litigasi.

---

[12] http://disdag.ntbprov.go.id/index.php/25-pk/248-sengketa-konsumen-ke-mana-mesti-mengadu, diakses Jumat 21 Juni 2022

[13] Purwadi, Ari. (2004). *Penyelesaian Sengketa Alterntif Pada Sengketa Konsumen*, Jurnal Perspektif, Vol. IX (4), hlm. 272

Optimalisasi Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen

Optimalisasi diartikan sebagai optimal yang atinya terbaik atau tertinggi, dengan kata ialn diartikan juga untuk dapat memenuhi akan kebutuhannya dalam mencapai akan tujuannya atau kegiatan kegiatan yang dilaksanakannya, dan optimalsisasi dalam penyelesaian sengketa konsumen juga diartikan sebagai penerapan akan perlindungan dari konsumen, dan dalam penerapannya harus sesuai dengan prinsip dari perlindungan terhadap konsumen itu adalah transparansi atau keterbukaan dan dengan prinsip dari keterbukaan juga dapat menghasilkan suatu kejujuran akan barang yang akan dijual kepada konsumen atau masyarakat atau juga jasa yang dinikmati oleh masyarakat dan juga dapat dinikmati setiap orang.

Prinsip keterbukaan atau tranparansi dan juga kejujuran juga sudah harus dimiliki oleh pelaku usaha dan juga distributor atau penjual dan dilandasi dengan adanya itikad yang baik dalam diri mereka[14], dimana itikad yang baik juga adalah sesuai dengan etika yang baik pula dimana dilandasi dengan sikap kesusilaan dan juga adanya kesopanan yang baik juga, dimana kesusilaan disini sesuai dengan norma atau nilai yang berlaku dalam masyarakat dan saling menghargai, yang maknanya jika barang dan jasa yang akan dijual tentunya juga harus menjelaskan atau bersikap jujur tentang barang yang akan dijual termasuk juga adanya cacat tersembunyi yang ada atau melekat dalam barang dan jasa itu.

Keterbukaan juga melandasi adanya sikap saling percaya diantara para pihak yang akan melakukan kesepakatan atau perjanjian dalam memasarkan atau menjual akan barang maupun produknya tentunya akan berkaitan dengan pemasaran barang akan menumbuhkan akan rasa kepercayaan yang tinggi antara konsumen dan dengan penjual atau pelaku usaha, artinya dimana seseorang penjual dalam memberikan sikap akan itikad yang baik kepada konsumen dengan memberikan kejujuran akan kualitas dan kuantitas barang dan jasa.

Keterbukaan juga dapat menghasilkan adanya kepastian terhadap konsumen, dan kepastian yang dimaksud adalah kepastian hukum baik dari segi hak dan juga kewajiban, dimana terkait juga dengan adanya sengketa konsumen yang

[14] Hensler, D. R. (2018). *Using class actions to enforce consumer protection law. In Handbook of Research on International Consumer Law*, Second Edition. UK: Edward Elgar Publishing.

terjadi manakala itu merupakan kesengajaan dan juga kelalaian yang timbul tanpa dikehendaki oleh masing-masing para pihak yaitu pelaku usaha maupun pembeli juga berupaya memberikan yang terbaik karena menyangkut akan pelayanan dalam memperdagangkan barang dan jasa[15].

Jika terkait dengan sengketa konsumen setidaknya dari pihak penjual atau pelaku usaha bertitikad yang baik untuk melaksanakan akan adanya ganti kerugian kepada konsumen, dimana ganti kerugiannya harus sesuai dengan besarnya kesengajaan atau kelalaian yang akibatnya menimbulkan kerugian bagi kosnumen itu sendiri, dengan terjadinya karena akibat kesalahan dari penjual maka harus diberikan ganti kerugian yang sesuai.

Adanya pemberian dari ganti kerugian tersebut berkaitan dengan hak konsumen juga sesuai dengan dengan perlindungannya apalagi jika barang atau makanan dan minuman yang dikonsumsi tanpa adanya keterbukaan atau transparansi dapat mengakibatkan adanya kematian atau cacat atau kelumpuhan sesuai dengan ketentuan dari Pasal 90 KUHP[16] maka dapat mengakibatkan adanya kerugian baik secara materiil atau juga immateriil, karena ganti kerugian tersebut merupakan hak dari konsumen yang layak dipenuhi oleh konsumen dan juga pembeli.

Penyelesaian dalam sengketa konsumen secara keterbukaan dengan mengedepankan prinsip keterbukaan dapat dilakukan secara mediasi dan juga msuayawarah untuk mufakat agar dapat menghasilkan sesuatu hal yang baik yang dimana kedepannya dapat dijadikan suatu penyelesaian atau kesepakatan dengan menghasilkan rasa menghargai dan juga menghormati diantara para pihak yang bersengketa dan dalam menyelesaikan akan permasalahan yang ada harus biasanyan melibatkan atau mendasarkan kepada mediasi dimana cara dalam menyelesaikan sengketa yang dipilih oleh para pihak dalam menyelesaikan suatu

[15] Rosadi, S. D., & Tahira, Z. (2018). *Consumer Protection in Digital Economy Era: Law in Indonesia*. Yustisia Jurnal Hukum, 7(1), 85-97.

[16] Wibowo, D. E. (2020). *How Consumers in Indonesia Are Protected Fairly ? Analysis of Law No. 8 of 1999 Concerning Consumer Protection*, Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services, 2 (1). 57-70

sengketa dengan melibatkan mediator yang netral dan tidak mempunyai kepentingan terhadap adanya perkara atau sengketa diantara para pihak.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Optimalisasi dalam penerapa prinsip keterbukaan dalam penyelesaian sengketa terhadap konsumen dapat memberikan perlindungan akan hak-haknya terkait dengan ganti kerugian kepada konsumen
2. Prinsip dari keterbukaan juga dilandasi dengan itikad yang baik dari pelaku usaha untukbersikap transparansi dan jujur dalam menjual atau memasarkan barang dan jasa atau makanan dan minuman kepada pembeli atau konsumen

DAFTAR PUSTAKA

Apandy,P. A.O, Melawati,& Panji Adam, (2021) *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli*, Jurnal Manajeman dan Bisnis, 3 (1)

Hensler, D. R. (2018). *Using class actions to enforce consumer protection law. In Handbook of Research on International Consumer Law, Second Edition*. UK: Edward Elgar Publishing.

Mansyur, A., & Rahman, I. (2015). *Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional.* Jurnal Pembaharuan Hukum, 2(1), 1–10. Retrieved from http://dx.doi.org/10.26532/jph.v2i1.141

Nyoto, Asrizal Saiin, (2018). *Itikad Baik Pelaku Usaha Sebagai Produsen Makanan Dan Minuman Yang Mengandung Bahan Berbahaya Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Journal Equitable, 3 (2)

Nasution, AZ. *Perlindungan Konsumen : Tinjauan Singkat UU No. 8/1999-LN.1999 No. 42*, (2002). Jurnal Hukum dan Pembangunan, 32 (2)

Purwadi, Ari. (2004) *Penyelesaian Sengketa Alterntif Pada Sengketa Konsumen*, Jurnal Perspektif, Vol. IX (4)

Rosadi, S. D., & Tahira, Z. (2018). *Consumer Protection in Digital Economy Era: Law in Indonesia*. Yustisia Jurnal Hukum, 7(1), 85-97.

Syawali, Husni & Neni Sri Imaniyati, (200). *Hukum Perlindungan Konsumen* Mandar Maju,Bandung

Shidarta, (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta

Salamiah, (2014). *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Kegiatan Jual Beli*, AL-Adl : Jirnal Hukum, 6 (12)

Shofie, (2003). Yusuf, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK*, Citra Aditya Bakti, Bandung

Wibowo, D. E. (2020). *How Consumers in Indonesia Are Protected Fairly ? Analysis of Law No. 8 of 1999 Concerning Consumer Protection*, Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services, 2 (1). 57-70

Yuanitasari, D., Dewi, S.,Suparto, S.,& Kusmayanti, H., (2019). Law Aspect Of "Let The Producer Aware" Princples Related To Consumers Protection Law in Insonesia, Jurnal Notariil, 4 (2), 80-84

http://disdag.ntbprov.go.id/index.php/25-pk/248-sengketa-konsumen-ke-mana-mesti-mengadu, diakses Jumat 21 Juni 2022

https://wartaekonomi.co.id/read378997/ojk-perintahkan-lembaga-keuangan-berlaku-adil-kepada-konsumen, diakse 19 Januari 2022

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen