

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Konsumen

Pengertian konsumen dalam rancangan undang-undang perlindungan konsumen yang diajukan oleh lembaga konsumen yaitu setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, orang lain, maupun makhluk hidup lain untuk berbagai kepentingan tanpa mempedagangkan kembali.¹⁰ Sedangkan dalam kamus hukum, konsumen adalah pihak yang menggunakan atau memanfaatkan baik barang maupun jasa, untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan orang lain.¹¹ Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu. Demikian pula dalam Pasal 1 Angka 2 UUPK ditentukan bahwa, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹²

¹⁰ Kuahaty, Sarah Selfina Dkk. 2021. Pendidikan Perlindungan Konsumen Kepada Masyarakat Desa di Kecamatan Teon Nila Serua Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal Pengabdian Hukum*. 1(2):63-72.

¹¹ Nugrahaningsih, Widi & Erlinawati, Mira. 2017. Implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online. *Jurnal Serambi Hukum*. 11(1), Hal 27-40.

¹²

Dari pengertian konsumen di atas, maka dapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen:¹³

1. Setiap Orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen adalah setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Namun, penggunaan istilah *orang* sering menimbulkan keraguan, apakah yang dimaksud hanya individu yang lazim disebut *natuurlijke persoon* (orang perorangan), atau juga termasuk badan hukum (*rechtspersoon*). Oleh karena itu, pengertian konsumen seharusnya mencakup pula badan usaha dalam arti yang lebih luas daripada sekadar badan hukum.

2. Pemakai

Sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, istilah “pemakai” menegaskan bahwa konsumen yang dimaksud adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Penggunaan kata pemakai dalam rumusan pasal tersebut menunjukkan bahwa barang dan/atau jasa yang digunakan oleh konsumen tidak selalu merupakan hasil dari suatu transaksi jual beli semata.

3. Barang dan/atau Jasa

Terkait dengan istilah barang dan/atau jasa, kini sering digunakan istilah produk sebagai penggantinya. Saat ini, istilah *produk* telah memiliki konotasi yang mencakup baik barang maupun jasa. Dalam Undang-

¹³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, sinar grafik, Jakarta, 2008, hlm. 27.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen, barang diartikan sebagai setiap benda, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

4. Yang Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat seharusnya telah tersedia di pasaran sebagaimana diatur dalam Pasal 9 ayat (1) huruf e Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Namun, dalam praktik perdagangan yang semakin kompleks saat ini, ketentuan tersebut tidak lagi menjadi syarat mutlak yang dituntut oleh masyarakat konsumen.

5. Bagi kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang lain, MakhluK Hidup Lain.

Transaksi konsumen ditujukan untuk memenuhi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup. Kepentingan tersebut tidak hanya terbatas pada kebutuhan pribadi dan keluarga, tetapi juga mencakup penggunaan barang dan/atau jasa yang diperuntukkan bagi pihak lain di luar diri sendiri dan keluarganya, bahkan untuk makhluk hidup lainnya, seperti hewan dan tumbuhan.

6. Barang dan/atau Jasa Itu Tidak untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dipertegas sebagai konsumen akhir. Batasan tersebut dianggap

memadai dan sejalan dengan pengaturan perlindungan konsumen yang diterapkan di berbagai negara.

Sedangkan pengertian konsumen menurut para ahli, sebagaimana dikemukakan oleh Az. Nasution, menyatakan bahwa konsumen dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:¹⁴

1. Pemakai atau pengguna barang dan/atau jasa dengan tujuan untuk memperoleh barang dan/atau jasa tersebut guna dijual kembali.
2. Pemakai barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangganya.

B. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Secara umum, perlindungan berarti memberikan pengayoman terhadap sesuatu dari berbagai hal yang dapat menimbulkan bahaya. Sesuatu yang dilindungi tersebut dapat berupa kepentingan, benda, maupun barang. Selain itu, perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh pihak yang lebih kuat kepada pihak yang lebih lemah. Dengan demikian, perlindungan hukum dapat diartikan sebagai segala bentuk upaya pemerintah untuk menjamin adanya kepastian hukum dalam rangka melindungi hak-hak warga negara agar tidak dilanggar. Apabila terjadi pelanggaran, maka pelaku dapat dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

¹⁴ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 19.

Menurut Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang dimaksud dengan *perlindungan konsumen* adalah:

“Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Definisi ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya bersifat preventif terhadap kerugian fisik, tetapi juga merupakan bentuk jaminan hukum agar konsumen memperoleh hak-haknya secara adil dalam kegiatan ekonomi dan transaksi barang maupun jasa.¹⁵

Rumusan pengertian perlindungan konsumen sebagaimana disebutkan di atas, yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan menjadi dasar untuk mencegah terjadinya tindakan sewenang-wenang yang dapat merugikan konsumen demi kepentingan pelaku usaha. Hak-hak konsumen yang telah diatur dalam peraturan perundang-undangan diharapkan mampu mewujudkan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Selain itu, perlindungan ini juga bertujuan untuk menjamin mutu barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat, sehingga dapat tercipta perekonomian yang sehat, adil, dan bebas dari praktik penyimpangan yang merugikan konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada

¹⁵ Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)

konsumen dalam upayanya memenuhi kebutuhan hidup dari berbagai kemungkinan yang dapat merugikannya. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen adalah segala upaya hukum yang menjamin adanya kepastian hukum guna memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, mencakup perlindungan terhadap barang dan jasa, mulai dari tahap perolehan atau transaksi hingga timbulnya akibat dari penggunaan barang dan/atau jasa tersebut. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya berfokus pada proses jual beli, tetapi juga meliputi keselamatan, kenyamanan, serta hak-hak konsumen setelah penggunaan produk. Secara umum, cakupan perlindungan konsumen dapat dibedakan menjadi dua aspek, yaitu:¹⁶

1. Perlindungan konsumen terhadap kemungkinan ketidaksesuaian barang yang diserahkan kepada konsumen dengan apa yang telah diperjanjikan atau disepakati sebelumnya. Perlindungan ini bertujuan agar konsumen memperoleh haknya atas barang dan/atau jasa yang layak, aman, serta sesuai dengan standar mutu yang dijanjikan.
2. Perlindungan terhadap pemberlakuan syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen. Perlindungan ini dimaksudkan untuk mencegah pelaku usaha menetapkan ketentuan sepihak yang merugikan konsumen, baik dalam perjanjian, transaksi, maupun pelayanan, sehingga tercipta hubungan yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha.

¹⁶ Zulham, 2013, *Hukum perlindungan konsumen*, Kencana, Jakarta.

Dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) disebutkan bahwa asas-asas perlindungan konsumen merupakan asas-asas yang relevan dengan upaya pembangunan nasional, yang bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara adil dan berkeadilan. Asas-asas tersebut meliputi antara lain:¹⁷

1. Asas manfaat

Mengamanatkan bahwa setiap upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen maupun pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini mengandung makna bahwa penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya berpihak pada satu pihak saja, melainkan harus memberikan keuntungan dan keadilan bagi kedua belah pihak. Dengan demikian, tidak ada pihak yang memiliki kedudukan lebih tinggi dari pihak lainnya. Baik konsumen maupun pelaku usaha harus sama-sama memperoleh hak dan perlindungan yang seimbang sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

2. Asas Keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat terwujud secara maksimal serta memberikan kesempatan yang sama bagi konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Penerapan asas ini tercermin

¹⁷ Sinaga, Niru Anita & Sulisrudatin, Nunuk, 2015, *Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara.5(2), Hal 71-87

dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Melalui asas ini diharapkan tercipta keseimbangan dalam pemenuhan hak dan pelaksanaan kewajiban antara kedua belah pihak.

3. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk menciptakan keselarasan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, baik dalam aspek materiil maupun spiritual. Dengan asas ini, diharapkan tidak ada pihak yang mendapatkan perlindungan secara berlebihan. Semua kepentingan harus berjalan secara proporsional dan saling mendukung demi tercapainya keadilan bersama.

4. Asas Keamanan dan Keselamatan

Asas ini menekankan pentingnya jaminan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen dalam menggunakan, memanfaatkan, maupun mengonsumsi barang dan/atau jasa. Diharapkan melalui penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, masyarakat dapat terhindar dari risiko yang merugikan, baik secara fisik maupun nonfisik, akibat penggunaan produk yang beredar di pasaran.

5. Asa Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Negara, melalui perangkat

hukumnya, diharapkan dapat menjamin adanya kepastian hukum yang memberikan perlindungan menyeluruh bagi seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan konsumsi dan perdagangan.

Dengan demikian, sebagai wujud dari berbagai bentuk perlindungan konsumen yang telah diuraikan di atas, maka tujuan perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dapat dikemukakan sebagai berikut:¹⁸

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen agar mampu melindungi diri dari berbagai kemungkinan yang dapat merugikannya dalam kegiatan konsumsi barang dan/atau jasa.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara melindunginya dari dampak negatif yang mungkin timbul akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi standar.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen agar lebih berdaya dalam memilih, menentukan, serta menuntut hak-haknya sebagai konsumen yang dilindungi oleh hukum.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan kemudahan akses bagi konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa.

¹⁸ Nawi,H.Syahrudin, 2018, Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Pleno De Jure*, Volume 7 No.1, Hal 1-8.

5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur, bertanggung jawab, dan beretika dalam menjalankan kegiatan usahanya.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa agar dapat menjamin kelangsungan usaha, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta mendorong terciptanya iklim usaha yang sehat dan berkeadilan.

C. Hak dan Kewajiban Konsumen

1. Hak Konsumen

Dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa hak-hak konsumen meliputi:¹⁹

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi 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.

¹⁹ Pasal 4 UUPK

- 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 mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

2. Kewajiban Konsumen

Dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dinyatakan bahwa kewajiban konsumen meliputi:

- A. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan diri.
- B. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- C. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- D. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

3. Pengertian Pariwisata

Pengertian pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata, serta berbagai usaha yang berhubungan dengan bidang kepariwisataan.²⁰

Pariwisata merupakan serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan, keluarga, atau kelompok dari tempat tinggal asal menuju berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata, bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Kegiatan kunjungan tersebut bersifat sementara, dan pada waktunya wisatawan akan kembali ke tempat tinggal semula.²¹ Hal tersebut mengandung dua elemen penting, yaitu: perjalanan itu sendiri sebagai bentuk perpindahan dari tempat asal ke tempat tujuan, dan tinggal sementara di tempat tujuan untuk melakukan berbagai aktivitas wisata sesuai dengan minat dan tujuan perjalanan tersebut.

Pariwisata merupakan suatu konsep yang bersifat multidimensional, karena mencakup berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan. Tidak dapat dipungkiri bahwa para praktisi dan ahli memiliki pengertian yang berbeda-beda mengenai

²⁰ Direktorat Jenderal Pariwisata, 2009, *Pengantar Pariwisata Indonesia*, dalam Muljadi A.J Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 7

²¹ Muljadi A.J, *Kepariwisataan dan Perjalanan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009, hlm.10

pariwisata, tergantung pada tujuan, pendekatan, dan perspektif yang digunakan.

Oleh karena itu, definisi pariwisata tidak dapat diseragamkan secara mutlak di antara para ahli. Masing-masing memberikan penekanan yang berbeda sesuai bidang kajian dan kepentingannya. Berikut ini adalah beberapa pengertian pariwisata menurut para ahli:

1. Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh beragam fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah guna memenuhi kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanan.²²
2. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari satu tempat ke tempat lain, bukan untuk bekerja atau mencari nafkah, melainkan semata-mata untuk menikmati perjalanan, bertamasya, berekreasi, atau memenuhi berbagai keinginan pribadi yang bersifat sementara dan menyenangkan.

4. Dasar Hukum Kepariwisataan

Pengembangan kepariwisataan oleh Pemerintah Indonesia diatur melalui kebijakan yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Pada Pasal 1 disebutkan bahwa kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata. Kepariwisataan pada hakikatnya merupakan pemenuhan kebutuhan baik bagi negara maupun bagi setiap individu yang bertujuan

²² Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan

untuk membangun hubungan antara wisatawan dengan masyarakat lokal, antarwisatawan, serta antara wisatawan dengan pemerintah, pemerintah daerah, dan pelaku usaha pariwisata. Adapun prinsip penyelenggaraan kepariwisataan sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, meliputi:

1. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya, sebagai landasan moral dan etika dalam setiap kegiatan kepariwisataan.
2. Menghormati hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal, guna menciptakan suasana saling menghargai antara wisatawan, masyarakat lokal, serta pelaku usaha pariwisata.
3. Memberikan manfaat bagi kesejahteraan rakyat, dengan menjadikan kepariwisataan sebagai sarana peningkatan ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat.
4. Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup, agar kegiatan pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan tanpa merusak ekosistem dan sumber daya alam yang menjadi daya tarik wisata.

Pariwisata merupakan berbagai bentuk kegiatan wisata yang didukung oleh beragam fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sementara itu, kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan memiliki sifat multidimensi serta multidisiplin, yang muncul sebagai wujud pemenuhan kebutuhan setiap orang dan negara, serta mencerminkan interaksi antara wisatawan

dengan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pelaku usaha pariwisata.²³

Hukum pariwisata merupakan seperangkat aturan yang dibuat untuk mengatur segala hal yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata, mengingat pariwisata merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Pembangunan kepariwisataan dilaksanakan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab, dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian serta mutu lingkungan hidup, dan kepentingan nasional.

Dengan demikian, pembangunan kepariwisataan memiliki peran penting dalam mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan perolehan manfaat ekonomi, serta meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menghadapi tantangan perubahan kehidupan, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global.²⁴ Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha di bidang pariwisata.

Dalam Pasal 15 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata disebutkan bahwa, untuk dapat menyelenggarakan usaha pariwisata, pengusaha pariwisata wajib mendaftarkan usahanya terlebih

²³ Undang-Undang 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

²⁴ Reza syariffudin zaki, Muhammad. 2022. *Pengantar Ilmu Hukum dan Aspek Hukum dalam Ekonomi*. Jakarta:kencana.

dahulu kepada pemerintah atau pemerintah daerah. Adapun tata cara pendaftaran usaha pariwisata tersebut diatur lebih lanjut melalui peraturan menteri. Selanjutnya, dalam Pasal 55, dijelaskan bahwa ketentuan mengenai sertifikasi usaha pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah.²⁵

Perlindungan konsumen, asas kehati-hatian tidak disebut langsung dalam Pasal 2 UUPK, tetapi tersirat dan tercermin dalam ketentuan Pasal 5, Pasal 7, dan Pasal 8 UUPK sebagai bentuk tanggung jawab hukum untuk menjaga keamanan, keselamatan, dan kepastian hukum bagi konsumen.

Asas kehati-hatian merupakan prinsip yang menekankan pentingnya setiap pihak baik konsumen, pelaku usaha, maupun pemerintah untuk bertindak secara cermat, bijaksana, dan penuh tanggung jawab dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan penyediaan maupun penggunaan barang dan/atau jasa. Secara umum, asas kehati-hatian mengandung makna bahwa:

1. Pelaku usaha wajib memastikan bahwa setiap produk barang dan/atau jasa yang diproduksi, diperdagangkan, atau disediakan telah melalui pengawasan mutu, keamanan, dan kelayakan agar tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.
2. Konsumen juga diharapkan bertindak hati-hati dalam memilih dan menggunakan barang dan/atau jasa, dengan memperhatikan

²⁵ Pasal 15 Undang-Undang 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

informasi, petunjuk penggunaan, dan peringatan yang tertera pada produk.

3. Pemerintah berkewajiban mengawasi dan menegakkan aturan secara hati-hati, agar perlindungan konsumen berjalan seimbang dengan kepentingan pelaku usaha serta tidak menghambat pertumbuhan ekonomi.

Dengan demikian, penerapan asas kehati-hatian bertujuan untuk mencegah terjadinya risiko, kerugian, atau pelanggaran hak yang dapat merugikan salah satu pihak, serta memastikan terciptanya keamanan, keadilan, dan kepastian hukum dalam kegiatan perlindungan konsumen. Prinsip ini tidak hanya berfungsi sebagai norma etik dalam praktik usaha, tetapi juga sebagai standar yuridis yang menuntut setiap pelaku usaha bertindak profesional, transparan, dan bertanggung jawab dalam setiap tahapan penyelenggaraan jasa pariwisata. Dalam konteks hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, asas kehati-hatian menjadi fondasi untuk menjaga keseimbangan hak dan kewajiban para pihak.

Lebih lanjut, asas kehati-hatian memiliki dimensi preventif yang kuat, yaitu mendorong pelaku usaha untuk melakukan identifikasi dan mitigasi risiko sebelum terjadinya sengketa. Dalam sektor jasa pariwisata, risiko dapat timbul dari berbagai faktor seperti perubahan jadwal perjalanan, ketidaksesuaian fasilitas, kesalahan informasi promosi, hingga keadaan kahar (*force majeure*). Dengan penerapan prinsip kehati-hatian yang konsisten, potensi kerugian tersebut dapat

diminimalkan melalui perencanaan yang matang, penyusunan perjanjian yang jelas, serta komunikasi yang transparan kepada konsumen.

Selain dimensi preventif, asas kehati-hatian juga memiliki dimensi korektif, yakni memastikan bahwa apabila terjadi pelanggaran atau kerugian, penyelesaiannya dilakukan secara adil dan proporsional. Prinsip ini menuntut pelaku usaha untuk tidak menghindar dari tanggung jawab, serta memberikan kompensasi yang layak sesuai dengan tingkat kerugian yang dialami konsumen. Dengan demikian, penerapan asas kehati-hatian berkontribusi langsung terhadap pemulihan hak-hak konsumen dan pemeliharaan kepercayaan publik terhadap industri pariwisata.

Dalam kerangka hukum nasional, asas kehati-hatian selaras dengan tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu menciptakan sistem perlindungan yang menjamin kepastian hukum dan keterbukaan informasi. Prinsip ini juga mendukung amanat konstitusi untuk memberikan perlindungan hukum yang adil bagi setiap warga negara. Oleh karena itu, penerapan asas kehati-hatian tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab negara dalam melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap pelaku usaha.

Penerapan asas kehati-hatian juga berperan dalam meningkatkan kualitas tata kelola usaha pariwisata. Dengan adanya standar operasional prosedur yang jelas, sistem manajemen risiko yang terintegrasi, serta

mekanisme pengaduan yang mudah diakses, pelaku usaha dapat menciptakan sistem pelayanan yang lebih akuntabel. Hal ini tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga memperkuat daya saing usaha pariwisata di tingkat regional maupun nasional.

Di sisi lain, asas kehati-hatian mendorong konsumen untuk lebih proaktif dalam memahami hak dan kewajibannya. Kesadaran hukum masyarakat akan memperkuat fungsi kontrol sosial terhadap praktik usaha yang berpotensi merugikan. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya menjadi tanggung jawab pelaku usaha dan pemerintah, tetapi juga menjadi bagian dari partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga ekosistem usaha yang sehat.

Apabila asas kehati-hatian diterapkan secara konsisten oleh seluruh pemangku kepentingan, maka sengketa yang timbul dapat ditekan secara signifikan. Sengketa yang tetap terjadi pun akan lebih mudah diselesaikan karena terdapat standar dan pedoman yang jelas dalam menentukan bentuk pertanggungjawaban. Hal ini pada akhirnya akan menciptakan kepastian hukum serta meningkatkan rasa keadilan bagi para pihak.

Dengan demikian, asas kehati-hatian bukan sekadar prinsip normatif, melainkan instrumen strategis dalam membangun sistem perlindungan konsumen yang komprehensif dan berkelanjutan. Penerapannya di sektor jasa pariwisata menjadi sangat penting mengingat karakteristik industri ini yang bergantung pada kepercayaan,

reputasi, dan kualitas pelayanan. Melalui implementasi yang konsisten, asas kehati-hatian akan menjadi pilar utama dalam mewujudkan keamanan, keadilan, dan kepastian hukum bagi konsumen maupun pelaku usaha.

D. Penerapan Asas Kehati-hatian dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen di Sektor Pariwisata

Asas kehati-hatian merupakan prinsip fundamental yang memiliki peranan penting dalam perlindungan konsumen, khususnya dalam sektor jasa pariwisata yang memiliki tingkat risiko tinggi terhadap keselamatan, kenyamanan, dan kepuasan pengguna jasa. Prinsip ini menuntut setiap pelaku usaha untuk bertindak secara cermat, teliti, dan bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatan usahanya guna mencegah terjadinya kerugian bagi konsumen. Dalam konteks pariwisata, asas kehati-hatian tidak hanya berkaitan dengan aspek pelayanan, tetapi juga mencakup keamanan fasilitas, kejelasan informasi, serta tanggung jawab hukum atas risiko yang mungkin timbul selama kegiatan wisata berlangsung.

Penerapan asas kehati-hatian pada sektor pariwisata sangat relevan karena karakteristik jasa pariwisata yang bersifat tidak berwujud, berisiko, serta sangat bergantung pada kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa. Oleh karena itu, pelaku usaha pariwisata dituntut untuk memastikan bahwa seluruh layanan yang diberikan telah memenuhi standar keselamatan dan kualitas yang berlaku. Hal ini mencakup penyediaan informasi yang jelas,

akurat, dan tidak menyesatkan terkait harga, fasilitas, risiko perjalanan, serta hak dan kewajiban konsumen selama menggunakan jasa tersebut.

Dalam praktiknya, asas kehati-hatian juga berfungsi sebagai upaya preventif untuk mencegah terjadinya sengketa konsumen. Ketika pelaku usaha secara konsisten menerapkan prinsip ini, potensi konflik akibat kesalahpahaman, kelalaian, atau kerugian konsumen dapat diminimalisir. Transparansi informasi, profesionalitas pelayanan, serta kepatuhan terhadap standar operasional prosedur merupakan bentuk nyata dari penerapan asas kehati-hatian yang dapat menciptakan hubungan yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha.

Namun demikian, tidak semua sengketa dapat dihindari meskipun asas kehati-hatian telah diterapkan. Sengketa konsumen dalam sektor pariwisata umumnya timbul akibat ketidaksesuaian antara layanan yang dijanjikan dengan kenyataan di lapangan, kelalaian dalam penyediaan fasilitas keselamatan, atau kurangnya informasi yang memadai. Dalam kondisi demikian, asas kehati-hatian tetap memiliki peranan penting sebagai dasar pertanggungjawaban pelaku usaha dalam menyelesaikan sengketa secara adil dan proporsional.

Dalam proses penyelesaian sengketa, asas kehati-hatian menjadi pedoman bagi para pihak, khususnya pelaku usaha, untuk bertindak secara objektif dan bertanggung jawab. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui jalur litigasi maupun non-litigasi, seperti mediasi atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam setiap mekanisme tersebut, pelaku

usaha diharapkan menunjukkan itikad baik, memberikan klarifikasi yang transparan, serta bersedia memberikan ganti rugi apabila terbukti melakukan kelalaian.

Lebih lanjut, penerapan asas kehati-hatian juga berkaitan erat dengan tanggung jawab hukum pelaku usaha pariwisata. Tanggung jawab ini tidak hanya bersifat moral, tetapi juga memiliki konsekuensi hukum apabila terjadi pelanggaran yang merugikan konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha wajib melakukan pengawasan terhadap kualitas layanan, memastikan kelayakan sarana prasarana, serta menerapkan standar keselamatan yang memadai guna melindungi konsumen dari potensi kerugian.

Di sisi lain, asas kehati-hatian tidak hanya menjadi kewajiban pelaku usaha, tetapi juga menuntut kesadaran dari konsumen untuk bertindak secara bijak dan cermat dalam menggunakan jasa pariwisata. Konsumen diharapkan memahami hak dan kewajibannya, membaca informasi layanan secara teliti, serta mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh penyedia jasa. Dengan demikian, penerapan asas kehati-hatian dapat menciptakan keseimbangan tanggung jawab antara kedua belah pihak.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa asas kehati-hatian memiliki peranan strategis dalam penyelesaian sengketa konsumen di sektor pariwisata, baik sebagai upaya pencegahan maupun sebagai dasar pertanggungjawaban hukum. Penerapan prinsip ini secara konsisten akan mendorong terciptanya perlindungan hukum yang optimal bagi konsumen, meningkatkan profesionalitas pelaku usaha, serta mewujudkan penyelesaian

sengketa yang adil, transparan, dan berkepastian hukum. Prinsip kehati-hatian menempatkan setiap pelaku usaha pada posisi untuk senantiasa mempertimbangkan konsekuensi hukum dari setiap tindakan dan keputusan bisnisnya, sehingga setiap layanan yang diberikan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada perlindungan hak-hak konsumen secara menyeluruh.

Lebih dari itu, asas kehati-hatian juga berfungsi sebagai jembatan antara kepentingan ekonomi dan kepentingan hukum dalam industri pariwisata. Sektor pariwisata merupakan bidang usaha yang dinamis dan sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi cuaca, kebijakan transportasi, maupun situasi sosial. Dalam kondisi tersebut, penerapan kehati-hatian menjadi instrumen penting untuk mengelola ketidakpastian agar tidak berujung pada sengketa yang merugikan para pihak. Dengan adanya perencanaan yang matang, transparansi informasi, dan mekanisme penyelesaian yang jelas, potensi konflik dapat diminimalkan secara signifikan.

Selain itu, penerapan asas kehati-hatian yang konsisten juga berimplikasi pada peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perlindungan konsumen. Ketika konsumen merasa hak-haknya dihormati dan dilindungi, maka hubungan antara pelaku usaha dan konsumen akan terbangun atas dasar kepercayaan dan itikad baik. Kepercayaan ini menjadi modal sosial yang sangat penting dalam industri pariwisata, karena reputasi

dan rekomendasi dari konsumen memiliki pengaruh besar terhadap keberlanjutan usaha.

Pada akhirnya, keberhasilan penerapan asas kehati-hatian sangat bergantung pada sinergi antara pelaku usaha, konsumen, dan pemerintah sebagai regulator serta pengawas. Ketiganya harus memiliki komitmen yang sama untuk menempatkan perlindungan konsumen sebagai prioritas dalam setiap aktivitas pariwisata. Dengan demikian, asas kehati-hatian tidak hanya menjadi konsep normatif dalam peraturan perundang-undangan, tetapi benar-benar terinternalisasi dalam praktik penyelenggaraan jasa pariwisata, sehingga tercipta sistem penyelesaian sengketa yang efektif, berkeadilan, dan berkelanjutan.