

BAB I

PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PENGATURANNYA

A. Latar Belakang Perlindungan Konsumen

Masalah perlindungan konsumen dewasa ini semakin banyak dibicarakan dan dianggap sebagai masalah penting bagi masyarakat. Hal ini karena semakin banyaknya konsumen yang dirugikan dalam mengkonsumsi produk baik berupa barang maupun jasa.

Permasalahan yang dihadapi konsumen Indonesia saat ini, seperti juga yang dialami di negara-negara berkembang lainnya, tidak hanya pada soal memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks, yaitu mengenai kesadaran semua pihak, baik dari pengusaha, maupun konsumen sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen.

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era globalisasi ini banyak bermunculan berbagai macam produk barang/ pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen di tanah air, baik melalui promosi, iklan maupun penawaran secara langsung. Era globalisasi yang berkembang selain membawa berbagai dampak positif juga dampak negatif bagi konsumen sebagai salah satu pelaku ekonomi yang sering dirugikan oleh pelaku usaha.

Perkembangan perekonomian, perdagangan dan perindustrian yang kian hari kian meningkat telah memberikan kemajuan yang luar biasa kepada konsumen karena ada beragam variasi produk barang dan jasa yang ditawarkan pada konsumen. Perkembangan globalisasi dan perdagangan besar didukung oleh teknologi informasi dan telekomunikasi yang memberikan

ruang gerak sangat bebas dalam setiap transaksi perdagangan, sehingga barang dan jasa yang dipasarkan menjadi mudah untuk dikonsumsi.

Dalam praktek ada beberapa kiat pelaku usaha yang sering merugikan konsumen, antara lain melalui promosi yang berlebihan, dengan menggunakan informasi yang menyesatkan dan tidak sesuai dengan kenyataan. Kiat yang lain adalah melalui perjanjian standar yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha memuat klausula baku yang merugikan konsumen, demikian juga produk tidak sesuai syarat dan standar .

Pada umumnya konsumen sering dirugikan oleh pelaku usaha karena posisi konsumen lemah. Lemahnya posisi konsumen tersebut akibat masih rendahnya kesadaran akan hak-haknya sebagai konsumen. Hal ini berkaitan erat dengan pendidikan konsumen yang juga masih rendah. Untuk itu diperlukan upaya untuk memberdayakan konsumen agar dapat melindungi dirinya sendiri.

Dalam praktek, pihak konsumen sering menjadi obyek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. Kenyataan menunjukkan, adanya beragam faktor penting yang menunjukkan lemahnya kedudukan konsumen. Menurut hasil penelitian Badan dan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN), faktor-faktor yang melemahkan konsumen adalah :

1. Masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya
2. Belum terkondisinya masyarakat konsumen karena sebagai masyarakat belum tahu akan hak-hak dan kemana haknya disalurkan

jika mendapatkan kesulitan atau kekurangan dari standar barang dan/atau jasa yang sewajarnya.

3. Belum terkondisinya masyarakat konsumen menjadi masyarakat yang mempunyai kemauan menuntut hak-haknya
4. Proses peradilan yang ruwet dan waktu yang berkepanjangan
5. Posisi konsumen yang lemah.

B. Sejarah dan Perkembangan Gerakan Konsumen

Hak dasar konsumen pada awalnya dikemukakan oleh Mantan Presiden Amerika Serikat , John F Kennedy, yaitu :

1. *The right to safe products;*
2. *The right to be informed about products;*
3. *The right to definite choices in selecting products;*
4. *The right to be heard regarding consumer interests*

Hak-hak tersebut pertama kali disuarakan oleh John F. Kennedy, Presiden Amerika Serikat (AS), pada tanggal 15 Maret 1962 melalui "A special Message for the Protection of Consumer Interest" yang dalam masyarakat internasional lebih dikenal dengan "*Declaration of Consumer Right*".

Hak-hak dasar yang umumnya disebut "empat hak dasar konsumen" (*the four consumer basic rights*, meliputi :

1. Hak untuk mendapat /memperoleh keamanan (**the right to safety**).
Konsumen memiliki hak untuk memperoleh perlindungan atas keamanan produk dan jasa. Misalnya, makanan dan minuman yang

dikonsumsi harus aman bagi kesehatan konsumen dan masyarakat umumnya. Produk makanan yang aman berarti produk tersebut memiliki standar kesehatan, gizi dan sanitasi serta tidak mengandung unsur yang dapat membahayakan manusia baik dalam jangka pendek maupun panjang. Di AS hak ini merupakan hak pertama dan tertua serta paling tidak kontroversial karena hak ini didukung dan disetujui oleh kalangan bisnis dan konsumen atau yang dikenal sebagai pemangku kepentingan (*stake holders*).

2. Hak untuk memilih (*the right to choose*). Konsumen memiliki hak untuk mengakses dan memilih produk/jasa pada tingkat harga yang wajar. Konsumen tidak boleh ditekan atau dipaksa untuk melakukan pilihan tertentu yang akan merugikan dirinya. Jenis pasar yang dihadapi konsumen akan menentukan apakah konsumen bebas memilih atau tidak suka membeli produk atau jasa tertentu. Namun, dalam struktur pasar monopoli, konsumen dan masyarakat umum digiring berada dalam posisi yang lemah dengan resiko mengalami kerugian bila tidak memilih atau membeli produk dan jasa dari kaum monopolis.
3. Hak untuk memperoleh informasi (*the right to be informed*). Konsumen dan masyarakat memiliki hak untuk memperoleh informasi yang sejelas jelasnya tentang suatu produk/jasa yang dibeli atau dikonsumsi. Informasi ini diperlukan konsumen atau masyarakat, agar saat memutuskan membeli tidak terjebak dalam kondisi resiko yang buruk yang mungkin timbul. Artinya, konsumen memiliki hak untuk mengetahui ciri/atribut negatif dari suatu produk, misalnya efek

samping dari mengkonsumsi suatu produk, dan adanya peringatan dalam label/ kemasan produk.

4. Hak untuk didengarkan (*right to be heard*). Konsumen memiliki hak untuk didegarkan. Hal ini terkait dengan kebutuhan dan klaim konsumen untuk memperoleh informasi.

Setelah itu, Resolusi PBB No. 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*) juga merumuskan berbagai kepentingan konsumen yang perlu dilindungi, yang meliputi :

1. Perlindungan konsumen atas bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
2. promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
3. tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
4. pendidikan konsumen;
5. tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
6. kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia sendiri baru mulai mengemuka pada dekade tahun 1970-an. Hal ini ditandai dengan berdirinya

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973. Ketika itu gagasan perlindungan konsumen disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan dan publikasi media konsumen.

YLKI merupakan salah satu lembaga perlindungan swadaya masyarakat yang menjadi pelopor gerakan perlindungan konsumen pertama di Indonesia. Tujuan pendirian lembaga ini adalah untuk membantu konsumen agar hak-haknya dapat terlindungi. Disamping itu tujuan YLKI adalah meningkatkan kesadaran konsumen tentang hak dan tanggung jawabnya sehingga dapat melindungi dirinya sendiri dan lingkungannya. Seiring perkembangan waktu, gerakan perlindungan konsumen (seperti yang dilakukan YLKI) dilakukan melalui koridor resmi, yaitu bagaimana memberikan bantuan hukum kepada masyarakat atau konsumen.

Sebenarnya didirikannya YLKI adalah sebagai bentuk keprihatinan sekelompok ibu-ibu yang pada waktu itu melihat perkembangan masyarakat Indonesia yang lebih menyukai produk-produk luar negeri. Munculnya YLKI tidak lepas dari kampanye “cinta produk dalam negeri” yang saat itu kritis terhadap barang dan jasa yang tidak aman untuk dikonsumsi. Setelah itu sejak tahun 1980 an, gerakan atau perjuangan untuk mewujudkan sebuah undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen dilakukan selama bertahun-tahun.

Pada tahun 1999, tepatnya 20 April 1999 di masa pemerintahan BJ Habibie, diterbitkan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 mengenai Perlindungan konsumen (UUPK). Dengan adanya UUPK ini jaminan atas

perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia diharapkan dapat terpenuhi dengan baik.

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

C. UU Perlindungan Konsumen

Untuk meningkatkan kesadaran konsumen di Indonesia akan haknya, Pemerintah mengeluarkan **UU No. 8 Tahun 1999** tentang **Perlindungan Konsumen (UUPK)**, yang diundangkan tanggal 20 April 1999, Lembaran Negara 1999 Nomor 42, mulai berlaku terhitung 1 (satu) tahun sejak diundangkan, yaitu 20 April 2000.

UUPK merupakan piranti hukum yang melindungi konsumen tanpa bermaksud mematikan usaha para pelaku usaha. Melalui UU Perlindungan konsumen ini diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia untuk lebih menyadari akan hak-hak serta kewajibannya yang dimiliki terhadap pelaku usaha. Melalui UU Perlindungan Konsumen ini terdapat landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Menurut UU No. 8 Tahun 1999, **Perlindungan konsumen** adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Dalam Pasal 3 UU No. 8 Tahun 1999, dinyatakan bahwa tujuan dibuatnya UU Perlindungan Konsumen adalah untuk :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya,
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan atau jasa,
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen,
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur-unsur hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi,
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha,
6. Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

C. Asas –Asas Perlindungan Konsumen

Upaya perlindungan Konsumen diselenggarakan berdasarkan lima asas sebagaimana ditentukan dalam pasal 2 UU No. 8 Tahun 1999, yaitu :

1. **Asas Manfaat**, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
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 materiel atau spirituil;
4. **Asas keamanan dan keselamatan konsumen**, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
5. **Asas kepastian hukum**, dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

BAB II

HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN

A. Pengertian Konsumen

Pasal 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen memberikan definisi konsumen sebagai berikut :

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.

Selanjutnya dalam Penjelasan pasal tersebut dinyatakan bahwa “Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara.

Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan **konsumen antara** adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah **konsumen akhir**”. Jadi UU No. 8 Tahun 1999 dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen akhir yang menjadi pengguna akhir produk (barang maupun jasa).

Menurut Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo., penggunaan istilah “pemakai” dalam rumusan Pasal 1 angka 2 UUPK adalah kurang tepat. Ketentuan yang menyatakan bahwa “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. Setiap pemakai dengan sendirinya adalah untuk dirinya sendiri, dan bukan untuk keluarga, atau makhluk hidup lainnya. Demikian pula

penggunaan istilah “pemakai” menimbulkan kesan barang tersebut bukan milik sendiri, walaupun sebelumnya telah terjadi transaksi jual beli. Seandainya istilah yang digunakan adalah “ setiap orang yang memperoleh” maka secara hukum akan memberikan makna yang lebih tepat, karena apa yang diperoleh dapat digunakan untuk kepentingan sendiri maupun untuk orang lain.

Selanjutnya yang perlu dikritisi juga adalah cakupan konsumen dalam UUPK sempit. Bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai konsumen sesungguhnya tidak hanya terbatas pada subyek hukum yang disebut “orang”, tetapi ada subyek hukum lain yang juga sebagai konsumen akhir, yaitu “badan hukum” yang juga mengkonsumsi barang dan atau jasa serta tidak untuk diperdagangkan. Oleh karena itu lebih tepat bila dalam pasal tersebut ditentukan “setiap pihak yang memperoleh barang dan/atau jasa” yang dengan sendirinya tercakup orang (manusia) dan badan hukum (perusahaan), atau paling tidak ditentukan dalam penjelasan pasal terkait.

Adanya syarat “**tidak untuk diperdagangkan**” dalam pengertian konsumen adalah sudah tepat, hal ini menunjukkan bahwa yang dimaksud dalam UUPK adalah “konsumen akhir” (*end consumer*), dan sekaligus membedakan dengan “konsumen antara” (*derived / intermediate consumer*). Dalam kedudukan sebagai konsumen antara, yang bersangkutan tidak dapat menuntut pelaku usaha berdasarkan UUPK.

Produk yang dikonsumsi oleh konsumen meliputi barang dan atau jasa, yang dalam UU Perlindungan konsumen diartikan sebagai berikut :

- a. **Barang** adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat

dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

- b. **Jasa** adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan, atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

B. Hak –Hak Konsumen

Dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur hak-hak konsumen yang perlu dilindungi, 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 mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
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 peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari kesembilan butir hak konsumen yang dikemukakan di atas terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, atau dapat membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan di masyarakat.

C. Kewajiban Konsumen

Selain memperoleh berbagai hak, maka sebagai *balance*, konsumen juga mempunyai kewajiban sebagai berikut :

- 1) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa, demi keamanan dan keselamatan ;
- 2) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa;
- 3) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

BAB III

HAK DAN KEWAJIBAN PELAKU USAHA

A. Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 angka 3 UUPK mengartikan pelaku usaha sebagai berikut :

Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam penjelasan dikemukakan, bahwa pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian tersebut adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor an lain-lain.

Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 tersebut cukup luas karena meliputi grosir, leveransir, pengecer dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam UUPK tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam masyarakat Eropa, terutama Negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah pelaku, pembuat produk jadi (*finished product*), penghasil bahan baku, pembuat suku cadang, setiap orang yang menampakkan diri sebagai produsen, dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, produk tertentu, importer suatu produk dengan maksud untuk diperjual belikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*)

atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan, pemasok (supplier), dalam hal identitas dari produsen atau importer tidak dapat ditentukan.

Pengertian pelaku usaha dalam UUPK tersebut tidak mencakup eksportir atau pelaku usaha di luar negeri, karena UUPK membatasi orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia.

Pengertian pelaku usaha bermakna luas akan memudahkan konsumen menuntut ganti kerugian. Konsumen yang dirugikan akibat penggunaan produk tidak begitu kesulitan dalam menemukan kepada siapa tuntutan diajukan, karena banyak pihak yang dapat digugat.

Akan lebih baik lagi apabila dalam UUPK diberikan *Directive*, sehingga konsumen lebih mudah menentukan kepada siapa ia akan mengajukan tuntutan jika dirugikan akibat penggunaan produk.

Directive tersebut di Eropa dikemukakan sebagai berikut :

1. Produsen berarti pembuat produk akhir, produsen dari setiap barang mentah, atau pembuat dari suatu suku cadang dan setiap orang yang memasang nama, mereknya atau suatu tanda pembedaan yang lain pada produk, menjadikan dirinya sebagai produsen.
2. Tanpa mengurangi tanggung gugat produsen, maka setiap orang yang mengimpor suatu produk untuk dijual, dipersewakan atau untuk *leasing* atau setiap bentuk pengedaran dalam usaha perdagangannya dalam masyarakat Eropa akan dipandang sebagai produsen dalam arti *Directive* ini, dan akan bertanggung gugat sebagai produsen;

3. Dalam hal produsen suatu produk tidak dikenal identitasnya maka setiap leveransir /supplier akan bertanggung gugat sebagai produsen, kecuali ia memberitahukan orang yang menderita kerugian dalam waktu yang tidak terlalu lama mengenai identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya. Hal yang sama akan berlaku pada kasus barang/produk yang diimpor, jika produk yang bersangkutan tidak menunjukkan identitas importer sebagaimana yang dimaksud (2), sekalipun nama produsen dicantumkan.

Menurut Ahmadi Miru, Pelaku usaha yang meliputi berbagai bentuk /jenis usaha sebagaimana ditentukan dalam UUPK, tersebut sebaiknya ditentukan urutan-urutan yang seharusnya digugat oleh konsumen manakala dirugikan oleh pelaku usaha. Urutan-urutan tersebut sebaiknya disusun sebagai berikut :

1. Pihak yang pertama digugat adalah pelaku usaha yang membuat produk tersebut jika berdomisili di dalam negeri dan domisilinya diketahui oleh konsumen yang dirugikan.
2. Apabila produk yang merugikan konsumen tersebut diproduksi di luar negeri, maka yang digugat adalah importirnya, karena UUPK tidak mencakup pelaku usaha di luar negeri.
3. Apabila produsen maupun importir dari suatu produk tidak diketahui, maka yang digugat adalah penjual dari siapa konsumen membeli barang tersebut.

Urutan tersebut di atas tentu saja hanya diberlakukan jika suatu produk mengalami cacat pada saat diproduksi, karena kemungkinan barang mengalami kecacatan pada saat sudah berada di luar kontrol atau di luar kesalahan pelaku usaha yang memproduksi produk tersebut..

Apabila yang digugat oleh konsumen adalah penjual barang, sementara produk yang dibeli konsumen itu cacat sejak dari produsen, maka kemungkinan akan lebih mudah bagi penjual untuk membuktikan ketidakbersalahannya, atau pada akhirnya juga menarik pelaku usaha pembuat produk untuk masuk sebagai pihak dalam perkara yang dihadapi oleh penjual, atau paling tidak setelah penjual membayar kerugian kepada konsumen, selanjutnya penjual dapat menuntut ganti kerugian kepada pelaku usaha pembuat produk.

B. Hak-hak pelaku usaha

Untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, kepada pelaku usaha diberikan hak yang diatur dalam Pasal 6 UU No. 8 tahun 1999 sebagai berikut :

1. Hak menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
2. hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

4. hak untuk mendapat rehabilitasi nama baik bila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
5. hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

C. Kewajiban Pelaku Usaha

Sebagai konsekuensi dari adanya hak konsumen, maka kepada pelaku usaha dibebankan beberapa kewajiban. Menurut Pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999, kewajiban pelaku usaha adalah :

1. beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberikan penjelasan tentang penggunaan, perbaikan dan pemeliharaannya;
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku;
5. memberi kesempatan pada konsumen untuk menguji, dan atau mencoba barang atau jasa tertentu, serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan atau diperdagangkan;

6. memberikan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberikan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

D. Larangan Bagi Pelaku Usaha

Di samping kewajiban bagi pelaku usaha, UU Perlindungan Konsumen juga mengatur berbagai larangan yang ditujukan bagi pelaku usaha, yang diatur dalam Pasal 8 sampai 17.

Pasal 8

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
- a) tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangundangan;
 - b) tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c) tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d) tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

- e) tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, barang dan/atau jasa tersebut;
- f) tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g) tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h) tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i) tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/ dibuat;
- j) tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam
- k) bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundangundangan yang berlaku.

(2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

(3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

(4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pasal 9

(1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

- a) barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- b) barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
- c) barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
- d) barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- e) barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- f) barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- g) barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- h) barang tersebut berasal dari daerah tertentu; secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;

menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tampak keterangan yang lengkap;

- i) menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

(2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.

(3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a) harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b) kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c) kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d) tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e) bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/ menyesatkan konsumen dengan;

- a) menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b) menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c) tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d) tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e) tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f) menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
- (2) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a) tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b) mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c) memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d) mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pasal 15

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a) tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang
- b) dijanjikan;
- c) tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pasal 17

(1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

- a) mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b) mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c) memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d) tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e) mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f) melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundangundangan mengenai periklanan.

(2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

BAB IV

KLAUSULA BAKU DALAM PERJANJIAN

A. Pengertian Klausula Baku

Pencantuman klausula baku dalam perjanjian bertujuan untuk mempermudah transaksi bisnis dengan mempersingkat waktu karena dalam pembuatan klausula baku tersebut tidak memerlukan tahap negosiasi karena isi klausula telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh salah satu pihak, kemudian pihak yang lain tinggal menerima atau menolak perjanjian tersebut. Adapun klausula baku tersebut banyak dijumpai dalam perjanjian pembiayaan konsumen.

Pada dasarnya pencantuman klausula baku adalah sah di dalam hukum perjanjian. UU Perlindungan konsumen mengatur mengenai klausula baku yang dalam praktek banyak dibuat oleh pelaku usaha secara sepihak dalam perjanjian yang mereka adakan dengan konsumen. Adanya klausula baku yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha ini sering merugikan konsumen, untuk itu UU perlindungan konsumen mengatur klausula baku yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha.

Klausula baku adalah aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu oleh pelaku usaha dalam dokumen atau perjanjian yang bersifat memaksa dan harus dipenuhi oleh konsumen.

Pasal 18 UUPK mengatur dua macam larangan bagi pelaku usaha yang membuat perjanjian baku, yaitu Pasal 18 ayat (1) mengatur larangan

pencantuman klausula baku dan Pasal 18 ayat (2) mengatur “bentuk” atau format, serta penulisan perjanjian baku yang dilarang.

Pasal 18 Ayat (1) menentukan bahwa pelaku usaha dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan atau perjanjian, apabila :

- a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha
- b. menyatakan pelaku usaha menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen
- c. menyatakan menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan atau jasa yang dibeli konsumen,
- d. menyatakan pemberian kuasa konsumen pada pelaku usaha, untuk melakukan tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli konsumen secara angsuran,
- e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli konsumen,
- f. memberi hak pada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa,
- g. menyatakan tunduknya konsumen pada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya,
- h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa pada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli konsumen secara angsuran.

Selanjutnya Pasal 18 ayat (2) menyatakan larangan bagi pelaku usaha untuk mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

B. Klausula Baku yang dilarang Undang-Undang

Terhadap setiap transaksi jual beli barang dan atau jasa yang mencantumkan Klausula Baku yang tidak memenuhi ketentuan yang berlaku; maka Konsumen dapat menggugat pelaku usaha yang mencantumkan Klausula Baku yang dilarang undang-undang, dan pelaku usaha tersebut dapat dijatuhi sanksi pidana denda atau pidana penjara;

Pencantuman Klausula Baku yang benar adalah yang tidak mengandung 8 unsur atau pernyataan yang dilarang dalam Undang-Undang, bentuk dan pencantumannya mudah terlihat dan dipahami.

Setiap klausula baku yang ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi unsur-unsur dalam ketentuan Pasal 18 ayat (1) dan (2) menurut ayat (3) dinyatakan batal demi hukum.

Beberapa bentuk klausula baku yang banyak ditemukan dalam praktek dan merupakan pelanggaran Pasal 18 UU PK antara lain, antara lain sebagai berikut :

- a. Formulir pembayaran tagihan bank dalam salah satu syarat yang harus dipenuhi atau disetujui oleh nasabahnya menyatakan bahwa :

“ Bank tidak bertanggung jawab atas kelalaian atau kealpaan, tindakan atau keteledoran dari Bank sendiri atau pegawainya atau koresponden, sub agen lainnya, atau pegawai mereka ;

b. Kuitansi atau / faktur pembelian barang, yang menyatakan :

- 1) "Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan" ;
- 2) "Barang tidak diambil dalam waktu 2 minggu dalam nota penjualan kami batalkan" ;

Dalam Keputusan Menperindag No. 350 tahun 2001, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) mempunyai kewenangan untuk melakukan pengawasan atas pencantuman klausula baku dalam praktek di masyarakat yang sangat merugikan konsumen.

Pasal 9

- (1) Pengawasan terhadap pencantuman klausula baku, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf c, dilakukan oleh BPSK dengan atau tanpa pengaduan dari konsumen.
- (2) Hasil pengawasan pencantuman klausula baku sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) yang membuktikan adanya pelanggaran terhadap larangan pencantuman klausula baku di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, diberitahukan secara tertulis kepada pelaku usaha sebagai peringatan.
- (3) Peringatan tertulis sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dilakukan 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu untuk masing-masing peringatan 1 (satu) bulan.
- (4) Bilamana pelaku usaha tidak mengindahkan peringatan tertulis sebagaimana dimaksud dalam ayat (3), maka BPSK melaporkan kepada Penyidik Pegawai Negeri Sipil (PPNS) yang ruang lingkup

tugas dan tanggung jawabnya di bidang Perlindungan Konsumen untuk dilakukan penyidikan dan proses penuntutan sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.

Pembentukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berdasarkan UU No. 21 Tahun 2011 berpengaruh terhadap bidang perlindungan konsumen khususnya terkait dengan pembuatan perjanjian baku yang banyak dilakukan oleh pelaku usaha jasa keuangan. Tahun 2013 OJK telah menerbitkan Peraturan OJK No. 1 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan, yang mengatur mengenai perjanjian baku sebagai berikut :

Pasal 22

- (1) Dalam hal Pelaku Usaha Jasa Keuangan menggunakan perjanjian baku, perjanjian baku tersebut wajib disusun sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- (2) Perjanjian baku sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berbentuk digital atau elektronik untuk ditawarkan oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan melalui media elektronik
- (3) Perjanjian baku sebagaimana dimaksud pada ayat (2) yang digunakan oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan dilarang:
 - a. menyatakan pengalihan tanggung jawab atau kewajiban Pelaku Usaha Jasa Keuangan kepada Konsumen;
 - b. menyatakan bahwa Pelaku Usaha Jasa Keuangan berhak menolak pengembalian uang yang telah dibayar oleh Konsumen atas produk dan/atau layanan yang dibeli;

- c. menyatakan pemberian kuasa dari Konsumen kepada Pelaku Usaha Jasa Keuangan, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan segala tindakan sepihak atas barang yang diagunkan oleh Konsumen, kecuali tindakan sepihak tersebut dilakukan berdasarkan peraturan perundang-undangan;
- d. mengatur tentang kewajiban pembuktian oleh Konsumen, jika Pelaku Usaha Jasa Keuangan menyatakan bahwa hilangnya kegunaan produk dan/atau layanan yang dibeli oleh Konsumen, bukan merupakan tanggung jawab Pelaku Usaha Jasa Keuangan;
- e. memberi hak kepada Pelaku Usaha Jasa Keuangan untuk mengurangi kegunaan produk dan/atau layanan atau mengurangi harta kekayaan Konsumen yang menjadi obyek perjanjian produk dan layanan;
- f. menyatakan bahwa Konsumen tunduk pada peraturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan yang dibuat secara sepihak oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan dalam masa Konsumen memanfaatkan produk dan/atau layananyang dibelinya;dan/atau
- g. menyatakan bahwa Konsumen memberi kuasa kepada Pelaku Usaha Jasa Keuangan untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan atas produk dan/atau layananyang dibeli oleh Konsumen secara angsuran.

BAB V

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

A. Lingkup Tanggung Jawab Pembayaran Ganti Rugi

Secara umum tuntutan ganti kerugian atas kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat penggunaan produk, baik yang berupa kerugian materi, fisik maupun jiwa, dapat didasarkan pada beberapa ketentuan yang telah disebutkan, yang secara garis besarnya hanya ada dua kategori, yaitu tuntutan ganti kerugian berdasarkan *wanprestasi* dan tuntutan ganti kerugian yang berdasarkan *perbuatan melanggar hukum*. Kedua dasar tuntutan ganti kerugian ini dibahas secara khusus di bawah ini:

1. Tuntutan Berdasarkan Wanprestasi

Dalam penerapan ketentuan yang berada dalam lingkungan hukum privat tersebut, terdapat perbedaan esensial antara tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada wanprestasi dengan tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada perbuatan melanggar hukum.

Apabila tuntutan ganti kerugian didasarkan wanprestasi, maka terlebih dahulu tergugat dengan penggugat (produsen dengan konsumen) terikat suatu perjanjian. Dengan demikian, pihak ketiga (bukan sebagai pihak dalam perjanjian) yang dirugikan tidak dapat menuntut ganti kerugian dengan alasan wanprestasi.

Ganti kerugian diperoleh karena adanya wanprestasi merupakan akibat tidak dipenuhinya kewajiban utama atau kewajiban tambahan yang berupa kewajiban atas prestasi utama atau kewajiban jaminan/garansi dalam perjanjian. Bentuk-bentuk wanprestasi ini dapat berupa;

- a. Debitur tidak memenuhi prestasi sama sekali;
- b. Debitur terlambat dalam memenuhi prestasi;
- c. Debitur berprestasi tidak sebagaimana mestinya.

Terjadinya wanprestasi pihak debitur dalam suatu perjanjian, membawa akibat yang tidak menyenangkan bagi debitur, karena debitur harus;

- a. Mengganti kerugian;
- b. Benda yang menjadi objek perikatan, sejak terjadinya wanprestasi menjadi tanggung gugat debitur;
- c. Jika perikatan itu timbul dari perikatan timbal balik, kreditur dapat minta pembatalan (pemutusan) perjanjian.

Sedangkan untuk menghindari terjadinya kerugian bagi kreditur karena terjadinya wanprestasi, maka kreditur dapat menuntut salah satu dari lima kemungkinan:

- a. Pembatalan (pemutusan) perjanjian;
- b. Pemenuhan perjanjian;
- c. Pembayaran ganti rugi;
- d. Pembatalan perjanjian disertai ganti rugi;
- e. Pemenuhan perjanjian disertai ganti rugi.

Dalam tanggung gugat berdasarkan adanya wanprestasi, kewajiban untuk membayar ganti kerugian tidak lain daripada akibat penerapan klausula dalam perjanjian, yang merupakan ketentuan hukum yang oleh kedua pihak secara sukarela tunduk berdasarkan perjanjiannya. Dengan demikian, bukan

undang-undang yang menentukan apakah harus dibayar ganti rugi atau berapa besar ganti rugi yang harus dibayar, melainkan kedua belah pihak yang menentukan syarat-syaratnya serta besarnya ganti kerugian yang harus dibayar, dan apa yang telah diperjanjikan tersebut, mengikat sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Disamping ketentuan yang terdapat dalam perjanjian yang dibuat oleh para pihak, ketentuan tentang ganti rugi yang bersumber dari hukum pelengkap juga harus mendapat perhatian, seperti ketentuan tentang wanprestasi dan cacat tersembunyi dan ketentuan lainnya. Ketentuan-ketentuan ini melengkapi ketentuan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, dan ketentuan ini hanya dapat dikesampingkan jika para pihak menjanjikan lain.

2. Tuntutan Berdasarkan Perbuatan Melanggar Hukum

Berbeda dengan tuntutan kerugian yang didasarkan pada perikatan yang lahir dari perjanjian (karena terjadinya wanprestasi), tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada perbuatan melanggar hukum tidak perlu didahului dengan perjanjian antara produsen dengan konsumen, sehingga tuntutan ganti kerugian dapat dilakukan oleh setiap pihak yang dirugikan, walaupun tidak pernah terdapat hubungan perjanjian antara produsen dengan konsumen. Dengan demikian, pihak ketigapun dapat menuntut ganti kerugian.

B. Cacat Produk

Suatu barang dan / atau jasa dapat dikategorikan sebagai produk cacat menurut A. Z. Nasution, yaitu :

” Apabila produk itu tidak aman dalam penggunaannya, tidak memenuhi syarat–syarat sebagaimana diharapkan orang dengan mempertimbangkan berbagai keadaan, seperti penampilan produk, kegunaan yang sepatutnya diharapkan dari produk, dan saat produk itu diedarkan ”.

Kemudian dalam naskah akademis peraturan perundang – undangan tentang tanggung jawab produsen dibidang Farmasi terhadap Konsumen dirumuskan mengenai pengertian produk cacat, yaitu :

” Setiap produk yang tidak dapat memenuhi tujuan perbuatannya baik karena kesengajaan atau kealpaan dalam proses produksinya maupun disebabkan hal – hal lain yang terjadi dalam peredarannya, atau tidak menyediakan syarat– syarat keamanan bagi manusia atau harta benda mereka dalam penggunaannya, sebagaimana diharapkan orang ”.

Suatu produk dapat disebut cacat karena beberapa sebab, yaitu :

1. Cacat produk atau manufaktur.

Cacat seperti ini adalah cacat yang sedemikian rupa sehingga dapat membahayakan harta benda, kesehatan tubuh atau jiwa konsumen. Cacat demikian menjadikan keadaan produk berada di bawah tingkat pengharapan konsumen.

2. Cacat desain.

Tidak dipenuhinya desain produk sebagaimana mestinya akan memungkinkan timbulnya kejadian yang merugikan konsumen.

3. Cacat peringatan atau instruksi.

Cacat peringatan atau instruksi adalah cacat produk karena tidak dilengkapi dengan peringatan – peringatan tertentu atau instruksi penggunaan tertentu. Tanggung jawab atas cacat peringatan ini secara tegas dibebankan kepada produsen, tetapi dengan syarat – syarat tertentu beban tanggung jawab juga bisa dibebankan kepada pelaku usaha lainnya seperti importir produk, distributor atau pedagang pengecernya.

Jadi yang menjadi hal utama dalam produk cacat ini adalah aspek keamanan dan keselamatan produk tersebut dan kerugian (jiwa, kesehatan, maupun benda) yang ditimbulkan di pihak konsumen terutama yang disebabkan oleh adanya cacat dalam pemenuhan persyaratan keamanan dan keselamatan produk yang bersangkutan bagi konsumen.

Dalam Hukum Islam diatur juga tentang larangan menjual barang cacat, sebagaimana dijelaskan dalam Hadist Riwayat Ahmad dan Ibnu Majah, Daruquthnie, Al Hakim dan Ath Thabrani, sebagai berikut :

” Seorang muslim itu saudara orang muslim, tidak halal bagi seorang muslim menjual kepada saudaranya barang cacat kecuali ia jelaskan ”.

C. Tanggung Jawab Produk (*Product Liability*)

Product Liability yang diistilahkan dalam bahasa Indonesia menjadi “ *tanggung jawab produk* “ merupakan suatu prinsip tanggung jawab produsen atas produknya yang cacat (*defective product*). Secara histories, product

liability lahir karena adanya ketidakseimbangan kedudukan dan tanggung jawab antara produsen dengan konsumen.

Dengan adanya lembaga ini, produsen yang pada awalnya menerapkan strategi *product oriented* dalam pemasaran produknya, harus mengubah strateginya menjadi *consumers oriented*. Dimana produsen harus berhati – hati dengan produk yang dihasilkannya.

Tanggung jawab produk (*product liability*) berbeda dengan tanggung jawab perdata pada umumnya. Pada tanggung jawab produk ini, produsen bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen baik itu berupa harta benda, kesehatan tubuh atau jiwa konsumen akibat mengkonsumsi produk yang dihasilkan produsen.

Kerugian yang diderita seorang pemakai produk cacat atau yang membahayakannya, bahkan juga bukan pemakai yang turut menjadi korban, menurut doktrin *Product Liability* merupakan tanggung jawab langsung dari produsen.

Dengan penerapan *product liability* ini, produsen (pelaku usaha pembuat produk) atau yang dipersamakan dengannya, dianggap bersalah atas terjadinya kerugian yang diderita konsumen pemakai produk tersebut, kecuali apabila ia dapat membuktikan bahwa kerugian yang terjadi tidak dapat dipersalahkan kepadanya.

Product Liability dalam kamus Istilah Hukum dari Fockema Andreae digunakan istilah *productenaansprakelijkheid*, yang mengandung pengertian sebagai tanggung jawab pemilik pabrik untuk barang – barang yang

dihasilkannya, misalnya yang berhubungan dengan kesehatan pembeli, pemakai (konsumen) atau keamanan produk.

Sedangkan Agnes M. Toar memberikan pengertian *product liability* sebagai :

“Tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan / menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut. “

Adapun dalam naskah akademis peraturan perundang – undangan tentang perlindungan konsumen dalam hal makanan dan minuman, *product liability* diberi pengertian :

“ Tanggung jawab manufaktur (produsen), pengelola atau penjual yang tidak manufacturer (non manufacturer seller) yang berhubungan dengan kerusakan (defect) yang terdapat dalam produk, sehingga menyebabkan kematian seseorang walaupun tidak ada hubungan perjanjian. “

Untuk mengetahui ruang lingkup pengaturan *product liability* sebenarnya dapat dilihat dalam praktik di masyarakat Eropa dan Konvensi Internasional mengenai *product liability* di Den Haag tahun 1979. Dari keduanya dapat diuraikan ciri – ciri dan ruang lingkup *product liability* sebagai berikut :

1. Produsen adalah pembuat produk jadi (*finished product*); penghasil bahan baku, pembuat suku cadang / setiap orang yang menempatkan dirinya sebagai produsen dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, imporir suatu produk dengan maksud untuk dijual - belikan, disewakan (*leasing*), atau bentuk distribusi lain dalam

transaksi perdagangan, pemasok (*supplier*) dalam hal identitas dari produsen atau importer tidak dapat ditentukan.

2. Konsumen adalah konsumen akhir.
3. Produk adalah benda bergerak maupun tidak bergerak.
4. Kerugian adalah kerugian pada manusia (*death or injury*) dan kerugian pada harta benda, selain dari produk yang bersangkutan.
5. Produk yang dikualifikasikan mengandung kerusakan apabila produk itu tidak dapat memenuhi keamanan (*safety*) yang dapat diharapkan oleh seseorang dengan mempertimbangkan semua aspek antara lain penampilan produk (proses manufaktur), maksud pengguna produk, dan saat ketika produk ditempatkan di pasaran.

Dari cakupan *product liability* tersebut, menunjukkan luasnya kepentingan konsumen yang dapat dijangkau oleh lembaga hukum ini dari pengertian produk dan produsen yang begitu luas dapat diasumsikan bahwa melalui *product liability*, kepentingan konsumen dapat terlindungi karena dapat diketahui apa yang dapat dituntut dan kepada siapa tuntutan itu harus ditujukan.

Dari beberapa pengertian tersebut di atas, dapat ditarik suatu prinsip yang dianut dalam *product liability* yaitu tanggung jawab produsen atau pelaku usaha yang dipersamakan dengannya atas cedera, kematian, atau kerugian yang diderita konsumen karena produk – produk yang diproduksi dan diedarkannya.

Sedangkan mengenai prinsip – prinsip pertanggungjawaban dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. **Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*Liability Based on Fault*)**, pada prinsip perbuatan melawan hukum sebagaimana terdapat dalam Pasal 1365 KUHPerdata tanggung jawab karena melakukan kesalahan diperluas dengan *vicarious liability* yakni tanggung jawab majikan, pimpinan perusahaan terhadap pegawainya atau orang tua terhadap anaknya, sebagaimana diatur dalam Pasal 1367 KUHPerdata.
2. **Prinsip Praduga selalu Bertanggungjawab (*Presumption of Liability Principle*)**, seseorang dianggap bertanggungjawab sampai ia dapat membuktikan dirinya tidak bersalah dan asas ini lazim pula disebut sebagai pembuktian terbalik (*omkering van bewijslast*).
3. **Prinsip Praduga Tidak Selalu Bertanggungjawab (*Presumption of Nonliability Principle*)**, asas ini menggariskan bahwa tergugat tidak selamanya bertanggungjawab dan asas ini merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab.
4. **Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*)**, prinsip ini tergugat harus bertanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen tanpa harus membuktikan ada tidaknya kesalahan pada dirinya.
5. **Prinsip Bertanggungjawab Terbatas (*Limitation of Liability*)**, prinsip ini menguntungkan para pelaku usaha karena mencamtumkan klausul eksonerasi dalam perjanjian standart yang dibuatnya.

D. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam UUPK

Masalah tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 Bab III UU No 8 tahun 1999, yang menentukan bahwa :

1. pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7(tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi:

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan.

2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran; dan
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Memperhatikan substansi ketentuan Pasal 19 ayat (2) tersebut sesungguhnya memiliki kelemahan yang sifapnya merugikan konsumen, terutama dalam hal konsumen menderita suatu penyakit. Melalui pasal tersebut konsumen hanya mendapatkan salah satu bentuk penggantian kerugian yaitu ganti kerugian atas harga barang atau hanya berupa perawatan kesehatan, padahal konsumen telah menderita kerugian bukan hanya kerugian atas harga barang tetapi juga kerugian yang timbul dari biaya perawatan kesehatan. Untuk itu seharusnya Pasal 19 ayat (2) menentukan bahwa pemberian ganti rugi dapat berupa pengembalian uang dan/atau penggantian barang atau jasa yang setara nilainya dan/atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan dapat diberikan sekaligus pada konsumen. Ini berarti, rumusan antara kata "setara nilainya" dengan "perawatan kesehatan" didalam Pasal 19 ayat (2) yang ada sekarang tidak lagi menggunakan kata "atau" melainkan "dan/atau". Melalui perubahan seperti ini, kalau kerugian itu menyebabkan sakitnya konsumen, maka selain mendapat penggantian harga barang juga mendapat perawatan kesehatan.

Kelemahan yang juga sulit diterima karena sangat merugikan konsumen yaitu ketentuan Pasal 19 ayat (3) yang menentukan bahwa pemberian ganti kerugian dalam tenggang waktu 7(tujuh) hari setelah transaksi. Apabila ketentuan ini dipertahankan, maka konsumen yang mengkonsumsi barang dihari yang kedelapan setelah transaksi tidak akan mendapatkan penggantian kerugian dari pelaku usaha, walaupun secara

nyata konsumen yang bersangkutan telah menderita kerugian. Oleh karena itu, agar undang-undang perlindungan konsumen ini dapat memberikan perlindungan yang maksimal tanpa mengabaikan kepentingan pelaku usaha, maka seharusnya Pasal 19 ayat (3) menentukan bahwa tenggang waktu pemberian ganti rugi kepada konsumen adalah 7(tujuh) hari setelah terjadinya kerugian, dan bukan 7(tujuh) hari setelah transaksi seperti rumusan yang ada sekarang.

Jika melihat rumusan dalam Pasal 19 ayat (1) Undang – Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha, maka dapat dikatakan bahwa Undang – Undang Perlindungan Konsumen secara implisit menganut *Strict Liability*, yaitu apabila terdapat cacat produk merupakan kesalahan dari pihak pelaku usaha dan menyebabkan kerugian konsumen, maka hal tersebut menjadi tanggung jawab pelaku usaha secara mutlak.

Strict liability merupakan jalan keluar yang dipandang baik bagi konsumen untuk mendapatkan hak dan perlindungan terhadap pelaku usaha. Konsumen dapat menuntut kerugian dari pelaku usaha dengan menerapkan sistim *strict liability*, yakni tanpa harus mengajukan atau membawa bukti kesalahan.

Adapun alasan – alasan mengapa diterapkan prinsip *strict liability* dalam masalah tentang *product liability* adalah :

1. Bahwa seharusnya yang menanggung beban kerugian diantara konsumen sebagai korban dan pelaku usaha adalah pihak yang memproduksi barang dan jasa yang cacat / berbahaya itu.

2. Dengan mengedarkan atau menempatkan barang – barang di pasar, hal itu berarti pelaku usaha telah menjamin bahwa barang – barang tersebut aman dan pantas untuk dikonsumsi atau digunakan. Jika terbukti tidak demikian, maka pelaku usaha bersangkutan harus bertanggungjawab.
3. Pelaku usaha dapat dituntut secara beruntun meskipun tidak menerapkan prinsip *strict liability*. *Strict liability* diterapkan di sini dengan maksud untuk menghilangkan proses yang panjang itu.

Dengan diberlakukannya prinsip *strict liability* diharapkan para pelaku usaha menyadari betapa pentingnya menjaga kualitas produk yang dihasilkannya. Adanya produk barang cacat merupakan tanggung jawab pelaku usaha serta termasuk dalam perbuatan melanggar hukum yang disertai dengan unsur tanggung jawab mutlak. Jadi tanggung jawab produk cacat ini berbeda dengan tanggung jawab terhadap hal – hal yang sudah kita kenal selama ini.

BAB VI

PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

A. Metode Penyelesaian Sengketa Konsumen

Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Menurut UU perlindungan Konsumen, penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

- a. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan (litigasi), yang dapat diajukan oleh :
 - 1) seorang konsumen yang dirugikan atau ahli warisnya; atau
 - 2) sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan umum .

UU Perlindungan Konsumen mengakui adanya gugatan atas nama masyarakat (*class action*). Gugatan kelompok ini harus diajukan oleh konsumen yang benar-benar dirugikan oleh pelaku usaha, dan harus dapat dibuktikan secara hukum, antara lain dengan adanya bukti transaksi.

Untuk memberikan pedoman bagi penanganan gugatan atas nama masyarakat, MA telah mengeluarkan PERMA No. 1 Tahun 2002 tentang Gugatan Perwakilan.

- b. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan (melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen / BPSK)

Putusan BPSK mempunyai daya hukum yang cukup untuk memberikan semacam *shock therapy* bagi pelaku usaha yang nakal, karena putusan tersebut dapat dijadikan bukti permulaan bagi penyidik.

BPSK mempunyai wewenang menjatuhkan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang melanggar larangan tertentu yang dikenakan bagi pelaku usaha. Dalam memutuskan pelaksanaan atau penetapan eksekusinya BPSK harus meminta keputusan dari Pengadilan.

B. Penyelesaian Sengketa Melalui BPSK

Menurut **Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 350/Mpp/Kep/12/ 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK (Kepmenperindag 350/2001)** , yang disebut **Sengketa konsumen** adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa.

Mekanisme penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan dengan cara :

1. **Konsiliasi** adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mempertemukan para pihak yang bersengketa, dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak.

2. **Mediasi** adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK sebagai penasehat dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak.

3. **Arbitrase** adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang dalam hal ini para pihak yang bersengketa menyerahkan sepenuhnya penyelesaian sengketa kepada BPSK.

Pasal 4

(1) Penyelesaian sengketa konsumen oleh BPSK melalui cara Konsiliasi atau Mediasi atau Arbitrase sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a, dilakukan atas dasar pilihan dan persetujuan para pihak yang bersangkutan.

(2) Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) bukan merupakan proses penyelesaian sengketa secara berjenjang.

Pasal 5

(1) Penyelesaian sengketa konsumen dengan cara Konsiliasi dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi oleh Majelis yang bertindak pasif sebagai Konsiliator.

(2) Penyelesaian sengketa konsumen dengan cara Mediasi dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi oleh Majelis yang bertindak aktif sebagai Mediator.

(3) Penyelesaian sengketa konsumen dengan cara Arbitrase dilakukan sepenuhnya dan diputuskan oleh Majelis yang bertindak sebagai Arbiter.

Pasal 6

- (1) Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 ayat (1) dan (2) dilakukan dalam bentuk kesepakatan yang dibuat dalam perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh para pihak yang bersengketa.
- (2) Perjanjian tertulis sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dikuatkan dalam bentuk keputusan BPSK.

Pasal 7

- (1) Sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 dan Pasal 6 wajib diselesaikan selambat-lambatnya dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja, terhitung sejak permohonan diterima oleh Sekretariat BPSK.
- (2) Terhadap putusan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) para pihak yang bersengketa dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri selambat-lambatnya dalam waktu 14 (empat belas) hari kerja, terhitung sejak pemberitahuan putusan Majelis diterima oleh para pihak yang bersengketa.

Masalah penyelesaian sengketa dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur dalam Bab X yang terdiri dari 4 (empat) pasal, dimulai dari Pasal 45 sampai dengan Pasal 48 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dari rumusan-rumusan yang diberikan dalam pasal-pasal tersebut, dan beberapa ketentuan yang diatur dalam Bab XI tentang BPSK, terdapat dua hal pokok yang dapat dikemukakan, yaitu

1. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan melalui BPSK bukanlah suatu keharusan untuk ditempuh konsumen sebelum akhirnya diselesaikan melalui lembaga peradilan. Walau demikian hasil putusan BPSK memiliki suatu daya hukum yang cukup untuk memberikan *shock therapy* bagi pelaku usaha yang nakal, oleh karena putusan tersebut dijadikan bukti permulaan bagi penyidik. Ini berarti penyelesaian sengketa melalui BPSK, tidak menghalangi tanggung jawab pidana menurut ketentuan yang berlaku. Untuk mengakomodasikan kewenangan yang diberikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen kepada BPSK, selaku lembaga yang bertugas untuk menyelesaikan persengketaan konsumen di luar pengadilan Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan kewenangan kepada BPSK untuk menjatuhkan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang melanggar larangan-larangan tertentu yang dikenakan bagi pelaku usaha, dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sebagai suatu lembaga penyelesaian perselisihan di luar pengadilan, pelaksanaan dari putusan BPSK ini dimintakan penetapan eksekusinya pada pengadilan.
2. Undang-Undang Perlindungan Konsumen, membedakan jenis gugatan yang dapat diajukan ke BPSK berdasarkan *persona standi in judicio*.
Rumusan pasal 46 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa setiap gugatan atas *pelanggaran* pasal dapat dilakukan oleh:

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
- b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
- c. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan Perlindungan Konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
- d. Pemerintah dan/ atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan

BAB VII

ORGANISASI PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

BPKN diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 Tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, untuk melaksanakan ketentuan Pasal 43 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Organisasi BPKN terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur. Anggota BPKN sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), terdiri dari unsur-unsur:

1. Pemerintah;
 2. Pelaku usaha;
 3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 4. Akademisi; dan
 5. Tenaga ahli.
- (2) Jumlah wakil setiap unsur yang menjadi anggota BPKN tidak harus sama namun keseimbangan jumlah wakil setiap unsur harus diperhatikan.

Anggota BPKN terdiri dari unsur Pemerintah; pelaku usaha; lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; akademisi dan tenaga ahli.

Adapun tugas-tugas BPKN menurut UU Perlindungan konsumen adalah

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada Pemerintah dalam rangka penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen;
2. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. melakukan penelitian terhadap barang dan atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
4. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen, dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
6. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pelaku usaha.
7. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

B. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) :

BPSK adalah Badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Jadi BPSK merupakan lembaga penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Pada saat ini telah dibentuk BPSK di beberapa wilayah kota Indonesia melalui **Keppres No. 90 Tahun 2001** tentang Pembentukan BPSK pada Pemerintah Kota Medan,

Palembang, Jakarta Pusat, kota Jakarta Barat, kota Semarang, kota Yogyakarta, kota Surabaya, kota Malang dan kota Makassar.

Tetapi apabila penyelesaian sengketa secara damai melalui negosiasi ini tidak berhasil dilakukan oleh kedua belah pihak, maka lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha di luar pengadilan menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Penyelesaian sengketa konsumen di luar Pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. BPSK dibentuk agar dapat menjadi semacam pengadilan khusus konsumen untuk sengketa-sengketa konsumen (*small claim court*) yang diharapkan dapat menjawab tuntutan dari asas beracara di peradilan yaitu sederhana, cepat dan murah.

Berdasarkan Pasal 2 Kepmenperndag no 350 tahun 2001, BPSK berkedudukan di Ibu Kota Daerah Kabupaten atau Daerah Kota yang berfungsi untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan. Pembentukan BPSK hanya pada Daerah Tingkat II, hal ini memperlihatkan maksud bahwa putusan BPSK tidak ada upaya banding dan kasasi.

Selanjutnya berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 108 Tahun 2004 dibentuk lagi BPSK di tujuh kota dan tujuh kabupaten berikutnya yaitu di kota Kupang, kota Samarinda, kota Sukabumi, kota Bogor, kota Kediri, kota Mataram, kota Palangkaraya dan pada kabupaten Kupang, kabupaten

Sukabumi, kabupaten Bulungan, kabupaten Serang, kabupaten Ogan Komering Ulu, dan kabupaten Jenepono. Terakhir pada tanggal 12 Juli 2005 dengan Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 2005 membentuk BPSK di kota Padang, kabupaten Indramayu, kabupaten Bandung, dan kabupaten Tangerang.¹⁷

Menurut Pasal 52 UUPK, BPSK mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut :

1. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi, arbitrase atau konsiliasi,
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen,
3. Melakukan pengawasan terhadap pencatuman klausula baku,
4. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan undang-undang Perlindungan Konsumen;
5. Menerima pengaduan, baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen,
6. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen,
7. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
8. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli, dan atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang;

9. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang (yang dimaksud no. 7 & 8) yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK;
10. mendapatkan, meneliti dan atau menilai surat, dokumen atau alat bukti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan;
11. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen,
12. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
13. Menjatuhkan sanksi administrasi kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan UU Perlindungan Konsumen.

Selanjutnya dalam Pasal 3 dari Kepmenperindag tersebut, ditentukan bahwa Dalam melaksanakan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2, BPSK mempunyai tugas dan wewenang :

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara Konsiliasi, Mediasi atau Arbitrase;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan BPSK;
- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan.
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Putusan dan penetapan BPSK meliputi ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa. Sebagaimana ditentukan dalam Pasal 19 ayat (2) UUPK, ganti rugi atas kerugian itu dapat berupa :

- a. pengembalian uang;
- b. penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya;
atau
- c. perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan.

Tata Cara Permohonan Penyelesaian Sengketa Konsumen di BPSK sesuai dengan Permenperindag No. 350 Tahun 2001 adalah sebagai berikut :

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen kepada BPSK baik secara tertulis maupun lisan melalui Sekretariat BPSK.
2. Permohonan penyelesaian sengketa konsumen dapat juga diajukan oleh ahli waris atau kuasanya.
3. Permohonan penyelesaian sengketa konsumen dapat diajukan oleh ahli waris atau kuasanya apabila konsumen :
 - e. meninggal dunia;
 - b. sakit atau telah berusia lanjut sehingga tidak dapat mengajukan pengaduan sendiri baik secara tertulis maupun lisan, sebagaimana dibuktikan dengan surat keterangan dokter dan bukti Kartu Tanda Penduduk (KTP);
 - c. belum dewasa sesuai undang-undang yang berlaku; atau
 - d. orang asing (Warga Negara Asing).

Permohonan penyelesaian sengketa konsumen secara tertulis harus memuat secara benar dan lengkap mengenai:

- a. nama dan alamat lengkap konsumen, ahli waris atau kuasanya disertai bukti diri;
- b. nama dan alamat lengkap pelaku usaha;
- c. barang atau jasa yang diadukan;
- d. bukti perolehan (bon, faktur, wkitansi dan dokumen bukti lain);
- e. keterangan tempat, waktu dan tanggal diperoleh barang atau jasa tersebut;
- f. saksi yang mengetahui barang atau jasa tersebut diperoleh;
- g. foto-foto barang dan kegiatan pelaksanaan jasa, bila ada.

Majelis wajib menyelesaikan sengketa konsumen selambat-lambatnya dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja terhitung sejak gugatan diterima oleh BPSK. Putusan Majelis didasarkan atas musyawarah untuk mencapai mufakat, namun jika setelah diusahakan dengan sungguh-sungguh tidak dapat mencapai mufakat, maka putusan diambil dengan suara terbanyak.

Putusan BPSK tersebut dapat berupa :

- a. perdamaian;
- b. gugatan ditolak; atau
- c. gugatan dikabulkan.

Dalam hal gugatan dikabulkan, maka dalam amar putusan ditetapkan kewajiban yang harus dilakukan oleh pelaku usaha, berupa pemenuhan :

- a. ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (2); dan
atau

- b. sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah).

C. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM):

LPKSM adalah lembaga non Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen. Lembaga ini diatur dalam **Peraturan Pemerintah No. 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat**, yang mulai berlaku tanggal 21 Juli 2001.

(1) Pemerintah mengakui LPKSM yang memenuhi syarat sebagai berikut :

- a. terdaftar pada Pemerintah Kabupaten/Kota; dan
- b. bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya.

(2) LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia.

Dalam Pasal 44 ayat (3) UUPK dinyatakan bahwa Lembaga ini mempunyai tugas yang meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa;
- b. memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;

- d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan dan pengaduan konsumen;
- e. melakukan pengawasan bersama Pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Berkaitan dengan tugas LPKSM tersebut, dalam PP No 59 tahun 2001 ditentukan bahwa :

1. Penyebaran informasi yang dilakukan oleh LPKSM, meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen.
2. Pemberian nasihat kepada konsumen yang memerlukan dilaksanakan oleh LPKSM secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya.
3. Dalam membantu konsumen untuk memperjuangkan haknya, LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara perorangan maupun kelompok.

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3, LPKSM dapat bekerjasama dengan organisasi atau lembaga lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Sri Rejeki Hartono, *Aspek-aspek Perlindungan Konsumen dalam kerangka Era Perdagangan Bebas*, Bandung, Mandar maju, 2000.

Husni Syawali & Heni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 2000

Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2002.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

POJK No. 1 Tahun 2013 tentang Perlindungan Konsumen Jasa Keuangan