

## Perlindungan konsumen produk pelumas PT. Pertamina (persero): kajian implementasi undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

Hiasinta Kyky, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=107578&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Terbitnya Undang-Undang no. 22 tahun 2001 tentang perubahan struktur pengelolaan migas nasional, secara tidak langsung telah menjadi awal perubahan posisi Pertamina yang akhirnya berubah nama menjadi PT PERTAMINA (PERSERO), dari perusahaan monopoli menjadi salah satu pemain pasar bebas, khususnya dalam bidang migas. Salah satu produk Pertamina yang diliberalisasi adalah pelumas (olie). Dalam pasar persaingan bebas ini, Pertamina, selaku pelaku usaha atau produsen, tengah menghadapi berbagai pesaing ketat, baik pemain lokal, maupun dari major companies. Untuk mengantisipasi hal tersebut, Pertamina harus melakukan upaya untuk memenangkan, atau paling tidak mempertahankan sebagai market leader produk pelumas di dalam negeri.

Dalam situasi saat ini, sirkulasi produk pelumas begitu bebas dan telah terjadi persaingan baik secara sehat maupun bisa menjadi tidak sehat di antara para pelaku usaha pelumas. Bila terjadi persaingan sehat dan semua pelaku usaha menerapkan etika bisnis yang baik, hal ini akan membawa dampak positif, baik bagi konsumen, pelaku usaha, maupun masyarakat. Akan tetapi bila terjadi persaingan tidak sehat, sehingga memunculkan kasus-kasus pengaburan atau penipuan iklan dan produk palsu, maka pasti akan menimbulkan kerugian bagi konsumen, pelaku usaha, maupun masyarakat.

Pemerintah telah menerbitkan dan memberlakukan Undang-Undang no. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang pada intinya adalah untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen, maka perlu ditingkatkan pula kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Harapannya adalah bahwa semua pelaku usaha dapat mengimplementasikan undang-undang tersebut dalam bisnisnya masing-masing.

Unit Pelumas Pertamina, selaku pelaku usaha pun berusaha menerapkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, apalagi memang issue sentral dalam Rencana Jangka Panjang Pertamina 2004-2010 maupun dalam Business Plan 2004 adalah bagaimana Pertamina meningkatkan customer satisfaction. Oleh sebab itu apa yang menjadi kewajiban dan tanggung jawab Pertamina selaku pelaku usaha di]aksanakan sesuai yang dicanangkan dalam undang-undang tersebut, baik scat Pertamina menjual langsung atau melalui agen atau melalui repacker.

Salah satu kunci penting, yang menurut penulis justru sebagai modal bagi perusahaan, adalah bagaimana Pertamina memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk pelumasnya kepada konsumen. Informasi yang sesuai dan tepat ini sekaligus akan menjadi modal bagi konsumen untuk memilih produk Pertamina. Bagai dua sisi, pemberian informasi mengenai produk pelumas juga bermanfaat bagi

Pertamina, baik dari isi promosi maupun sebagai kekuatan untuk selalu meningkatkan mutu produksinya.

Banyak cara Pertamina untuk memberikan informasi tersebut, baik melalui label, website, media cetak maupun audio visual, di mana dalam pemberian informasi ini mengikuti rambu-rambu yang telah dicanangkan oleh Undang-undang No. 8 tahun 1999 tersebut.

Dalam kenyataannya sangat mungkin terjadi keluhan dan sengketa oleh konsumen terhadap penggunaan produk pelumas Pertamina, oleh sebab itu Pertamina dituntut untuk melakukan upaya-upaya penyelesaian keluhan dan sengketa tersebut, Keluhan konsumen dapat diselesaikan melalui media komunikasi yang telah ada, dan apabila dapat dibuktikan Pertamina melakukan kesalahan maka diwajibkan memberikan ganti rugi kepada konsumen. Sedangkan apabila ada ketidakpuasan yang akhirnya menjadikan sengketa konsumen, Pertamina sejauh ini dapat menyelesaikan secara damai atau disebut Alternative Dispute Resolution.