

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS TENTANG KEPARIWISATAAN DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN PEMAKAI JASA KEPARIWISATAAN

#### A. Tinjauan Teoritis Mengenai Kepariwisata

##### 1. Pengertian Tinjauan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pengertian tinjauan adalah mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami), pandangan, pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya). Definisi dan arti kata tinjauan adalah pemeriksaan yang teliti dan menyeluruh. Sedangkan hukum sendiri menurut tanggapan para ahli adalah sebagai berikut;

Menurut Achmad Ali:<sup>22</sup>

“Setiap kita melakukan pendekatan terhadap hukum, kita akan menemukan sesuatu yang agak mengejutkan bahkan memalukan. Hal tersebut disebabkan karena tidak mungkin mendefinisikan hukum secara tepat.”

Menurut Lambertus Johannes van Apeldoorn:<sup>23</sup>

“Sangat susah untuk mendefinisikan hukum sebagaimana mengutip pendapat dari Immanuel Kant, bahwa batasan tentang hukum masih senantiasa dicari dan belum didapatkan.”

---

<sup>22</sup> Imron Rizki A., *Pengantar Ilmu Hukum.*, CV. Social Politic Genius (SIGn), Makassar, 2020., Hlm. 11

<sup>23</sup> *Id.*,

Menurut Hillian Seagle:<sup>24</sup>

*“the dark cat in the bag of jurisprudence ( kucing hitam di dalam karung ilmu hukum).”*

Tinjauan teoritis adalah sebuah tulisan yang mencangkup pada bagian-bagian dalam variabel penelitian berkenaan dengan subjek penelitian dan objek penelitian yang menjadi fokus bahasan. Sehingga sumbernya bisa didapatkan dari buku ilmiah yang serumpun dengan ilmu pengetahuan yang berkaitan.<sup>25</sup> Teori adalah serangkaian bagian atau variabel, definisi dan dalil yang saling berhubungan yang menghadirkan sebuah pandangan sistematis mengenai fenomena dengan menentukan hubungan antarvariabel, dengan maksud menjelaskan fenomena alamiah. Labovitz dan Hagedorn mendefinisikan teori sebagai ide pemikiran “pemikiran teoritis” yang mereka definisikan sebagai “menentukan” bagaimana dan mengapa variabel-variabel dan pernyataan hubungan dapat saling berhubungan.<sup>26</sup>

## 2. Pengertian Kepariwisataaan

Kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris kita dikenal dengan istilah *tour*. Untuk

---

<sup>24</sup> *Id.*,

<sup>25</sup> <https://penelitianilmiah.com/tinjauan-teoritis-dan-empiris/> diakses pada hari Sabtu tanggal 25 Juni 2022 Pukul 23.03 WIB

<sup>26</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Teori/> diakses pada hari Selasa tanggal 12 Juli 2022 Pukul 23.53 WIB

pengertian jamak atau untuk menyebut *kepariwisataan* dapat dalam istilah *tourisme* (Belanda) atau *tourism* (Inggris). Hal semacam itu sudah menjadi kebiasaan untuk memberi pengertian yang lebih luas bagi suatu kata. Dalam Bahasa Indonesia, biasa diawali dengan *ke-* dan diakhiri dengan *-an-*, seperti juga dilakukan dalam Bahasa Belanda menambahkan akhiran *-isme* atau *-ism* pada Bahasa Inggris.<sup>27</sup>

Pariwisata adalah semua proses yang ditimbulkan oleh arus perjalanan lalu lintas orang-orang dari luar ke suatu negara atau daerah dan segala sesuatu yang terkait dengan proses tersebut seperti makan/minum, transportasi, akomodasi dan objek atau hiburan.<sup>28</sup>

Hunziker dan Kraft dalam bukunya *Allgemeine Fremdenverkehrlehre* memberi batasan yang lebih teknis tentang pariwisata sebagai berikut ;

*Tourism is totally the relationships and phenomena arising from the travel and stay of strangers (Ortsfremde), provided the stay does not imply the establishment of a permanent residence and not connected with a remunerated activity.*

( Pariwisata adalah keseluruhan gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan penginapan orang-orang asing untuk sementara waktu, dengan catatan orang asing tersebut tidak tinggal menetap dan tidak mencari nafkah dari aktivitas kunjungan yang bersifat sementara itu.)

---

<sup>27</sup> Violetta Situmeang., *Hukum Kepariwisata Berbasis Ekspresi Budaya Tradisional*, PT. Alumni, Bandung, 2015, Hlm.117

<sup>28</sup> Violetta Simatupang., *Pengaturan Hukum Kepariwisata Indonesia.*,PT. Alumni, Bandung, 2016, Hlm.24

Definisi ini menekankan bahwa orang-orang yang melakukan kunjungan wisata itu tidak dibenarkan untuk menetap di kota atau negara yang dikunjunginya. Defiisi ini kemudian merupakan batasan yang diadopsi secara resmi oleh *The Associaton International des Experts Scientifique du Tourisme* (AIEST), suatu perkumpulan ahli-ahli pariwisata dunia pada zamannya.<sup>29</sup>

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 1 ayat (3), ayat (4), ayat (7), dan ayat (9) secara rinci bunyi pasal-pasal tersebut adalah sebagai berikut:

Ayat (3) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Ayat (4) Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan masyarakat setempat, sesame wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Ayat (7) Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata.

Ayat (8) Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata

Ayat (9) Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata

---

<sup>29</sup> Violetta Situmeang., *Hukum Kepariwisataan....op cit*, Hlm.119

yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Pariwisata menurut *World Tourism Organization* atau UNWTO

yang menegaskan bahwa:

*Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. These people are called visitors (which may be either tourist or excursionist; resident or non-residents) and tourism has to do with their activities, some of which imply tourism expenditure. As such, tourism has implications on the economy, on the natural and built environment, on the local population at the destination and on the tourist themselves. Due to these multiple impacts, the wide range and variety of production factors required to produce those goods and services acquired by visitors, and the wide spectrum of stakeholders involved or affected by tourism, there is a need for a holistic approach to tourism development, management and monitoring. This approach is strongly recommended in order to formulate and implement national and local tourism policies as well as the necessary international agreements or other processes in respect of tourism.*

(Pariwisata adalah fenomena sosial, budaya dan ekonomi yang melibatkan pergerakan orang ke negara atau tempat di luar lingkungan mereka biasa berada untuk tujuan pribadi atau bisnis/profesional. Orang-orang ini disebut pengunjung (baik wisatawan atau *excursionist*; penduduk atau non-penduduk). Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan tersebut, dan beberapa diantaranya juga mencakup pengeluaran yang timbul sebagai akibat aktivitas pariwisata. [pengeluaran wisatawan/*Tourism expenditure* merujuk pada jumlah/nilai uang yang dibayar untuk mendapatkan barang dan jasa serta barang-barang berharga untuk dipakai sendiri atau sebagai oleh-oleh, selama perjalanan tersebut berlangsung]. Dengan demikian, pariwisata memiliki implikasi erat pada ekonomi, pada lingkungan alam dan lingkungan buatan manusia, pada penduduk setempat yang berada di tempat tujuan dan pada wisatawan sendiri. Karena adanya beberapa dampak tersebut, keragaman dari berbagai faktor produksi yang diperlukan untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan oleh pengunjung; serta luasnya spektrum para pemangku kepentingan yang terlibat serta berpengaruh pada

pariwisata, maka sangatlah dibuthkan pendekatan holistic untuk kepentingan pengembangan, pengelolaan, dan pengawasan pariwisata. Pendekatan ini sangat dianjurkan demi merumuskan dan melaksanakan kebijakan pariwisata nasional dan local serta perjanjian internasioanl yang diperlukan atau juga pelbagai proses lainnya bagi kepentingan pariwisata. )<sup>30</sup>

### 3. Wisatawan

Perkembangan dunia pariwisata sangat tergantung kepada kehadiran atau kunjungan wisatawan. Menurut pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Cohen dalam Swarbrooke Horner mengidentifikasi 4 (empat) jenis wisatawan sebagai berikut <sup>31</sup>:

#### 1. Wisatawan Massal Kelompok atau Organised Mass Tourist

Karakteristiknya adalah :

- 1) Hanya mau membeli paket wisata ke daerah tujuan wisata terkenal atau populer. Ia memilih destinasi yang sudah berkembang dan dipromosikan melalui media massa.
- 2) Memilih berpergian dengan rombongan dan dikelola oleh pemimpin perjalanan serta didampingi oleh pramuwisata,
- 3) Selalu melakukan perjalanan pulang-pergi melalui jalur yang sama dan
- 4) Memilih jadwal perjalanan yang tetap dan sebisa-bisanya tidak terjadi perubahan acara selama berwisata.

#### 2. Wisatawan Massal Individu atau Individual Mass Tourist

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, Hlm.60

<sup>31</sup> Anak Agung Gede Agung Dharmakusuma, 'Pengaturan Perlindungan Hukum dan Keamanan Terhadap Wisatawan' (*Laporan Penelitian, Bidang Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2016*),Hlm.6

Karakteristiknya adalah :

- 1) Membeli paket wisata yang memberikan kebebasan berwisata, misalnya paket terbang, yaitu paket wisata sesuai dengan selera dan membuat keputusan perjalanan sendiri ;
- 2) Kreatif merancang paket wisata sesuai dengan selera dan membuat keputusan perjalanan sendiri;
- 3) Mirip dengan wisatawan massal kelompok, ia cenderung memiliki daerah tujuan wisata yang sudah dikenal. Namun, ia juga masih mau mencoba mendatangi daerah-daerah tujuan baru selama daerah itu bukan merupakan daerah asing;
- 4) Bergantung pada ketersediaan fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh usaha wisata; dan
- 5) Masih berada dalam lingkungan gelembung. Hal ini membuat wisatawan dalam kelompok ini memiliki pengalaman wisata yang terbatas.

Wisatawan massal individu mau melakukan lintas budaya berinteraksi dengan masyarakat setempat. Namun, ia akan semangat memilih masyarakat mana yang akan diajak berinteraksi karena ia tidak ingin salah dan mendapatkan pengalaman buruk. Ia hanya mau melakukan kontak sosial dengan budaya yang sudah dikenal atau budaya yang dianggap mirip dengan budayanya.

### 3. Penjahaj atau Expoler

Bagi wisatawan dalam kelompok ini, ia selalu membuat rencana perjalanan sendiri. Jika ia kesulitan, ia tidak ragu bertanya kepada biro perjalanan dan sumber informasi lain. Ia senang bertemu dan bersosialisasi dengan orang-orang baru serta masyarakat setempat. Selama berwisata, ia tetap mengutamakan keamanan dan kenyamanan, meskipun level pelayanan yang diinginkan tidak harus mewah dan eksklusif seperti wisatawan missal kelopak dan wisatawan missal individu. Tingkat ketergantungan terhadap fasilitas dan pelayanan dari usaha wisata cenderung lebih rendah dibandingkan dengan kedua jenis wisatawan diatas.

#### 4. Petualang atau Drifter

Wisatawan ini selalu mencoba dapat diterima di lingkungan asing dan baru. Malahan ia senang dianggap menjadi bagian dari masyarakat setempat. Wisatawan kelompok ini tidak merencanakan perjalanan, dalam pengertian, ia tidak memesan kamar dihotel ataupun memesan tiket pesawat terbang tetapi ia tetap menggunakan usaha wisata tersebut dengan sistem langsung datang ke hotel atau Bandar udara untuk memberi kebutuhannya. Ia senang pergi ketempat yang jauh dari daerah asalnya. Baginya, mendatangi daerah-daerah yang asing memberikan kepuasan tersendiri. Sebisa-bisanya ia menghindari kontak dengan industry pariwisata formal, ia lebih senang menginap di rumah penduduk dan makan di warung dari pada menginap di hotel dan makan di restoran



#### 4. Sejarah Kepariwisata di Indonesia

Sejarah mencatat bahwa pada abad ke-16 telah ditemukan benua baru yang menyebabkan terjadinya pergeseran arus-arus perdagangan dan jalur-jalur perjalanan. Kemudian pada zaman *Renaissance* muncul bentuk pelacangan baru berupa perjalanan mengunjungi tempat-tempat indah dan terkenal yang diadakan untuk tujuan kenikmatan, kesenangan, dan kebahagiaan. Mengenai definisi dari kebahagiaan, menurut Poespoprodjo hal itu adalah keinginan yang terpuaskan karena disadari memiliki sesuatu yang baik dan oleh karenanya kebahagiaan adalah sesuatu yang selalu dikejar. Menurut Thomas Aquinas Kebahagaiaan adalah “*the perfect good which lulls the appetite altogether*. Selanjutnya, sejalan dengan pendapat itu, Socrates juga berpendapat bahwa kebaghiaan adalah tujuan hidup<sup>32</sup>.

Industri pariwisata di Indonesia pertama kali di proklamirkan ketika Hotel Indonesia diresmikan pada tahun 1962. Namun, sesungguhnya kegiatan pariwisata telah dilaksanakan jauh sebelum itu, yaitu pada zaman Kolonialisme Belanda. Kegiatan terkait pariwisata kemudian sempat seolah-olah menghilang saat terjadinya Perang Dunia II dan semasa awal pemerintahan Presiden Soekarno. Kebanggaan nasional yang berkembang pada akhir tahun 1950-an dan awal 1960-an kemudian divisualisasikan dengan didirikannya simbol-simbol *monumentalisme* Soekarno di Jakarta. Salah satu dari pembangunan monument-monumen

---

<sup>32</sup> Violetta Simatupang., *Pengaturan Hukum...*, *op cit*, Hlm.23

tersebut adalah berdirinya hotel-hotel berstandar internasional. Dimulai dari era tersebut hingga kejatuhan Soeharto, pemerintah memegang peranan yang sangat penting dalam perkembangan industri ini termasuk dalam penyusunan kebijakan dan peraturan yang tujuannya untuk mengembangkan dan menstimulasi penambahan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia selain juga mengupayakan masa tinggal wisatawan yang lebih lama lagi.<sup>33</sup>

Perjalanan wisata mulai memiliki bentuk agak jelas muncul ketika terjadi revolusi industri di Inggris yang berdampak terhadap perubahan struktur masyarakat sebagai akibat urbanisasi, pertambahan penduduk, lahirnya usaha-usaha berkaitan pariwisata di kota-kota industri, pergeseran penanaman modal dari sektor pertanian ke usaha perantara seperti bank, termasuk perdagangan internasional, dan meningkatnya teknologi transportasi/sarana angkutan. Kereta api di Eropa khas Inggris juga muncul. Perjalanan antarkota di Eropa semakin menunjukkan frekuensi (*mobile*) yang meningkat. Perkembangan sistem transportasi mendorong munculnya stasiun-stasiun, hotel, restoran, dan akomodasi lain di daerah tujuan wisata.<sup>34</sup>

Faktor-faktor yang membuat pariwisata nasional di Indonesia berkembang sejak zaman penjajahan adalah:

1. Perkembangan wisata internasional yang terus meningkat. Hal ini kemungkinan besar disebabkan semakin meningkatnya

---

<sup>33</sup> Violetta Situmeang., *Hukum Kepariwisata ...*, *op cit*, Hlm.116

<sup>34</sup> Bungaran Antonius Simanjuntak, Flores Tanjung, dan Rosramadhana Nasution., *Sejarah Pariwisata Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*, Yayasan Pustaka Obor, Jakarta, 2015, Hlm. 5

hubungan lalu lintas antar benua dan antar negara. Selain itu, semakin munculnya gejala bahwa antarnegara pun kian membutuhkan dan saling bergantung, terutama karena variasi hasil bumi dan alam, khususnya pertanian yang berbeda antarnegara. Dengan demikian, semua negara saling membutuhkan suatu hubungan yang teratur agar kebutuhan dalam negeri yang bersumber dari luar negeri dapat dipenuhi. Hal ini ditunjang karena semakin meningkatnya kemajuan teknologi dan komunikasi dunia.

2. Pariwisata ternyata tidak terpengaruh oleh gejolak ekonomi dunia, termasuk resesi ekonomi yang melanda dunia. Bahkan, pertumbuhan ekonomi global dan tampaknya dinamika perkembangan perekonomian daerah atau provinsi sampai ke pelosok-pelosok wilayah.
3. Perekonomian global justru sering terpengaruh dan dikendalikan masing-masing negara dengan proteksi bahkan penjatahan atau kuota komoditas ekspor dan impor. Sebaliknya, hal itu tidak dikenal dalam dunia pariwisata. Kebebasan bergerak orang-orang yang menginginkan pengalaman dan kesenangan dari wilayah-wilayah baru yang dimiliki oleh berbagai negara, menyebabkan manusia sangat dinamis untuk bergerak dan pergi kemana dia suka. Hanya sedikit hambatan yang dihadapi

para turisten itu, misalnya, masalah hubungan diplomatic yang belum dibuka.

4. Selain itu, ternyata potensi pariwisata Indonesia sangat luar biasa banyak dan beragam jenisnya. Tersebar di seluruh wilayah Indonesia dari yang besar hingga terkecil, bahkan hingga kepulauan di perbatasan dengan negara jiran.
5. Perkembangan pariwisata nasional Indonesia juga disebabkan kebutuhan hidup bersenang-senang dan menggali pengalaman baru penduduk dunia di mancanegara.<sup>35</sup>

Menurut pengalaman sejarah, pariwisata sangat sensitif terhadap pengaruh eksternal, baik peristiwa alam, sosial budaya, keamanan dan kehidupan negara bangsa, negara regional bahkan global.<sup>36</sup>

## **5. Organisasi Pariwisata Dunia**

Organisasi pariwisata internasional adalah Lembaga atau organisasi sebagai wadah yang berfungsi untuk memperlancar kegiatan usaha wisata dan kerja sama antar negara sehingga dapat memahami kepentingan dari masing-masing negara terutama dalam bidang kepariwisataan. Setiap negara yang mengembangkan sektor pariwisata tidak lepas dari negara lain atau dunia internasional sehingga memerlukan suatu organisasi yang dapat berfungsi sebagai kerja sama, penyebaran informasi tentang kepariwisataan yang ada di negara tersebut dengan kerja sama antar negara secara bilateral

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, Hlm.16

<sup>36</sup> *Ibid.*, Hlm.51

atau multilateral, dapat memperbesar jumlah kunjungan wisatawan dan memperlancar arus wisatawan.<sup>37</sup>

Beberapa organisasi pariwisata internasional<sup>38</sup> adalah;

1. World Tourism Organization (WTO)

Organisasi Pariwisata Dunia atau OPD (*World Tourism Organization/WTO*) merupakan salah satu badan dari PBB yang menangani masalah pariwisata. Markas akbarnya berada di Madrid, Spanyol. Fungsi dan tugas WTO adalah sebagai wadah untuk mempromosikan, mengembangkan dan memberikan perhatian dalam bidang pariwisata, khususnya di negara-negara berkembang WTO juga bertugas untuk mengumpulkan dan menerbitkan informasi yang erat kaitannya dengan promosi destinasi pariwisata dunia.<sup>39</sup>

2. SEA Promotion Center for Trade Invesment & Tourism (SEA Center)

SEA centre merupakan sebuah organisasi pariwisata internasional yang berkantor pusat di Tokyo, Jepang. SEA Center merupakan organisasi pariwisata khusus wilayah Asia Tenggara, yang memiliki tujuan bukan hanya terfokus pada aspek pariwisata tetapi juga pada aspek pembangunan

---

<sup>37</sup> <https://kanalwisata.com/organisasi-pariwisata-internasional> diakses pada hari kamis pada tanggal 11 agustus 2022 pukul 01.56 WIB

<sup>38</sup> <https://visitpare.com/informasi-pendidikan/organisasi-pariwisata-internasional/> diakses pada hari kamis pada tanggal 11 agustus 2022 pukul 03.03 WIB

<sup>39</sup> <https://visitpare.com/informasi-pendidikan/organisasi-pariwisata-internasional/> diakses pada hari kamis pada tanggal 11 agustus 2022 pukul 02.02 WIB

ekonomi. SEA Center bertugas untuk mengawasi dan meningkatkan arus wisatawan ke Asia Tenggara. Melalui promosi, pemasaran riset dan Pendidikan SEA Center memiliki tugas untuk menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi pariwisata yang ada di wilayah Asia Tenggara.

3. World Traveland Tourism Council (WTTC)

Memiliki status sebagai Lembaga koalisi global, WTTC merupakan yang terdiri dari 100 orang *top executive* di bidang pariwisata di dunia. Tujuan organisasi pariwisata ini adalah kerja sama dengan pemimpin negara-negara di dunia untuk membuat sebuah strategi dalam aspek menciptakan SDM, perkembangan teknologi dan *tourist demand*.

4. Internasional Air Transport Association (IATA)

Organisasi IATA merupakan wadah perwakilan dari berbagai perusahaan penerbangan di dunia. Destinasi pariwisata tidak akan berkembang jika tidak dibantu dengan adanya moda transportasi umum seperti pesawat. Maka dari itu, tugas IATA adalah sebagai perwakilan yang melayani industri penerbangan dunia yang terikat erat dengan industri pariwisata.

#### 5. Internasional Hotel and Restaurant Association (IHRA)

Organisasi IHRA bertempat di Paris, Perancis. IHRA memiliki beberapa fungsi, yaitu:

- Menyatukan berbagai perusahaan di bidang perhotelan dan restoran di dunia.
- Mengatasi permasalahan yang muncul di antara aspek pariwisata, agen perjalanan dan perhotelan
- Memecahkan masalah aspek pariwisata dunia.

#### 6. Pacific Asia Travel Association (PATA)

Organisasi pariwisata internasional khusus wilayah Asia Pasifik, yaitu PATA atau Pasific Asia Travel Association. PATA berpusat di San Fansisco, California ini didirikan pada tahun 1952. Selain itu mempromosikan pariwisata di negara Kawasan Asia Pasifik, PATA juga memiliki tugas dan fungsi menyatukan perusahaan-perusahaan agen pendukung pariwisata di seluruh Asia Pasifik. Tujuan PATA yaitu mengembangkan dan memberikan fasilitas kepariwisataan untuk negara-negara di Asia Pasifik, termasuk negara Indonesia.

#### 7. Internasional Association of Scientific Experts in Tourism (IASSET)

IASSET merupakan wadah organisasi internasional bagi orang-orang yang tertarik untuk berkecimpung di

dalam dunia dan ilmu pariwisata. IASET memiliki kantor pusat di Benre, Swiss, awalnya merupakan organisasi tempat untuk berdiskusi kelompok cendikiawan swiss. Tujuan utama IASET adalah untuk mendorong para pekerjanya untuk memajukan kegiatan Lembaga pariwisata dunia. Berbeda dengan organisasi pariwisata internasional lainnya, IASET bekerja berdasarkan pengetahuan keilmuan dan riset-riset khusus di bidang pariwisata.

8. World Association of Travel Agents (WATA)

Organisasi WATA merupakan WATA merupakan wadah untuk memudahkan para agen pariwisata dalam mengakomodasi wisatawan yang ingin melakukan perjalanan. Hal tersebut karena WATA secara keseluruhan bertugas untuk menjamin kepentingan anggotanya dalam hal mengatur perjalanan wisatawan.

Seperti yang diketahui bahwa dalam melakukan perjalanan, wisatawan nasional apalagi internasional membutuhkan dokumen-dokumen pendukung yang dibutuhkan. Maka dari itu, WATA dibentuk untuk mengatasi permasalahan dokumen berbagai agen perjalanan bagi wisatawan di seluruh dunia.

9. Universal Federation of Travel Agents Association (UFTAA)



UFTAA merupakan organisasi yang didirikan pada tahun 1966, merupakan satu-satunya organisasi yang menjadi wadah perwakilan dari seluruh, *travel agent* atau agen perjalanan di dunia UFTAA dibentuk dari gabungan IFTAA dan UOTAA.

Memiliki tugas sebagai perwakilan kepentingan agen perjalanan di dunia dan juga sebagai wadah Kerjasama dalam aspek hukum, ekonomi dan social agen perjalanan dunia. UFTAA juga berfungsi untuk menyatukan semua organisasi *travel agent* yang ada di dunia.

#### 10. European Travel Commission (ETC)

Organisasi pariwisata tingkat internasional yang terakhir adalah ETC atau European Travel Commission yang menjadi wadah untuk mernampung segala kepentingan dan keperluan ang berhubungan dengan wisatawan yang akan datang ke negara-negara di Eropa.

ETC berdiri sejak tahun 1948 dan memiliki kantor pusat di Brussel, Belgia, ETC memiliki 31 badan dan dinas aliansi strategis dalam aspek pariwisata di berbagai negara Eropa. Aliansi tersebut tergabung dalam National Tourism Organization.

## 6. Pengaturan Pariwisata Dalam GATs-WTO

Pentingnya perdagangan jasa pariwisata menjadi perhatian organisasi perdagangan internasional *World Trade Organization* (WTO).

WTO tidak lain adalah pengembangan dari *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) yang diawali dengan ditandatanganinya Piagam Atlantik (*Atlantic Charter*) bulan agustus 1941. Salah satu tujuan dari piagam ini adalah menciptakan suatu sistem perdagangan dunia yang didasarkan pada prinsip nondiskriminasi dan kebebasan tukar menukar barang dan jasa. GATT resmi dibentuk setelah perang dunia II pada tahun 1947 (karena itu sering disebut sebagai GATT 1947) sebagai suatu lembaga atau kesepakatan yang sifatnya sementara. Pada masa tersebut timbul kesadaran masyarakat internasional akan perlunya organisasi multilateral di samping Bank Dunia dan IMF. GATT memiliki dua wujud. Pertama, GATT sebagai suatu lembaga atau organisasi yang bergerak di bidang perdagangan. Kedua, GATT sebagai suatu kesepakatan masyarakat internasional di bidang perdagangan.<sup>40</sup>

Perjanjian umum tentang perdagangan jasa-jasa atau *The General Agreement on Trade in Services* (GATs), yang bertujuan untuk merumuskan aturan main di bidang perdagangan jasa-jasa dan ini adalah isu baru yang dirunding dalam putaran Uruguay selain isu lainnya seperti mengenai *Trade-Related Aspects of Intellectual*

---

<sup>40</sup> Violetta Situmeang., *Hukum Kepariwisata ...*, op cit, Hlm.28

*Property Rights* (TRIPs) dan mengenai *Trade-Related Investment Measures* (TRIMs).<sup>41</sup>

Tujuan diadakannya persetujuan GATs seperti ditegaskan dalam *Deklarasi Punta del Este* adalah untuk membentuk suatu kerangka prinsip dan aturan multilateral bagi perdagangan jasa. Termasuk di dalamnya mengatur sektor-sektor individu dengan tujuan untuk memperluas perjanjian jasa tersebut. Pedoman filosofis GATs adalah bahwa semakin mudah dunia usaha bersaing dalam melakukan bisnis, semakin banyak transaksi perdagangan dapat dilakukan hingga ekonomi dapat semakin bertumbuh<sup>42</sup>.

Terkait prinsip-prinsip dan jenis jasa yang diatur oleh GATs perlu dikemukakan terlebih dahulu bahwa GATs memiliki 2 pilar utama yaitu perlakuan nasional (*National Treatment*) dan akses pasar (*Market Acces*) serta beberapa prinsip-prinsip yang sangat mendasar sebagai berikut:

1. GATs mencakup seluruh sektor jasa yang diperdagangkan secara internasional.
2. Perlakuan *most favoured nation* (perlakuan sama bagi semua) berlaku bagi seluruh sektor jasa kecuali sektor-sektor yang masih dinyatakan dikecualikan untuk sementara.

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, Hlm.29

<sup>42</sup> *Ibid.*, Hlm.30

3. Peraturan perundangan seluruh negara anggota harus tranparan, dan diperlukan *inquiry points* disetiap negara
4. GATs mengharuskan negara-negara anggota membuat seluruh peraturan perundangan yang terbuka untuk diketahui semua pihak.
5. Peraturan harus objektif dan beralasan.
6. Pembayaran internasional secara umum tidak terbatas.
7. Komitmen suatu negara (*individual countries commitment*) harus merupakan hasil perundingan dan sifatnya adalah mengikat.
8. Liberasasi progresif melalui perundingan lebih lanjut<sup>43</sup>.

Dengan demikian jelas bahwa pariwisata adalah suatu aspek dari perdagangan jasa (*Trade in Service*), perdagangan yang menempatkan jasa sebagai komoditi dan suatu industri bukan sekadar kegiatan usaha semata.

Jasa atau Service adalah rangkaian tindakan untuk membantu orang lain memenuhi kebutuhannya. Jasa juga mencakup pengertian layanan atau bantuan untuk mendapatkan sesuatu (*serve*), suatu sistem atau pengorganisasian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dasar seseorang atau beberapa orang (*service*), dan bidang bisnis yang berkaitan dengan usaha penyediaan sesuatu, tetapi bukan barang (*goods*) bagi orang lain.

---

<sup>43</sup> *Ibid.*, Hlm.31

Dari penjelasan-penjelasan seperti dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa maksud tujuan diadakannya persetujuan GATs adalah untuk dapat melaksanakan suatu perdagangan jasa di bidang pariwisata dengan baik. Salah satu dasar untuk pencapaiannya adalah menumbuhkan saling pengertian dan respek antar bangsa dan masyarakat selain juga mempromosikan nilai-nilai etika yang umum berlaku pada kemanusiaan. Demikian pula dengan tujuan dari pariwisata sama seperti tertera di atas serta ditambah dengan kewajiban adanya sikap bertoleransi dan respek atas keberagaman agama, falsafah dan moral kepercayaan, keduanya merupakan asas kepariwisataan yang bertanggung jawab.<sup>44</sup>

## **B. Tinjauan Teoritis Mengenai Perlindungan Wisatawan Selaku Konsumen Pemakai Jasa**

### **1. Pengertian Perlindungan Hukum**

Secara terminologi, perlindungan hukum dapat diartikan dari gabungan dua definisi, yaitu “perlindungan” dan “hukum”. KBBI mengartikan perlindungan sebagai hal atau perbuatan yang melindungi. Lalu, hukum dapat diartikan sebagai peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah. Perlindungan hukum dikenal dalam Bahasa Inggris sebagai *the protection of the law*, yang bertujuan untuk mencapai

---

<sup>44</sup> *Ibid.*,Hlm.41

tujuan hukum antara lain untuk keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum<sup>45</sup>.

Merujuk definisi tersebut, perlindungan hukum dapat diartikan dengan upaya melindungi yang dilakukan pemerintah atau penguasa dengan sejumlah peraturan yang ada. Singkatnya, perlindungan hukum adalah fungsi dari hukum itu sendiri yaitu memberikan perlindungan.<sup>46</sup>

Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Perlindungan Hukum adalah segala upaya pemenuhan hak dan pemberian bantuan untuk memberikan rasa aman kepada saksi dan/atau korban, perlindungan hukum korban kejahatan sebagai bagian dari perlindungan masyarakat, dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti melalui pemberian restitusi, kompensasi, pelayanan medis, dan bantuan hukum<sup>47</sup>.

---

<sup>45</sup> Sahat Maruli Tua Situmeang, *PENAHANAN TERSANGKA Diskresi Dalam Proses Peradilan Pidana*, Logoz Publisng, Bandung, 2017, Hlm.73

<sup>46</sup><https://www.hukumonline.com/berita/a/perlindungan-hukum-contoh--dan-cara-memperolehnya-It61a8a59ce8062> diakses pada hari sabtu 13 agustus 2022 pukul 02.53 WIB.

<sup>47</sup> <http://portaluniversitasquality.ac.id:55555/143/4/BAB%20II.pdf> di akses pada hari sabtu tanggal 13 agustus 2022 pukul 03.10 WIB

Pengertian perlindungan hukum menurut beberapa para ahli adalah sebagai berikut <sup>48</sup>:

Menurut Satjito Rahardjo bahwa “perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut”.

Menurut CST Kansil, “perlindungan hukum adalah segala upaya hukum harus diberikan oleh aparat penegak hukum demi memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun”.

Menurut Philipus M. Hadjon, “perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat,serta pengakuan terhadap hak – hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasakarkan ketentuan umum dari kesewangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal lainnya”.

Menurut Muktie, A. Fadjar “perlindungan hukum adalah penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum”.

---

<sup>48</sup> <http://eprints.umm.ac.id/44759/3/BAB%20II.pdf> di akses pada hari sabtu tanggal 13 agustus 2022 pukul 03.05 WIB

Menurut Setiono “perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia”.

Menurut Muchsin “perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidahkaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia”.

Menurut Hetty Hasanah “perlindungan hukum yaitu merupakan segala upaya yang dapat menjamin adanya kepastian hukum, sehingga dapat memberikan perlindungan hukum kepada pihak-pihak yang bersangkutan atau yang melakukan tindakan hukum”.

## **2. Pengertian Perlindungan Konsumen**

Berdasarkan pasal 1 angka 1 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diatur dalam undang-undang memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi bertindak sewenang-wenang yang dapat merugikan konsumen.



Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Dalam bidang hukum, istilah ini masih relatif baru, khususnya di Indonesia, sedangkan di negara maju, hal ini mulai dibicarakan bersamaan dengan berkembangnya industri dan teknologi.<sup>49</sup>

Perlindungan Konsumen merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah, tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah. Lebih-lebih jika produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha merupakan jenis produk yang terbatas, pelaku usaha dapat menyalahgunakan posisinya yang monopolistik tersebut. Hal itu tentu saja akan merugikan konsumen<sup>50</sup>.

Kondisi konsumen yang banyak dirugikan, memerlukan peningkatan upaya untuk melindunginya sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan. Namun sebaliknya perlu diperhatikan pula bahwa dalam memberikan perlindungan kepada konsumen, tidak boleh justru mematikan usaha pelaku usaha, karena keberadaan pelaku usaha merupakan suatu hal yang juga esensial dalam perekonomian Negara.

---

<sup>49</sup> Janus Sidabolok., *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, Hlm.9.

<sup>50</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan bagi Konsumen di Indonesia*. RajaGrafindoPersada ,Jakarta, 2011. hlm.1

Oleh karena itu, ketentuan yang memberikan perlindungan kepada konsumen juga harus diimbangi dengan ketentuan yang memberikan perlindungan kepada pelaku usaha, sehingga perlindungan konsumen tidak membalik kedudukan konsumen dari kedudukan yang lemah menjadi lebih kuat, dan sebaliknya produsen/pelaku usaha yang menjadi lemah. Disamping itu, untuk melindungi diri dari kerugian akibat adanya tuntutan dari konsumen, pelaku usahajuga dapat mengansurasikan tanggung gugatnya terhadap konsumen.<sup>51</sup>

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan terhadap konsumen barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang dan atau jasa itu. Cakupan perlindungan konsumen dalam dua aspek itu, dijelaskan sebagai berikut;

1. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk, dan sebagainya, apakah telah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen atau tidak. Juga, persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan pergantian jika timbul

---

<sup>51</sup> *Ibid.*,Hlm4

kerugian karena memakai atau mengkonsumsi produk yang tidak sesuai.

2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purnajual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.<sup>52</sup>

### 3. Konsumen

Menurut pasal 1 angka (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen tertulis bahwa:

“konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Dalam buku Hukum Perlindungan Konsumen karya Ahmad Miru & Sutarman Yodo menuliskan bahwa penjelasan atas pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

“Di dalam kepastakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaatan akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produksi lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir”

Penggunaan istilah “pemakai” dalam rumusan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut sesungguhnya kurang

---

<sup>52</sup> Janus Sidabolok, *op cit*, Hlm.10

tepat. Ketentuan yang menyatakan “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat”, apabila dihubungkan dengan anak kalimat yang menyatakan “bagi kepentingan diri sendiri, keluarga orang lain, maupun makhluk hidup lain”, tampak ada kerancuan di dalamnya. Sebagai pemakai dengan sendirinya untuk kepentingan diri sendiri, dan bukan untuk keluarga, *bijstander*, atau makhluk hidup lainnya. Demikian pula penggunaan istilah “pemakai” menimbulkan kesan barang tersebut bukan milik sendiri, walaupun sebelumnya terjadi transaksi jual beli. Jika seandainya istilah yang digunakan “setiap orang yang memperoleh” maka secara hukum akan memberikan makna yang lebih tepat, karena apa yang diperoleh dapat digunakan untuk kepentingan sendiri maupun orang lain.<sup>53</sup>

Pengertian Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di atas lebih luas bila dibandingkan dengan 2 (dua) rancangan undang-undang perlindungan konsumen lainnya, yaitu pertama dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang diajukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, yang menyatakan bahwa<sup>54</sup>:

“Konsumen adalah pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat bagi kepentingan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain yang tidak untuk diperdagangkan Kembali”

Sedangkan yang kedua dalam naskah final Rancangan Akademik Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut

---

<sup>53</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2017, Hlm.4

<sup>54</sup> *Ibid.*, Hlm.5

Rancangan Akademik) yang disusun oleh Fakultas Hukum Universitas Indonesia bekerja sama dengan Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan. Departemen Perdagangan RI menentukan bahwa, Konsumen adalah setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan<sup>55</sup>.

#### **4. Jasa**

Menurut pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen tertulis bahwa;

“jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen”

Dalam hukum perlindungan konsumen kadang-kadang digunakan istilah produk, yang meliputi barang dan/atau jasa. Sebagai contoh dalam dunia perbankan sering digunakan istilah produk perbankan yang tidak lain adalah jasa perbankan.

Pengertian jasa di dalam pasal 1 angka 5 yang menyebutkan kata “bagi masyarakat”, memberikan kesan bahwa jasa yang dimaksud haruslah jasa yang ditawarkan kepada lebih dari satu orang. Ini berarti, jasa yang merupakan layanan khusus kepada individu secara perseorangan bukanlah jasa sebagaimana dimaksudkan Undang-Undang perlindungan konsumen. Kesimpulan seperti ini mungkin dirasakan ganjil, terutama bila dihubungkan dengan persediaan jasa atau yang disebut dengan layanan itu

---

<sup>55</sup> *Id.*,

sifatnya sangat terbatas sehingga hanya dapat ditawarkan kepada seseorang. Misalnya dalam jasa angkutan, tidak dapat dihindari oleh penguasa yang bersangkutan kecuali menawarkan hanya kepada seseorang. Dalam hubungan ini, akan lebih tepat bila dalam rumusan tersebut tidak menyebutkan istilah “bagi masyarakat” tetapi “bagi anggota masyarakat”. Dengan demikian tidak terbatas hanya di tawarkan untuk dua atau lebih orang, melainkan termasuk penawaran yang dilakukan kepada seseorang, yang dalam hal ini layanan dimaksud disediakan untuk anggota masyarakat<sup>56</sup>.

## **5. Sejarah Berkembangnya Hukum Perlindungan Konsumen**

Perkembangan hukum konsumen di dunia berawal dari adanya gerakan perlindungan konsumen pada abad ke-19, terutama ditandai dengan munculnya gerakan konsumen yang terjadi di Amerika Serikat(AS). Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani memetakan ada tiga fase atau gelombang gerakan perlindungan konsumen. *Gelombang pertama* terjadi pada tahun 1891. Pada tahun ini, di New York terbentuk Liga Konsumen yang pertama kali di dunia. Baru tahun 1898, di tingkat nasional AS terbentuk Liga Konsumen Nasional ( *the national concumer's league*). Organisasi ini semakin tumbuh pesat dan pada tahun 1903, telah berkembang menjadi 64 cabang yang meliputi 20 negara. Dalam perjalanan waktu, ada banyak hambatan yang

---

<sup>56</sup> *Ibid.*, Hlm.14

dihadapi oleh organisasi ini. Meski demikian pada tahun 1906 lahir undang-undang tentang perlindungan konsumen yang mempengaruhi perkembangan berikutnya, yaitu *The Meat Inspection Act* dan *The Food and Drugs Act* (pada tahun 1937, UU diamandemen menjadi *The Food and Drugs Act* karena adanya tragedi *Elixir Sulfanilamide* yang menewaskan 93 konsumen di AS).<sup>57</sup>

Hukum konsumen kemudian berkembang lagi pada tahun 1914, yang ditandai sebagai *gelombang kedua*. Pada tahun ini, terbentuk komisi yang bergerak dalam bidang perlindungan konsumen, yaitu FTC (*Federal Trade Commission*). Karena itu, keberadaan program pendidikan konsumen mulai dirasakan perlu sekali untuk menumbuhkan kesadaran kritis bagi para konsumen. Maka, pada decade 1930-an, mulai gencar dilakukan penulisan buku-buku tentang konsumen dan perlindungan konsumen, yang juga dilengkapi dengan riset-riset yang mendukungnya.

*Gelombang ketiga* terjadi pada decade 1960-an, yang melahirkan era hukum perlindungan konsumen dengan lahirnya suatu cabang hukum baru, yaitu “hukum konsumen” (*consumers law*) hal ini ditandai dengan pidato presiden AS ketika itu<sup>58</sup>

Perlindungan konsumen di Indonesia baru mulai terjadi pada decade 1970-an. Hal ini ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Ketika itu gagasan

---

<sup>57</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, Hlm.6

<sup>58</sup> *Id.*,

perlindungan konsumen disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen. Ketika YLKI berdiri, kondisi politik bangsa Indonesia saat itu masih di bayang-bayangi dengan kampanye penggunaan produk dalam negeri. Namun, seiring perkembangan waktu gerakan perlindungan konsumen yang dilakukan YLKI dilakukan melalui koridor hukum yang resmi, yaitu bagaimana memberikan bantuan hukum kepada masyarakat atau konsumen.<sup>59</sup>

Setelah itu, sejak dekade 1980-an, Gerakan atau perjuangan untuk mewujudkan sebuah undang-undang tentang perlindungan konsumen (UUPK) dilakukan selama bertahun-tahun. Pada masa orde baru, pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) tidak memiliki keyakinan besar untuk mewujudkan karena terbukti pengesahan Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen (RUUPK) selalu ditunda.<sup>60</sup>

Baru pada era reformasi, keinginan terwujudnya UUPK bisa terpenuhi. Pada masa pemerintahan BJ Habibie, tepatnya pada tanggal 20 April 1999, RUUPK secara resmi disahkan sebagai UUPK. Dengan adanya UUPK, jaminan atas perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia diharapkan bisa terpenuhi dengan baik. Masalah perlindungan konsumen kemudian ditempatkan ke dalam koridor suatu

---

<sup>59</sup> *Ibid.*, Hlm.9

<sup>60</sup> *Ibid.*, Hlm.11



sistem hukum perlindungan konsumen, yang merupakan bagian dari sistem hukum nasional.

Dalam penjelasan UUPK disebutkan bahwa keberadaan UU Perlindungan Konsumen adalah dimaksudkan sebagai landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Dengan kata lain UU perlindungan konsumen merupakan “payung” yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

61

## **6. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Menurut pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen “perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum” berdasarkan pasal tersebut perlindungan konsumen memiliki 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

---

<sup>61</sup> *Id.*,

2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.”<sup>62</sup>

Menurut pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang  
Perlindungan Konsumen “perlindungan konsumen bertujuan :

- 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;

---

<sup>62</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen (edisi revisi)*, PT. RajaGrafindo, Jakarta, 2017, Hlm.25

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengancam 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”

## **7. Perlindungan konsumen dalam produk jasa**

Jenis perlindungan yang diberikan kepada konsumen memiliki 2 (dua) jenis perlindungan, yakni:

### **1. Perlindungan Preventif**

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen tersebut akan membeli atau menggunakan atau memanfaatkan suatu barang dan atau jasa tertentu, mulai melakukan proses pemilihan serangkaian atau sejumlah barang dan atau jasa tersebut dan selanjutnya memutuskan untuk membeli atau menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa dengan spesifikasi tertentu dan merek tertentu tersebut.

### **2. Perlindungan Kuratif**

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen sebagai akibat dari penggunaan atau pemanfaatan barang atau jasa tertentu oleh konsumen. Dalam hal ini perlu diperhatikan bahwa konsumen belum tentu dan tidak perlu, serta tidak boleh dipersamakan dengan pembeli barang dan atau jasa, meskipun pada umumnya konsumen adalah mereka yang membeli suatu barang atau jasa.

Dalam hal ini seseorang dikatakan konsumen, cukup jika orang tersebut adalah pengguna atau pemanfaat atau penikmat dari suatu barang atau jasa, tidak peduli ia mendapatkannya melalui pembelian atau pemberian<sup>63</sup>.

Secara konseptual, instrument hukum perlindungan konsumen dirumuskan untuk melindungi hak-hak konsumen yang tertulis dalam pasal 4 UUPK yaitu;

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan Pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

---

<sup>63</sup> <https://pusataturansi.com/uu-perlindungan-konsumen/> diakses pada hari jumat tanggal 15 juli 2022 pukul 01.42 WIB

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

Dalam konteks sistem hukum perlindungan konsumen, rumusan hak yang ke-1 dan yang ke-5 menjadi sangat penting sebab hal itulah yang menjadi dasar hubungan antara Undang-Undang Kepariwisata dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen .