

# **PERLINDUNGAN HAK-HAK KONSUMEN DALAM HUKUM NEGARA**

**IKA ATIKAH**

### **Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-Undang**

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit. Isi diluar tanggung jawab percetakan

### **Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

#### **Fungsi dan Sifat Hak Cipta**

##### **Pasal 2**

1. Hak Cipta merupakan hak eksekutif bagi pencipta dan pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

##### **Hak Terkait Pasal 49:**

1. Pelaku memiliki hak eksekutif untuk memberikan izin atau melarang pihak lain yang tanpa persetujuannya membuat, memperbanyak, atau menyiarkan rekaman suara dan/atau gambar pertunjukannya.

##### **Sanksi Pelanggaran Pasal 72**

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00,- (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00,- (lima milyar rupiah)
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama lima (5) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00,- (lima ratus juta rupiah)

**PERLINDUNGAN HAK-HAK  
KONSUMEN DALAM  
HUKUM NEGARA**

**IKA ATIKAH**

**Media Madani**

@ 2020 Perlindungan Hak-Hak Konsumen dalam Hukum Negara

Penulis : Ika Atikah

Editor : Tatu Siti Rohbiah

Lay Out : Media Madani

Design Sampul : Media Madani

Penerbit & Percetakan

**Media Madani**

Jl. Syekh Nawawi KP3B Palima Curug Serang-Banten

email: [media.madani@yahoo.com](mailto:media.madani@yahoo.com)

Telp. (0254) 7932066; Hp (087771333388)

Cetak

1 – Serang 2020

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Ika Atikah; Editor: Tatu Siti Rohbiah

Perlindungan Hak-Hak Konsumen dalam Hukum Negara

x+ 193 hlm,; 14,8 x 21 cm

ISBN. 978-602-0736-51-8

**1. Perlindungan Hak-Hak**

**1. Judul**

## KATA PENGANTAR

Setiap konsumen memiliki hak – haknya dalam bertransaksi ekonomi yang diatur dalam peraturan hukum nasional yang dibuat oleh negara. Perlindungan hukum konsumen yang dikeluarkan oleh negara dalam undang – undang no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, tidak hanya sebatas perlindungan hukum terhadap konsumen yang dimuat dalam undang – undang tersebut. Tak sedikit kecurangan dalam berbisnis dilakukan oleh pelaku usaha sehingga merugikan konsumen. Oleh karena itu, merupakan suatu keharusan turut serta pemerintah sebagai upaya perlindungan proporsional terhadap konsumen Indonesia.

Hak dan kewajiban baik konsumen dan pelaku usaha memiliki hubungan secara hukum. Ada hal – hal yang dapat dilakukan dan tidak dapat dilakukan. Sebagaimana Negara telah mengeluarkan peraturan dalam bentuk undang – undangan, peraturan pemerintah, Surat Edaran, dan lain sebagainya.

Konsumen memiliki hak – haknya yang diatur dalam undang – undang perlindungan konsumen, yaitu : hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang, hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa penyelesaian konsumen secara patut, hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan

konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, dan hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya.

Kewajiban dari konsumen adalah membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang demi keamanan dan keselamatan, beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang, membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati, mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Perkembangan perlindungan konsumen juga tidak lepas dari pengaruh global seperti Amerika Serikat dan Eropa, sehingga setiap transaksi yang dilakukan konsumen menjadi terlindungi dengan serangkaian kebijakan berupa peraturan yang diterapkan tiap Negara. Begitu pula Indonesia, memiliki undang – undang no. 8 tahun 1999 hingga sekarang masih tetap eksistensinya berlaku untuk melindungi konsumen selama pemerintah Indonesia belum mengubah dengan peraturan baru.

Persaingan usaha yang ketat dalam dunia bisnis dapat mengubah perilaku pelaku usaha untuk melakukan kecurangan. Mengingat esensi dari tujuan bisnis adalah mencapai keuntungan yang sebesar – besarnya, sehingga pelaku usaha berusaha untuk memenangkan persaingan tersebut meski dilakukan melalui cara – cara yang bertentangan dengan etika dan hukum sehingga merugikan konsumen.

Perlindungan konsumen memiliki 5 asas yang relevan dengan pembangunan nasional yaitu : 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. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh hak dan melaksanakan kewajiban secara adil. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha dan konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen.

Buku ini hadir dengan berpegang pada asas – asas di atas yang terdiri dari 4 bab. Bab pertama, fokus pada perlindungan konsumen yang terdiri dari pendahuluan dan epistemologi perlindungan konsumen. Bab kedua, tentang perlindungan hukum hak – hak konsumen yang terdiri atas definisi perlindungan hukum konsumen, asas-asas dan tujuan perlindungan konsumen, pengaturan perlindungan konsumen dalam hukum negara, landasan hukum perlindungan konsumen di beberapa Negara. dan hak – hak konsumen dalam hukum negara. Bab ketiga, berisikan tentang perlindungan konsumen Amerika Serikat dan Eropa, perkembangan perlindungan konsumen Indonesia, dan bentuk perlindungan negara

konsumen Indonesia. Bab keempat, urgensi pengaturan hukum terhadap perlindungan hak konsumen Indonesia yang berisikan tentang perlindungan negara terhadap hak-hak konsumen, perlindungan negara terhadap pengawasan produk impor, dan perlindungan konsumen dalam kegiatan pemasaran dan periklanan.

Buku ini penulis persembahkan kepada para pembaca, guna mengetahui esensi dari perlindungan konsumen yang diatur dalam perundang – undangan. Saya sebagai penulis berharap buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan bagi yang membacanya baik masyarakat/konsumen, praktisi, pelaku usaha, dan akademisi. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangatlah diharapkan guna menyempurnakan substansi dari buku ini.

Tangerang, 25 April 2020  
Penulis,

Ika Atikah



# DAFTAR ISI

<b>BAB I</b>	<b>Perlindungan Konsumen</b>	
	A. Pendahuluan	1
	B. Epistemologi Perlindungan Konsumen	5
<b>BAB II</b>	<b>Ruang Lingkup Perlindungan Hukum Konsumen</b>	
	A. Definisi Perlindungan Hukum Konsumen	13
	B. Asas – Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	23
	1.Asas – Asas Perlindungan Konsumen	23
	2.Tujuan Perlindungan Konsumen	39
	C. Pengaturan Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Negara	45
	D. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen di Beberapa Negara	49
	E. Hak – Hak Konsumen dalam Hukum Negara	58
<b>BAB III</b>	<b>Perlindungan Negara Terkait Konsumen</b>	
	A. Perlindungan Konsumen Amerika Serikat dan Eropa	95
	B. Perkembangan Perlindungan Konsumen Indonesia	101
	C. Bentuk Perlindungan Negara Konsumen Indonesia	110

<b>BAB IV Urgensi Pengaturan Hukum Terhadap Perlindungan Hak Konsumen Indonesia</b>	
A. Perlindungan Negara Terhadap Hak – Hak Konsumen	143
B. Perlindungan Negara Terhadap Pengawasan Produk Impor	160
C. Perlindungan Konsumen dalam Kegiatan Pemasaran dan Periklanan	165
D. Pengaturan Lembaga Konsumen UU No.8/1999 tentang Perlindungan Konsumen	180
E. Penyelesaian Sengketa Konsumen	186
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	193
<b>LAMPIRAN</b>	

# **BAB 1**

---

## **PERLINDUNGAN KONSUMEN**

### **A. Pendahuluan**

Ada slogan yang mengatakan bahwa konsumen adalah raja, ada juga yang mengatakan konsumen merupakan mitra pelaku usaha. Tanpa konsumen, perekonomian di Indonesia takkan meningkat, begitu juga sebaliknya tanpa ada pelaku usaha maka perekonomian takkan berjalan sebagai salah satu dari pendapatan negara. Konsumen menjadi nomor satu dalam bertransaksi dengan beragam jenis barang dan jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha sebagai pemenuhan kebutuhan. Konsumen memiliki hak-haknya sebagai pembeli barang dan jasa kepada pelaku usaha yang notabene nya sebagai penjual barang dan jasa tersebut. Konsumen adalah mitra bagi pelaku usaha dalam pencapaian penjualan sesuai target dan memberikan produk barang dan jasa yang berkualitas guna meyakinkan konsumen untuk dapat membeli dan menggunakan barang dan jasa dari pelaku usaha, sehingga kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk barang dan jasa tersebut menjadi nomor satu bagi pelaku usaha memberikan pelayanan terbaik dengan meningkatkan kualitas barang dan jasa yang diharapkan oleh setiap konsumen.

Tak dapat dipungkiri, perdagangan dan transaksi bisnis erat kaitannya antara pelaku usaha dan konsumen. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen merupakan hubungan yang terus – menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara satu dan yang lain. Pelaku usaha sangat membutuhkan dan sangat bergantung pada dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin produsen (pelaku usaha) dapat terjamin kelangsungan usahanya. Sebaliknya, pemenuhan kebutuhan konsumen sangat bergantung pada hasil produksi pelaku usaha. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen yang bersifat massal dapat menciptakan hubungan – hubungan hukum yang spesifik.<sup>1</sup>

Berdasarkan data publikasi AC Nielsen, Indonesia merupakan negara konsumtif kedua di dunia setelah Singapura. Namun, yang mengagetkan adalah sebanyak 60% konsumen di Singapura merupakan warga negara Indonesia. Hal ini berarti, Indonesia merupakan negara konsumtif terbesar pertama sekaligus kedua di dunia. Besarnya jumlah konsumen di Indonesia juga membuat kita berpikir mengenai bagaimana posisi konsumen di Indonesia. Apakah konsumen di Indonesia sudah benar-benar “terlindungi” atau belum.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Khotibul Umam, *Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2010, hlm. 88.

<sup>2</sup><http://www.theindonesianinstitute.com/perlindungan-konsumen-di-indonesia/> diakses pada tanggal 14 Maret 2020

Namun, tak sedikit konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha nakal. Kasus konsumen dirugikan oleh pelaku usaha bukan hal baru terjadi. Seperti halnya konsumen sering dirugikan pengembang properti<sup>3</sup> yang ternyata belum mengantongi izin pembangunan. Menjamurnya usaha properti, minat konsumen untuk memiliki rumah sendiri baik ditempati pribadi maupun investasi jangka panjang, menjadi ketertarikan tersendiri bagi pelaku usaha dibidang perumahan. Hal senada juga dialami oleh konsumen yang dirugikan di bidang ritel mini market<sup>4</sup> mulai dari promosi sampai pada label harga di rak yang tidak sesuai dengan promo katalog sampai harga di komputerisasi meja kasir.<sup>5</sup> Tak khayal, masyarakat modern lebih menyukai berbelanja di super/mini market yang menyediakan beragam kebutuhan rumah tangga sehingga tak perlu lagi ke pasar tradisional yang identik dengan kotor. Selain itu, konsumen juga dirugikan oleh operator seluler terhadap praktik kartel tariff SMS hingga Rp. 2.8 triliun.<sup>6</sup>

Sepanjang tahun 2012-2013 saja, kasus permasalahan konsumen juga masih menjadi

---

<sup>3</sup><http://m.kontan.co.id/news/ipw-konsumen-sering-dirugikan-pengembang-properti> diakses pada tanggal 14 Maret 2020

<sup>4</sup><http://m.merdeka.com/amp/jakarta/soal-promosi-minimarket-sering-langgar-hak-konsumen.html> diakses pada tanggal 14 Maret 2020

<sup>5</sup> <http://dewinarma.com/pembohongan-harga-di-minimarket> diakses pada tanggal 14 Maret 2020

<sup>6</sup><https://m.detik.com/news/berita/3156828/rugikan-konsumen-rp-28-t-mengapa-operator-seluler-hanya-didenda-rp-25-m> diakses pada tanggal 14 Maret 2020

permasalahan yang pelik. Misal, kasus pembatalan penerbangan Batavia Air pada awal tahun 2013 silam, kasus penyedotan pulsa bermotif RBT (Ring Back Tone atau nada sambung), kasus-kasus makanan tidak layak konsumsi, seperti ikan berformalin, bakso berformalin, produk kadaluarsa dan lain-lain, kosmetik yang mengandung bahan berbahaya yang beredar bebas di pasaran, serta masih banyak lagi jenis kasus yang lainnya.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (disingkat YLKI) menemukan masih ada beberapa pelanggaran yang terjadi, yang berakibat kerugian untuk masyarakat. Salah satunya, pelanggaran di bidang *e-commerce*<sup>7</sup>. YLKI mencatat, pengaduan akibat bisnis berbasis daring tersebut menjadi salah satu pengaduan terbesar.<sup>8</sup>

Dari pemaparan di atas, sangat jelas konsumen yang paling banyak dirugikan oleh pelaku usaha tak bertanggung jawab, sedangkan pelaku usaha mendapatkan hak – haknya salah satunya dengan

---

<sup>7</sup> *E-commerce* merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Onno w.Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal e-Commerce*, Jakarta, Elex Media Komputindo, 2001, hlm. 2 dalam Tesis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi e-Commerce

[http://eprints.undip.ac.id/16674/1/Bagus\\_Hanindyo\\_Mantri.pdf](http://eprints.undip.ac.id/16674/1/Bagus_Hanindyo_Mantri.pdf)  
diakses pada tanggal 14 Maret 2020

<sup>8</sup><https://www.merdeka.com/uang/ylki-temukan-masih-banyak-konsumen-e-commerce-dirugikan.html> diakses pada tanggal 14 Maret 2020

menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan. Namun demikian, sudah seharusnya pelaku usaha beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Selanjutnya menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan.<sup>9</sup>

## **B. Epistemologi Perlindungan Konsumen**

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika) atau *consument/konsument* (Belanda).<sup>10</sup> Secara harfiah konsumen diartikan sebagai orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu atau sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau

---

<sup>9</sup> Pasal 7 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>10</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 22

sejumlah barang.<sup>11</sup>Perancis berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang mengartikan konsumen sebagai “*the person who obtains goods or services for personal or family purposes*”. Dari definisi tersebut terkandung dua unsur, yaitu (1) konsumen hanya orang dan (2) barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.<sup>12</sup>

Pengertian konsumen menurut hukum perlindungan konsumen di Indonesia dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen dalam pasal 1 angka 2 dirumuskan pengertian 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.

Pengertian konsumen sebagaimana pengertian di atas ditegaskan di dalam penjelasan pasal 1 angka 2 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan penjelasan bahwa di dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah 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

---

<sup>11</sup> Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 7

<sup>12</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Gramedia, Jakarta, 2006, hlm. 3



produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang – undang ini adalah konsumen akhir.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan konsumen.<sup>13</sup> Az Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas – asas atau kaidah – kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>14</sup>

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di negara Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak – hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimis. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen diatur dalam pasal 1 angka 1. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen dengan memberikan perlindungan terhadap hak – hak konsumen, yang diperkuat melalui undang – undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha

---

<sup>13</sup> Pasal 1 angka 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

<sup>14</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 3

tidak bertindak sewenang – wenang yang selalu merugikan hak – hak konsumen.<sup>15</sup>

A. Zen Umar Purba mengemukakan kerangka umum tentang sendi – sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen sebagai berikut :<sup>16</sup>

1. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha.
2. Konsumen mempunyai hak.
3. Pelaku usaha mempunyai kewajiban.
4. Pengaturan tentang perlindungan konsumen berkontribusi pada pembangunan nasional.
5. Perlindungan konsumen dalam iklim bisnis yang sehat.
6. Keterbukaan dalam promosi barang atau jasa.
7. Pemerintah perlu berperan aktif.
8. Masyarakat juga perlu berperan serta.
9. Perlindungan konsumen memerlukan terobosan hukum dalam berbagai bidang.
10. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.

---

<sup>15</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen* ....., hlm. 11

<sup>16</sup> Happy Susanto, *Hak – Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm. 4

Secara umum dikenal 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :<sup>17</sup>

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)

Konsumen berhak mendapatkan keamanan barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani terlebih terhadap barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang berisiko sangat tinggi. Untuk itu, diperlukan adanya pengawasan secara ketat yang harus dilakukan oleh pemerintah.

2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar baik secara lisan, melalui iklan di berbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Hal ini bertujuan agar konsumen tidak mendapat pandangan dan gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa.

3. Hak untuk memilih (*the right to choose*)

Konsumen berhak untuk menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi suatu produk. Ia juga tidak boleh mendapat tekanan dan paksaan dari pihak luar

---

<sup>17</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 19

sehingga ia tidak mempunyai kebebasan untuk membeli atau tidak membeli.

4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi. Ini disebabkan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu, konsumen harus mendapatkan haknya bahwa kebutuhan dan klaimnya bisa didengarkan, baik oleh pelaku usaha yang bersangkutan maupun oleh lembaga – lembaga perlindungan konsumen yang memperjuangkan hak-hak konsumen.<sup>18</sup>

Keterkaitan dengan hak – hak konsumen secara normatif dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen diatur dalam Bab III tentang Hak dan Kewajiban, Bagian Pertama mengenai Hak dan Kewajiban Konsumen. Hak konsumen dinyatakan dalam pasal 4 huruf :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

---

<sup>18</sup> Happy Susanto, *Hak – Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm. 25

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya.



## **BAB II**

---

# **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK-HAK KONSUMEN**

### **A. Definisi Perlindungan Hukum Konsumen**

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.

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.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Setiono. *Rule of Law (Supremasi Hukum)*. Surakarta. Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret. 2004, hlm. 3

Perlindungan hukum tidak akan terwujud bila keadilan belum ditegakkan. Keadilan dibentuk oleh pemikiran yang benar, dilakukan secara adil dan jujur serta bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan. Rasa keadilan dan hukum harus ditegakkan berdasarkan hukum positif, untuk menegakkan keadilan dalam hukum sesuai dengan realitas masyarakat yang menghendaki tercapainya masyarakat yang aman dan damai. Keadilan harus dibangun sesuai dengan cita hukum (Rechtidee) dalam negara hukum (Rechtsstaat), bukan negara kekuasaan (Machtsstaat). Hukum berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia, penegakkan hukum harus memperhatikan 4 unsur :<sup>20</sup>

1. Kepastian hukum (Rechtssicherheit)
2. Kemanfaat hukum (Zweckmassigkeit)
3. Keadilan hukum (Gerechtigkeit)
4. Jaminan hukum (Doelmatigkeit)

Penegakan hukum dan keadilan harus menggunakan jalur pemikiran yang tepat dengan alat bukti dan barang bukti untuk merealisasikan keadilan hukum dan isi hukum harus ditentukan oleh keyakinan etis, adil tidaknya suatu perkara. Persoalan hukum menjadi nyata jika para perangkat hukum melaksanakan dengan baik serta memenuhi, menepati aturan yang telah dibakukan sehingga tidak terjadi penyelewengan aturan dan hukum

---

<sup>20</sup> Ishaq. *Dasar-dasar Ilmu Hukum*. Jakarta. Sinar Grafika. 2009. hlm. 43



yang telah dilakukan secara sistematis, artinya menggunakan kodifikasi dan unifikasi hukum demi terwujudnya kepastian hukum dan keadilan hukum.<sup>21</sup>

Berbicara mengenai konsumen erat kaitannya dengan transaksi jual beli dalam sistem perdagangan yang melibatkan para pelaku usaha baik barang dan jasa. Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan ekonomi menjadi aman dan adil.

Az Nasution membedakan definisi antara hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen, yakni<sup>22</sup> hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah – kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan masyarakat. Sedangkan hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas – asas dan kaidah – kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan batasan hukum perlindungan konsumen sebagai bagian khusus dari hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaannya, dalam kehidupan

---

<sup>21</sup> Ishaq. *Dasar-dasar Ilmu Hukum*. Jakarta. Sinar Grafika. 2009. hlm. 44

<sup>22</sup> Az. Nasution, *Hukum perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2011. hlm. 37

bermasyarakat. Sebagai contoh bagi konsumen antara diperlukan kaidah-kaidah hukum yang mencegah perbuatan-perbuatan tidak jujur dalam bisnis, dominasi pasar dengan berbagai praktik bisnis tertentu atau pada pokoknya dengan berbagai praktik bisnis yang menghambat masuknya perusahaan baru atau merugikan perusahaan lain dengan cara-cara yang tidak wajar. Sementara bagi konsumen akhir diperlukan kaidah-kaidah hukum yang menjamin syarat-syarat aman setiap produk konsumen bagi konsumsi manusia, dilengkapi dengan informasi yang benar, jelas, jujur, dan bertanggung jawab.<sup>23</sup>

Menurut Yusuf Shofie, perbedaan hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen terletak pada objek yang dikaji. Hukum konsumen wilayah hukumnya lebih banyak menyangkut pada transaksi – transaksi konsumen (*consumer transaction*) antara pelaku usaha dan konsumen yang berobyekan barang dan/atau jasa. Sedangkan dalam hukum perlindungan konsumen, kajian mendalam terletak pada perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam melakukan transaksi – transaksi tersebut. Selanjutnya dalam hukum konsumen bukannya tidak ada perlindungan hukum terhadap konsumen, namun perlindungan hukumnya berwujud hak – hak dan/atau kewajiban pelaku usaha dan konsumen. Sedangkan perlindungan hukum dalam hukum perlindungan konsumen merupakan campur

---

<sup>23</sup> Az. Nasution, *Hukum perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2006, hlm. 30-31

tangan negara untuk melindungi individu konsumen dari praktik – praktik bisnis yang tidak jujur (*unfair business practices*).<sup>24</sup>

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. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat – akibat dari pemakaian barang dan jasa itu. Cakupan perlindungan konsumen dalam dua aspeknya itu, dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>25</sup>

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

---

<sup>24</sup> Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen – Instrumen Hukumnya*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2011, hlm. 52-53

<sup>25</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 7-8

mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengonsumsi produk yang tidak sesuai.

Aspek yang pertama, mencakup persoalan barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan, dimasukkan dalam cakupan tanggung jawab produk, yaitu tanggung jawab yang dibebankan kepada produsen – pelaku usaha karena barang yang diserahkan kepada konsumen itu mengandung cacat di dalamnya sehingga menimbulkan bagi konsumen, misalnya karena keracunan makanan, barang tidak dapat dipakai untuk tujuan yang diinginkan karena kualitasnya rendah, barang tidak dapat bertahan lama, karena cepat rusak, barang tidak sesuai dengan penggunaan yang diinginkan dan sebagainya disebut sebagai *product liability*<sup>26</sup> di Indonesia dikenal dengan tanggung jawab produk.

Agnes M.Toar mendefinisikan tanggung jawab produk ialah tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan/menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.

---

<sup>26</sup> Misalnya oleh Harry Duintjer Tebbens dalam bukunya dalam yang berjudul *International Product Liability*, tahun 1980. Konvensi internasional di Den Haag juga memakai istilah *Convention on the Law Applicable on Product Liability*. Lihat juga Louis W. Stern dan Thomas L. Eovaldi dalam bukunya *Legal Aspects of Marketing Strategy : Antitrust and Consumers Protection Issues*, dalam salah satu babnya ada topic *Legal Issues Related to Product Quality*, secara khusus membicarakan *Product Liability*.

Sedangkan William L. Prosser dan John W. Wade mendeskripsikan:

*Product liability is the name currently given to the liability of a seller or other supplier of chattels, to one with whom he is not in privity of contract, who suffer damages caused by the chattel.*<sup>27</sup>

Selanjutnya Mark.. E. Roszkowski mengatakan bahwa:<sup>28</sup>

*Product liability is the area of law imposing liability upon manufacturers and other suppliers of goods for personal injury and property damage caused by product they sell.*

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.

Pada aspek ini, cara konsumen memperoleh barang dan atau jasa, yang dikelompokkan dalam cakupan standar kontrak yang mempersoalkan syarat – syarat perjanjian yang diberlakukan oleh produsen –

---

<sup>27</sup> William L. Prosser and John W. Wade, *Cases and Materials on Torts*, Mineola New York, USA, The Foundation Press Inc., 1971, hlm. 686

<sup>28</sup> Mark. E. Roszkowski, *Business Law, Principles, Cases and Policy*, USA, Harper Collins Publisher, Second Edition, 1988, hlm. 436

pelaku usaha kepada konsumen pada waktu konsumen hendak mendapatkan barang atau jasa kebutuhannya. Umumnya, produsen/pelaku usaha membuat atau menetapkan syarat – syarat perjanjian secara sepihak tanpa memperhatikan dengan sungguh – sungguh kepentingan konsumen sehingga bagi konsumen tidak ada kemungkinan untuk mengubah syarat – syarat itu guna mempertahankan kepentingannya. Seluruh syarat yang terdapat pada perjanjian, sepenuhnya atas kehendak pihak produsen/pelaku usaha barang dan atau jasa. Bagi konsumen hanya ada pilihan : mau atau tidak mau sama sekali. Oleh karena itu, Vera Bolger menamakannya sebagai *take it or leave it contract*. Artinya, kalau calon konsumen setuju, perjanjian boleh dibuat, kalau tidak setuju, silakan pergi.<sup>29</sup>

Ketertarikan aspek – aspek hukum publik (hukum pidana, hukum administrasi) dan hukum privat (perdata) dalam hukum perlindungan konsumen menunjukkan bahwa kedudukan hukum perlindungan konsumen berada dalam kajian hukum ekonomi.<sup>30</sup> Hukum ekonomi bersifat lintas sektoral dan nasional, maka pendekatan hukum ekonomi bersifat intidisipliner dan transnasional.

---

<sup>29</sup> Mariam Darus, *Perlindungan Terhadap Konsumen Ditinjau dari Segi Standar Kontrak (Baku)*, makalah pada Simposium Aspek – Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, BPHN-Binacipta, 1980, hlm. 59-60

<sup>30</sup> Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2004, hlm. 2

Hukum ekonomi bersifat interdisipliner karena hukum ekonomi tidak hanya bersifat hukum privat saja, tetapi juga berkaitan erat dengan hukum publik. Sedangkan sifat transnasional dari hukum ekonomi karena hukum ekonomi tidak lagi ditinjau dan dibentuk secara intern nasional saja, tetapi memerlukan pendekatan transnasional, yang memandang kejadian – kejadian dan peristiwa – peristiwa yang terjadi di dalam negeri dalam kaitannya dengan peristiwa dan perkembangan yang terjadi di luar negeri dan dunia internasional.<sup>31</sup>

Permasalahan perlindungan konsumen tidak semata-mata masalah orang perorang, tetapi sebenarnya merupakan masalah bersama dan masalah nasional sebab pada dasarnya semua orang adalah konsumen. Oleh karena itu, melindungi konsumen adalah melindungi semua orang. Dengan demikian, persoalan perlindungan hukum konsumen adalah masalah hukum nasional. Tak dapat disangkal lagi bahwa produk (baik barang maupun jasa) *an sich*, pemasarannya, dan penggunaannya oleh konsumen senantiasa mengandung dampak negatif sebagaimana disebutkan di atas, baik karena perilaku produsen maupun sebagai akibat dari perilaku konsumen itu sendiri. Misalnya, karena perilaku curang dari produsen ataupun karena ketidaktahuan dari konsumen. Oleh sebab itu, persoalan perlindungan konsumen bukan hanya pada pencarian siapa yang bersalah dan apa hukumannya, melainkan juga mengenai pendidikan

---

<sup>31</sup> Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2004, hlm. 3

terhadap konsumen dan kesadaran kepada semua pihak tentang perlunya keselamatan dan keamanan di dalam berkonsumsi. Dengan demikian, orang akan terhindar dari kemungkinan kerugian, seperti cacat, terkena penyakit, bahkan meninggal atau dari kerugian yang menimpa harta bendanya.<sup>32</sup>

Ada empat alasan utama mengapa konsumen perlu dilindungi :<sup>33</sup>

1. Melindungi konsumen sama artinya dengan melindungi seluruh bangsa sebagaimana yang diamanatkan oleh tuuan pembangunan nasional menurut pembukaan undang – undang dasar negara republik Indonesia tahun 1945.
2. Melindungi konsumen perlu untuk menghindarkan konsumen dari dampak negatif penggunaan teknologi.
3. Melindungi konsumen perlu untuk melahirkan manusia – manusia yang sehat rohani dan jasmani sebagai pelaku – pelaku pembangunan, yang berarti juga untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional.
4. Melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana pembangunan yang berasal dari masyarakat konsumen.

Perlindungan konsumen, menurut Setiawan mempunyai dua aspek yang bermuara pada praktik

---

<sup>32</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 4

<sup>33</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2014, hlm.5



perdagangan yang tidak jujur (*unfair trade practices*) dan masalah ketertarikan pada syarat – syarat umum dalam suatu perjanjian.<sup>34</sup> Misalnya, penyerahan barang palsu kepada konsumen, penipuan mengenai mutu atau kualitas produk, dan sebagainya. Perlindungan pada aspek pertama mencakup perlindungan terhadap timbulnya kerugian bagi konsumen karena memakai atau mengonsumsi barang yang tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Pada aspek kedua, mencakup perlindungan terhadap diberlakukannya syarat – syarat tidak adil oleh produsen (pelaku usaha) kepada konsumen pada waktu mendapatkan barang kebutuhannya, misalnya mengenai harga, biaya – biaya untuk menyelenggarakan perjanjian, dan sebagainya, baik sebagai akibat dari penggunaan standar kontrak maupun karena perilaku curang dari produsen (pelaku usaha).

## **B. Asas – Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

### **1. Asas – Asas Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.<sup>35</sup>

Perlindungan konsumen tersebut diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu :<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Jakarta, Sinar Harapan, hlm. 152

<sup>35</sup> Pasal 2 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- a. 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. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing – masing pihak, produsen pelaku usaha dan konsumen, apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.
- b. 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. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan produsen – pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Oleh karena itu,

---

<sup>36</sup> Penjelasan Pasal 2 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

undang – undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan produsen – pelaku usaha.

- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, produsen – pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, produsen – pelaku usaha, dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan atas kepentingannya yang lebih besar dari pada pihak lain.
- d. 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. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketenteraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Oleh karena itu, undang – undang ini membebaskan sejumlah kewajiban

yang harus dipenuhi dan menetapkan sejumlah larangan yang harus dipatuhi oleh produsen-pelaku usaha dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya, undang – undang ini mengharapkan bahwa aturan – aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari – hari sehingga masing – masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang – undang ini sesuai dengan bunyinya.

Memperhatikan substansi pasal 2 Undang – Undang Perlindungan Konsumen demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah negara republik Indonesia.

Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:

- a. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen.

- b. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan.
- c. Asas kepastian hukum.

Radbruch menyebut keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum sebagai tiga ide dasar hukum atau tiga nilai dasar hukum<sup>37</sup> yang berarti dapat dipersamakan dengan asas hukum. Di antara ketiga asas tersebut yang sering menjadi sorotan utama adalah masalah keadilan, di mana Friedman menyebutkan bahwa : *In terms of law, justice will be judged as how law treats people and how it distributes its benefits and cost.* dan dalam hubungan ini Friedman juga menyatakan bahwa *every function of law, general or specific, is allocative.*<sup>38</sup>

Sebagai asas hukum, dengan sendirinya menempatkan asas ini menjadi rujukan pertama baik dalam pengaturan perundang – undangan maupun dalam berbagai aktivitas yang berhubungan dengan gerakan perlindungan konsumen oleh semua pihak yang terlibat di dalamnya.

---

<sup>37</sup> Gustav Radbruch, *Legal Philosophy, in The Legal Philosophies of Lask, Radbruch, and Dabin*, Translated by Kurt Wilk, Harvard University Press, Massachusetts, 1950, hlm. 107. Lihat juga Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Jakarta, Chandra Pratama, 1996, hlm. 95

<sup>38</sup> Peter Mahmud Marzuki, *The Need for the Indonesian Economic Legal Framework*, dalam Jurnal Hukum Ekonomi, Edisi IX, Agustus 1997, hlm.28 dalam Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2014, hlm. 26

Keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum juga oleh banyak *jurist* menyebut sebagai tujuan hukum. Persoalannya, sebagai tujuan hukum, baik Radbruch maupun Achmad Ali mengatakan adanya kesulitan dalam mewujudkan secara bersamaan. Achmad Ali mengatakan, kalau dikatakan tujuan hukum sekaligus mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum, apakah hal itu tidak menimbulkan masalah? Dalam kenyataan sering antara tujuan yang satu dan lainnya terjadi benturan. Dicontohkannya, dalam kasus hukum tertentu bila hakim menginginkan putusannya “adil” menurut persepsinya, maka akibatnya sering merugikan kemanfaatan bagi masyarakat luas, demikian pula sebaliknya.<sup>39</sup> Dalam hubungan ini, Radbruch mengajarkan:<sup>40</sup>

Bahwa kita harus menggunakan asas prioritas di mana prioritas pertama selalu jatuh pada keadilan, baru kemanfaatan, dan terakhir kepastian hukum.

Achmad Ali tidak dapat menyetujui sepenuhnya pendapat Radbruch tersebut, sebagaimana dikatakannya:<sup>41</sup>

Penulis sendiri sependapat untuk menganut atas prioritas, tetapi tidak dengan telah menetapkan urutan prioritas seperti apa yang diajarkan Radbruch, yakni

---

<sup>39</sup> Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Jakarta, Chandra Pratama, 1996, hlm. 95-96

<sup>40</sup> Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Jakarta, Chandra Pratama, 1996, hlm. 96

<sup>41</sup> Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Jakarta, Chandra Pratama, 1996, hlm. 96

berturut – turut keadilan dulu baru kemanfaatan barulah terakhir kepastian hukum. Penulis sendiri menganggap hal yang lebih realistis jika menganut asas prioritas yang kasuistis. Yang penulis maksudkan, ketiga tujuan hukum kita diprioritaskan sesuai kasus yang kita hadapi, sehingga pada kasus A mungkin prioritasnya pada kemanfaatan, sedang untuk kasus B prioritasnya pada kepastian hukum.

Asas keseimbangan yang dikelompokkan ke dalam asas keadilan, mengingat hakikat keseimbangan yang dimaksud adalah juga keadilan bagi kepentingan masing-masing pihak, yaitu konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Kepentingan pemerintah dalam hubungan ini tidak dapat dilihat dalam hubungan transaksi dagang secara langsung menyertai pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pemerintah dalam rangka mewakili kepentingan publik yang kehadirannya tidak secara langsung di antara para pihak tetapi melalui berbagai pembatasan dalam bentuk kebijakan yang dituangkan dalam berbagai peraturan perundang – undangan.<sup>42</sup>

Keseimbangan perlindungan antara pelaku usaha dan konsumen menampakkan fungsi hukum yang menurut Rescoe Pound sebagai sarana pengendalian hidup bermasyarakat dengan menyeimbangkan kepentingan – kepentingan yang ada dalam masyarakat atau dengan kata lain sebagai sarana kontrol sosial.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2014, hlm.28

<sup>43</sup> Edgar Bodenheimer, *Jurisprudence, The Method and Philosophy of Law*, Harvard University, Cambridge, 1962, hlm. 111

Keseimbangan perlindungan hukum terhadap pelaku usaha dan konsumen tidak terlepas dari adanya pengaturan tentang hubungan – hubungan hukum yang terjadi antara para pihak. Menurut Bellefroid, secara umum hubungan – hubungan hukum baik yang bersifat publik maupun privat dilandaskan pada prinsip – prinsip atau asas kebebasan, persamaan dan solidaritas. Dengan prinsip atau asas kebebasan, subyek hukum bebas melakukan apa yang diinginkannya dengan dibatasi oleh keinginan orang lain atau asas kesamaan, setiap individu mempunyai kedudukan yang sama di dalam hukum untuk melaksanakan dan meneguhkan hak – haknya. Dalam hal ini hukum memberikan perlakuan yang sama terhadap individu. Sedangkan prinsip atau asas solidaritas sebenarnya merupakan sisi balik dari asas kebebasan. Apabila dalam prinsip atau asas kebebasan yang menonjol adalah hak, maka di dalam prinsip atau asas solidaritas yang menonjol adalah kewajiban, dan seakan – akan setiap individu sepakat untuk tetap mempertahankan kehidupan bermasyarakat yang merupakan modus *survival* bagi manusia. Melalui prinsip atau asas solidaritas dikembangkan bersifat privat dengan alasan tetap terpeliharanya kehidupan bersama.<sup>44</sup> Dalam hubungan inilah kepentingan pemerintah

---

dikutip dari Peter Mahmud Marzuki, *Pembaharuan Hukum Ekonomi Indonesia*, Surabaya, Universitas Airlangga, tanpa tahun, hlm. 3

<sup>44</sup> J.H.P. Bellefroid, *Inleiding tot de Rechtswetenschap in Nederland*, Dekker & Van de Vegt, Utrecht-Nederland, 1952, hlm. 13, dikutip dari Peter Mahmud Marzuki, *Eksistensi Hukum Ekonomi*, Makalah, Universitas Airlangga Surabaya, tanpa tahun, hlm. 3-4



sebagaimana dimaksudkan dalam asas keseimbangan di atas, yang sekaligus sebagai karakteristik dari apa yang dikenal dalam kajian hukum ekonomi.

Sejak masuknya *welfare state*, negara telah ikut campur dalam perekonomian rakyatnya melalui berbagai kebijakan yang terwujud dalam bentuk peraturan perundang – undangan, termasuk dalam hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan konsumen. Pengaturan hal – hal tertentu yang berkaitan dengan masuknya paham negara modern melalui *welfare state*, kita tidak menemukan lagi pengurusan kepentingan ekonomi oleh rakyat tanpa melibatkan pemerintah sebagai lembaga eksekutif di dalam suatu negara, maka pemerintah sebagai lembaga eksekutif bertanggung jawab memajukan kesejahteraan rakyatnya yang diwujudkan dalam suatu pembangunan nasional.

Campur tangan pemerintah di Indonesia sendiri dapat diketahui dari isi pembukaan dan pasal 33 UUD 1945, serta dalam GBHN dan dalam berbagai peraturan perundang – undangan yang menjadi aturan pelaksanaannya, termasuk undang – undang perlindungan konsumen. Dalam pasal 2 UUPK secara jelas dapat diketahui dalam rangka pembangunan nasional, yang menjadi tanggung jawab pemerintah.

Perlindungan konsumen khusus untuk pemakaian produk – produk yang cacat di negara – negara anggota *European Economic Community* (EC/MEE) dilakukan dengan cara menyusun *Product Liability Directive* yang nantinya harus diintegrasikan ke dalam instruktur hukum

masing – masing negara anggota EC, maupun melalui *Statutory Orders* yang berlaku terhadap warga negara seluruh anggota EC. Ketentuan – ketentuan dalam *Directive* harus diimplementasikan ke dalam hukum nasional dulu baru dapat diterapkan. Sedangkan *Statutory Orders* dapat langsung berlaku bagi semua warga negara dari negara – negara anggota EC.<sup>45</sup>

*Directive* ini mengedepankan konsep *Liability Without Fault*, namun pengertian konsumen tidak dijabarkan secara rinci dalam *Directive*. Untuk memahaminya dapat dilakukan dengan menelaah pasal 1 dikaji bersama – sama dengan pasal 9 *Directive* yang isinya sebagai berikut .<sup>46</sup>

*Article 1 The producer shall be liable for damage caused by a defect in this product Article 9 for the purpose of Article 1, “damage” means:*

- 1) *damage caused by death or by personal injuries; Article 1 The producer shall be liable for damage caused by a defect in this product Article 9 for the purpose of Article 1, “damage” means :*
- 2) *damage to, or destruction of, any item or property other than the defective product it self, with a lower threshold of 500 ECU, provided that the item of property :*

---

<sup>45</sup> Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Bandung, Keni Media, 2016, hlm. 84

<sup>46</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2011, hlm. 24

- a) *is a type ordinarily intended for private use or consumption, and*
- b) *was used by the injured person mainly for his own private use or consumption.*

*This Article shall be without prejudice to national provisions relating to non material damage.*

Produsen bertanggung tanggung jawab atas kerusakan yang disebabkan oleh cacat pada produk ini pasal 9 yang merujuk ke pasal 1, “kerusakan” berarti :

- 1) kerusakan yang disebabkan karena kematian atau cedera pribadi ; pasal 1 produsen bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh cacat pada produk ini pasal 9 yang merujuk ke pasal 1, “kerusakan” yang berarti :
- 2) kerusakan atau penghancuran, pemilik barang selain produk detektif itu sendiri, dengan batas bawah dari 500 ECU, asalkan pemilik barang:
  - a) biasanya ditujukan untuk penggunaan pribadi atau konsumsi, dan
  - b) digunakan oleh orang yang sakit terutama untuk penggunaan pribadi sendiri atau konsumsi.

Pasal ini tidak mengurangi ketentuan nasional yang berkaitan dengan kerusakan non material.

Perkins Cole menjelaskan tanggung jawab produk sebagai berikut :<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Perkin Cole, *Product Liability in the United States*, Washington DC, Library of Congress, 1991, page 14 dalam Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Bandung, Keni Media, 2016, hlm. 84

*Product liability is the liability of manufacture or others in chain of distribution of a product to a persons injured by use of the product.*

Jerry J Philips menjelaskan tanggung jawab produk sebagai berikut:<sup>48</sup>

*Product liability is the liability of manufacturer, processor or non manufacturing seller for injury to the person or property of buyer or third party, caused by a product which has been sold.*

“*Product Liability*” adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang/badan yang menghasilkan suatu produk (*producer, manufacturer*), dari orang/badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor, assembler*) atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut.<sup>49</sup>

Pendapat lain mengatakan “tanggung jawab produk adalah tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan/menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.”<sup>50</sup>

---

<sup>48</sup> Jerry J Philips, *Product Liability in a Nutshell 3<sup>rd</sup>*, West Publishing Co, page 4 dalam Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Bandung, Kemi Media, 2016, hlm. 84

<sup>49</sup> E Saefullah, *Tanggung Jawab Produsen Terhadap Akibat Hukum yang ditimbulkan dari Produk pada Era Pasar Bebas, Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 2000, hlm. 46

<sup>50</sup> Agnes M.Toar, 25-26 Agustus 1988, *Penyalahgunaan Keadaan dan Tanggung Jawab atas Produk di Indonesia*, Makalah disajikan dalam seminar dua hari tentang pertanggungjawaban Produk dan Kontrak Bangunan yang diselenggarakan oleh Yayasan

Mengenai ciri – ciri dari *product liability* dengan mengambil pengalaman dari masyarakat Eropa, terutama negeri Belanda, dapat dikemukakan secara singkat sebagai berikut:<sup>51</sup>

a. Yang dapat dikualifikasikan sebagai produsen adalah :

- 1) Pembuat produk jadi (*finished product*);
- 2) Penghasil bahan baku;
- 3) Pembuat suku cadang;
- 4) Setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu;
- 5) Importir suatu produk dengan maksud untuk diperjualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan;
- 6) Pemasok (*supplier*) dalam hal identitas dari produsen atau importer tidak dapat ditentukan.

---

Pusat Pengkajian Indonesia bekerjasama dengan Badan Pembinaan Hukum Nasional, Jakarta, hlm. 6 dalam Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Ahmadi Miru & Sutarman Yado, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, RajaGrafindo Persada, 2004, hlm. 23

<sup>51</sup> Gunawan, Januari 1994, *Product Liability dalam Hukum Bisnis Indonesia*, Orasi Ilmiah dalam rangka Dies Natalis XXXIX, Unika Parahyangan Bandung dalam Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2011, hlm.

102

- b. Yang dapat dikualifikasikan sebagai konsumen adalah konsumen akhir (*end-consumer atau ultimate consumers*);
- c. Yang dapat dikualifikasikan sebagai produk adalah benda bergerak, sekalipun benda bergerak tersebut telah menjadi komponen/bagian dari benda bergerak atau benda tetap lain, listrik, dengan pengecualian produk – produk pertanian dan perburuan;
- d. Yang dapat dikualifikasikan sebagai kerugian adalah kerugian pada manusia dan kerugian pada harta benda, selain dari produk yang bersangkutan;
- e. Produk dikualifikasi sebagai mengandung kerusakan apabila produk itu tidak memenuhi keamanan yang dapat diharapkan oleh seseorang dengan mempertimbangkan semua aspek antara lain:
  - 1) Penampilan produk;
  - 2) Maksud penggunaan produk;
  - 3) Saat ketika produk ditempatkan di pasaran.

Dalam pengertian luas, produk ialah segala barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu proses sehingga produk berkaitan erat dengan teknologi. Produk terdiri atas barang dan jasa. Menurut pasal 1 angka 4 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah :

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.

Sedangkan dalam pasal 1 angka 5 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen :  
Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Penggunaan teknologi yang makin baik, di satu sisi memungkinkan produsen mampu membuat produk beraneka macam jenis, bentuk, kegunaan, maupun kualitasnya sehingga pemenuhan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi lebih luas, lengkap, cepat dan menjangkau bagian terbesar lapisan masyarakat. Akan tetapi, di sisi lain penggunaan teknologi memungkinkan dihasilkannya produk yang tidak sesuai dengan persyaratan keamanan dan keselamatan pemakai sehingga menimbulkan kerugian konsumen.

Berkaitan dengan produk, cacat dapat ditemukan dalam tiga klasifikasi menurut tahap – tahap produksi, yaitu kerusakan produk, kerusakan desain, dan pemberian informasi yang tidak memadai.<sup>52</sup> Produk dapat dikategorikan cacat apabila produk itu rusak, atau desainnya tidak sesuai dengan yang seharusnya, atau karena informasi yang menyertai produk itu tidak memadai. Cacat pada produk, pada tingkatan tertentu dapat membahayakan konsumen.

---

<sup>52</sup> Harry Duintjer Tebbens, *International Product Liability*, Netherland, Sijthoff & Noordhoff International Publishers, hlm.4 dalam Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 16

Untuk menghindari kemungkinan adanya produk yang cacat atau berbahaya, maka perlu ditetapkan standar minimal yang harus dipedomani dalam memproduksi untuk menghasilkan produk yang layak dan aman untuk dipakai. Usaha inilah yang disebut dengan standarisasi.

Menurut Gandhi, standarisasi adalah proses penyusunan dan penerapan aturan – aturan dalam pendekatan secara teratur bagi kegiatan tertentu untuk kemanfaatan dan dengan kerja sama dari semua pihak yang berkepentingan, khususnya untuk meningkatkan penghematan menyeluruh secara optimum dengan memperhatikan kondisi fungsional dan persyaratan keamanan. Hal ini didasarkan pada konsolidasi dari hasil (ilmu) teknologi dan pengalaman.<sup>53</sup>

Gandhi juga mengatakan bahwa dengan standarisasi akan diperoleh manfaat sebagai berikut :<sup>54</sup>

1. Pemakaian bahan secara ekonomi, perbaikan mutu, penurunan ongkos produksi, dan penyerahan yang cepat.

---

<sup>53</sup> Gandhi, *Perlindungan Konsumen dilihat dari Sudut Pengaturan Standarisasi Hasil Industri*, makalah pada Simposium Aspek – Aspek Hukum Perlindungan Konsumen BPHN-Binacipta, Jakarta, 1980, hlm. 80 dalam Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 16

<sup>54</sup> Gandhi, *Perlindungan Konsumen dilihat dari Sudut Pengaturan Standarisasi Hasil Industri*, makalah pada Simposium Aspek – Aspek Hukum Perlindungan Konsumen BPHN-Binacipta, Jakarta, 1980, hlm. 80 dalam Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 16



2. Penyederhanaan pengiriman dan penanganan barang.
3. Perdagangan yang adil, peningkatan kepuasan langganan.
4. *Interchangeability* komponen memungkinkan *subcontracting*.
5. Keselamatan kehidupan dan harta.

Dengan demikian, standarisasi berfungsi membantu menjembatani kepentingan konsumen dan produsen (pelaku usaha) dengan menetapkan standar produk yang tepat yang dapat memenuhi kepentingan dan mencerminkan aspirasi kedua belah pihak. Dengan adanya standarisasi produk ini akan memberi manfaat yang optimum pada konsumen dan produsen, tanpa mengurangi hak milik dari konsumen.<sup>55</sup>

## **2. Tujuan Perlindungan Konsumen**

Seperti diketahui bahwa undang – undang perlindungan konsumen menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain adalah untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha.

---

<sup>55</sup> Gandi, *Perlindungan Konsumen dilihat dari Sudut Pengaturan Standarisasi Hasil Industri*, makalah pada Simposium Aspek – Aspek Hukum Perlindungan Konsumen BPHN-Binacipta, Jakarta, 1980, hlm. 80 dalam Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 16

Sebagai upaya untuk menghindarkan akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa tersebut, maka undang – undang menentukan berbagai larangan sebagai berikut :

Pasal 8 mengatur bahwa :

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 perundang – undangan.
  - 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, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
  - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi jabatan penjualan barang dan/atau jasa tersebut.

- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa 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 bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan 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.

Adapun tujuan perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:<sup>56</sup>

- 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;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung 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,

---

<sup>56</sup> Pasal 3 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Penjelasan pada ayat 1 huruf g dinyatakan :

*Jangka waktu penggunaan/pemanfaatannya yang paling baik adalah terjemahan dari kata best before yang biasa digunakan dalam label produk makanan.*

Sedangkan ayat 2 adalah :

*Barang – barang yang dimaksud adalah barang – barang yang tidak membahayakan konsumen dan sesuai dengan ketentuan perundang – undangan yang berlaku.*

Selanjutnya ayat 3 memberikan penjelasan :

*Sediaan farmasi dan pangan yang dimaksud adalah yang membahayakan konsumen menurut peraturan perundang – undangan yang berlaku.*

Kemudian dalam ayat 4 dijelaskan :

*Menteri dan menteri teknis berwenang menarik barang dan/atau jasa dari peredaran.*

Pada intinya substansi pasal ini tertuju pada dua hal, yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud. Larangan – larangan yang dimaksudkan ini, hakikatnya menurut Nurmadjito yaitu untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal – usul, kualitas sesuai dengan informasi

pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.<sup>57</sup>

Tujuan yang ingin dicapai melalui undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sebagaimana disebut dalam pasal 3 adalah:<sup>58</sup>

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemampuan 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.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung 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

---

<sup>57</sup> Nurmadjito, *Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-Undangan Tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 2000, hlm. 18

<sup>58</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 27

dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

### **C. Pengaturan Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Negara**

Perlindungan hukum konsumen yang dikeluarkan oleh negara dalam undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, tidak hanya sebatas perlindungan hukum terhadap konsumen yang dimuat dalam undang – undang tersebut. Ada beberapa peraturan perundang – undangan yang mengatur secara spesifik diantaranya :

1. Undang – Undang No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Undang – Undang No.36 tahun 2009 tentang Kesehatan.
3. Undang – Undang No. 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal.
4. Undang – Undang No. 4 tahun 2014 tentang Perdagangan.
5. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
6. Undang – Undang No. 4 Tahun 1992 tentang Perumahan dan Pemukiman.
7. Undang – Undang No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian.
8. Undang – Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

9. Undang – Undang No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.
10. Undang – Undang No.18 Tahun 1999 tentang Jasa Konstruksi.
11. Undang – Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
12. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan.
13. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 14 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis di Lingkungan Badan Pengawas Obat dan Makanan.
14. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.72/M-DAG/PER/9/2015 tentang Perubahan Ketiga Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 14/M-DAG/PER/3/2007 tentang Standarisasi Jasa Bidang Perdagangan dan Pengawasan Standar Nasional Indonesia (SNI) Wajib Terhadap Barang dan Jasa yang Diperdagangkan.
15. Peraturan Pemerintah No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
16. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No.235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan Pengaduan Konsumen yang ditujukan kepada seluruh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Prop/Kab/Kota.



17. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No.795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Peraturan perundang – undangan tersebut di atas, merupakan perlindungan bagi konsumen yang ditegaskan dalam ketentuan pasal 64 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau bertentangan dengan undang-undang ini.

Istilah konsumen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki tiga arti yaitu barang hasil produksi, penerima pesan iklan, dan pemakai jasa. Dalam *Collins Cobuild English Language Dictianory* konsumen secara harfiah dapat diartikan sebagai seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu, juga sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang.<sup>59</sup> Ada juga yang mengartikan konsumen sebagai setiap orang yang menggunakan barang atau jasa.<sup>60</sup>

Di Perancis, berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang, konsumen diartikan sebagai *The*

---

<sup>59</sup> John Sinclair, *Collins Cobuild English Language Dictionary*, Glasgow, 1988, hlm.303

<sup>60</sup> Hamby A.S, *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press, London, 1989. hlm. 185

*person who obtains goods and service for personal or family purposes.* Dari definisi ini terkandung dua unsur, yaitu konsumen hanya orang, dan barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.<sup>61</sup>

Undang – Undang Jaminan Produk di Amerika Serikat sebagaimana dimuat dalam *Magnussom – MossWarranty, Federal Trade Commission Act 1975*, mengartikan persis sama dengan ketentuan di Perancis, demikian pula rumusan dalam Kitab Undang – Undang Hukum Perdata Belanda (NBW Buku VI, Pasal 236), walaupun terkesan lebih umum (karena dimuat dalam bab tentang syarat – syarat umum perjanjian), namun yang dikandung tetap kurang lebih sama. Dalam NBW itu, konsumen dinyatakan sebagai orang alamiah. Maksudnya, ketika mengadakan perjanjian tidak bertindak selaku orang yang menjalankan profesi dan perusahaan.<sup>62</sup>

Di Spanyol, konsumen diistilahkan tidak hanya individu (orang), tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir. Adapun yang menarik disini, konsumen tidak harus terikat dalam hubungan jual beli sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> Tim FH UI & Depdagri, *Rancangan Akademik Undang – Undang Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, 1992, hlm. 57

<sup>62</sup> Az Nasution, *Konsumen dan Hukum : Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 1995, hlm. 72

<sup>63</sup> Tim FH UI & Depdagri, *Rancangan Akademik Undang – Undang Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, 1992, hlm. 58

*Consumer Protection Act of 1986*, No. 68 di negara India mengatakan konsumen adalah setiap orang (pembeli) atas barang yang disepakati, menyangkut harga dan cara pembayarannya, tetapi tidak termasuk mereka yang mendapat barang untuk dijual kembali atau lain – lain keperluan komersil.<sup>64</sup> Sedangkan di Australia, ketentuannya lebih jauh moderat. Dalam *Trade Practices Act 1974*, yang sudah berkali – kali diubah, konsumen diartikan sebagai seseorang yang memperoleh barang atau jasa tertentu dengan persyaratan harga tidak melewati 40.000 Dollar Australia. Artinya, jauh tidak melewati jumlah uang diatas, tujuan pembeli barang atau jasa tersebut tidak dipersoalkan. Jika jumlah uangnya sudah melewati 40.000 Dollar, keperluannya harus khusus.<sup>65</sup>

#### **D. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen di Beberapa Negara**

Sebagaimana Indonesia yang memiliki pengaturan hukum tentang perlindungan konsumen akibat pengaruh globalisasi yang mendesak, diperlukan landasan hukum guna memberikan perlindungan hukum secara komprehensif, ada beberapa negara yang mengeluarkan peraturan hukum sebelum dan sesudah negara Indonesia

---

<sup>64</sup> Az Nasution, *Konsumen dan Hukum : Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 1995, hlm. 72

<sup>65</sup> R. Steinwill&L.Layton, *annoted Trade Opracties Act 1974*, Sydney, Butterworths, 1996, hlm. 33-36

mengeluarkan payung hukum tentang perlindungan konsumen sebagai berikut:

## **1. Thailand**

Ketentuan tentang Perlindungan Konsumen di Thailand diatur dalam *Consumer Protection Act, B.E. 2522 (1979)* yang terdiri dari :<sup>66</sup>

*Section 1 to 8*

*Chapter I – Consumer Protection Board, Section 9 to 20*

*Chapter II – Consumer Protection*

- *Part 1 Consumer Protection against Advertising, section 21 to 29*
- *Part 2 Consumer Protection against Labelling, section 30 to 35*
- *Part 3 Other Types of Consumer Protection, section 36 to 42*

*Chapter III Appeal, section 43 to 44*

*Chapter IV Penalties, section 45 to 62*

## **2. Malaysia**

Ketentuan tentang Perlindungan Konsumen di Malaysia diatur dalam *Laws of Malaysia Act 599, Consumer Protection Act 1999, Incorporating all Amendments up*

---

<sup>66</sup> Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kemi Media, 2016, hlm. 79

to 1 January 2006. Ketentuan tersebut terdiri dari XIV bagian yang mengatur mengenai :<sup>67</sup>

- *Part I Preliminary*
- *Part II Misleading and Deceptive Conduct, False Representation and Unfair Practice*
- *Part III Safety of Goods and Services*
- *Part IV Offences, Defences and Remedies in Relation To Parts II and III*
- *Part V Guarantees in Respect of Supply of Good*
- *Part VI Rights Against Suppliers in Respect of Guarantees in The Supply of Goods*
- *Part VII Rights Against Manufacturers in Respect of Guarantees in The Supply of Goods*
- *Part VIII Guarantees in Respect of Supply of Services*
- *Part IX Rights Against Suppliers in Respect of Guarantees in The Supply of Services*
- *Part X Product Liability*
- *Part XI The National Consumer Advisory Council*
- *Part XII The Tribunal For Consumer Claims*
- *Part XIII Enforcement*
- *Part XIV General And Miscellaneous*

---

<sup>67</sup> Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kemi Media, 2016, hlm. 78

### 3. Taiwan

Ketentuan tentang perlindungan konsumen di Taiwan diatur dalam (*Taiwan*) *Consumer Protection Law*, (*As promulgated on January 11, 1994, and effective on January 13, 1994*) (*Amended on January 22, 2003, by adding Articles 7-1, 10-1, 11-1, 19-1, 44-1, and 45-1 to 45-5 and Amending Articles 2, 6, 7, 13, 14, 15, 16, 17, 35, 38, 39, 41, 42, 49, 50, 57, 58, and 62*).

### 4. Singapura

Ketentuan tentang perlindungan konsumen di Singapura diatur dalam *Consumer Protection 1975 (Trade Description and Safety Requirements Act)*, tetapi materi pokok perlindungannya secara parsial diatur lebih lanjut secara terpisah di dalam masing – masing bagian (*Chapter*), yaitu:<sup>68</sup>

- a. *Consumer Protection (Safety Requirements) Regulation.*
- b. *Consumer Protection (Consumer Goods Safety Requirements) Regulation 2011.*
- c. *Consumer Protection (Fair Trading) Act, (Chapter 52 A) Consumer Protection (Fair Trading), (Regulated Financial Products And Services) Regulations 2009, Consumer*

---

<sup>68</sup> Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kemi Media, 2016, hlm. 76

*Protection (Fair Trading) (Amendment) Bill, 2012.*

- d. *Consumer Protection (Fair Trading) Act 2 2003 (Act 27 of 2003), Consumer Protection (Fair Trading) Cancellation of Contracts) Regulation, 2003.*
- e. *Consumer Protection (Fair Trading) Act (Chapter 52A), Consumer Protection (Fair Trading) (Cancellation of Contracts) Regulations 2009.*
- f. *Consumer Protection (Fair Trading) Act (Chapter 52A), Consumer Protection (Fair Trading) (Opt-Out Practices) Regulations 2009.*
- g. *Consumer Protection (Fair Trading) Act (Chapter 52A), Consumer Protection (Fair Trading) (Motor Vehicle Dealer Deposits) Regulations 2009.*

Perlindungan konsumen berkaitan dengan syarat-syarat keamanan diatur dalam *Consumer Protection (Trade Descriptions And Safety Requirements) Act (Chapter 53, Sections 11 and 32), Consumer Protection (Safety Requirements)*, sistematika isi ketentuannya sebagai berikut:

- *Part I Preliminary*
- *Part II Registered Suppliers and Registered Controlled Goods*
- *Part III Safety Mark*
- *Part IV Obligations of Registered Suppliers*
- *Part V Suspension of and Prohibition Against*

## *Supply and Inquiry Proceedings*

Perlindungan konsumen berkaitan dengan syarat – syarat keamanan produk barang diatur dalam *Consumer Protection (Trade Descriptions and Safety Requirements) Act, (Chapter 53), Consumer Protection (Consumer Goods Safety Requirements) Regulations 2011 Arrangement of Regulation*, sistematika isi ketentuannya sebagai berikut :

### *Regulation*

- a. *Citation and commencement*
- b. *Definitions*
- c. *Requirements in case of non-compliance with safety standards*
- d. *Safety standards*

### *The Schedule*

Perlindungan konsumen berkaitan dengan produk diatur dalam *Consumer Protection (Fair Trading) Act, (Chapter 52A), Consumer Protection (Fair Trading) (Regulated Financial Products and Services) Regulations 2009*.

Sistematika isi dari Undang – Undang tersebut (*Arrangement of Regulations*), mencakup regulasi tentang :

- a. *Citation and commencement*
- b. *Definitions*
- c. *Application of Act modified*
- d. *Considerations in determining unfair practice*
- e. *Multiple actions*



f. *Specified dispute resolution scheme*

## **5. Cina**

Perlindungan konsumen di Cina disebut Undang – Undang Perlindungan Kepentingan dan Hak Konsumen (*Law of the People's Republic of China on Protection of Consumer Rights and Interests, Adopted at the Fourth Meeting of the Standing Committee of the Eighth National People's Congress on October 31, 1993, and shall enter into force as of January 1, 1994*)<sup>69</sup>

Undang – Undang tersebut berisi 8 (delapan) bagian yang terdiri dari :

- *Chapter I General Provisions (Article 1 to 6)*
- *Chapter II Rights of Consumers (Article 7 to 15)*
- *Chapter III Obligations of Business Operators (Article 16 to 25)*
- *Chapter IV Protection of the Legitimate Rights and Interests of Consumers by the State (Article 26 to 30)*
- *Chapter V Consumer Organizations (Article 31 to 33)*
- *Chapter VI Settlement of Disputes (Article 34 to 39)*
- *Chapter VII Legal Responsibility (Article 40 to 53)*

---

<sup>69</sup> Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Keni Media, 2016, hlm. 80

## **6. Jepang**

Undang – undang perlindungan konsumen di Jepang tercantum dalam *The Consumer Protection Fundamental Act*, 1968, yang berfungsi sebagai kerangka dasar untuk kebijakan konsumen. Namun, karena kondisi ekonomi dan sosial telah berubah, maka perlu untuk merevisi undang – undang dasar perlindungan konsumen tersebut guna memenuhi kondisi ekonomi dan sosial saat ini. Kemudian diundangkan pada Mei 2004, menjadi undang – undang dasar konsumen (*The Consumer Fundamental Act*).

Berbeda dengan di negara lain, Jepang mengatur kontrak konsumen dan tanggung jawab produk dalam ketentuan khusus, terpisah dari *The Consumer Fundamental Act*, misalnya kontrak konsumen diatur dalam *The Consumer Contract Act*, sedangkan tanggung jawab produk tercantum dalam *The Product Liability*.

## **7. Inggris**

Perlindungan konsumen di Inggris diatur dalam *Consumer Protection Act 1987*, 1978 Chapter 43, yang terdiri dari :

- |         |                   |
|---------|-------------------|
| Part I  | Product Liability |
| Part II | Consumer Safety   |

Part III	Misleading Price Indications
Part IV	Enforcement of Parts II and III
Part V	Miscellaneous and Supplemental

## **8. Amerika Serikat**

Perlindungan konsumen di Amerika Serikat (termasuk beberapa perundang-undangan tingkat federal), yaitu : *Uniform Deceptive Trade Practice Act (AUDTPA), Lanham Act, Federal Trade Commission Improvement Act 1980, Federal Trade Commission Act (FTCA), The Magnuson-Moss Warranty Act, dan The Wheeler Lea Act.*

## **9. Korea Selatan**

Ketentuan tentang perlindungan konsumen di Korea Selatan diatur dalam *framework Act on Consumers, Wholly Amended by Act No.7988, Sep 27, 2006, Amended by Act No. 8852, Feb, 29, 2008, Act No. 8983, Mar, 21, 2008, Act No. 9257, Dec, 26, 2008, Act No.9785, Jul 31, 2009, Act No. 10170, Mar 22, 2010.*

Undang – undang tersebut terdiri dari 11 bagian, 86 pasal, yaitu :

- *Chapter I General Provisions (Article 1 to 3)*
- *Chapter II Consumer’s Rights and Duties (Article 4 to 5)*
- *Chapter III Duties of State, Local Governments and Enterprisers (Article 6 to 20)*
- *Chapter IV System to Promote Consumer Policy (Article 21 to 27)*

- Chapter V Consumer Organizations (Article 28 to 32)
- Chapter VI Korea Consumer Agency (Article 33 to 44)
- Chapter VII Consumer Safety (Article 45 to 52)
- Chapter VIII Settlement of Consumer Disputes (Article 53 to 76)
- Chapter IX Procedure, etc. Of Investigation (Article 77 to 79)
- Chapter X Supplementary Provisions (Article 80 to 83)
- Chapter XI Penal Provisions (Article 84 to 86)

#### **E. Hak – Hak Konsumen dalam Hukum Negara**

Perlindungan terhadap hak – hak konsumen merupakan masalah serius. Menurut paradigma *lazies faire*, konsumen dan pelaku usaha dianggap mempunyai posisi yang setara dalam prinsip kebebasan berkontrak, tetapi paradigm ini tidak selalu tepat. Kenyataannya, kedudukan konsumen secara umum, lebih lemah dibandingkan dengan pelaku usaha. Pada kenyataan ini yang mendorong perlunya perlindungan konsumen secara khusus melalui perlindungan hukum negara. Prinsip perlindungan konsumen dikenal dengan maksim hukum *caveat venditor*.<sup>70</sup>

Hak dan kewajiban timbul setelah pelaku usaha dan konsumen melakukan hubungan hukum. Prinsip –

---

<sup>70</sup> Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2008, hlm.34-35

prinsip yang muncul dalam hubungan hukum tersebut adalah tentang kedudukan konsumen. Dalam kaitan dengan sejarah perkembangan perlindungan konsumen, terdapat doktrin atau teori yaitu :<sup>71</sup>

1. *Let the buyer (caveat emptor)*;
2. *The due care theory*;
3. *The privity of contract*;
4. Prinsip kontrak bukan merupakan syarat.

Doktrin *let the buyer* atau *caveat emptor* berasumsi, pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang seimbang sehingga *due care theory* mengatakan pelaku usaha mempunyai produknya. Kemudian, *the privity of contract* menjelaskan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Selanjutnya, prinsip kontrak bukan merupakan syarat yang muncul seiring dengan bertambah kompleksnya transaksi konsumen, sehingga *the privity of contract* tidak mungkin lagi dipertahankan secara mutlak untuk mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen.<sup>72</sup>

Dalam pidato John.F.Kennedy yang berjudul *A Special Message of Protection the Consumer Interest*,

---

<sup>71</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Bandung, Grasindo, 2006, hlm. 61

<sup>72</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Bandung, Grasindo, 2006, hlm. 61

Kennedy mengemukakan empat hak konsumen sebagai berikut:<sup>73</sup>

1. *The right to safety to be protected against the marketing of good that are hazardous to health or life.* (Hak untuk mendapat dan memperoleh keamanan)
2. *The right to be informed to be protected against fraudulent, deceitful, or grossly, misleading information, advertising, labeling, and other practices, and to be given the facts needed to make informed choices.* (Hak untuk memperoleh informasi)
3. *The right to choose to be assured, wherever possible, acces to a variety of products and services at competitive prices. And in those industries in which competition is not workable and government regulation is substituted, there should be assurance of satisfactory quality and service at fair prices.* (Hak untuk memilih)
4. *The right to be heard-to be assured that consumer interests will receive full and sympathetic consideration in formulation of government policy and fair and expeditious treatment in its administrative tribunals.* (Hak untuk didengarkan)

---

<sup>73</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Bandung, Grasindo, 2004, hlm. 44-45

Hak – hak konsumen yang disampaikan oleh Kennedy menginspirasi dan dikembangkan lagi oleh penggantinya yakni presiden L.B. Johnson. Selain mengingatkan kembali empat hak konsumen yang disampaikan oleh Kennedy, ia juga memperkenalkan konsep hukum baru yang berkenaan dengan perlindungan konsumen, yakni *product warranty* dan *product liability*. Selain itu, jasa presiden L.B. Johnson dalam perlindungan konsumen di Amerika Serikat berhasil mengajukan rancangan undang – undang tentang *lending charges* dan *packaging practices* yang disetujui oleh Kongres Amerika Serikat pada tahun 1967 dan 1968.<sup>74</sup>

Disetujuinya undang – undang di bidang perlindungan konsumen oleh Kongres Amerika Serikat tidak terlepas dari sosialisasi dan gerakan perlindungan konsumen yang terus menerus terjadi di Amerika Serikat. Salah satu publikasi hasil riset di bidang perlindungan konsumen mengunggah kesadaran pihak legislatif dan yudikatif di Amerika Serikat yakni publikasi penelitian yang dilakukan oleh Ralp Nader dalam buku yang berjudul *Unsafe at Any Speed* pada tahun 1966. Publikasi ini menyimpulkan bahwa mayoritas kendaraan bermotor yang diproduksi di Amerika Serikat mengabaikan keselamatan pengendaranya.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Bandung, Grasindo, 2004, hlm.45

<sup>75</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Bandung, Grasindo, 2004, hlm.47

Untuk melaksanakan tujuan hukum berupa kepastian dan keadilan, negara mengeluarkan sebuah peraturan hukum positif Indonesia melalui Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan tentang hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha serta larangan bagi pelaku usaha berkaitan dengan barang, yaitu:

1. Hak Konsumen<sup>76</sup> sebagai berikut:
  - a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang;
  - b. Hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
  - c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang;
  - d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang yang digunakan;
  - e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
  - f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
  - g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
  - h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang

---

<sup>76</sup> Pasal 4 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen



yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

- i. Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya.

2. Kewajiban Konsumen sebagai berikut:<sup>77</sup>

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Menurut Ahmad Miru dan Sutarman Yodo mengatakan bahwa hak – hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam pasal 4 undang – undang perlindungan konsumen, lebih luas daripada hak – hak dasar konsumen sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh presiden Amerika Serikat J.F.Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yaitu terdiri atas:<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> Pasal 5 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>78</sup> Hondius, *Konsumenterecht, Praeadvis in Nederlanse Vereniging voor Rechtverlinjing, Kluwe – Deventer*. 1972, hlm. 14,26,31 dst. Dikutip dari : Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen dilihat dari Sudut Perjanjian Baku*, dimuat dalam hasil symposium aspek – aspek hokum masalah perlindungan konsumen yang diselenggarakan oleh BPHN, Bina

1. Hak memperoleh keamanan
2. Hak memilih
3. Hak mendapat informasi
4. Hak untuk didengar

Keempat hak tersebut merupakan bagian dari Deklarasi Hak – Hak Asasi Manusia yang dicanangkan PBB pada tanggal 10 Desember 1948, masing – masing pada pasal 3, 8,19,21 dan pasal 26 yang oleh Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union-IOCU*) ditambahkan empat hak dasar konsumen lainnya, yaitu:<sup>79</sup>

1. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup
2. Hak untuk memperoleh ganti rugi
3. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen
4. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat

Di samping itu, Masyarakat Eropa (*Europese Economische Gemeenschap atau EEG*) juga telah menyepakati lima hak dasar konsumen sebagai berikut:<sup>80</sup>

---

Cipta, Jakarta, 1986, hlm. 61. Lihat Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2014, hlm.38-39

<sup>79</sup> C.Tantri D dan Sulastrri, *Gerakan Organisasi Konsumen*, Seri Panduan Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Jakarta, The Foundatuion, 1995, hlm. 19-21

<sup>80</sup>Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen dilihat dari Sudut Perjanjian Baku*, dimuat dalam hasil symposium aspek – aspek hukum masalah perlindungan konsumen yang diselenggarakan oleh BPHN, Bina Cipta, Jakarta, 1986, hlm. 61

- a. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan (*recht op bescherming van zjin gezondheid en veiligheid*).
- b. Hak perlindungan kepentingan ekonomi (*recht op bescherming van zjin economische belangen*).
- c. Hak mendapat ganti rugi (*recht op schadevergoeding*).
- d. Hak atas penerangan (*recht op voorlichting en vorming*).
- e. Hak untuk didengar (*recht om te worden gehord*).

Memperhatikan hak – hak tersebut di atas, maka secara keseluruhan pada dasarnya dikenal 10 macam hak konsumen, yaitu sebagai berikut.<sup>81</sup>

1. Hak atas keamanan dan keselamatan.

Hak atas keamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengonsumsi suatu produk.

2. Hak untuk memperoleh informasi.

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang

---

<sup>81</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2014, hlm.41

tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan atau sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.

Informasi yang merupakan hak konsumen tersebut di antaranya adalah mengenai manfaat kegunaan produk, efek samping atas penggunaan dari produk tersebut. Informasi tersebut dapat disampaikan baik secara lisan, maupun melalui iklan – iklan yang disampaikan oleh produsen, baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Informasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiaannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik konsumen maupun produsen.

### 3. Hak untuk memilih.

Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk – produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak untuk memilih ini konsumen

berhak memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk, demikian pula keputusan untuk memilih baik kualitas maupun kuantitas jenis produk yang dipilihnya.

Hak memiliki yang dimiliki oleh konsumen ini hanya ada jika ada alternative pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika suatu produk dikuasai secara monopoli oleh suatu produsen atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain (baik barang maupun jasa), maka dengan sendirinya hak untuk memilih ini tidak akan berfungsi.

Berdasarkan hal tersebut, maka ketentuan yang dapat membantu penegakan hak tersebut dapat dilihat dalam undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menentukan bahwa :

“Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat berupa:

- a. Menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar yang bersangkutan.
- b. Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu.

- c. Membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar yang bersangkutan.
  - d. Melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.
4. Hak untuk didengar.
- Hak untuk didengar ini merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk – produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, ataukah berupa pengaduan atas adanya kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu produk, atau yang berupa pernyataan/pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen. Hak ini dapat disampaikan baik secara perorangan, maupun secara kolektif, baik yang disampaikan secara langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu, misalnya melalui YLKI.
5. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup.
- Hak ini merupakan hak yang sangat mendasar, karena menyangkut hak untuk hidup. Dengan demikian, setiap orang (konsumen) berhak untuk memperoleh kebutuhan dasar (barang atau jasa) untuk mempertahankan hidupnya (secara layak). Hak – hak ini terutama yangb berupa hak atas pangan, sandang, papan, serta hak – hak lainnya

yang berupa hak untuk memperoleh pendidikan, kesehatan, dan lain – lain.

6. Hak untuk memperoleh ganti kerugian.  
Hak atas ganti kerugian ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini sangat terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen, baik yang berupa kerugian materi, maupun kerugian yang menyangkut diri (sakit, cacat, bahkan kematian) konsumen. Untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai (di luar pengadilan) maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.
7. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen.  
Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen ini dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan maupun keterampilan yang diperlukan agar dapat terhindar dari kerugian akibat penggunaan produk, karena dengan pendidikan konsumen tersebut, konsumen akan dapat menjadi lebih kritis dan teliti dalam memilih suatu produk yang dibutuhkan.
8. Hak memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.  
Hak atas lingkungan yang bersih dan sehat ini sangat penting bagi setiap konsumen dan lingkungan. Hak untuk memperoleh lingkungan

bersih dan sehat serta hak untuk memperoleh informasi tentang lingkungan ini diatur dalam pasal 5 undang – undang nomor 23 tahun 1997.

9. Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya.

Hak ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat permainan harga secara tidak wajar. Karena dalam keadaan tertentu konsumen dapat saja membayar harga suatu barang yang jauh lebih tinggi daripada kegunaan atau kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang diperolehnya. Penegakkan hak konsumen ini didukung pula oleh ketentuan dalam pasal 5 ayat 1 dan pasal 6 undang-undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Ketentuan di dalam pasal 5 ayat 1 undang – undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, menentukan bahwa :

*“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.”*

10. Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut.

Hak ini tentu saja dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat



penggunaan produk dengan melalui jalur hukum. Sepuluh hak konsumen, yang merupakan himpunan dari berbagai pendapat tersebut di atas hampir semuanya sama dengan hak – hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal 4 undang-undang perlindungan konsumen sebagaimana dikutip sebelumnya.

Hak – hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal 4 undang – undang perlindungan konsumen tersebut, terdapat satu hak yang tidak terdapat pada 10 hak konsumen yang diuraikan sebelumnya, yaitu hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, namun sebaliknya pasal 4 undang – undang perlindungan konsumen tidak mencantumkan secara khusus tentang hak untuk memperoleh kebutuhan hidup, dan hak memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat. tapi hak tersebut dapat dimasukkan ke dalam hak yang disebutkan terakhir dalam pasal 4 undang – undang perlindungan konsumen tersebut, yaitu hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya. Sedangkan hak-hak lainnya hanya perumusannya yang lebih dirinci, tapi pada dasarnya sama dengan hak – hak yang telah disebutkan sebelumnya.

Hak – hak konsumen sebagaimana disebut di atas secara ringkas dapat dijelaskan sebagai berikut : hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman, dan yang memberi keselamatan. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa, dan harta bendanya karena memakai atau mengonsumsi produk (misalnya makanan). Dengan demikian, setiap produk, baik dari segi komposisi bahan, konstruksi, maupun kualitasnya harus diarahkan untuk mempertinggi rasa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.<sup>82</sup>

Tidak dikehendaki adanya produk yang dapat mencelakakan dan mencederai konsumen. Oleh karena itu, produsen wajib mencantumkan label produknya sehingga konsumen dapat mengetahui adanya unsur – unsur yang dapat membahayakan keamanan dan keselamatan dirinya atau menerangkan secara lengkap perihal produknya sehingga konsumen dapat memutuskan apakah produk tersebut cocok baginya (hak untuk memilih). Termasuk dalam hal ini juga adalah bahwa produsen harus memeriksa barang produknya sebelum diedarkan sehingga makanan yang sudah kadaluarsa (*expired*) dan tidak layak untuk dikonsumsi lagi tidak sampai ke tangan konsumen. Dengan

---

<sup>82</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. 33

demikian, terpenuhi pula hak konsumen atas informasi dan hak untuk memilih.s

Tiga hak yang menjadi prinsip dasar dalam hak – hak konsumen yang telah dikemukakan, secara garis besar, yaitu :<sup>83</sup>

- a. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan.
- b. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar.
- c. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Dengan demikian, ketiga hak atau prinsip dasar tersebut merupakan himpunan beberapa hak konsumen sebagaimana diatur dalam undang – undang perlindungan konsumen, maka hal tersebut sangat esensial bagi konsumen, sehingga dapat dijadikan/merupakan prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia.

Selain itu, kewajiban konsumen adalah :<sup>84</sup>

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan.

---

<sup>83</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip – Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000, hlm. 140 dalam Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2014, hlm.46-47

<sup>84</sup> Pasal 5 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- b. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Adanya kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan, merupakan hal penting mendapat pengaturan. Kemudian, pentingnya kewajiban ini dikarenakan sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas pada label suatu produk, namun konsumen tidak membaca peringatan yang telah disampaikan kepadanya. Dengan pengaturan kewajiban ini, memberikan konsekuensi pelaku usaha tidak bertanggung jawab, jika konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut. Misalnya untuk penggunaan obat – obatan dari dokter atau berdasarkan etiket produk tersebut telah diberikan instruksi bahwa pemakaiannya hanya dalam dosis tertentu, namun konsumen sendiri yang tidak mematuhi instruksi tersebut. Kesalahan konsumen dalam penggunaan produk, juga banyak terjadi pada penggunaan obat bebas (obat tanpa resep). Meskipun obat bebas tersebut adalah obat yang dinyatakan oleh para ahli aman dan manjur apabila digunakan sesuai petunjuk yang tertera pada label beserta peringatannya, namun konsumen harus menyadari bahwa mengobati diri

sendiri dengan menggunakan obat bebas sesungguhnya bukanlah hal yang mudah, sederhana, dan selalu menguntungkan. Tanpa dibekali dengan pengetahuan yang memadai, tindakan tersebut dapat menyebabkan terjadinya ketidaktepatan penggunaan obat, yang bukannya menyembuhkan tetapi justru memperparah penyakit, memperburuk kondisi tubuh atau menutupi gejala yang sesungguhnya menjadi ciri utama penyakit yang lebih serius dan berbahaya.

Menyangkut kewajiban konsumen beriktikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha).<sup>85</sup>

Kewajiban konsumen membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha, adalah hal yang sudah biasa dan sudah semestinya demikian. Kewajiban lain yang perlu mendapat penjelasan lebih lanjut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Kewajiban ini dianggap sebagai hal baru, sebab sebelum diundangkannya undang – undang perlindungan konsumen hampir tidak dirasakan adanya

---

<sup>85</sup> Kewajiban pelaku usaha beriktikad baik, sepenuhnya diuraikan dalam telaah terhadap ketentuan pasal 7 undang – undang nomor 5 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

kewajiban secara khusus ini dalam perkara perdata, sementara dalam kasus pidana tersangka/terdakwa lebih banyak dikendalikan oleh aparat kepolisian dan/atau kejaksaan.

Di Korea Selatan, hak dan kewajiban konsumen diatur dalam Chapter II *Consumers Rights and Duties, Article 4 (Fundamental Rights of Consumers)* “Consumers shall have the fundamental rights provided for in the following subparagraphs”:<sup>86</sup>

- a. *The rights to have their lives, bodies or property protected against any danger and injury caused by goods or services (here in after referred to as goods, etc).* (Hak untuk memiliki kehidupan mereka, badan atau hak milik dilindungi terhadap bahaya dan cedera yang disebabkan oleh barang atau jasa (selanjutnya disebut sebagai barang,dll).
- b. *The rights to be provided with the knowledge and information necessary for selecting goods, etc.* (Hak untuk diberikan dengan pengetahuan dan informasi diperlukan untuk memilih barang, dll).
- c. *The rights to select freely the other party of transaction, purchasing place, price, conditions of transaction, etc, for using goods, etc.*(Hak untuk memilih secara bebas pihak lain transaksi, tempat pembelian, harga, kondisi transaksi, dll untuk menggunakan barang, dll).

---

<sup>86</sup> Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kemi Media, 2016, hlm. 90-91

- d. *The right to have their opinions reflected in policies of the state and local governments, business activities of enterprisers, etc. which have an influence on their daily lives as consumers* (Hak untuk memiliki pendapat mereka tercermin dalam kebijakan negara dan pemerintah daerah, kegiatan pengusaha – pengusaha, dll yang memiliki pengaruh pada kehidupan sehari – hari sebagai konsumen).
- e. *The right to obtain proper compensation for damages sustained due to use of goods, etc. according to prompt and fair procedures* (Hak untuk mendapatkan kompensasi yang layak atas kerusakan yang diderita akibat penggunaan barang, dll sesuai dengan permintaan dan prosedur yang adil).
- f. *The right to receive the education necessary for carrying on their rational lives as consumers* (Hak untuk menerima pendidikan yang diperlukan untuk menjalankan kehidupan rasionalnya sebagai konsumen).
- g. *The right to establish an organization and work there in order to promote their rights and interests as consumers* (Hak untuk mendirikan sebuah organisasi dan bekerja di dalamnya dalam rangka untuk mempromosikan hak – hak dan kepentingan mereka sebagai konsumen).
- h. *The right to enjoy consumption in a safe and pleasant consumption environment* (Hak untuk

menikmati konsumsi dalam lingkungan konsumsi yang aman dan menyenangkan).

**Article 5 (Duties of Consumers) (Kewajiban Konsumen)**

- (1) *Consumers shall make the right choice of goods, etc. and exercise justly their fundamental rights provided for in Article 4 through recognizing themselves as the main constituent of the free market economy with enterprisers, etc.* (Konsumen harus membuat pilihan yang tepat barang, dll dan melaksanakan hak – hak dasar mereka adil yang diatur dalam pasal 4 sampai mengakui dirinya sebagai pemilih utama dari ekonomi pasar bebas dengan enterprisers, dll).
- (2) *Consumers shall endeavor to acquire knowledge and information necessary for promoting their own rights and interests.* (Konsumen akan berusaha untuk memperoleh pengetahuan dan informasi yang diperlukan untuk mempromosikan hak – hak dan kepentingannya sendiri).
- (3) *Consumers shall lead resource saving and environment-friendly consumptive lives independently and nationally, and thereby play a positive role in the improvement of their lives as consumers and the development of the national economy.* (Konsumen akan menyebabkan sumber daya hemat dan ramah lingkungan konsumtif secara bebas independen dan rasional, dan dengan demikian memainkan peran positif dalam



peningkatan kehidupannya sebagai konsumen dan perkembangan perekonomian nasional).

Hak konsumen menurut hukum Cina diatur dalam *Law of the People's Republic of China on Protection of Consumer Rights and Interests, adopted at the Fourth Meeting of the Standing Committee of the Eighth National People's Congress on October 31, 1993, and shall enter into force as of January 1, 1994, Chapter II, Article 7 to 15.*<sup>87</sup>

#### **Article 7**

*Consumers shall, in their purchasing and using commodities or receiving services, enjoy the right of the inviolability of their personal and property safety.*

(Konsumen harus, dalam pembelian mereka dan menggunakan komoditas atau jasa menerima, menikmati hak tidak dapat diganggu gugat keselamatan pribadi dan hak miliknya).

*Consumers shall have the right to demand business operators to supply commodities and services up to the requirements of personal and property safety.*

(Konsumen berhak untuk menuntut operator bisnis untuk komoditas dan jasa pasokan hingga persyaratan keselamatan pribadi dan properti).

---

<sup>87</sup> Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kemi Media, 2016, hlm.91-96

### **Article 8**

*Consumers shall enjoy the right to obtain true information of the commodities they purchase and use or the services they receive.*

*Consumers shall have the right to demand business operators, in light of the different conditions of commodities or services, to provide their prices, origin, manufacturers, usage, functions, standards, grades, main ingredients, date of production, term of validity, certificates of inspection, operation instructions, aftersale services or information relating to contents, standards and costs of the services.*

(Konsumen harus menikmati hak untuk memperoleh informasi yang benar dari komoditas yang mereka membeli dan menggunakan atau layanan yang mereka terima. Konsumen berhak untuk menuntut pelaku usaha, mengingat kondisi yang berbeda dari komoditi atau jasa, untuk memberikan harga, asal, produsen, penggunaan, fungsi, standar, nilai, bahan utama, tanggal produksi, masa berlakunya, sertifikat mereka inspeksi, instruksi pengoperasian, layanan aftersale atau informasi yang berkaitan dengan isi, standar dan biaya layanan).

### **Article 9**

*Consumers shall enjoy the right of free choice of commodities or services. Consumers shall have the right to make a free choice of business operators for supply of commodities or services, select freely among*

*varieties of articles or forms of services and decide independently to buy or not to buy any kind of commodities, or to accept or not to accept any item of services.*

(Konsumen harus menikmati hak pilihan bebas komoditas atau jasa. Konsumen berhak untuk membuat pilihan bebas pelaku usaha untuk pasokan komoditas atau jasa, pilih bebas antara varietas artikel atau bentuk layanan dan memutuskan secara independen untuk membeli atau tidak membeli segala jenis komoditas, atau untuk menerima atau tidak menerima barang layanan).

*Consumers shall have the right to make comparisons, differentiations and selections when they make a free choice of commodities or service.*

(Konsumen berhak untuk membuat perbandingan, diferensiasi dan pilihan ketika mereka membuat pilihan bebas komoditas atau jasa).

### ***Article 10***

*Consumers shall enjoy the right of fair deal.*

*Consumers shall, in their purchasing commodities or receiving services, have the right to obtain fair deal prerequisites such as guarantee of quality, reasonable prices and correct measurement, and have the right to refuse any compulsory transaction of business operators.*

(Konsumen wajib, mereka membeli komoditas atau menerima layanan, memiliki hak untuk memperoleh

prasyarat kesepakatan yang adil seperti jaminan kualitas, harga yang wajar dan pengukuran yang benar, dan memiliki hak untuk menolak transaksi wajib pelaku usaha).

### ***Article 11***

*Purchasing or using of commodities or receiving of services shall have the right to demand compensations in accordance with the law.*

(Membeli atau menggunakan komoditas atau menerima layanan berhak untuk menuntut kompensasi sesuai dengan hukum).

### ***Article 12***

*Consumers shall have the right to form public organizations for the maintenance of their own legitimate rights and interests according to law.*

(Konsumen berhak untuk membentuk organisasi publik untuk pemeliharaan hak – hak sah mereka sendiri dan kepentingan menurut hukum).

### ***Article 13***

*Consumers shall have the right to acquire knowledge concerning consumption and protection of consumer rights and interests.*

*Consumers shall make efforts to master the knowledge of their necessary commodities or services and the skill in operation thereof, apply the commodities in a*

*correct way and raise their consciousness of self-protection.*

(Konsumen berhak untuk memperoleh pengetahuan mengenai konsumsi dan perlindungan hak – hak konsumen dan kepentingan. Konsumen akan melakukan upaya untuk menguasai pengetahuan komoditas atau jasa yang diperlukan dan keterampilan dalam operasi daripadanya, menerapkan komoditas dengan cara yang benar dan meningkatkan kesadaran mereka perlindungan diri).

#### ***Article 14***

*Consumers shall, in their purchasing and using commodities or receiving services, have the right that their human dignity, national customs and habits are respected.*

(Konsumen harus, dalam pembelian mereka dan menggunakan komoditas atau menerima layanan, memiliki hak yang martabat manusia mereka, adat istiadat dan kebiasaan nasional yang dihormati).

#### ***Article 15***

*Consumers shall have the right to exercise supervision over commodities, services as well as the work of protection of consumer rights and interests.*

(Konsumen berhak untuk melakukan pengawasan atas komoditas, jasa serta karya perlindungan hak – hak konsumen dan kepentingan).

*Consumers shall have the right to inform and charge against the infringement upon consumer rights and interests and the breach of law or neglect of duty on the part of State organs and their functionaries in the work of protection of consumer rights and interests, and have the right to raise criticism of or proposals for the work of protection of consumer rights and interests.*

(Konsumen berhak untuk menginformasikan dan tuduhan terhadap pelanggaran atas hak – hak konsumen dan kepentingan dan pelanggaran hukum atau mengabaikan tugas pada bagian organ negara dan fungsionaris mereka dalam pekerjaan perlindungan hak-hak konsumen dan kepentingan, dan memiliki hak untuk meningkatkan kritik atau proposal untuk pekerjaan perlindungan hak – hak konsumen dan kepentingan).

Pasal 6 Undang – Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang hak pelaku usaha adalah sebagai berikut :

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dan tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.

4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang yang diperdagangkan.
5. Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya.

Sedangkan kewajiban daripada pelaku usaha diatur dalam pasal 7 Undang – Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu :

1. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang yang berlaku.
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang yang diperdagangkan.

7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Di Korea Selatan, kewajiban pelaku usaha diatur dalam *Article 19 (Duties of Enterprisers)*, yang berbunyi:<sup>88</sup>

(1) *In order to prevent any danger and injury to the lives, bodies or property of consumers due to goods, etc., enterprisers shall take necessary measures.*

(Untuk mencegah bahaya dan cedera pada kehidupan, tubuh atau properti dari konsumen karena barang, dll, pengusaha – pengusaha harus mengambil langkah yang diperlukan).

(2) *No enterpriser shall use any condition or method of trade which might infringe on the rational choice or interest of consumers, in the supply of goods, etc.*

(Tidak ada wiraswasta harus menggunakan kondisi atau metode perdagangan yang mungkin melanggar pilihan rasional atau kepentingan konsumen, dalam penyediaan barang, dll).

(3) *Enterprisers shall sincerely provide consumers with accurate information on goods, etc.*

---

<sup>88</sup> Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Keni Media, 2016, hlm. 97-98



(Pengusaha – pengusaha harus tulus memberikan informasi akurat kepada konsumen tentang barang, dll).

(4) *Enterprisers shall sincerely handle the personal information of consumers lest such information should be lost, stolen, leaked, altered or damaged.*

(Pengusaha – pengusaha harus tulus menangani informasi pribadi dari konsumen agar informasi tersebut harus hilang, dicuri, bocor, diubah atau rusak).

(5) *Enterprisers shall settle any consumers complaints or dagamges due to the defects of goods, etc. through providing necessary compensation, etc. and indemnify them for any damages caused by non-fulfillment, etc of obligation.*

(Pengusaha – pengusaha harus menyelesaikan keluhan atau kerusakan apapun konsumen karena cacat barang, dll melalui penyediaan kompensasi yang diperlukan, dll dan mengganti kerugian mereka untuk kerugian yang disebabkan oleh tidak terpenuhinya, dll kewajiban).

Dalam pasal 8 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dilarang melakukan :

1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang – undangan.

2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang tersebut.
5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang tersebut.
6. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang tersebut.
7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
8. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label.
9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.

10. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang – undangan yang berlaku.

Kemudian pelaku usaha dilarang:

1. Memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.<sup>89</sup>
2. Memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.<sup>90</sup> Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran tersebut dilarang memperdagangkan barang tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.<sup>91</sup>
3. Menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang secara tidak benar, dan/atau seolah – olah :<sup>92</sup>
  - a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, sejarah atau guna tertentu.
  - b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru.

---

<sup>89</sup> Pasal 8 ayat 2 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>90</sup> Pasal 8 ayat 3 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>91</sup> Pasal 8 ayat 4 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>92</sup> Pasal 9 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- c. Barang tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri – ciri kerja atau aksesoris tertentu.
  - d. Barang tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi.
  - e. Barang tersebut tersedia.
  - f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi.
  - g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu.
  - h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu.
  - i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang lain.
  - j. Menggunakan kata – kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tampak keterangan yang lengkap.
  - k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
4. Menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai: harga atau tariff suatu barang, kegunaan suatu barang, kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang, tawaran potongan harga atau hadiah

menarik yang ditawarkan, bahaya penggunaan barang.<sup>93</sup>

5. Dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan menyatakan barang tersebut seolah – olah telah memenuhi standar mutu tertentu, menyatakan barang tersebut seolah – olah tidak mengandung cacat tersembunyi, tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain, tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain, menaikkan harga atau tarif barang sebelum melakukan obral.<sup>94</sup>
6. Menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang 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.<sup>95</sup>
7. Menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang lain secara cuma – Cuma

---

<sup>93</sup> Pasal 10 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>94</sup> Pasal 11 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>95</sup> Pasal 12 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjkannya.<sup>96</sup>

8. Menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang lain.<sup>97</sup>
9. Menawarkan barang yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan, mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa, memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan, mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.<sup>98</sup>
10. Usaha periklanan memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang serta ketepatan waktu penerimaan barang, mengelabui jaminan/garansi terhadap barang, memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang, tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang,

---

<sup>96</sup> Pasal 13 ayat 1 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>97</sup> Pasal 13 ayat 2 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>98</sup> Pasal 14 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizing yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan, melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang – undangan mengenai periklanan.<sup>99</sup>

---

<sup>99</sup> Pasal 17 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen





## **BAB III**

---

### **PERKEMBANGAN PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN**

#### **A. Perlindungan Konsumen Amerika Serikat dan Eropa**

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis dapat mengubah perilaku pelaku usaha untuk melakukan persaingan usaha tidak sehat berkaitan dengan produk barang yang dihasilkannya. Hal ini mengingat tujuan berbisnis adalah mencapai keuntungan yang sebesar – besarnya, sehingga pelaku usaha berusaha untuk memenangkan persaingan tersebut meskipun dilakukan melalui cara – cara yang bertentangan dengan etika dan hukum sehingga tidak hanya pelaku usaha lainnya yang dirugikan tetapi juga konsumen.

Berkaitan dengan hal itu, maka konsumen perlu dilindungi secara hukum dari kemungkinan kerugian yang dialaminya karena praktik bisnis tidak sehat tersebut. Karena produk tentang produk barang, pengaturan tentang akibat hukum barang karena

informasi yang tidak benar, dan ketentuan penyelesaian sengketa yang efektif.<sup>100</sup>

Ide, gagasan, atau keinginan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen berkembang dari kasus – kasus yang timbul di masyarakat, terutama yang diselesaikan melalui pengadilan. Biasanya, negara – negara yang menganut sistem hukum Anglo Saxon, yang mendasarkan perkembangan hukumnya pada putusan – putusan pengadilan lebih banyak merespon ide atau gagasan perlindungan konsumen ini. Amerika Serikat dan Inggris dapat disebutkan sebagai contoh dalam perkembangan hukum mengenai perlindungan konsumen ini.<sup>101</sup>

Perkembangan hukum di kedua negara tersebut berdasarkan putusan – putusan pengadilan (*cases study*), namun tidak berarti bahwa negara – negara lain yang memakai sistem hukum Eropa Kontinental tidak memperhatikannya, tetapi harus diakui bahwa respon hukum mereka relatif lambat dikarenakan perkembangan hukum di negara – negara Eropa Kontinental lebih banyak didasarkan pada perubahan/pembaharuan undang-undang.<sup>102</sup>

Secara historis, perlindungan konsumen di Amerika Serikat diawali dengan gerakan konsumen di awal abad

---

<sup>100</sup> Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Bandung, Keni Media, 2016, hlm. 2

<sup>101</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 30

<sup>102</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 31

ke – 19. Di New York pada tahun 1891 terbentuk Liga Konsumen yang pertama kali dan pada tahun 1898 di tingkat nasional Amerika Serikat terbentuk Liga Konsumen Nasional “*The National Consumer League*”. Organisasi ini kemudian tumbuh dan berkembang dengan pesat sehingga pada tahun 1903 Liga Konsumen Amerika Serikat telah berkembang menjadi 64 (enam puluh empat) cabang yang meliputi 20 (dua puluh) negara bagian.<sup>103</sup>

Dalam perjalanannya gerakan ini mengalami berbagai hambatan untuk menggolkan *The Food and Drugs Act* dan *The Meat Inspection Act* tahun 1906. Perjuangan dimulai pada tahun 1892, namun parlemen gagal menghasilkan undang – undang. Kemudian di tahun 1902 mendapat dukungan dari Liga Konsumen Nasional, *The General Federation of Women’s Club* dan *State Food and Dairy Chemists*, namun gagal juga. Pada tahun 1906 dengan gigih serta mendapat dukungan dari Presiden Amerika Serikat, lahirlah *The Food and Drugs Act* dan *The Meat Inspection Act*.<sup>104</sup>

Kepentingan konsumen yang telah lama menjadi perhatian, secara tegas dikemukakan oleh presiden Amerika Serikat kala itu John F. Kennedy pada tahun 1962, menyampaikan pesan di depan Kongres tentang

---

<sup>103</sup> Endang Sri Wahyuni, *Aspek Hukum Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2003, hlm. 80

<sup>104</sup>Endang Sri Wahyuni, *Aspek Hukum Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2003, hlm. 80

pentingnya kedudukan konsumen di dalam masyarakat. Dalam preambull *consumer message* dicantumkan formulasi pokok – pokok pikiran yang sampai sekarang terkenal dengan hak – hak konsumen (*consumer bill of rights*). Presiden Jimmy Carter juga dikenang sebagai pendekar perlindungan konsumen karena perhatian dan apresiasinya yang besar. Dalam perkembangan selanjutnya, perlindungan konsumen terus berkembang ke seluruh dunia.<sup>105</sup>

Amerika Serikat tercatat sebagai negara yang banyak memberikan sumbangan dalam masalah perlindungan konsumen.<sup>106</sup> Perhatian terhadap perlindungan konsumen di Amerika Serikat (1960-an – 1970-an) mengalami perkembangan yang signifikan dan menjadi obyek kajian bidang ekonomi, sosial, politik, dan hukum, dengan munculnya buku – buku yang membahas perlindungan konsumen, diundangkannya banyak peraturan serta diikuti dengan putusan hakim yang memperkuat kedudukan konsumen.<sup>107</sup>

Masyarakat ekonomi Eropa menekankan perlunya perundang – undangan yang melindungi konsumen, berkaitan dengan hak perlindungan kesehatan dan keamanan, hak perlindungan kepentingan ekonomi, hak

---

<sup>105</sup> Gunawan Wijaya & Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hlm. 11-14

<sup>106</sup> Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2013, hlm. 27

<sup>107</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Bandung, Grasindo, 2004, hlm. 35

mendapat ganti rugi, dan hak untuk di dengar.<sup>108</sup> Namun, negara – negara yang tergabung dalam Masyarakat Ekonomi Eropa, baru menyikapi perlindungan konsumen, khususnya tanggung jawab produk pada tahun 1985 melalui petunjuk pengarahannya (*directive*) yang dikeluarkan Dewan Masyarakat Eropa pada tanggal 25 Juli 1985 di Brussel dan ditandatangani oleh J.Poos sebagai presiden Dewan. Selanjutnya, pada tanggal 11 September 1986 Ratu Beatrix menandatangani perubahan sebagai penyesuaian ke dalam *Burgerlijk Wetboek*.<sup>109</sup>

Perlindungan konsumen ditetapkan dalam putusan sidang umum PBB ke 106 pada tanggal 9 April 1985 Resolusi PBB tentang perlindungan konsumen (Resolusi 39/248) telah menegaskan enam kepentingan konsumen, antara lain :<sup>110</sup>

1. Perlindungan konsumen dari bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
2. Promosi dan perlindungan pada kepentingan ekonomi konsumen.
3. Tersedianya informasi yang mencukupi sehingga memungkinkan dilakukannya pilihan sesuai kehendak.
4. Pendidikan konsumen.

---

<sup>108</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm.31

<sup>109</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 31

<sup>110</sup> Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2008, hlm. 3

5. Tersedianya cara – cara ganti rugi yang efektif.
6. Kebebasan membentuk organisasi konsumen dan diberinya kesempatan kepada mereka untuk menyatakan pendapat sejak proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kepentingan konsumen.

Gerakan perlindungan konsumen Internasional telah mempunyai wadah yang disebut *International Organization of Consumers Union* (IOCU), yang menjadikan setiap tanggal 15 Maret sebagai hari Hak Konsumen sedunia.<sup>111</sup> Hal ini mengindikasikan bahwa kepentingan untuk pemenuhan hak konsumen sudah seharusnya menjadi kebutuhan masyarakat global. Gerakan konsumen global ditandai oleh globalisasi di berbagai bidang, yaitu globalisasi produk (tidak ada produk yang hanya dibuat oleh satu negara), globalisasi finansial (peredaran uang tidak mengenal negara), globalisasi perdagangan (dunia menjadi satu pasar), dan globalisasi teknologi (tergesernya alat produksi tradisional mengarah pada modernisasi dan mekanisasi).<sup>112</sup>

---

<sup>111</sup> Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor, Ghalia Indonesia, 2008, hlm.4

<sup>112</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta, Grasindo, 2006, hlm. 54

## **B. Perkembangan Lembaga Perlindungan Konsumen Indonesia**

Konsumen Indonesia merupakan bagian dari konsumen global, sehingga gerakan konsumen di dunia Internasional mau tidak mau menembus batas – batas negara, dan mempengaruhi kesadaran konsumen lokal untuk berbuat hal yang sama. Persaingan antar produsen saat ini semakin kuat, dan hal ini berarti konsumen mempunyai banyak pilihan terhadap produk barang dan jasa yang dikonsumsinya.

Keberadaan hukum perlindungan konsumen tidak bisa dilepaskan dengan sejarah gerakan perlindungan konsumen di dunia. Munculnya gerakan perlindungan konsumen di latar belakang beberapa hal terkait dengan kedudukan konsumen dan pelaku usaha, industrialisasi dan globalisasi yang terjadi di Amerika Serikat dan Eropa.

Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia, dipopulerkan dengan berdirinya lembaga swadaya masyarakat (*Non Governmental Organization*) yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia atau disingkat YLKI. Pendirian YLKI didasari pada perhatian atas kelangkaan produk nasional yang berkualitas dan kecenderungan memilih dan berbelanja produk impor di era tahun 70an, serta perhatian terhadap perlunya pemberdayaan bangsa dan produksi dalam negeri.

Kelembagaannya disahkan melalui Akte Notaris Loemban Tobing, S.H pada tanggal 11 Mei 1973.<sup>113</sup>

YLKI diprakarsai oleh figur – figur yang telah ikut berjasa dalam masa perjuangan kemerdekaan, sebagian besar diantaranya adalah para tokoh perempuan pejuang seperti Ibu Sujono Prawirabisma, Ibu SK Trimurti, Ibu Sormarno serta Ibu Lasmidjah Hardi (Ketua YLKI pertama). Keberadaan YLKI diharapkan tidak hanya dapat mendorong penggunaan produk dalam negeri ditengah maraknya keberadaan produk impor, tetapi juga memperkuat posisi konsumen.

Berbeda dengan gerakan konsumen di negara – negara maju, gerakan konsumen di Indonesia tidak hanya berfokus pada kepentingan konsumen semata. Sebagai suatu negara berkembang, di mana produsen juga dianggap masih berada pada tahap pertumbuhan, diperlukan sudut pandang yang seimbang untuk menilai kepentingan konsumen dan produsen.<sup>114</sup> Dukungan presiden dan gubernur Jakarta pada masa itu merupakan pendorong bagi keterlibatan lembaga pemerintah lainnya dalam kegiatan YLKI. YLKI bergabung dengan Organisasi Konsumen Internasional (*International Organization of Consumer's Union – IOCU*) sejak tanggal 15 Maret 1974, dan telah menjadi anggota penuh dari organisasi yang sekarang dikenal sebagai Consumers International (CI). Masa kini dapat dikatakan

---

<sup>113</sup> Sejarah-Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia <http://ylki.or.id/profil/sejarah/> diakses pada tanggal 20 April 2020

<sup>114</sup> Sejarah-Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia <http://ylki.or.id/profil/sejarah/> diakses pada tanggal 20 April 2020



sebagai masa pemantapan gerakan perlindungan konsumen dengan pembukaan kantor – kantor regional dengan maksud memperluas jangkauan upaya perlindungan konsumen.<sup>115</sup>

Hingga tahun 1995 CI telah mempunyai 203 anggota yang berasal dari 80 negara, termasuk YLKI dari Indonesia. Di samping kerja sama antar anggota, CI juga membentuk jaringan kerja dengan lembaga – lembaga lain yang secara singkat dipaparkan sebagai berikut:<sup>116</sup>

1. International Baby Food Action Network (IBFAN)  
IBFAN adalah lembaga yang memperjuangkan penggunaan air susu ibu (ASI) pada bayi dan menentang pembuatan produk susu bayi atau susu formula termasuk menentang tindakan – tindakan pemalsuan produk susu formula.
2. Health Action International (HAI) dan Action for Rational Drugs in Asia (ARDA)  
HAI adalah lembaga yang secara gencar mengampanyekan penggunaan obat – obatan secara rasional. Mereka bertugas memengaruhi pemerintah agar lebih memprioritaskan penggunaan obat – obatan yang aman, murah, dan efektif dalam pelayanan kesehatan masyarakat. Di Asia, lembaga ini memiliki jaringan yaitu ARDA.

---

<sup>115</sup> C. Tantri D dan Sulastri, *Gerakan Organisasi Konsumen*, Jakarta, YLKI dan The Asia Foundation, 1995, hlm. 3-4

<sup>116</sup> C. Tantri D dan Sulastri, *Gerakan Organisasi Konsumen*, Jakarta, YLKI dan The Asia Foundation, 1995, hlm. 6-9

3. Pesticide Action Network (PAN)  
PAN adalah lembaga yang kegiatannya menentang penyalahgunaan pestisida karena memengaruhi lingkungan. Mereka ini aktif mempromosikan sistem pertanian alternative tanpa pestisida, seperti pertanian organik, memantau pelaksanaan kode etik pemasaran pestisida yang dikeluarkan WHO dan FAO, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan bahaya dan dampak penyalahgunaan pestisida.
4. Food Irradiation Network (FIN)  
FIN adalah lembaga yang bertugas memantau praktik penggunaan teknologi nuklir untuk pengawetan bahan makanan dan dampaknya.
5. Action Group Halt Advertising and Sales Tobacco (AGHAST)  
AGHAST adalah lembaga yang bertujuan untuk melawan iklan – iklan rokok yang semakin gencar.
6. No MSG Please  
No MSG Please adalah lembaga yang secara khusus bertugas memantau perdagangan bumbu masak (vetsin) yang semakin merajalela dan tidak rasional.
7. Consumer Education Network (CEN)  
CEN adalah lembaga yang bertugas untuk melakukan kegiatan pendidikan dan pelatihan di lingkungan gerakan konsumen untuk mendukung aksi – aksi Consumers International (CI).

8. Consumer Interpol

Consumer Interpol adalah lembaga yang bertugas untuk memasok informasi tentang berbagai produk di seluruh dunia dengan menerbitkan secara berkala Consumer Alert dan Consumer Interpol Memo yang berisi informasi tentang peredaran barang – barang berbahaya di seluruh dunia, memengaruhi kebijakan pemerintah mengenai barang – barang berbahaya ini.

9. Consumer Information and Documentation Center (CIDOC) dan Book Publisher Network (Book-Link)

CIDOC dan Book Publisher Network adalah lembaga yang bertugas di bidang pengolahan informasi, sekaligus berfungsi sebagai bank data, perpustakaan, dan penerbitan buku.

10. International Toxic Waste Action Network (ITWAN)

ITWAN adalah lembaga yang menentang praktik – praktik pembuangan limbah beracun.

Pada tahun 1973 oleh sekelompok pemerhati masalah – masalah konsumen didirikan YLKI yang didorong oleh rasa keprihatinan atas meningkatnya pembangunan industri dan perdagangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, tetapi sedikit mempersoalkan kepentingan konsumen. YLKI Jakarta didirikan dengan tujuan membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan dalam mengonsumsi barang dan jasa.

Selanjutnya, lembaga tersebut tumbuh dan berkembang di daerah – daerah wilayah Indonesia.

Untuk mencapai tujuan dari YLKI melaksanakan berbagai kegiatan yang diorganisasikan dalam berbagai bidang berikut :<sup>117</sup>

1. Bidang penelitian  
Bidang penelitian bertujuan untuk memberikan informasi yang objektif mengenai mutu barang karena informasi yang tersedia hanya berasal dari produsen secara sepihak.
2. Bidang pendidikan  
Bidang pendidikan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan konsumen, misalnya tentang hak dan kewajibannya sebagai konsumen, bagaimana menjadi konsumen yang baik dan bijak, dan sebagainya. Kegiatan yang dilakukan sehubungan dengan bidang ini, antara lain ceramah, menyusun materi penyuluhan, membimbing mahasiswa dan pelajar, serta membuat karya tulis.
3. Bidang penerbitan  
Bidang penerbitan bertujuan untuk menyebarluaskan pandangan dan hasil penelitian YLKI tentang produk dan soal – soal lain sekitar perlindungan konsumen. Berbagai buku panduan telah diterbitkan dan disebarluaskan YLKI di

---

<sup>117</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 248-249

samping terbitan berkala berupa majalah warta konsumen.

4. Bidang pengaduan

Bidang pengaduan, yaitu menerima pengaduan dari masyarakat dan kemudian mencoba mencari jalan penyelesaiannya, antara lain dengan bekerja sama, baik dengan produsen terkait maupun dengan pemerintah. Pengaduan yang ditindaklanjuti dapat berupa pengaduan langsung dari konsumen ataupun pengaduan yang disampaikan melalui media massa.

5. Bidang umum dan keuangan

Bidang umum dan keuangan berupa bidang yang berkaitan dengan organisasi YLKI sehingga dapat berjalan sebagaimana direncanakan.

Di dalam Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, yaitu pada Bab IX, pasal 44, yang menentukan:

- (1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
- (2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
- (3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan :

- a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati – hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
  - b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan;
  - 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.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam peraturan pemerintah.

Eksistensi lembaga konsumen di Indonesia, diakui secara yuridis formal. Akan tetapi, pengakuan ini masih bersyarat, artinya pemerintah baru mengakui lembaga konsumen kalau lembaga tersebut memenuhi syarat. Syarat yang dimaksud adalah jika lembaga itu terdaftar dan diakui serta bergerak di bidang perlindungan konsumen.<sup>118</sup>Setelah memenuhi syarat, lembaga

---

<sup>118</sup> Lih. Penjelasan Pasal 44 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

konsumen tersebut memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.

Pada peraturan pemerintah nomor 59 tahun 2001 tentang lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat diatur pengakuan LPKSM sebagai berikut : bahwa LPKSM yang diakui adalah LPKSM yang terdaftar pada pemerintah kabupaten/kota yang bergerak di bidang perlindungan konsumen menurut anggaran dasarnya. Bila sudah memenuhi syarat itu, LPKSM yang dimaksud dapat melakukan kegiatan di seluruh Indonesia. Sementara itu, tata cara pendaftaran LPKSM masih diatur lagi dalam keputusan presiden.

Sebagaimana dirumuskan di dalam pasal 44 ayat (3) Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di atas, ada sejumlah tugas dari lembaga konsumen. Tugas – tugas itu berkaitan dengan kegiatan penyebaran informasi, advokasi, memperjuangkan hak konsumen, kerja sama dengan instansi lain, dan pengawasan.

Menurut peraturan pemerintah nomor 59 tahun 2001, rincian tugas LPKSM adalah :

1. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban serta kehati – hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan atau jasa;
2. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan; dan
3. Melakukan kerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.

LPKSM mempunyai kewajiban untuk melaporkan pelaksanaan tugasnya kepada pemerintah kabupaten/kota setiap tahun.

### **C. Bentuk Perlindungan Negara Konsumen Indonesia**

Seperti diketahui bahwa undang – undang perlindungan konsumen menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain adalah untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Sebagai upaya untuk menghindari akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa tersebut, maka undang – undang menentukan berbagai larangan sebagai berikut :

Pasal 8 mengatur bahwa :

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 perundang – undangan.
  - 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, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi jabatan penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa 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 bahasa

Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan 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.

Ayat 1 huruf g

*Jangka waktu penggunaan/pemanfaatannya yang paling baik adalah terjemahan dari kata best before yang biasa digunakan dalam label produk makanan.*

Ayat 2

*Barang – barang yang dimaksud adalah barang – barang yang tidak membahayakan konsumen dan sesuai dengan ketentuan perundang – undangan yang berlaku.*

Ayat 3

*Sediaan farmasi dan pangan yang dimaksud adalah yang membahayakan konsumen menurut peraturan perundang – undangan yang berlaku.*

#### Ayat 4

*Menteri dan menteri teknis berwenang menarik barang dan/atau jasa dari peredaran.*

Pada intinya substansi pasal ini tertuju pada dua hal, yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud. Larangan – larangan yang dimaksudkan ini, hakikatnya menurut Nurmadjito yaitu untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.<sup>119</sup>

Berbeda dengan produk – produk lainnya, terhadap barang – barang yang berupa sediaan farmasi mendapat perlakuan khusus, karena kalau barang jenis ini rusak, cacat atau bekas, tercemar maka dilarang untuk diperdagangkan, walaupun disertai dengan informasi yang lengkap dan benar tentang barang tersebut.

Larangan – larangan yang tertuju pada produk sebagaimana dimaksudkan di atas adalah untuk memberikan perlindungan terhadap kesehatan/harta konsumen dari penggunaan barang dengan kualitas yang di bawah standar atau kualitas yang lebih rendah daripada nilai harga yang dibayar. Dengan adanya

---

<sup>119</sup> Nurmadjito, *Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, Penyunting, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 2000, hlm. 18

perlindungan yang demikian, maka konsumen tidak akan diberikan barang dengan kualitas yang lebih rendah daripada harga yang dibayarnya, atau yang tidak sesuai dengan informasi yang diperolehnya.

Untuk melindungi konsumen agar tidak dirugikan dari segi mutu barang, maka dapat ditempuh dengan berbagai cara antara lain:

### **1. Standar Mutu**

Berkenan dengan pengawasan kualitas/mutu barang, dalam WTO telah dicapai tentang hambatan teknis dalam perdagangan. Persetujuan ini mengikat negara yang menandatangani, untuk menjadi bahwa agar bila suatu pemerintah atau instansi lain menentukan aturan teknis atau standar teknis untuk keperluan keselamatan umum, kesehatan, perlindungan terhadap konsumen dan lingkungan hidup, atau untuk keperluan lain, maka peraturan standar pengujian serta sertifikasi yang dikeluarkan tidak menimbulkan rintangan yang tidak diperlukan terhadap perdagangan internasional.<sup>120</sup> Sedangkan untuk mengkaji kemungkinan risiko, elemen terkait yang perlu dipertimbangkan antara lain adalah tersedianya informasi ilmiah dan teknis, teknologi pemrosesan atau kegunaan akhir yang dituju oleh produk.<sup>121</sup>

---

<sup>120</sup> H.S. Kertadjoemena, *GATT dan WTO, Sistem, Forum, dan Lembaga Internasional di Bidang Perdagangan*, hlm. 126

<sup>121</sup> Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada, 2014, hlm. 67

Berdasarkan ketentuan di atas, maka produk yang masuk dalam suatu negara akan memenuhi ketentuan tentang standar kualitas yang diinginkan dalam suatu negara. Hal ini berarti produk impor yang dikonsumsi oleh konsumen akan memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh masing – masing negara, sehingga konsumen akan terlindungi baik dari segi kesehatan, maupun tentang jaminan diperolehnya produk yang baik sesuai dengan harga yang dibayarkan. Oleh karena itu, untuk mengawasi kualitas/mutu barang, diperlukan adanya standarisasi mutu barang.

Menyadari peranan standarisasi yang penting dan strategis tersebut, pemerintah dengan Keputusan Presiden Nomor 20 Tahun 1984 yang kemudian disempurnakan dengan Keputusan Presiden Nomor 7 Tahun 1989 membentuk Dewan Standardisasi Nasional. Disamping itu telah dikeluarkan pula Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1991 tentang Standar Nasional Indonesia (SNI) dan Keppres Nomor 12 Tahun 1991 tentang Penyusunan, Penerapan dan Pengawasan SNI dalam Rangka Pembinaan dan Pengembangan Standardisasi Secara Nasional.<sup>122</sup>

Dengan telah dibentuknya Dewan Standardisasi Nasional dan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1991 tentang Standar Nasional Indonesia, dan Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun

---

<sup>122</sup> Agung Putra, *Pengecualian dan Pengawasan Mutu Produk*, Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang-Kanwil Departemen Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, November 1995, hlm. 1

1991 tentang Penyusunan, Penerapan dan Pengawasan SNI, yang kemudian ditindaklanjuti dengan Surat Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 22/KP/II/95, maka mulai 1 Februari 1996 hanya ada satu standar mutu saja di Indonesia, yaitu Standar Nasional Indonesia (SNI)

Peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia saat ini, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional belum memadai untuk mengatur Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian. Peraturan tersebut belum selaras sebagai landasan hukum bagi penyelenggaraan kegiatan Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian yang telah berkembang dengan pesat. Oleh karena itu, kegiatan Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian perlu diatur dalam suatu undang-undang, yang dapat mewujudkan koordinasi, sinkronisasi, dan harmonisasi kegiatan, sehingga pelaksanaan kegiatan Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian di Indonesia dapat dilakukan secara efektif, efisien, terpadu, serta terorganisasi dengan baik dan pada akhirnya dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi, daya saing, dan perekonomian nasional.<sup>123</sup>

Pengaturan dalam Undang-Undang ini bertujuan melindungi kepentingan nasional dan meningkatkan daya saing nasional dengan berdasarkan asas manfaat, konsensus dan tidak memihak, transparansi dan

---

<sup>123</sup> Penjelasan atas Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian, hlm. 30

keterbukaan, efektif dan relevan, koheren, dimensi pembangunan nasional, serta kompeten dan tertelusur. Berdasarkan tujuan dan asas tersebut, Undang-Undang tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian memuat materi pokok yang meliputi kelembagaan, Standardisasi, Penilaian Kesesuaian, kerja sama, peran serta masyarakat, pembinaan, pengawasan, serta sistem informasi Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian.<sup>124</sup>

Pemerintah telah melakukan perubahan terhadap peraturan hukum tentang standardisasi. Dalam Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2014 tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian, pasal 1 angka 1 Standardisasi adalah proses merencanakan, merumuskan, menetapkan, menerapkan, memberlakukan, memelihara, dan mengawasi Standar yang dilaksanakan secara tertib dan bekerja sama dengan semua Pemangku Kepentingan.

Pemberlakukan SNI ini merupakan suatu usaha peningkatan mutu, yang disamping menguntungkan produsen, juga menguntungkan konsumen, tidak hanya konsumen dalam negeri tapi juga konsumen di luar negeri, karena standar yang berlaku di Indonesia telah disesuaikan dengan standar mutu internasional, yaitu dengan telah diadopsinya ISO 9000 oleh Dewan Standardisasi Nasional dengan Nomor Seri SNI 19-9000-1992. Di mana ISO 9000 sendiri pada umumnya:

---

<sup>124</sup> Penjelasan atas Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2014 Tentang Standardisasi dan Penilaian Kesesuaian, hlm. 30

1. Mengatur semua kegiatan dari perusahaan dalam hal teknis, administrasi dan sumber daya manusia yang mempengaruhi mutu produk dan jasa yang dihasilkan.
2. Memberikan kepuasan kepada para pelanggan dan pemakai akhir.
3. Penerapan konsep penghematan biaya dengan cara pelaksanaan pekerjaan yang benar pada setiap saat.
4. Memberikan petunjuk tentang koordinasi antara manusia, mesin dan informasi untuk mencapai tujuan standar.
5. Mengembangkan dan melaksanakan sistem manajemen mutu untuk mencapai tujuan mutu dari perusahaan.

Dengan demikian sasaran dari ISO 9000 mencakup kebutuhan dan kepentingan perusahaan, yaitu untuk mencapai dan memelihara mutu yang diinginkan dengan biaya yang optimum, yaitu dengan menggunakan sumber daya (teknologi, bahan dan manusia) yang tersedia secara terencana dan efisien.

Sasaran lainnya adalah untuk kebutuhan dan harapan pelanggan, yaitu kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan mutu yang diinginkan dan pemeliharannya secara konsisten. ISO 9000 akan menunjang program perbaikan mutu untuk mencapai



mutu yang memenuhi keinginan konsumen di seluruh dunia.<sup>125</sup>

Dengan diadopsinya ISO 9000 ini diharapkan dapat mengubah pola pikir pengusaha di negara berkembang yang pada umumnya berpendapat bahwa barang yang baik dan seragam tidak menguntungkan perusahaannya karena berbagai alasan seperti:

1. Penerapan standar mutu yang tinggi akan menaikkan ongkos produksi.
2. Penekanan atas mutu suatu produk akan mengurangi produktivitas.
3. Konsumen di dalam negeri tidak kritis dengan standar mutu.

Pemenuhan standar sangat diperlukan dalam transaksi perdagangan internasional karena menjamin keseragaman tingkat kualitas barang yang diperdagangkan. Demikian pula, pemenuhan standar juga dapat mengurangi sengketa tentang kualifikasi dan kualitas barang yang diekspor atau diimpor.<sup>126</sup>

Standar nasional Indonesia (disingkat SNI) adalah satu – satunya standar yang berlaku secara nasional di Indonesia. SNI dirumuskan oleh Komiter Teknis (dulu disebut sebagai panitia teknis) dan ditetapkan oleh Badan

---

<sup>125</sup> Ramlan Zoebir, *Penerapan Ketentuan Standardisasi Produk dalam Hubungannya dengan Sistem Jaminan Mutu*, Makalah disampaikan pada Diklat Analisa Perdagangan Internasional, Jakarta, 30 November 1996, hlm. 10

<sup>126</sup> International Trade Centre, *Business Guide to the Uruguay Round*, Commonwealth Secretariat, 1996, hlm. 117

Standar Nasional (disingkat BSN).<sup>127</sup> Penerapan SNI pada dasarnya bersifat sukarela. Namun, untuk keperluan melindungi kepentingan umum, keamanan negara, perkembangan ekonomi nasional, dan pelestarian fungsi lingkungan hidup, pemerintah dapat memberlakukan SNI tertentu secara wajib.

Suatu produk yang sudah memenuhi SNI akan diberi tanda SNI. Apabila SNI untuk produk tertentu telah diwajibkan, produk yang tidak bertanda SNI tidak boleh diedarkan atau diperdagangkan di wilayah RI. Sedangkan suatu produk yang berada di luar daftar yang wajib. Tanda SNI berfungsi sebagai tanda bahwa produk tersebut memiliki keunggulan (*value added*), tapi tidak melarang peredaran produk sejenis yang tidak bertanda SNI.<sup>128</sup>

Berikut ini merupakan daftar SNI yang diberlakukan wajib :<sup>129</sup>

No	NO SNI	Judul	Regulator	No. SK
1	SNI 0302:2014	Semen Portland porzolan	Kementerian Perindustrian	82/M-IND/PER/9/2015
2	SNI 7064: 2014	Semen Portland komposit	Kementerian Perindustrian	82/M-IND/PER/9/2015
3	SNI 3747:2009	Kakao bubuk	Kementerian Perindustrian	60/M-IND/PER/6/2010
4	SNI 7469:2013	Kompors gas	Kementerian	37/M-

---

<sup>127</sup> [http://www.bsn.go.id/main/sni/isi\\_sni/5](http://www.bsn.go.id/main/sni/isi_sni/5) di akses pada tanggal 13 April 2020

<sup>128</sup> [http://www.bsn.go.id/main/sni/isi\\_sni/39](http://www.bsn.go.id/main/sni/isi_sni/39) di akses pada tanggal 13 April 2020

<sup>129</sup> [http://sisni.bsn.go.id/index.php/?regtek/regulasi/sni\\_wajib/1/X9/X9/X9/X9](http://sisni.bsn.go.id/index.php/?regtek/regulasi/sni_wajib/1/X9/X9/X9/X9) diakses pada tanggal 13 April 2020

		tekanan rendah jenis dua dan tiga tungku dengan sistem pemantik	Perindustian	IND/PER/3/2015
5	SNI 0727:2008	Tali kawat baja untuk minyak dan gas bumi	Kementerian Perindustian	44/M-IND/PER/2/2012
6	SNI ISO 21690:2013	Kaca untuk bangunan-Blok kaca-spesifikasi dan metode uji	Kementerian Perindustian	83/M-IND/PER/9/2015
7	SNI ISO 13006:2010	Ubin keramik- definisi, klasifikasi, karakteristik dan penandaan	Kementerian Perindustian	01/M-IND/PER/1/2016
8	SNI 3140.3:2010/Amd 1:2011	Gula Kristal- bagian 3 : putih	Kementerian pertanian	68/Permentan/OT .140/6/2013
9	SNI 0098:2012	Ban mobil penumpang	Kementerian Perindustian	76/M-IND/PER/9/2015
10	SNI 0099:2012	Ban truk dan bus	Kementerian Perindustian	76/M-IND/PER/9/2015
11	SNI 0101:2012	Ban sepeda motor	Kementerian Perindustian	76/M-IND/PER/9/2015
12	SNI 0085:2009	Seng oksida	Kementerian Perindustian	102/M-IND/PER/11/2015
13	SNI 7709:2012	Minyak goreng sawit	Kementerian Perindustian	100/M-IND/PER/11/2015
14	SNI 04-6507.1-2002/Amd1-2006	Pemutus sirkit untuk proteksi arus lebih pada instansi rumah tangga dan sejenisnya-bagian 1:pemutus sirkit untuk operasi	Departemen Pekerjaan Umum	09 Tahun 2007

		arus bolak balik, amandemen 1		
15	SNI 04-6507.1-2002	Electrical accessories circuit breakers for overcurrent protection for household and similar instalations part 1 : circuit breakers for a.c operation	Kementerian energy dan sumber daya mineral	09 Tahun 2007
16	SNI 3751:2009	Tepung terigu sebagai bahan makanan	Kementerian Perindustrian	59/M-IND/PER/7/2015
17	SNI 7701:2011	Kawat baja kuens (quench) temper untuk kontruksi beton pratekan (PC/Bar/KBJP-Q)	Kementerian Perindustrian	83M-IND/PER/10/2014
18	SNI 2803:2012	Pupuk NPK padat	Kementerian Perindustrian	08/M-IND/PER/2/2014
19	SNI 7617 : 2013	Tekstil persyaratan zat warna azo, kadar formaidehida dan kadar logam terekstraksi pada kain	Kementerian Perindustrian	97/M-IND/PER/11/2015
20	SNI ISO 8124-4:2010	Keamanan mainan-bagian 4-ayunan, seluncuran dan mainan aktivitas sejenis untuk pemakaian di dalam dan di luar lingkungan	Kementerian Perindustrian	111/M-IND/PER/12/2015

		tempat tinggal		
21	SNI ISO 8124-3:2010	Keamanan mainan-bagian 3:migrasi unsur tertentu	Kementerian Perindustrian	111/M-IND/PER/12/2015
22	SNI ISO 8124-2:2010	Keamanan mainan-bagian 2 sifat mudah terbakar	Kementerian Perindustrian	111/M-IND/PER/12/2015
23	SNI ISO 8124-1:2010	Keamanan mainan-bagian 1 aspek keamanan yang berhubungan dengan sifat sifat fisis dan mekanis	Kementerian Perindustrian	111/M-IND/PER/12/2015
24	SNI IEC 62115:2011	Mainan elektrik-keamanan	Kementerian Perindustrian	111/M-IND/PER/12/2015
25	SNI 7618:2012	Regulator tekanan tinggi untuk tabung LPG	Kementerian Perindustrian	06/M-IND/PER/2/2014
26	SNI 7213:2014	Selang karet untuk kompor gas LPG	Kementerian Perindustrian	2/M-IND/PER/1/2016
27	SNI 8022:2014	Selang termoplastik elastomer untuk kompor gas LPG	Kementerian Perindustrian	2/M-IND/PER/1/2016
28	SNI 7369:2012	Regulator tekanan rendah untuk tabung baja LPG	Kementerian Perindustrian	15/M-IND/PER/3/2013
29	SNI 15-0048-2005/Amd1:2014	Kata pengaman diperkeras untuk kendaraan bermotor amandemen 1	Kementerian Perindustrian	80/M-IND/PER/9/2015

30	SNI ISO 25537:2011	Kaca untuk bangunan : cermin kaca lembaran berlapis perak	Kementerian Perindustrian	80/M- IND/PER/9/2015
31	SNI 0039:2013	Pipa baja saluran air dengan atau tanpa lapisan seng	Kementerian Perindustrian	11/M- IND/PER/2/2016
32	SNI 19-6713- 2002	Pengondisian udara dan pompa kalor tanpa saluran-pengujian dan penilaian kinerja	Kementerian energi dan sumber daya mineral	7 Tahun 2015
33	SNI 04-1922- 2002	Frekuensi standar	Kementerian energi dan sumber daya mineral	0034 Tahun 2005
34	SNI 04-6956.1- 2003	Pemutus sirkit arus sisa tanpa proteksi arus lebih terpadu untuk pemakaian rumah tangga dan sejenisnya (RCCB) bagian 1 umum	Kementerian energi dan sumber daya mineral	20 Tahun 2012
35	SNI 04-6958- 2003	Pemanfaat tenaga listrik untuk keperluan rumah tangga dan sejenisnya-label tanda hemat energy	Kementerian energi dan sumber daya mineral	18 Tahun 2014
36	SNI 04-6292.1- 2003	Peranti listrik rumah tangga dan sejenisnya- keselamatan	Kementerian energi dan sumber daya mineral	0038 Tahun 2005

		bagian 1 persyaratan umum		
37	SNI 04-7018- 2004	Sistem pasokan daya listrik darurat dan siaga	Departemen pekerjaan umum	29/PRT/M/2006

Masih banyak lagi yang didaftarkan dan bisa dilihat di situs resmi badan standarisasi nasional. Agar SNI memperoleh keberterimaan yang luas antara para stakeholder, maka SNI dirumuskan dengan memenuhi WTO Code of good practice, yaitu :<sup>130</sup>

1. Openess (Keterbukaan)

Terbuka bagi agar semua stakeholder yang berkepentingan dapat berpartisipasi dalam pengembangan SNI.

2. Transparency (Transparansi)

Transparan agar semua stakeholder yang berkepentingan dapat mengikuti perkembangan SNI mulai dari tahap pemrograman dan perumusan sampai ke tahap penetapannya. Dan dapat dengan mudah memperoleh semua informasi yang berkaitan dengan pengembangan SNI.

3. Consensus and Impartiality (konsensus dan tidak memihak)

Tidak memihak dan consensus agar semua stakeholder dapat menyalurkan kepentingannya dan diperlakukan secara adil.

---

<sup>130</sup> [http://www.bsn.go.id/main/sni/isi\\_sni/5](http://www.bsn.go.id/main/sni/isi_sni/5) di akses pada tanggal 13 April 2020

4. Effectiveness and relevance  
Efektif dan relevan agar dapat memfasilitasi perdagangan karena memperhatikan kebutuhan pasar dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.
5. Coherence  
Koheren dengan pengembangan standar internasional agar perkembangan pasar negara kita tidak terisolasi dari perkembangan pasar global dan memperlancar perdagangan internasional.
6. Development dimension (berdimensi pembangunan)  
Berdimensi pembangunan agar memperhatikan kepentingan publik dan kepentingan nasional dalam meningkatkan daya saing perekonomian nasional.

Begitu pentingnya perlindungan konsumen agar tidak keliru mengonsumsi suatu produk, maka berdasarkan Konvensi Paris, maupun dalam Yurisprudensi Mahkamah Agung, serta pengadilan di Indonesia, untuk menentukan apakah suatu merek memiliki persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya, kriteria utamanya adalah apakah dapat menyebabkan kekeliruan dan kekacauan bagi khalayak ramai.<sup>131</sup> Upaya perlindungan khalayak ramai konsumen dari kekeliruan tersebut lebih luas lagi jika menyangkut merek terkenal, karena larangan untuk menggunakan merek yang sama dengan

---

<sup>131</sup> Sudarga Gautama, *Hak Milik Intelektual Indonesia dan Perjanjian Internasional, TRIPs, GATT Putaran Paraguay*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1994, hlm. 21



merek yang sudah didaftarkan oleh pihak lain, secara umum berlaku untuk barang sejenis, tapi khusus mengenai merek terkenal, larangan tersebut juga dapat diberlakukan terhadap barang yang tidak sejenis,<sup>132</sup> yaitu jika penggunaan dari merek yang bersangkutan secara tidak wajar akan mengindikasikan adanya hubungan antara barang tersebut dengan pemilik merek yang telah didaftarkan.

Dasar penentuan ada tidaknya persamaan antara satu merek dengan merek lainnya atau dapat tidaknya membingungkan masyarakat, perlu pula mengamati cara pengucapan, penampilan dan maksud dari merek yang bersangkutan.<sup>133</sup>

Penentuan tentang ada tidaknya persamaan pada pokoknya atau pada keseluruhannya suatu merek terhadap merek lainnya yang didasarkan pada kekeliruan khalayak ramai (konsumen) memang tepat, karena salah satu tujuan penggunaan merek adalah agar pihak konsumen dapat mengetahui siapa yang memperdagangkan dan atau memproduksi barang yang bersangkutan. Melalui “tanda merek” tersebut piha konsumen dapat mengetahui kualitas barang/jasa yang bersangkutan baik melalui pengalamannya karena pernah menggunakan merek tersebut, atau informasi yang diperolehnya dari konsumen lain. Atau dengan, melalui “tanda merek” tersebut konsumen dapat menilai

---

<sup>132</sup> Pasal 6 ayat 2 UU No.15 Tahun 2001 tentang Merek

<sup>133</sup> Minnesota Departement of Trade and Economic Development, Trade Mark Protection, 1996, hlm. 5

kualitasnya karena mengetahui siapa yang memproduksi atau mengetahui barang dengan merek yang bersangkutan, sehingga “tanda merek” tersebut sangat mempengaruhi perdagangan si pedagang.<sup>134</sup>

Di samping itu, merek juga memberikan jaminan kualitas barang/jasa yang bersangkutan. Hal ini tidak hanya berguna bagi produsen pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang kepada konsumen.<sup>135</sup>

Berdasarkan hal di atas tampak bahwa selain sebagai tanda untuk membedakan antara satu produk dengan produk lainnya yang sejenis yang berguna bagi produsen, merek juga merupakan sarana informasi bagi konsumen, karena merek sangat berarti dalam mengidentifikasi/memberi ciri pada produk/jasa yang berasal dari sumber (produsen) tertentu. Pengetahuan konsumen terhadap merek tertentu dengan kualitas tertentu pula, juga akan mampu membangun keterikatan ke arah pembelian produk/jasa tersebut di masa mendatang.<sup>136</sup> Hal ini juga berarti bahwa pilihan konsumen terhadap barang yang menggunakan merek

---

<sup>134</sup> Ruhi Prasetya, *Peranan Hak atas Kekayaan Intelektual Dalam Dunia Perekonomian Indonesia dan Permasalahannya*, Makalah, Disajikan dalam Pelatihan Pengajar Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual III, Diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Airlangga Surabaya pada tanggal 4 – 22 Juli 2017, hlm. 5

<sup>135</sup> Muhammad Djumahan dan R. Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual (Sejarah, Teori, dan Prakteknya di Indonesia)*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1993, hlm. 125

<sup>136</sup> Ahmad Miru dan Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2011, hlm. 75

tertentu akan menguntungkan produsennya karena penggunaan merek juga mempunyai fungsi untuk menghubungkan antara barang dengan pemilik hak merek atau yang terdaftar sebagai pemakai merek tersebut.

Perlindungan konsumen dan keuntungan produsen yang didasarkan pada penggunaan merek tertentu akan berlangsung lama karena pada dasarnya penggunaan merek/hak atas merek tidak memiliki jangka waktu berakhir yang sesungguhnya, karena jangka waktu perlindungan hak atas merek tersebut dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama setiap kali akan berakhir, asal pemegang hak merek membayar biaya perpanjangan.<sup>137</sup>

Bagian perlindungan hak atas kekayaan intelektual yang juga memiliki peran sama dengan merek dan juga memiliki perlindungan yang tanpa batas tertentu adalah indikasi geografis, yaitu tanda yang mengindikasikan suatu barang sebagai berasal dari wilayah salah satu anggota, atau suatu daerah di dalam wilayah tersebut, di mana tempat asal barang tersebut merupakan hal yang sangat penting bagi reputasi dari barang yang bersangkutan karena kualitas dan karakteristiknya. Hak atas indikasi geografis tersebut dalam perundang – undangan Indonesia juga telah diatur, dalam undang – undang nomor 15 tahun 2001 tentang Merek. Hak atas indikasi geografis tersebut dalam undang – undang ini

---

<sup>137</sup>Peter Meinhardt and Keith R. Havelock, *Concise Trade Mark Law and Practice*, Gower, England, 1983, hlm. 7

dibedakan dengan hak atas indikasi asal. Rumusan masing – masing hak atas kekayaan intelektual tersebut dapat dilihat dalam pasal 56 ayat 1 dan pasal 59 undang-undang merek 2001, sebagai berikut :

Pasal 56 ayat 1

Indikasi geografis dilindungi sebagai suatu tanda yang menunjukkan daerah asal suatu barang yang karena faktor lingkungan geografis termasuk alam, faktor manusia, atau kombinasi dari kedua faktor tersebut, memberikan ciri dan kualitas tertentu pada barang yang dihasilkan.

Pasal 59 :

Indikasi asal dilindungi sebagai suatu tanda yang:

- a. memenuhi ketentuan pasal 56 ayat 1 tetapi tidak didaftarkan; atau
- b. semata – mata menunjukkan asal suatu barang atau jasa.

Selain itu, keamanan produk pada saat proses produksi, suatu produk juga kualitasnya dapat menurun karena perjalanan waktu, sehingga untuk produk tertentu, khususnya makanan, ditentukan masa daluwarsa. Masa daluwarsa suatu produk baik pada tanggal, bulan dan tahun dicantumkan pada label makanan dimaksudkan agar konsume mendapat informasi yang jelas mengenai produk yang dibelinya atau dikonsumsinya. Akan tetapi, tanggal yang biasanya tercantum pada label produk tersebut tidak hanya masa

daluwarsanya, tapi tanggal – tanggal lain. Beberapa jenis tanggal pada label adalah:<sup>138</sup>

1. diproduksi atau dikemas tanggal ..... (*manufacturing or packing date*)
2. dijual paling lama tanggal .... (*sell by date*)
3. digunakan paling lama tanggal ..... (*use by date*)
4. sebaiknya digunakan sebelum tanggal .... (*date of minimum durability*) atau (*best before*).

Pencantuman tanggal daluwarsa pada label produk tersebut bermanfaat bagi konsumen, distributor dan penjual, maupun produsen itu sendiri, yaitu:<sup>139</sup>

1. Konsumen dapat memperoleh informasi yang lebih jelas tentang keamanan produk tersebut.
2. Distributor dan penjual makanan dapat mengatur stok barangnya (*stock rotation*).
3. Produsen dirangsang untuk lebih menggiatkan pelaksanaan *quality control* terhadap produknya.

Berkaitan dengan pencantuman tanggal daluwarsa pada label suatu produk, perlu mendapat perhatian agar tidak terjadi salah pengertian, karena tanggal daluwarsa tersebut bukan merupakan batas mutlak suatu produk

---

<sup>138</sup> Midian Sirait, *Pengaturan tentang Makanan Daluwarsa*, Makalah, disampaikan oleh Wisnu Katim (Direktur Pengawasan Makanan) pada seminar Daluwarsa Bahan Makanan Olahan, 27 Nopember 1985, hlm. 17-18

<sup>139</sup> Midian Sirait, *Pengaturan tentang Makanan Daluwarsa*, Makalah, disampaikan oleh Wisnu Katim (Direktur Pengawasan Makanan) pada seminar Daluwarsa Bahan Makanan Olahan, 27 Nopember 1985, hlm. 18

dapat digunakan atau dikonsumsi, karena tanggal daluwarsa tersebut hanya merupakan perkiraan produsen berdasarkan hasil studi atau pengamatannya, sehingga barang yang sudah melewati masa daluwarsa pun masih dapat dikonsumsi sepanjang dalam kenyataannya produk tersebut masih aman untuk dikonsumsi, sebaliknya, suatu produk dapat menjadi rusak atau berbahaya untuk dikonsumsi sebelum tanggal daluwarsa yang tercantum pada label produk tersebut.

Pengertian daluwarsa dalam peraturan Menteri Kesehatan RI telah mengalami perubahan, karena berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 36/Men.Kes/Per/IX/1983, pengertian tanggal daluwarsa adalah batas waktu akhir suatu makanan dapat digunakan sebagai makanan manusia, sedangkan berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 180/Men.Kes/Per/IV/1985, pengertian tanggal kadaluwarsa adalah batas akhir suatu makanan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk produsen. Ini berarti bahwa pengertian daluwarsa yang sebelumnya adalah *use by date* diubah menjadi *best before*. Sedangkan dalam peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan, meskipun dalam pasal 27 ditentukan bahwa tanggal, bulan dan tahun daluwarsa dicantumkan setelah kata “**Baik digunakan Sebelum**”, namun dalam pasal 28 ditentukan bahwa dilarang memperdagangkan pangan yang sudah melampaui tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa sebagaimana dicantumkan pada label. Hal

ini berarti bahwa peraturan pemerintah tersebut memberikan daluwarsa sama dengan *sell by date*.<sup>140</sup>

Menyangkut tentang perlindungan konsumen terhadap produk yang halal, perlu dijelaskan ketentuan yang terdapat dalam salah satu Surat Keputusan Menteri Pertanian yang menentukan bahwa pemasukan daging untuk konsumsi umum atau diperdagangkan harus berasal dari ternak yang pemotongannya dilakukan menurut syariat Islam dan dinyatakan dalam sertifikat halal. Pengecualian terhadap ketentuan tersebut hanya berlaku bagi daging impor yang berupa daging babi, untuk keperluan khusus dan terbatas, serta daging untuk pakan hewan yang dinyatakan secara tertulis oleh pemilik dan atau pemakai.<sup>141</sup>

Keputusan Menteri Pertanian tersebut tampaknya lebih ketat dibanding dengan undang – undang pangan, yang dalam pasal 30 menentukan bahwa :

1. Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia pangan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencatumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan.
2. Label, sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1, memuat keterangan sekurang – kurangnya mengenai :
  - a. nama produk;

---

<sup>140</sup> Ahmad Miru dan Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2011, hlm. 79

<sup>141</sup> Pasal 8 Surat Keputusan Menteri Pertanian nomor 745/KPTS/TN.240/12/1992 tentang Persyaratan dan Pengawasan Pemasukan Daging dari Luar Negeri

- b. daftar bahan yang digunakan;
  - c. berat bersih atau isi bersih;
  - d. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia;
  - e. keterangan tentang halal; dan
  - f. tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa.
3. Selain keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat 2, pemerintah dapat menetapkan keterangan lain yang wajib atau dilarang untuk dicantumkan pada label pangan.

Khusus mengenai pasal 30 ayat 2 e dalam penjelasan undang – undang pangan disebutkan bahwa keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam. Namun, pencantumannya pada label pangan baru merupakan kewajiban apabila setiap orang yang memproduksi pangan dan atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakan bahwa pangan yang bersangkutan adalah halal bagi umat Islam. Hal yang sama juga diatur dalam peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan. Keterangan halal tersebut dimaksudkan agar masyarakat (umat Islam) terhindar dari mengonsumsi pangan yang tidak halal (haram).

Majelis Ulama Indonesia (disingkat MUI) yang merupakan lembaga independen pemerintah Indonesia mendirikan sebuah Lembaga Pengkajian Pangan Obat-



Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (disingkat LPPOM MUI) adalah lembaga yang bertugas kuat untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk – produk baik pangan dan turunannya, obat – obatan dan produk kosmetika apakah aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan dan dari sisi pengajaran agama Islam yakni halal atau boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat muslim khususnya di wilayah Indonesia, selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan kepada layanan masyarakat.<sup>142</sup>

Sebagai lembaga otonomi bentukan MUI, LPPOM MUI tidak berjalan sendiri, keduanya memiliki kaitan erat dalam mengeluarkan keputusan. Sertifikat halal merupakan langkah yang berhasil dijalankan sampai sekarang. Didalamnya tertulis fatwa halal MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam dan menjadi syarat pencantuman labelan halal dalam setiap produk makanan minuman, obat – obatan, dan kosmetika.<sup>143</sup>

Syarat kehalalan produk tersebut meliputi :

1. Tidak mengandung DNA babi dan bahan – bahan yang berasal tradisional dari babi.

---

<sup>142</sup> [https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM\\_MUI](https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI) diakses pada tanggal 13 April 2020

<sup>143</sup> [https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM\\_MUI](https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI) diakses pada tanggal 13 April 2020

2. Tidak mengandung bahan – bahan yang diharamkan seperti bahan yang berasal dari organ tubuh manusia, darah, dan kotoran – kotoran.
3. Semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih dengan syariat Islam.
4. Semua tempat penyimpanan tempat penjualan pengolahan dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk daging babi, jika pernah digunakan untuk daging babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat.

Setiap produsen yang mengajukan sertifikasi halal bagi produknya harus melampirkan spesifikasi dan sertifikat halal bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penolong serta bahana aliran proses. Surat keterangan itu bisa dari MUI daerah (produk lokal) atau lembaga Islam yang diakui oleh MUI (produk impor) untuk bahan yang berasal dari hewan dan turunannya.

Setelah itu, tim auditor LPPOM MUI melakukan pemeriksaan dan audit ke lokasi produsen yang bersangkutan serta penelitian dalam laboratorium yang hasilnya dievaluasi oleh rapat tenaga ahli LPPOM MUI yang terdiri dari ahli gizi, biokimia, pangan, teknologi pangan, teknik pemrosesan, dan bidang lain yang terkait. Apabila memenuhi persyaratan, laporan akan diajukan kepada sidang komisi fatwa MUI untuk memutuskan produk tersebut. Tidak semua laporan yang diberikan LPPOM MUI langsung disepakati oleh Komisi Fatwa

MUI. Terkadang, terjadi penolakan karena dianggap belum memenuhi persyaratan. Dalam kerjanya bisa dianalogikan bahwa LPPOM MUI adalah jaksa yang membawa kasus ke pengadilan dan MUI adalah hakim yang memutuskan keputusan hukumnya.<sup>144</sup>

Sertifikat halal berlaku selama dua tahun, sedangkan untuk daging yang dieskpor sertifikat diberikan pada setiap pengapalan. Dalam rentang waktu tersebut, produsen harus bisa menjamin kehalalan produknya. Proses penjaminannya dengan cara pengangkatan auditor halal internal untuk memeriksa dan mengevaluasi sistem jaminan halal (*Halal Assurance System*) di dalam perusahaan. Auditor halal tersebut disyaratkan harus beragama Islam dan berasal dari bagian terkait dengan produksi halal. Hasil audit oleh auditor ini dilaporkan kepada LPPOM MUI secara periodik (enam bulan sekali) dan bila diperlukan LPPOM MUI melakukan inspeksi mendadak dengan membawa surat tugas.<sup>145</sup>

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan – perubahan yang cepat dan signifikan pada industri farmasi, obat asli Indonesia, makanan, kosmetik dan alat-alat kesehatan. Dengan menggunakan teknologi modern, industri tersebut kini mampu memproduksi dengan skala yang sangat besar mencakup berbagai produk dengan range yang sangat luas. Dengan dukungan kemajuan transformasi dan *entry barrier* yang

---

<sup>144</sup> [https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM\\_MUI](https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI) diakses pada tanggal 13 April 2020

<sup>145</sup> [https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM\\_MUI](https://id.m.wikipedia.org/wiki/LPPOM_MUI) diakses pada tanggal 13 April 2020

semakin tipis dalam perdagangan Internasional, maka produk – produk tersebut dalam waktu yang amat singkat dapat menyebar ke berbagai negara dan dengan sistem jaringan distribusi yang sangat luas akan mampu menjangkau seluruh strata masyarakat dunia.<sup>146</sup>

Pengawasan terhadap makanan/minuman terutama secara administratif dilakukan dengan pendaftaran produk, yang diselenggarakan dalam rangka melindungi masyarakat terhadap makanan yang tidak memenuhi syarat kesehatan dan untuk lebih menjamin keamanan dan mutu makanan yang beredar. Dengan demikian, produsen atau importir wajib mendaftarkan makanan yang diproduksi atau diimpor, serta wajib menjamin keamanan mutu serta kebenaran label makanan yang didaftarkannya. Pendaftaran yang dimaksud tidak hanya meliputi makanan/minuman tetapi juga produk lain yang berkaitan dengan kesehatan manusia.

Sebagai pemenuhan bagi masyarakat tidak hanya yang beragama Islam saja, namun juga agama – agama lain yang diakui oleh negara Indonesia, pemerintah mendirikan sebuah Badan Pengawasan Obat dan Makanan atau yang disingkat BPOM adalah sebuah lembaga pemerintah non departemen di Indonesia yang bertugas mengawasi peredaran obat – obatan dan makanan di Indonesia. Fungsi dan tugas badan ini menyerupai fungsi dan tugas **Food and Drug**

---

<sup>146</sup><http://www.landasanteori.com/2015/10/badan-pengawas-obat-dan-makanan-bpom.html?m=1> diakses pada tanggal 13 April 2020

**Administration (FDA)** di Amerika Serikat.<sup>147</sup> Dasar hukum pendirian BPOM berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 amandemen Keputusan Presiden Nomor 166 Tahun 2003 dibawah koordinasi Menteri Kesehatan.

Badan pengawasan obat dan makanan mempunyai visi dan misi dalam melaksanakan tugas pokoknya. Visi dari BPOM adalah menjadikan sebuah institusi terpercaya secara nasional maupun internasional dalam rangka melindungi kesehatan masyarakat. Secara efektif dan pemahaman tentang konsep dasar sistem pengawasan produk obat dan makanan secara nasional dan internasional. Sedangkan misi dari BPOM adalah melindungi kesehatan masyarakat dari risiko peredaran produk terapan, alat kesehatan, obat tradisional, produk komplemen dan kosmetik yang tidak memenuhi persyaratan mutu, keamanan dan khasiat/kemanfaatan serta produk pangan yang tidak aman dan tidak layak dikonsumsi. Kemudian, melindungi masyarakat dari bahaya penyalahgunaan dan penggunaan yang salah satu dari produk obat, narkotik, psikotropik dan zat adiktif serta risiko akibat penggunaan produk dan bahan berbahaya. Selanjutnya, mengembangkan obat asli Indonesia dengan mutu, khasiat, keamanan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan dapat digunakan untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Dan yang terakhir, memperluas akses obat bagi

---

<sup>147</sup>[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Badan\\_Pengawas\\_Obat\\_dan\\_Makanan](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Badan_Pengawas_Obat_dan_Makanan) diakses pada tanggal 13 April 2020

masyarakat luas dengan mutu yang tinggi dan harga yang terjangkau.

BPOM secara hukum memiliki kedudukan yang kuat di dalam membuat suatu kebijakan di bidang obat dan makanan dalam rangka pelaksanaan pengawasan obat dan makanan yang beredar di wilayah Indonesia. Kedudukan BPOM sebagai lembaga pemerintah non departemen bila ditinjau dari segi pembentukan peraturan perundang – undangan di Indonesia maka sebagai lembaga pemerintah non departemen yang bertanggung jawab langsung kepada presiden, diperintahkan dalam undang – undang untuk mengajukan prakarsa kepada presiden dalam hal pengajuan pembentukan peraturan perundang – undangan sepanjang menyangkut di bidang pemerintah, di bidang obat dan makanan dalam rangka mengambil suatu kebijakan yang mengacu kepada peraturan perundang – undangan yang berlaku.<sup>148</sup>

Dalam upaya membantu proses kehalalan suatu produk dan menjadikan Indonesia sebagai rujukan halal di dunia, LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, Kosmetik Majelis Ulama Indonesia) telah menjalin kerjasama dengan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Kedua lembaga ini mulai menyamakan standar dalam menangkal bahan makanan dan kosmetik yang tidak halal. Label halal yang ada di

---

<sup>148</sup><http://www.landasanteori.com/2015/10/badan-pengawas-obat-dan-makanan-bpom.html?m=1> diakses pada tanggal 13 April 2020

kemasan adalah salah satu tanda bukti bahwa suatu produk telah mendapatkan sertifikasi halal dari LPPOM MUI (Terdapat nomor registrasi dari LPPOM MUI). Sertifikasi halal ini berupa fatwa yang tertulis dari MUI terhadap suatu Produk, yang menyatakan bahwa Produk tersebut merupakan Produk yang halal.<sup>149</sup>

Apabila ada Produsen atau Penjual yang mencantumkan Logo Halal/Label Halal MUI tanpa mempunyai Sertifikat halal dari MUI, itu adalah termasuk Penipuan atau pemalsuan terhadap konsumen dan bisa dituntut secara hukum. Lalu keberadaan BPOM ini berwenang dalam melakukan Audit terhadap keamanan Produk yang dipandang dari sisi kesehatan. Sehingga produk yang telah lolos dari Perizinan BPOM dapat kita pastikan Produk tersebut aman dan sehat untuk di konsumsi.<sup>150</sup>

Berdasarkan ketentuan yang ada, pengawasan terhadap produk yang berkaitan langsung dengan kesehatan manusia, baik yang berupa makanan/minuman maupun sediaan farmasi (obat – obatan, kosmetik, dan alat kesehatan) dilakukan dalam berbagai tahap, mulai dari bahan, cara produksi, lingkungan produks, pengangkutan, dan lain – lain, sehingga apabila berbagai ketentuan tersebut dilaksanakan dengan baik maka konsumen akan terlindungi. Pengawasan yang demikian

---

<sup>149</sup><http://www.seputarhalal.com/apakah-berbeda-antara-lppom-dan-bpom/> diakses pada tanggal 13 April 2020

<sup>150</sup><http://www.seputarhalal.com/apakah-berbeda-antara-lppom-dan-bpom/> diakses pada tanggal 13 April 2020

sangat penting bagi konsumen, karena persyaratan keamanan minimal menurut pandangan konsumen (khususnya di negara maju) adalah menyangkut masalah kesehatan yang terdiri dari sanitasi bahan baku dan proses pengobatan, pencemaran, bahan kimia atau bahan berbahaya lainnya, bahan tambahan, dan lain – lain.<sup>151</sup>

---

<sup>151</sup> Ramlan Zoebir, *Penerapan Ketentuan Standardisasi Produk dalam Hubungannya dengan Sistem Jaminan Mutu*, Makalah disampaikan pada Diklat Analisa Perdagangan Internasional. 30 Nopember 1996, hlm. 5 dalam Ahmad Miru dan Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2011, hlm. 84-85



## BAB IV

---

# URGENSI PENGATURAN HUKUM TERHADAP PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN INDONESIA

### A. Perlindungan Negara Terhadap Hak – Hak Konsumen

Istilah negara hukum merupakan *genus begrip*, yang dalam kepustakaan Indonesia istilah tersebut merupakan terjemahan langsung dari *rechtstaat* yang merupakan salah satu *spesies begrip* dari konsep negara hukum.<sup>152</sup> Selain *rechtstaat* dikenal juga istilah *rule of law* yang meskipun maknanya hampir sama, tetapi latar belakang filosofinya berbeda.

Konsep *rechtsstaat* lahir dari suatu perjuangan menentang absolutisme sehingga sifatnya revolusioner, sebaliknya konsep *rule of law* berkembang secara evolusioner. Hal ini tampak dari isi atau kriteria *rechtsstaat* dan *rule of law*. Konsep *rechtsstaat* bertumpu atas sistem hukum continental yang disebut *civil law*, sedangkan konsep *rule of law* bertumpu atas sistem

---

<sup>152</sup> Daryanto, September 2013, Rekonstruksi Paradigma Pembangunan Negara Hukum Indonesia Berbasis Pancasila, *Jurnal Dinamika Hukum Vol. 13*, No.3 dalam Sudjana & Elisantri Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Keni Media, Bandung, 2016, hlm. 47

hukum yang disebut *common law*. Karakteristik *civil law* adalah administratif, sedangkan karakteristik *common law* adalah *judicial*. Konsep *rechtsstaat* dilatarbelakangi oleh sistem Romawi Jerman pada dasarnya mengembangkan kaidah hukum yang sistematis, doctrinal, dan berdasarkan perundang – undangan yang dibuat oleh legislatif, sedangkan kaidah-kaidah hukum pada konsep *the rule of the law* yang dilatar belakangi oleh sistem *common law*, pada dasarnya norma hukumnya tidak dirumuskan secara sistematis dan doctrinal sebagaimana sistem Romawi Jerman. Ciri *common law* terletak pada norma – normanya yang bersifat konkrit yang sudah mengarah kepada penyelesaian sengketa tertentu.

Perlindungan hak asasi manusia merupakan salah satu ciri negara hukum yang pada awalnya diintroduksir oleh Immanuel Kant. Selanjutnya, pemikiran Kant tentang negara hukum disempurnakan Friederich Julius Stahl. Stahl menjelaskan bahwa konsep negara hukum yang disebutnya dengan istilah *rechtsstaat* harus memenuhi empat unsur penting, yaitu: a. adanya jaminan atas hak – hak dasar manusi; b. adanya pembagian kekuasaan; c. pemerintahan haruslah berdasarkan peraturan – peraturan hukum; d. adanya peradilan administrasi.<sup>153</sup>

---

<sup>153</sup> Djokosutono sebagaimana dikutip oleh Abu Daud Busroh dan H. Abubakar Busro, *Asas – Asas Hukum Tata Negara*, Ghalia Indonesia, Jakarta, hlm.112

Jimly Asshiddiqie berpendapat”.....prinsip pokok negara hukum merupakan pilar – pilar utama yang menyangga berdiri tegaknya suatu negara modern sehingga dapat disebut negara hukum dalam arti yang sebenarnya, antara lain berfungsi sebagai sarana mewujudkan tujuan negara (*welfare rechtsstaat*), dan transparansi dan kontrol sosial.<sup>154</sup>

Keempat prinsip *rechtsstaat* yang dikembangkan oleh Julius Stahl tersebut di atas pada pokoknya dapat digabungkan dengan ketiga prinsip *Rule of Law* yang dikembangkan oleh A.V. Dicey untuk menandai ciri – ciri negara hukum modern di zaman sekarang. Bahkan, oleh *The International Commission of Jurist*, prinsip – prinsip negara hukum itu ditambah lagi dengan prinsip peradilan bebas dan tidak memihak (*independence and impartiality of judiciary*) yang di zaman sekarang makin dirasakan mutlak diperlukan dalam setiap negara demokrasi. Prinsip – prinsip yang dianggap ciri penting negara hukum menurut “*The International Commission of Jurist*” itu adalah: 1. Negara harus tunduk pada hukum; 2. Pemerintah menghormati hak – hak individu; 3. Peradilan yang bebas dan tidak memihak.<sup>155</sup>

Menurut John Locke, untuk mendirikan suatu negara hukum yang menghargai hak – hak warga negaranya

---

<sup>154</sup> Jimly Asshiddiqie, *Konstitusi & Konstitusionalisme Indonesia*, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Konstitusi RI, Jakarta, 2006, hlm. 154-161

<sup>155</sup> Sudjana & Elisantri Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Keni Media, Bandung, 2016, hlm. 49

harus memiliki tiga unsur penting yaitu pertama, adanya hukum yang mengatur bagaimana anggota masyarakat dapat menikmati hak asasinya dengan damai, kedua adanya suatu badan yang dapat menyelesaikan sengketa yang timbul antara pemerintah (*vertical dispute*) atau sesama anggota masyarakat (*horizontal dispute*).<sup>156</sup>

Padmo Wahyono berpendapat paham negara hukum ditandai dengan unsur – unsur yakni (1) pengakuan adanya hak – hak asasi manusia (*grondrechten*); (2) pemisahan kekuasaan (*Scheiding van machten*); (3) pemerintahan berdasar atas undang – undang (*wetmatigheid van bestuur*); dan (4) peradilan administrasi (*administratieve rechtspraak*).

Menurut Moh. Mahfud MD, asas konsepsi negara hukum baik *rechtsstaat* maupun *rule of law*. Kedua konsepsi negara hukum ini memperlihatkan suatu peranan pemerintah yang sangat sedikit, sebab ada dalil “pemerintahan yang paling sedikit yang paling baik”, sehingga karena sifatnya yang pasif dan tunduk pada kemauan rakyat yang liberalistik, maka negara diperkenalkan sebagai *nachtwachterstaat* atau negara penjaga malam. Konsep negara hukum dengan tipe *nachtwachterstaat* ini selanjutnya disebut dengan negara hukum formal (klasik) yang kemudian mulai digugat menjelang pertengahan abad ke-20, tepatnya setelah perang dunia kedua. Dengan menawarkan sebuah konsep

---

<sup>156</sup> Djatmiko Anom, *Kedudukan Lembaga Negara Sampiran Dalam Sistem Ketatanegaraan Republik Indonesia*, Jurnal Konstitusi P3KHAM UNS Volume I No.1, 2008, hlm. 41

baru tentang tanggung jawab negara untuk ikut campur dalam urusan warga negara baik dibidang sosial maupun ekonomi atau yang dikenal dengan konsepsi negara kesejahteraan (*welfare state*) atau negara hukum materil (dinamis).

Utrecht membedakan antara negara hukum formil atau negara hukum klasik, dan negara hukum materil atau negara hukum modern.<sup>157</sup> Negara hukum formil menyangkut pengertian hukum yang bersifat formil dan sempit, yaitu dalam arti peraturan perundang – undangan tertulis. Sedangkan yang kedua, yaitu negara hukum materil yang lebih mutakhir mencakup pula pengertian keadilan di dalamnya. Wolfgang Friedman, dalam bukunya *Law in a Changing Society* membedakan antara *rule of law* dalam arti formil yaitu dalam arti *organized public power* dan *rule of law* dalam arti materil yaitu *the rule of just law*. Pembedaan ini dimaksudkan untuk menegaskan bahwa dalam konsepsi negara hukum itu, keadilan tidak serta merta akan terwujud secara substantif, terutama karena pengertian orang mengenai hukum itu sendiri dapat dipengaruhi oleh aliran pengertian hukum formil dan dapat pula dipengaruhi oleh aliran pengertian hukum formil dan dapat pula dipengaruhi oleh aliran pikiran hukum materil. Jika hukum dipahami secara kaku dan sempit dalam arti peraturan perundang – undangan semata, niscaya

---

<sup>157</sup> Utrecht, *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*, Jakarta, Ichtiar, 1962, hal. 9 dalam Sudjana & Elisantarsi Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Keni Media, Bandung, 2016, hlm. 51

pengertian negara hukum yang dikembangkan juga bersifat sempit dan terbatas serta belum tentu menjamin keadilan substantif. Oleh karena itu, di samping istilah *the rule of law* oleh Friedman juga dikembangkan istilah *the rule of just law* untuk memastikan bahwa dalam pengertian tentang *the rule of law* tercakup pengertian keadilan yang lebih esensial daripada sekadar memfungsikan peraturan perundang – undangan dalam arti sempit. Istilah yang digunakan tetap *the rule of law*, pengertian yang bersifat luas itu yang diharapkan dicakup dalam istilah *the rule of law* yang digunakan untuk menyebut konsepsi tentang negara hukum di zaman sekarang.

Gagasan negara hukum dibangun dengan mengembangkan perangkat hukum itu sendiri sebagai suatu sistem yang fungsional dan berkeadilan, dikembangkan dengan menata supra struktur dan infra struktur kelembagaan politik, ekonomi, dan sosial yang tertib dan teratur, serta dibina dengan membangun budaya dan kesadaran hukum yang rasional dan impersonal dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Untuk itu, sistem hukum itu perlu dibangun (*law making*) dan ditegakkan (*law enforcing*) sebagaimana mestinya, dimulai dengan konstitusi sebagai hukum yang paling tinggi kedudukannya. Untuk menjamin tegaknya konstitusi itu sebagai hukum dasar yang berkedudukan tertinggi (*the supreme law of the land*), dibentuk pula sebuah Mahkamah Konstitusi yang

berfungsi sebagai “*the guardian*” dan sekaligus “*the ultimate interpreter of the constitution*.”<sup>158</sup>

Indonesia sebagai negara kesatuan republik mengandung arti bahwa negara wajib melindungi dan mensejahterakan rakyatnya, antara lain melalui jaminan informasi yang benar tentang barang yang diterima dalam suatu hubungan hukum. Informasi yang benar tentang barang berkaitan dengan metode produksi, metode pengolahan, dan metode penjualan sebagai sarana pendukung aktivitas bisnis yang jujur (*fair*) bagi seluruh warga masyarakat (khususnya konsumen) merupakan penjabaran sila keadilan sesuai Pancasila sila ke 5. Pemberian informasi yang benar berkaitan dengan perlindungan HAM yaitu ketentuan pasal 14 Undang – Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang HAM yang berbunyi:

- (1) Setiap orang berhak berkomunikasi dan memperoleh informasi yang diperlukan untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya.
- (2) Setiap orang berhak untuk mencari, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis sarana yang tersedia.

---

<sup>158</sup> Jimly Asshiddiqie, *Gagasan Negara Hukum Indonesia*, dalam Sudjana & Elisantris Gultom, Bandung, KENI, 2016, hlm. 19

Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.

Berkaitan dengan pemakaian teknologi yang makin maju tentang produk dan standarisasi produk dimana pemakaian teknologi yang makin baik, di satu sisi memungkinkan produsen mampu membuat produk beraneka macam jenis, bentuk, kegunaan, maupun kualitasnya sehingga pemenuhan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi lebih luas, lengkap, cepat, dan menjangkau bagian terbesar dari lapisan masyarakat. Akan tetapi, di sisi lain penggunaan teknologi memungkinkan dihasilkannya produk yang tidak sesuai dengan persyaratan keamanan dan keselamatan pemakai sehingga menimbulkan kerugian kepada konsumen.<sup>159</sup>

Sejalan dengan hal itu, semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap terjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang yang diperolehnya di pasar, dan untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian,

---

<sup>159</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 15



kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab, melalui kesadaran konsumen dalam menentukan haknya, antara lain atas informasi yang benar tentang produk barang yang diterimanya.<sup>160</sup>

Berkaitan dengan produk, cacat dapat ditemukan dalam tiga klasifikasi menurut tahap – tahap produksi, yaitu kerusakan produk, kerusakan desain dan pemberian informasi yang tidak memadai.<sup>161</sup> Produk dapat dikaitkan dikategorikan cacat apabila itu rusak, atau desainnya tidak sesuai dengan yang seharusnya, atau karena informasi yang menyertai produk itu tidak memadai. Cacat pada produk, pada tingkatan tertentu dapat membahayakan konsumen.

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis dapat mengubah perilaku pelaku usaha untuk melakukan persaingan usaha tidak sehat berkaitan dengan produk barang yang dihasilkannya. Hal ini mengingat tujuan berbisnis adalah mencapai keuntungan yang sebesar – besarnya, sehingga pelaku usaha berusaha untuk memenangkan persaingan tersebut meskipun dilakukan melalui cara – cara yang bertentangan dengan etika dan hukum sehingga tidak hanya pelaku usaha lainnya yang dirugikan tetapi juga konsumen.

---

<sup>160</sup> Penjelasan Umum Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

<sup>161</sup> Harry Duintjer Tebbens, *International Product Liability*, Netherland, Sijthoff & Noordhoff International Publisher, 1980, hlm. 7-8

Globalisasi persaingan berimplikasi pada perluasan pasar yang didasarkan atas perdagangan bebas, sehingga persaingan menjadi ketat. Selain itu, perdagangan bebas juga menambah kesenjangan antara negara maju dan negara berkembang, sehingga perlindungan terhadap produk barang atau jasa agar mempunyai kualitas baik menjadi tantangan sekaligus peluang negara berkembang agar mempunyai posisi tawar terhadap negara maju. Dalam kaitan ini, maka konsumen yang merupakan pengguna produk dan jasa barang menjadi penting untuk mendapatkan perlindungan hukum dalam lingkup perdagangan nasional.

Pada saat ini, hak konsumen tidak hanya berkisar tentang kualitas barang yang diterimanya, tetapi juga mendapatkan informasi yang benar tentang proses pembuatan barang berkaitan dengan data, mutu dan *production know how*, pengolahan barang seperti teknologi pemrosesan (*manufacturing*), dan kegiatan memasarkan atau mendistribusikan kepada konsumen, misalnya *know-how* berkaitan dengan kebutuhan konsumen. Informasi yang benar tentang produk barang penting bagi konsumen agar tidak memberikan persepsi yang salah terhadap barang yang diterimanya, sehingga timbulnya kerugian sebagai akibat penggunaan produk barang tersebut dapat diminimalisir.

Bagi konsumen, produk barang dan jasa yang diperlukan adalah aman bagi keselamatan/kesehatan tubuh atau keamanan jiwa, serta pada umumnya untuk kesejahteraan keluarga atau rumah tangganya. Oleh

karena itu, diperlukan kaidah – kaidah hukum yang menjamin syarat – syarat yang aman setiap produk konsumen bagi konsumsi manusia, dilengkapi dengan informasi yang benar, jujur, dan bertanggung jawab.<sup>162</sup>

Untuk menghindari kemungkinan adanya produk yang cacat atau berbahaya, maka perlu ditetapkan standar minimal yang harus dipedomani dalam memproduksi untuk menghasilkan produk yang layak dan aman untuk dipakai. Usaha tersebut dikenal dengan standarisasi. Menurut Gandi, standarisasi adalah:

Proses penyusunan dan penerapan aturan – aturan dalam pendekatan secara teratur bagi kegiatan tertentu untuk kemanfaatan dan dengan kerja sama dari semua pihak yang berkepentingan, khususnya untuk meningkatkan penghematan menyeluruh secara optimum dengan memperhatikan kondisi fungsional dan persyaratan keamanan. Hal ini didasarkan pada konsolidasi dari hasil (ilmu) teknologi dan pengalaman.<sup>163</sup>

Standarisasi berfungsi membantu menjembatani kepentingan konsumen dan produsen/pelaku usaha dengan menetapkan standar produk yang tepat yang dapat memenuhi kepentingan dan mencerminkan aspirasi kedua belah pihak. Dengan adanya standarisasi produk ini akan memberi manfaat yang optimum pada

---

<sup>162</sup> Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Ciawi-Bogor, 2008, hlm. 6

<sup>163</sup> Gandi, *Perlindungan Konsumen dilihat dari Sudut Pengaturan Standarisasi Hasil Industri*, makalah pada Simposium Aspek – Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, BPHN-Binacipta, 1980, hlm. 80

konsumen dan produsen, tanpa mengurangi hak milik dari konsumen.

Konsep perlindungan konsumen di Indonesia sebagaimana diimplementasikan dalam undang – undang perlindungan konsumen sejalan dengan teori Roscoe Pound yang menyatakan hukum sebagai alat perubahan sosial masyarakat (*law is a tool as a social engineering*). Menurut Pound yang merupakan salah seorang ahli dalam aliran *Sociological Jurisprudence*, hukum diartikan sebagai seperangkat aturan yang berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi dan menyesuaikan berbagai kepentingan masyarakat yang saling bersinggungan dengan mengupayakan timbulnya benturan dan kerugian yang seminimal mungkin. Dengan kata lain, Pound menekankan pada fungsi hukum sebagai alat penyelesaian berbagai permasalahan (*problem solving*) dalam masyarakat. Artinya eksistensi undang – undang perlindungan konsumen di Indonesia diharapkan tidak hanya melindungi masyarakat umum sebagai konsumen tetapi juga sebagai alat untuk meminimalisir terjadinya kerugian akibat terjadinya benturan antar pelaku usaha dan konsumen sebagai akibat dari adanya produk cacat.<sup>164</sup>

Menurut Troelstrup, konsumen pada saat ini membutuhkan banyak informasi yang lebih relevan dibandingkan dengan saat sekira 50 tahun lalu.

---

<sup>164</sup> Sofian Parerungan, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Produk Cacat*, dalam Sudjana & Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Bandung, Keni Media, 2016, hlm. 25

Alasannya, saat ini (1) terdapat lebih banyak produk, merek, dan tentu saja penjualnya, (2) daya beli konsumen makin meningkat, (3) lebih banyak variasi merek yang beredar di pasaran, sehingga belum banyak diketahui semua orang, (4) model – model produk lebih cepat berubah, (5) kemudahan transportasi dan komunikasi sehingga membuka akses yang lebih besar kepada bermacam – macam produsen atau penjual.<sup>165</sup> Dalam kaitan ini, secara garis besar dapat dibedakan dua tipe konsumen, yaitu:<sup>166</sup>

1. Konsumen yang terinformasi (*well – informed*) dengan ciri – ciri :
  - a. Memiliki tingkat pendidikan tertentu;
  - b. Mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar;
  - c. Lancar berkomunikasi.

Dengan memiliki tiga potensi, konsumen jenis ini mampu bertanggung jawab dan relatif tidak memerlukan perlindungan:

2. Konsumen yang tidak terinformasi :
  - a. Kurang berpendidikan;
  - b. Termasuk kategori kelas menengah ke bawah;
  - c. Tidak lancar berkomunikasi.

Konsumen jenis ini perlu dilindungi dan khususnya menjadi tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan, baik secara langsung melalui mekanisme

---

<sup>165</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta, Grasindo, 2006, hlm. 20

<sup>166</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2014, hlm. 34-35

pengawasan maupun secara tidak langsung dalam bentuk perundang – undangan, khususnya undang – undang perlindungan konsumen. Apalagi penggunaan teknologi tinggi dalam mekanisme produk barang yang menyebabkan makin banyaknya informasi yang harus dikuasai oleh konsumen dan keragaman produk yang dipasarkan memungkinkan sebagian besar konsumen belum tentu memiliki kemampuan dan kesempatan akses informasi termasuk konsumen yang *well – informed*.

Upaya pemerintah untuk melindungi konsumen dari produk yang merugikan dapat dilaksanakan dengan cara mengatur, mengawasi, serta mengendalikan produksi, distribusi, dan peredaran produk sehingga konsumen tidak dirugikan, baik kesehatannya maupun keuangannya.

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dan kebijakan yang akan dilaksanakan, maka langkah – langkah yang dapat ditempuh pemerintah adalah:<sup>167</sup>

1. Registrasi dan penilaian.
2. Pengawasan produksi.
3. Pengawasan distribusi.
4. Pembinaan dan pengembangan usaha.
5. Peningkatan dan pengembangan prasarana dan tenaga.

---

<sup>167</sup> Ading Suryana, *Upaya Pemerintah dalam Meningkatkan Perhatian Terhadap Kepentingan Konsumen Produk Pangan*, makalah pada Seminar Nasional Upaya Peningkatan Perlindungan Konsumen Produk Pangan, UGM, 10 Januari 1989, Yogyakarta, hlm. 5-7

Peranan pemerintah sebagaimana disebutkan di atas dapat dikategorikan sebagai peranan yang berdampak jangka panjang sehingga perlu dilakukan secara berkala memberikan penerangan, penyuluhan, dan pendidikan bagi semua pihak. Dengan demikian, tercipta tercipta lingkungan berusaha yang sehat dan berkembangnya pengusaha yang bertanggung jawab. Termasuk di sini menciptakan pasar yang kompetitif dengan berangsur – angsur menghilangkan monopoli dan proteksi.<sup>168</sup> Sedangkan dalam jangka pendek, pemerintah mampu menyelesaikan secara langsung dan cepat masalah – masalah yang timbul.

Standar kontrak merupakan sebagai salah satu hak konsumen yang dilindungi dalam undang – undang perlindungan konsumen. Standar kontrak adalah penggunaan klausula baku dalam transaksi konsumen. Dalam pasal 1 angka 10 Undang – Undang Perlindungan Konsumen adalah:

Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat – syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

Regulator undang – undang perlindungan konsumen menyadari pada kenyataannya pemberitahuan standar

---

<sup>168</sup> Syahrir, *Deregulasi Ekonomi sebagai Jalan Keluar Peningkatan Perhatian Terhadap Kepentingan Konsumen Produk Pangan*, makalah Seminar Demokrasi Ekonomi dan Arah Gerakan Perlindungan Konsumen, YLKI-CESDA-LP3ES, 11 Mei 1993, Jakarta, hlm. 36

kontrak merupakan sebuah kebutuhan yang tidak bisa dihindari. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Syahdeini, perjanjian baku/standar kontrak adalah suatu kenyataan yang memang lahir dari kebutuhan masyarakat.<sup>169</sup>

Dibutuhkan kesadaran konsumen dalam melakukan transaksi yang melibatkan klausula baku sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen karena itu merupakan bagian dari hak konsumen untuk mengetahui atas produk barang dan jasa yang akan digunakan.

Pasal 18 Undang – Undang Perlindungan Konsumen membuat sejumlah larangan penggunaan klausula baku dalam (standar) kontrak, yaitu:

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila :
  - a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.
  - b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen.
  - c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen.

---

<sup>169</sup> St. Remy Syahdeini, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit Bank*, IBI, Jakarta, 1993, hlm. 69



- d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
  - e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen.
  - f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa.
  - g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada 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 kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
2. Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
  3. Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang

memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 dinyatakan batal demi hukum.

4. Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang – undang ini.

## **B. Perlindungan Negara Terhadap Pengawasan Produk Impor**

Selain berbagai ketentuan yang bermaksud mencegah terjadinya kerugian bagi masyarakat, pemerintah melakukan tindakan segera yang bermaksud mengatasi masalah yang telah terjadi atau mencegah terjadinya masalah kesehatan di Indonesia sebagai akibat masuknya barang – barang berbahaya ke Indonesia, sebagaimana kasus cemaran dioxin<sup>170</sup> terhadap beberapa macam produk di Belgia dan negara Eropa lainnya.

Untuk mengatasi masalah dioxin tersebut, Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia telah mengeluarkan keputusan dengan Nomor 274/MPP/Kep/6/99 tentang Larangan dan Pengawasan

---

<sup>170</sup> Dioxin (dioksin) merupakan kelompok zat – zat berbahaya yang termasuk dalam golongan senyawa CDD (*Chlorinated Dibenzo-p-Dioxin*), CDF (*Chlorinated Dibenzo Furan*) dan PCB (*Poly Chlorinated Biphenyl*). Terdapat ratusan senyawa yang termasuk dioksin, salah satunya adalah TCDD (2,3,7,8-tetrachlorodibenzo-p-dioxin) yang dikenal paling beracun. Dioksin berasal dari proses sintesis kimia pada proses pembakaran zat organik yang bercampur dengan unsur halogen pada temperature tinggi. Dioksin berasal dari pembakaran limbah rumah tangga maupun industri yang mengandung senyawa klor seperti industri kimia, pestisida, plastik, dan pulp kertas. Pembakaran karbon yang tidak sempurna menghasilkan karbon monoksida dan *partially oxidized hydrocarbons*. Lih. <https://id.wikipedia.org/wiki/Dioksin> diakses pada tanggal 13 April 2020

Impor, Distribusi dan Produksi Barang yang Tercemar Dioxin. Berdasarkan keputusan menteri tersebut, dilarang mengimpor barang dari Belgia, sedangkan barang – barang dari Perancis, Belanda, dan Jerman, hanya dapat dilakukan jika disertai dari instansi yang berwenang yang menyatakan produk tersebut bebas dari cemaran dioxin.<sup>171</sup>

Perlindungan kesehatan dan harta konsumen sangat penting bagi konsumen sehingga perlu bagi setiap konsumen. Begitu pentingnya hal ini maka dalam WTO dijadikan suatu bahasan tersendiri, yaitu persetujuan tentang pelaksanaan tindakan perlindungan kesehatan manusia, hewan dan tumbuh – tumbuhan, yang mana salah satu ketentuan yang terkandung di dalamnya adalah perlindungan kesehatan manusia yang didasarkan pada bukti ilmiah.

Ketentuan dalam perjanjian internasional yang menghendaki perlindungan kesehatan manusia didasarkan pada bukti ilmiah dimaksudkan agar suatu negara anggota tidak memperlakukan secara berlebihan terhadap produk negara lain dengan dalih tindakan perlindungan kesehatan manusia. Apabila dikaitkan dengan undang – undang perlindungan konsumen, maka dalam undang – undang perlindungan konsumen tidak ditemukan ketentuan yang khusus melindungi kesehatan konsumen, dan hanya menyebutkan kata keamanan dan keselamatan konsumen pada uraian tentang asas

---

<sup>171</sup> Ahmad Miru dan Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2011, hlm. 85

perlindungan konsumen dan hak konsumen, tanpa uraian lebih lanjut, tapi ketentuan yang lebih dapat menjabarkan prinsip perlindungan kesehatan/harta konsumen tersebut dapat dilihat dari berbagai ketentuan hukum yang pada dasarnya juga dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, di antaranya adalah pasal 36 dan pasal 37 undang – undang pangan, yaitu sebagai berikut:<sup>172</sup>

#### Pasal 36

1. Setiap pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia untuk diedarkan wajib memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam undang – undang ini dan peraturan pelaksanaannya;
2. Setiap orang dilarang memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia dan atau mengedarkan di dalam wilayah Indonesia pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia apabila pangan tersebut tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam undang – undang ini dan peraturan pelaksanaannya.

#### Pasal 37

Terhadap pangan yang dimasukkan ke dalam wilayah Indonesia, sebagaimana dimaksud dalam pasal 36, pemerintah dapat menetapkan persyaratan bahwa:

---

<sup>172</sup> Undang – Undang Pangan adalah Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1996, yang diundangkan pada tanggal 4 Nopember 1996, Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 1996 Nomor 99

- a. pangan telah diuji dan atau diperiksa serta dinyatakan lulus dari segi keamanan, mutu, dan atau gizi oleh instansi yang berwenang di negara asal;
- b. pangan dilengkapi dengan dokumen hasil pengujian dan atau pemeriksaan sebagaimana dimaksud pada huruf a; dan atau
- c. pangan terlebih dahulu diuji atau diperiksa di Indonesia dari segi keamanan, mutu, dan atau gizi sebelum peredarannya.

Ketentuan tentang tindakan perlindungan kesehatan manusia tidak hanya berlaku terhadap produk impor, tapi juga terhadap produk pangan lokal, sehingga setiap orang dilarang mengadakan kegiatan atau proses produksi, penyimpanan, pengangkutan, dan atau peredaran pangan dalam keadaan yang tidak memenuhi persyaratan sanitasi.<sup>173</sup>

Selain dalam undang – undang pangan, ketentuan perlindungan kesehatan manusia melalui pengamanan makanan dan minuman juga dikenal dalam undang – undang kesehatan, sebagaimana yang diatur dalam pasal 21 sebagai berikut:

1. Pengamanan makanan dan minuman diselenggarakan untuk melindungi masyarakat dari makanan dan minuman yang tidak memenuhi

---

<sup>173</sup> Pasal 8 Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan

ketentuan mengenai standar dan atau persyaratan kesehatan.

2. Setiap makanan dan minuman yang dikemas wajib diberi tanda atau label yang berisi :
  - a. bahan yang dipakai;
  - b. komposisi setiap bahan;
  - c. tanggal, bulan dan tahun kedaluwarsa ;
  - d. Ketentuan lainnya.
3. Makanan dan minuman yang tidak memenuhi ketentuan standar dan atau persyaratan kesehatan dan atau membahayakan kesehatan sebagaimana disebut dalam ayat 1 dilarang untuk diedarkan, ditarik dari peredaran, dan disita untuk dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan yang berlaku.
4. Ketentuan mengenai pengamanan makanan dan minuman sebagaimana dimaksud dalam ayat 1, ayat 2 dan ayat ditetapkan dengan peraturan pemerintah.

Ketentuan undang – undang yang disebut terakhir ini walaupun tidak secara tegas disebutkan berlaku untuk produk impor, namun ketentuan tersebut harus dipahami sebagai ketentuan yang berlaku baik terhadap produk impor maupun produk lokal. Berdasarkan ketentuan perundang – undangan yang telah disebutkan, tampak bahwa ketentuan dalam perjanjian internasional yang ditetapkan dalam GATT/WTO, sesuai dengan ketentuan hukum perlindungan konsumen yang terdapat dalam

undang – undang pangan dan undang – undang kesehatan.

### **C. Perlindungan Konsumen dalam Kegiatan Pemasaran dan Periklanan**

Untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu meraih laba sebesar – besarnya melalui penjualan produk, perusahaan menetapkan dan menjalankan strateginya supaya pasar dapat diraih seluas mungkin dan produk terjual sebanyak – banyaknya. Terkadang strategi pemasaran yang ditempuh oleh sebuah perusahaan harus berbenturan dengan kepentingan pihak lain, seperti perusahaan – perusahaan pesaing dan masyarakat konsumen. Di samping itu, perusahaan yang bersangkutan kerap kali harus bekerja sama dengan pihak lain dalam melaksanakan kebijakan pemasarannya, misalnya pengelola media massa (surat kabar, majalah, televisi) atau pembuat papan reklame (*billboard*) dan pemerintah. Dalam keadaan seperti ini pemasaran tidak lagi dipandang sebagai masalah intern perusahaan itu sendiri, tetapi sudah meluas menjadi masalah bersama (masalah nasional).<sup>174</sup>

Pemasaran adalah salah satu fungsi manajemen (bisnis) yang penting dari suatu perusahaan di samping fungsi – fungsi lainnya. Pada akhirnya keberhasilan suatu perusahaan diukur dari kemampuannya menciptakan laba melalui kemampuan memperluas dan

---

<sup>174</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 217

mempertahankan pasar. Keberhasilan penjualan banyak ditentukan oleh fungsi pemasaran ini. Menurut Kotler pemasaran dirumuskan sebagai sebuah proses sosial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya.<sup>175</sup>

Beberapa kata kunci dari definisi di atas adalah kebutuhan, produk, nilai (kepuasan), transaksi, dan pasar. Dengan demikian, pemasaran jauh lebih luas dari sekadar penjualan (transaksi). Penjualan lebih dipahami sebagai pendekatan jangka pendek, mengurangi persediaan, atau sampai pada peningkatan laba. Sedangkan pemasaran lebih dipahami sebagai pendekatan jangka panjang, memonitor terus – menerus kebutuhan dan keinginan konsumen (pembeli) yang cenderung berubah – ubah dan menyesuaikan produknya serta metode distribusinya dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

Sebagai keberhasilan sebuah perusahaan menjalankan fungsi pemasarana dengan berbagai tindakan, seperi halnya *researching*, *estimating*, *organizing* hingga pada *distributing* dan *selling*. Dalam bahasa ekonomi, jual beli dipahami sebagai tindakan untuk memperoleh sebuah produk yang diinginkan dari

---

<sup>175</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid II, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta, 1994 hlm. 5



seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalannya.<sup>176</sup>

Di dalam rencana strategi pemasaran, terkandung tujuan untuk membangkitkan suatu tanggapan yang diharapkan dari sekelompok sasaran terhadap objek (produk). Untuk ini dilakukanlah analisis terhadap kebutuhan dan dilihat pula potensi apa yang dimilikinya sendiri (dapat disediakan). Menurut Kotler, manajemen pemasaran adalah penganalisisan, perencanaan, penerapan, dan pengendalian terhadap program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.<sup>177</sup>

Berkaitan dengan pemasaran seperti terkandung dalam definisi di atas merupakan tugas untuk merangsang permintaan terhadap produk suatu perusahaan. Oleh karena itu, promosi pun dilakukan dengan cara periklanan. Manajemen pemasaran berarti manajemen atas permintaan (*demand management*). Hal yang tidak boleh dilupakan adalah adanya hubungan yang saling menguntungkan antara produsen dan konsumen. Konsep produksi berangkat dari pemikiran

---

<sup>176</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid II, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta, 1994 hlm.12

<sup>177</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid II, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta, 1994 hlm. 20

bahwa para pelanggan akan menyukai produk – produk yang tersedia secara luas dengan kualitas yang bagus dan harga yang murah.

Tugas utama dari manajemen perusahaan adalah meningkatkan produksi dan efisiensi, distribusi, serta menurunkan atau menekan harga. Konsep penjualan mengatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk perusahaan, kecuali mereka dirangsang melalui upaya penjualan dan promosi. Sedangkan konsep pemasaran berangkat dari pemikiran bahwa tugas utama perusahaan adalah menentukan dan selanjutnya menyesuaikan produk dengan kebutuhan masyarakat.

Produk merupakan tawaran nyata kepada pasar meliputi ciri – ciri dan wujud produk, kemasan, merek, dan kebijakan pelayanan. Dalam pandangan manajemen pemasaran, Bayu Swastha dan Ibnu Sukotjo mengatakan bahwa barang/produk adalah suatu sifat yang kompleks, baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya.<sup>178</sup>

Selain itu, harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga sendiri merupakan sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Saluran distribusi adalah

---

<sup>178</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 221

saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut sampai ke konsumen atau pemakai industri. Dengan kata lain, distribusi adalah tempat dan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk tersedia dan dapat diperoleh konsumen sasaran. Promosi, menurut Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.<sup>179</sup>

Menurut Djasmin Saladin dan Yevis Marty Usman mengatakan bahwa promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tinakah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut. Sedangkan Buchari Alma promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.<sup>180</sup>

Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi

---

<sup>179</sup> Basu Sawstha dan Ibnu Sukotjo dalam Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm.221

<sup>180</sup> <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/448/jbptunikompp-gdl-didinbasir-22387-3-babii.pdf> diakses pada tanggal 16 April 2020

mengenai produk, harga dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya. Dalam promosi juga, terdapat beberapa unsur yang mendukung jalannya sebuah promosi tersebut yang biasa disebut bauran promosi.<sup>181</sup>

Bauran promosi menurut Philip Kotler adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertising*)  
Periklanan adalah semua bentuk penyajian non-personal, promosi ide-ide, promosi barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang dibayar.
2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)  
Promosi penjualan adalah variasi insentif jangka pendek untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.
3. Hubungan masyarakat dan publisitas (*Public Relation and Publicity*)  
Hubungan masyarakat adalah suatu usaha (variasi) dari rancangan program guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk.
4. Penjualan Personal (*Personal Selling*)  
Penjualan pribadi atau tatap muka adalah penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan.

---

<sup>181</sup> <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/448/jbptunikompp-gdl-didinbasir-22387-3-babii.pdf> diakses pada tanggal 16 April 2020

## 5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Komunikasi secara langsung yang digunakan dari mail, telepon, fax, e-mail, atau internet untuk mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen secara jelas.

Produk menjadi unsur penting dalam kegiatan perusahaan sebab ilmiah yang dihasilkan perusahaan dan kemudian ditawarkan kepada masyarakat (pasar). Perusahaan, sekurang – kurangnya harus memerhatikan beberapa hal mengenai produk ini, diantaranya kualitas (mutu) serta harga (mulai) dari bahan baku, biaya produksi, sampai pada keuntungan yang diharapkan). Umumnya produsen/pelaku usaha ingin mendapat untung melalui kelancaran proses penjualan produknya di pasar. Untuk itu, perusahaan berusaha membuat produknya sesuai dengan keinginan pasar/konsumen.

Persoalan hukum dalam produk yang diedarkan itu harus aman, tidak mengganggu/merugikan kesehatan konsumennya. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan adalah salah satu hak konsumen sebagaimana diatur dalam pasal 4 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Hak ini mengandung arti bahwa konsumen berhak atas produk yang nyaman dan aman bagi kesehatannya bahwa produk itu tidak akan mencederai/mencelakakannya. Terhadap hak tersebut, produsen harus memberi jaminan serta

pertanggungjawabannya. Dengan demikian, produsen harus berhati – hati dalam berproduksi.<sup>182</sup>

Dalam pasal 7 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mengatakan pelaku usaha wajib beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya serta menjamin mutu produknya berdasarkan ketentuan standar yang berlaku (huruf a dan d). Bila akibat dari pemakaian produk itu konsumen menderita kerugian, wajib pula pelaku usaha untuk memberikan ganti kerugian, kompensasi, atau penggantian kerugian tersebut (huruf f dan g). Sehubungan dengan hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan ini, diatur sejumlah larangan bagi pelaku usaha, diantaranya dilarang memproduksi barang yang tidak memenuhi standar, cacat atau rusak, tercemar, dan sebagainya diatur dalam pasal 8 undang – undang 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Berkaitan dengan definisi iklan adalah komunikasi bukan pribadi, yang dilakukan melalui media yang dibayar atas usaha yang jelas. Menurut Sofyan Assauri menulis bahwa iklan adalah cara mempromosikan barang – barang, jasa, atau gagasan/ide yang dibiayai oleh sponsor yang dikenal dalam rangka untuk menarik calon pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dari perusahaan yang bersangkutan.<sup>183</sup>

---

<sup>182</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 222

<sup>183</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta, Rajawali Press, 1990, hlm. 247

Melalui iklan, produsen usaha bermaksud mengomunikasikan sesuatu tentang produknya kepada masyarakat konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha menempuh berbagai macam cara yang dianggap dapat menyampaikan pesannya secara efektif dan efisien. Produsen/pelaku usaha juga memilih media yang dianggap lebih tepat untuk itu. Seperti halnya dalam praktik, pelaku usaha bisa melakukan periklanan dengan cara informasi, ajakan/undangan, pengaruh/bujukan, janji/jaminan, dan peringatan.

Yang harus diperhatikan oleh praktisi periklanan adalah bahwa segala informasi itu harus benar, jujur, apa adanya, atau sesuai dengan kenyataan sebab mendapatkan informasi yang benar dan jujur adalah hak konsumen. Dick Warren Twedt, mengatakan bahwa apa yang diinformasikan melalui iklan itu harus masuk akal. Tidak boleh mengiklankan informasi yang bohong, menyesatkan, atau menipu. Memberitahukan sesuatu yang tidak benar atau bohong dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana, yang diancam dengan hukuman pidana penjara paling lama empat tahun sebagaimana diatur dalam pasal 378 KUHP.

Dalam pasal 9 undang – undang perlindungan konsumen, pasal (1) pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, 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 asesori 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;
- i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
- j. Menggunakan kata – kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
- k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Dalam ayat (2) dinyatakan bahwa barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk



diperdagangkan. Sedangkan pada ayat (3) pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan suatu barang dan/atau jasa tersebut.

Apabila diperhatikan substansi pasal 9 yang mengatur larangan melakukan penawaran, promosi, periklanan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, tampak sedikit rancu sesehingga perlu dilakukan revisi bahkan sebagian di antara ayat – ayatnya mendapat pengaturan yang berlebihan. Pasal 9 ayat 1 di atas, seharusnya tidak perlu dirinci dari a sampai k, karena dengan hanya menyebut bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, sudah cukup dan bahkan jangkauannya lebih luas daripada apa yang dirinci. Dengan luasnya jangkauan perlindungan konsumen menjadikan konsumen lebih aman.<sup>184</sup>

Khusus menyangkut penggunaan kata “seolah-olah” dalam ayat 1 ini, hanya dapat ditujukan terhadap larangan yang tersebut pada huruf a sampai huruf h, sedangkan larangan tersebut pada huruf i sampai dengan k, kata seolah-olah tidak tepat karena akan mengubah makna yang sebenarnya dimaksudkan oleh pembuat undang – undang. Ini berarti untuk huruf i sampai dengan huruf k hanya dapat dibaca sampai kata “tidak benar” tanpa kata “dan/atau seolah-olah”.

---

<sup>184</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajawali Pers, 2004, hlm. 90

Memperhatikan substansi ketentuan pasal 9 UUPK ini, pada intinya merupakan bentuk larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha, yang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah – olah barang tersebut telah memenuhi standar mutu tertentu, memiliki potongan harga, dalam keadaan baik dan/atau baru, telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, tidak mengandung cacat tersembunyi, merupakan kelengkapan dari barang tertentu, atau seolah – olah berasal dari daerah tertentu. Demikian pula “perilaku” menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang dan/atau jasa yang secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain, menggunakan kata – kata yang berlebihan, menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.<sup>185</sup>

Larangan terhadap pelaku usaha tersebut dalam UUPK, membawa akibat bahwa pelanggaran atas larangan tersebut dikualifikasi sebagai perbuatan melanggar hukum. Tujuan dari pengaturan ini menurut Nurmadjito adalah untuk mengupayakan terciptanya tertib perdagangan dalam rangka menciptakan iklim usaha yang sehat. Ketertiban tersebut sebagai bentuk perlindungan konsumen, karena larangan itu, untuk memastikan bahwa produk yang diperjualbelikan dalam masyarakat dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum. Seperti praktek menyesatkan pada saat

---

<sup>185</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajawali Pers, 2004, hlm. 91

menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, memperdagangkan atau mengedarkan produk barang dan/atau jasa yang palsu, atau hasil dari suatu kegiatan pembajakan.<sup>186</sup>

Perihal larangan yang disebutkan dalam ayat (1) huruf h, yaitu larangan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut berasal dari daerah tertentu, dalam bidang Hak atas Kekayaan Intelektual dikenal apa yang disebut “indikasi geografis dan indikasi asal” sebagaimana diatur dalam pasal 56 ayat (1) dan pasal 59 undang – undang merek tahun 2001.<sup>187</sup>

Substansi pasal 9 UUPK terkait dengan representasi di mana pelaku usaha wajib memberikan representasi yang benar atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya. Hal ini penting, diketahui bahwa salah satu penyebab terjadinya kerugian konsumen adalah misrepresentasi terhadap barang dan/atau jasa tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia juga kebanyakan karena tergiur oleh iklan – iklan atau brosur – brosur barang dan/atau jasa yang ternyata tidak benar. Informasi berupa janji yang dinyatakan dalam penawaran, promosi, dan pengiklanan

---

<sup>186</sup> Nurmadjito, *Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. Penyunting, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 2000

<sup>187</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajawali Pers, 2004, hlm91

barang dan/atau jasa tersebut dapat menjadi alat bukti yang dipertimbangkan oleh hakim atas gugatan yang berdasarkan wanprestasi pelaku usaha.

Variabel penting kedua dalam manajemen pemasaran adalah kebijakan mengenai penentuan harga. Dari segi manajemen, persoalan ini memerlukan suatu strategi yang tersendiri pula. Komponen – komponen pembentukan harga, antara lain, *cost* dan *benefit*. Yang penting diperhatikan di sini adalah bahwa harga harus wajar bagi semua pihak, yaitu bagi produsen/pelaku usaha, konsumen, dan produsen pesaingnya. Bagi produsen/pelaku usaha sendiri mestinya harga yang diterapkan harus wajar. Artinya, melalui perhitungan yang matang dan benar atas seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk ditambah dengan sejumlah keuntungan (yang wajar) yang diharapkan akan diperoleh. Kedudukan sebagai satu – satunya produsen (*monopolist*) tidak dapat dijadikan sebagai alasan untuk menetapkan harga setinggi mungkin. Dalam kaitannya, produsen tidak boleh melupakan prinsip lain yang terkandung dalam definisi pemasaran, yaitu antara produk dan harga harus mempunyai nilai yang sama, konsumen dan produsen/pelaku usaha sama – sama beruntung. Demikian juga, harus dihindari perasaan terpaksa konsumen untuk membeli produk seharga yang sudah ditetapkan produsen/pelaku usaha.<sup>188</sup>

---

<sup>188</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2014, hlm. 222-223

Salah satu hak konsumen yang berkaitan dengan harga adalah hak konsumen untuk mendapatkan harga rugi karena menderita kerugian ekonomis (*economic loss*). Artinya, konsumen berhak untuk tidak dirugikan, berhak mendapatkan produk dengan harga yang wajar. Hak ini seharusnya mendapat perhatian yang sungguh – sungguh dari produsen sebab bagaimanapun eksistensi konsumen sangat penting bagi pelaku usaha. Pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya saling membutuhkan, mempunyai hubungan simbiosis mutualistis.

Pasal 11 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menjelaskan bahwa “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 – 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.

Pada huruf d menjelaskan yang dimaksud dengan jumlah tertentu dan jumlah yang cukup adalah jumlah yang memadai sesuai dengan antisipasi permintaan konsumen. Larangan dalam pasal 11 masih berkaitan dengan representasi, yang tidak benar dilakukan oleh pelaku usaha, sebagaimana juga terjadi dengan ketentuan pasal – pasal sebelumnya. Oleh karena itu, pasal 11 ini menyangkut larangan yang selain ditujukan pada perilaku pelaku usaha seperti dapat dilihat dalam komentar atas pasal – pasal sebelumnya, juga merupakan larangan yang ditujukan pada “cara-cara penjualan” yang dilakukan oleh pelaku usaha.

#### **D. Pengaturan Lembaga Konsumen UU No.8/1999 tentang Perlindungan Konsumen**

Sebagaimana dipaparkan pada bab III di atas, penjelasan tentang syarat lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) tersebut, dapat diketahui dari pengertian pada pasal 1 angka 9 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Meskipun lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dikatakan sebagai lembaga non pemerintah, namun LPKSM yang selama ini diketahui “independen”, mengingat LPKSM yang dimaksud dalam undang – undang ini harus didaftarkan dan mendapat

pengakuan pemerintah, dengan tugas – tugas yang masih harus diatur dengan peraturan pemerintah.

Setelah diundangkan peraturan pemerintah nomor 59 tahun 2001 tentang lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, maka dalam pasal 2 menentukan bahwa :

- (1) Pemerintah mengakui LPKSM yang memenuhi syarat, yakni terdaftar pada pemerintah kabupaten/kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya. Pendaftaran tersebut hanya dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Demikian pula, bagi LPKSM yang membuka kantor perwakilan atau cabang di daerah lain, cukup melaporkan kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada pemerintah kabupaten/kota setempat dan tidak perlu melakukan pendaftaran di tempat kedudukan perwakilan atau cabang tersebut.
- (2) LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dapat melakukan kegiatan perlindungan konsumen di seluruh wilayah Indonesia.
- (3) Tata cara pendaftaran LPKSM sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) huruf a diatur lebih lanjut dalam Keputusan Menteri.

Ketentuan di atas, secara tegas menyatakan bahwa pendaftaran hanya dimaksudkan sebagai pencatatan dan

bukan merupakan perizinan. Dapat dikatakan bahwa lembaga pendaftaran dimaksudkan hanya sebagai alat kontrol bagi pemerintah yang tidak memberikan pengaruh apa pun bagi independensi LPKSM. Di dalam penjelasan umum peraturan pemerintah nomor 59 tahun 2001, menentukan bahwa untuk menjamin ketertiban, kepastian, dan keterbukaan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, maka LPKSM dipandang perlu untuk melakukan pendaftaran pada pemerintah kabupaten/kota. Pendaftaran tersebut dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan suatu perizinan. Pendaftaran cukup dilakukan pada salah satu pemerintah kabupaten/kota di Indonesia. Pemerintah pusat maupun pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten/kota di seluruh Indonesia mengakui LPKSM yang telah melakukan pendaftaran tersebut.<sup>189</sup>

Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, menentukan bahwa :

- (1) Pemerintah membatalkan pendaftaran LPKSM apabila LPKSM tersebut :
  - a. tidak lagi menjalankan kegiatan perlindungan konsumen; atau
  - b. terbukti melakukan kegiatan pelanggaran ketentuan undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan peraturan pelaksanaannya.

---

<sup>189</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada, 2014, hlm.216



- (2) Ketentuan mengenai tata cara pembatalan pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diatur lebih lanjut dalam Keputusan Menteri.

Kehadiran LPKSM sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana ditentukan dalam pasal 44 ayat (3) huruf a UUPK, yaitu menyebar informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati – hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Sedangkan dalam peraturan pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, ditentukan bahwa penyebaran informasi yang dimaksud meliputi penyebarluasan berbagai pengetahuan mengenai perlindungan konsumen termasuk peraturan perundang – undangan yang berkaitan dengan masalah perlindungan konsumen. Adapun informasi yang dimaksud adalah yang berkaitan dengan pengetahuan mengenai proses produksi, standar, label, promosi, dan periklanan, klausula baku dan lain – lain. Sedangkan penyebaran informasi yang dilakukan LPKSM dapat dilaksanakan melalui kegiatan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, pelayanan informasi, dan lain – lain.

Tugas dari pada lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana ditentukan dalam pasal 44 ayat (3) huruf b undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yaitu, memberikan nasihat kepada konsumen yang

memerlukannya, dalam pasal 5 peraturan pemerintah nomor 59 tahun 2001, ditentukan bahwa pemberian nasihat kepada konsumen yang memerlukan dilaksanakan oleh LPKSM secara lisan atau tertulis agar konsumen dapat melaksanakan hak dan kewajibannya.

Selain itu, tugas LPKSM sebagaimana ditentukan dalam pasal 44 ayat (3) huruf c UUPK, bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, sedangkan dalam pasal 6 PP nomor 59 tahun 2001 ditentukan bahwa pelaksanaan kerja sama LPKSM dengan instansi terkait meliputi pertukaran informasi mengenai perlindungan konsumen, pengawasan atas barang dan/atau jasa yang beredar, dan penyuluhan serta pendidikan konsumen.

Kemudian, pada pasal 44 ayat (3) huruf d UUPK, melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen, sedangkan pasal 8 PP nomor 59 tahun 2001 menentukan bahwa pengawasan perlindungan konsumen oleh LPKSM bersama pemerintah dan masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survey. Adapun pelaksanaan penelitian, pengujian dan/atau survey dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang diduga tidak memenuhi unsur keamanan, kesehatan, kenyamanan dan keselamatan konsumen.

Berdasarkan ketentuan pasal 9 PP nomor 59 tahun 2001 ditentukan bahwa pelaksanaan tugas sebagaimana dimaksud, LPKSM dapat bekerja sama dengan

organisasi atau lembaga lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional. LPKSM melaporkan pelaksanaan tugasnya kepada pemerintah kabupaten/kota setiap tahun. Laporan tersebut dimaksudkan sebagai sarana komunikasi antara pemerintah kabupaten/kota dengan LPKSM. Selain itu, dalam rangka penyelenggaraan perlindungan konsumen secara nasional, Menteri dapat meminta laporan kepada pemerintah kabupaten/kota mengenai LPKSM yang ada di wilayahnya.

Di Indonesia, gerakan perlindungan konsumen ditandai dengan berdirinya YLKI pada tanggal 11 Mei 1973. YLKI ini didirikan dengan tujuan untuk membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.<sup>190</sup>

Kehadiran lembaga konsumen, terutama YLKI, merupakan langkah maju dalam perlindungan konsumen, karena dalam upaya mencapai tujuannya YLKI melaksanakan berbagai kegiatan, yang dilakukan melalui beberapa bidang:<sup>191</sup>

1. Bidang penelitian;
2. Bidang pendidikan;

---

<sup>190</sup> C. Tantri D dan Sulastri, *Gerakan Organisasi Konsumen*, Seri Panduang Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, The Asia Foundation, Jakarta, 1995, hlm. 9-10

<sup>191</sup> C. Tantri D dan Sulastri, *Gerakan Organisasi Konsumen*, Seri Panduang Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, The Asia Foundation, Jakarta, 1995, hlm. 10-15

3. Bidang penerbitan, warta konsumen dan perpustakaan.
4. Bidang pengaduan;
5. Bidang umum dan keuangan.

Dari kelima bidang di atas, hanya empat yang memiliki keterkaitan dengan perlindungan konsumen, yaitu bidang penelitian, pendidikan, penerbitan, warta konsumen dan perpustakaan, serta bidang pengaduan. Sedangkan bidang umum dan keuangan lebih terkait dengan yaysan lembaga konsumen itu sendiri.

#### **E. Penyelesaian Sengketa Konsumen**

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur penyelesaian sengketa bagi konsumen yang dirugikan. Penyelesaian sengketa yang timbul dalam dunia bisnis, merupakan masalah tersendiri, karena apabila para pelaku bisnis menghadapi sengketa tertentu, maka dia akan berhadapan dengan proses peradilan yang berlangsung lama dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, sedangkan dalam dunia bisnis, penyelesaian sengketa yang dikehendaki adalah yang dapat berlangsung cepat dan murah. Di samping itu, penyelesaian sengketa dalam dunia bisnis diharapkan sedapat mungkin tidak merusak hubungan bisnis selanjutnya dengan siapa dia pernah terlibat suatu sengketa. Hal ini tentu sulit ditemukan apabila pihak yang bersangkutan membawa sengketanya ke pengadilan, karena proses penyelesaian sengketa

melalui pengadilan (litigasi), akan berakhir dengan kekalahan salah satu pihak dan kemenangan pihak lainnya.

Pasal 45 menyatakan:

- (1) 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.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang – undang.
- (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa. Pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan

penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa.

Yang dimaksud dengan penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen dan bertentangan dengan undang – undang ini.

Pasal 45 ayat 1 memberikan kemudahan bagi konsumen guna memberikan peluang untuk menyelesaikan sengketa dengan dua pilihan yaitu:

1. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, atau
2. Melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Pasal 45 ayat 2 dan penjelasannya tampak sangat rancu, karena penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau di luar pengadilan sebenarnya tidak berdasarkan pilihan suka rela para pihak, tetapi berdasarkan pilihan konsumen (cermati pasal 45 ayat 1) kecuali jika penyelesaian sengketa di luar pengadilan dilakukan oleh lembaga lain di luar badan pengadilan sengketa konsumen (BPSK), kemudian kesepakatan para pihak yang dimaksud dapat terjadi, itupun seharusnya dijelaskan berdasarkan pasal 45 ayat 1 karena pasal ini tidak memberikan kemungkinan bagi pelaku usaha untuk menolak pilihan konsumen.

Upaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan selain BPSK masih tetap berlaku atau dapat dipergunakan untuk menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha jika bertolak pada pasal 45 ayat 2 dan penjelasannya. Dalam pasal ini hanya disebut penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau diluar pengadilan, tanpa menyebut bentuk dari cara penyelesaian di luar pengadilan. Demikian pula, dalam penjelasan pasal 45 ayat 2 dimungkinkan mengadakan perdamaian sepanjang tidak bertentangan dengan UUPK.

Pasal 45 ayat 3 seharusnya menentukan bahwa penyelesaian sengketa sebagaimana dimaksud pada ayat 2 yaitu penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau di luar pengadilan, tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang – undang, tidak seperti rumusan yang ada sekarang yang hanya menunjuk pada penyelesaian sengketa di luar pengadilan.

Pasal 45 ayat 4 masih memungkinkan untuk mengajukan gugatan melalui pengadilan meskipun telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, dengan hanya berdasarkan alasan bahwa upaya penyelesaian tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak.

Ketentuan pasal 46 ayat 2 menempatkan seolah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan lembaga – lembaga peradilan lainnya yang berada di luar peradilan umum seperti Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI) atau Badan Arbitrase Muamalat Indonesia

(BAMUI) atau yang dikenal sekarang dengan BASYARNAS sebagai lembaga peradilan yang berada di bawah lembaga peradilan umum, meskipun keduanya berada di dalam sisi yang berbeda. Terlepas dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang dibentuk atau diadakan oleh negara, menurut Soebekti, peradilan umum adalah lembaga peradilan yang diadakan oleh negara, sementara arbitrase adalah lembaga peradilan yang diadakan oleh swasta atau disebut sebagai peradilan swasta.<sup>192</sup>

Berdasarkan ketentuan pasal 46 UUPK, dasar hukum gugatan kelompok (*class action*) semakin kuat, karena gugatan kelompok yang diajukan selama ini belum memiliki ketentuan tertulis, walaupun dalam kenyataan, gugatan kelompok tersebut diterima untuk diperiksa oleh pengadilan. *Class action* dalam Undang – Undang Perlindungan Konsumen yaitu suatu prosedur hukum yang memungkinkan banyak orang bergabung untuk menuntut ganti kerugian atau kompensasi lainnya di dalam suatu gugatan.<sup>193</sup>

Penyelesaian sengketa yang sederhana bagi konsumen yang tidak diatur dalam undang – undang perlindungan konsumen adalah *small claim court* atau *small claim tribunal*, yaitu pengadilan yang tujuan utamanya adalah untuk mengadakan penyelesaian segera

---

<sup>192</sup> Soebekti, *Arbitrase Dagang*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1992

<sup>193</sup> Sothi Rachagan, *Consumer Access to Justice, an Overview, in Developing Consumer Law in Asia*, IOCU Regional Office for Asia and The Pacific, Malaysia, tt, hlm. 207



cepat dan murah terhadap sengketa yanguntutannya dalam jumlah kecil. Pengadilan ini meskipun banyak membantu konsumen, namun bukan hanya diperuntukkan bagi konsumen semata, tapi bahkan pengusaha pun dapat menggunakan pengadilan ini. Perbedaan utama antara gugatan melalui *small claim tribunal*, dengan pengajuan gugatan pada pengadilan biasa adalah karena pengajuan gugatan pada *small claim tribunal* memberikan keuntungan dari segi waktu dan biaya.<sup>194</sup>

Penyelesaian sengketa melalui *small claim tribunal* ini melalui dua tahap utama, tahap pertama adalah tahap konsultasi dengan panitera yang bertindak sebagai mediator, di mana pihak mengadakan pertemuan untuk berusaha mencapai penyelesaian sengketa yang dapat diterima. Apabila tahap konsultasi tersebut tidak membuahkan hasil, maka gugatan diteruskan ke tahap yang kedua, yaitu pemeriksaan di depan hakim, di mana hakim memberikan putusan berdasarkan fakta dan hukum.

Gugatan konsumen perorangan yang diajukan pada pengadilan biasa harus mempunyai kepentingan sesuai dengan asas *point d'interest*, *point d'action* (tidak gugatan tanpa kepentingan hukum). Selanjutnya juga perlu diperhatikan ketentuan – ketentuan hukum acara perdata.

---

<sup>194</sup> Billy Low Naifah, *Small Claims*, Longman Singapore Publishers, Singapore, 1994, hlm. 12-13

Penyelesaian sengketa melalui lembaga litigasi mendapat kritik tidak hanya di Amerika, tetapi juga hampir meliputi semua negara, yaitu penyelesaian sengketa “lambat”, biaya perkara mahal, peradilan tidak tanggap, putusan pengadilan tidak menyelesaikan dan masalah kemampuan para hakim bersifat generalis.<sup>195</sup> Namun dalam penyelesaian sengketa bisnis, lembaga peradilan perlu dipertahankan sebagai katup penekan (*pressure value*) tetapi kedudukannya perlu digeser sebagai lembaga *the last resort* sedangkan lembaga alternatif lain, ditempatkan di depan sebagai *the first resort*.<sup>196</sup>

---

<sup>195</sup> Suyud Margono, *Penyelesaian Sengketa Bisnis, Alternatif Dispute Resolutions (ADR) : Teknik & Strategi dalam Negosiasi, Mediasi & Arbitrase*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm.64-66

<sup>196</sup> Suyud Margono, *Penyelesaian Sengketa Bisnis, Alternatif Dispute Resolutions (ADR) : Teknik & Strategi dalam Negosiasi, Mediasi & Arbitrase*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2010, hlm.64-66

# DAFTAR PUSTAKA

---

## I. BUKU

- Asshiddiqie, Jimly. 2006. *Konstitusi & Konstitusionalisme Indonesia*, Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Konstitusi RI, Jakarta.
- Atmasasmita, Romli. 2000. *Bentuk – Bentuk Tindak Pidana Yang Dilakukan Oleh Produsen Pada Era Perdagangan Bebas Suatu Upaya Antisipatif Preventif dan Represif (Makalah)*, Dalam Eman Rajagukguk, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan 1, Bandung. Mandar Maju.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Atikah, Ika. 2016. *Aspek Hukum Dalam Ekonomi*, Serang, Media Madani Publishing.
- Assauri, Sofyan. 1990. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta. Rajawali Press.
- Az Nasution. 2001. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Diadit Media. Jakarta.
- Barkatulah, Abdul Halim. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*. Bandung. Nusa Media.
- Hartono, Redjeki Sri. 2000. *Aspek – Aspek Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas (Makalah)* Dalam Eman Rajagukguk, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Cetakan 1. Bandung. Mandar Maju.

- Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. 2000. Penyunting, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung. Mandar Maju.
- Kertadjoemena, H.S. *GATT dan WTO, Sistem, Forum, dan Lembaga Internasional di Bidang Perdagangan*
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid II, Edisi Kelima. Jakarta. Erlangga..
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2009. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta. Sinar Grafika.
- Marzuki, Peter Mahmud. 2011 *Penelitian Hukum*. Jakarta. Kencana.
- Rachmadi, Usman. 2000. *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*. Cet.1. Jakarta. Djambatan.
- Sudjana & Elisantris Gultom. 2016. *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*. Bandung. KeniMedia.
- Susanto, Happy. 2008. *Hak – Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta. Visimedia.
- Shidarta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta. Gramedia.
- Sidabalok, Janus. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.
- Soebekti. 1992. *Arbitrase Dagang*. Jakarta. Pradnya Paramita.
- Soekanto, Soerjono & Sri Mamudji. 2004. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta. PT.RajaGrafindo Persada.

- Syahdeini, St. Remy. 1993. *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit Bank*. Jakarta. IBI.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sunggono, Bambang. 1997. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Susanti Adi Nugroho. 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasi*. Cetakan ke-1. Jakarta. Kencana Media Group.
- Tebbens, Harry Duintjer. 1980. *International Product Liability*. Netherland. Sijthoff & Noordhoff International Publisher.
- Umam, Yustisia. 2010. *Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Wahyuni, Endang Sri. 2003. *Aspek Hukum Sertifikasi & Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.
- Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani. 2008. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Cetakan Keempat. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.

## II. JURNAL

- Mariam Darus, *Perlindungan Terhadap Konsumen Ditinjau dari Segi Standar Kontrak (Baku)*, makalah pada Simposium Aspek – Aspek Hukum Perlindungan Konsumen, BPHN-Binacipta, 1980

Suryana, Ading, *Upaya Pemerintah dalam Meningkatkan Perhatian Terhadap Kepentingan Konsumen Produk Pangan*, makalah pada Seminar Nasional Upaya Peningkatan Perlindungan Konsumen Produk Pangan, UGM, 10 Januari 1989, Yogyakarta

Syahrir, *Deregulasi Ekonomi sebagai Jalan Keluar Peningkatan Perhatian Terhadap Kepentingan Konsumen Produk Pangan*, makalah Seminar Demokrasi Ekonomi dan Arah Gerakan Perlindungan Konsumen, YLKI-CESDA-LP3ES, 11 Mei 1993, Jakarta

### **III. UNDANG – UNDANG**

Undang – Undang Pangan adalah Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1996, yang diundangkan pada tanggal 4 Nopember 1996, Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 1996 Nomor 99

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang – Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Undang - Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 tentang Iklan Pangan

#### IV. INTERNET

<http://www.theindonesianinstitute.com/perlindungan-konsumen-di-indonesia/>

<http://m.kontan.co.id/news/ipw-konsumen-sering-dirugikan-pengembang-properti>

<http://m.merdeka.com/amp/jakarta/soal-promosi-minimarket-sering-langgar-hak-konsumen.html>

<http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/448/jbptunikompp-gdl-didinbasir-22387-3-babii.pdf>





## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

### **UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA**

**NOMOR 8 TAHUN 1999**

**TENTANG**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA**

- Menimbang :
- a. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
  - b. bahwa pembangunan perekonomian nasional opada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/ jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
  - c. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepatian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/ atau jasa yang diperolehnya di pasar;
  - d. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab;
  - e. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- f. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
- g. bahwa untuk itu perlu dibentuk undang-undang tentang perlindungan konsumen.

Mengingat : Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945

Dengan persetujuan

### DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA MEMUTUSKAN

Menetapkan : **UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

#### BAB I KETENTUAN UMUM

##### Pasal 1

Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan :

1. **Perlindungan konsumen** adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen
2. **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.
3. **Pelaku usaha** adalah setiap 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, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

4. **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.
5. **Jasa** adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
6. **Promosi** adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.
7. **Impor barang** adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
8. **Impor jasa** adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
9. **Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat** adalah lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
10. **Klausula Baku** adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
11. **Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen** adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.
12. **Badan Perlindungan Konsumen Nasional** adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.
13. **Menteri** adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

## BAB II ASAS DAN TUJUAN

### Pasal 2

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

### **Pasal 3**

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;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung 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.

## **BAB III**

### **HAK DAN KEWAJIBAN**

#### **Bagian Pertama**

#### **Hak dan Kewajiban Konsumen**

### **Pasal 4**

Hak konsumen adalah :

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

### **Pasal 5**

Kewajiban konsumen adalah :

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

### **Bagian Kedua**

#### **Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

### **Pasal 6**

Hak pelaku usaha adalah :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

### **Pasal 7**

Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

## **BAB IV**

### **PERBUATAN YANG DILARANG BAGI PELAKU USAHA**

#### **Pasal 8**

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
  - 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, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan 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 bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan 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.

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

### 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;
  - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
  - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tampak keterangan yang lengkap;
  - k. 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.



## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

### **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

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

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**

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

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

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. 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 perundang-undangan mengenai periklanan.
- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

## **BAB V**

### **KETENTUAN PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU**

#### **Pasal 18**

- (1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
  - a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
  - c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
  - d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
  - e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
  - f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
  - g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
  - h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
- (2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
- (3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.
- (4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang ini.

# UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

## BAB VI TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

### Pasal 19

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada 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 gantirugi 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 ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

### Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

### Pasal 21

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- (1) Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.
- (2) Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

### **Pasal 22**

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dan tanggungjawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

### **Pasal 23**

Pelaku usaha yang menolak dan atau tidak memberi tanggapan dan atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

### **Pasal 24**

- (1) Pelaku usaha yang menjual barang dan atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan atau gugatan konsumen apabila:
  - a. pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
  - b. pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- (2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

### **Pasal 25**

- (1) Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.
- (2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut:
- a. tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;
  - b. tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

### **Pasal 26**

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

### **Pasal 27**

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

- a. barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- b. cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
- e. lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

### **Pasal 28**

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggungjawab pelaku usaha.

## **BAB VII**

### **PEMBINAAN DAN PENGAWASAN**

#### **Bagian Pertama**

#### **Pembinaan**

### **Pasal 29**

- (1) Pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
- (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
- (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:
  - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;



## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
  - c. meningkatnya kualitas sumberdaya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

### **Bagian Kedua Pengawasan**

#### **Pasal 30**

- (2) Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- (3) Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (4) Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- (5) Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (6) Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
- (7) Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

## **BAB VIII**

### **BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL**

#### **Bagian Pertama**

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

### **Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas**

#### **Pasal 31**

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

#### **Pasal 32**

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

#### **Pasal 33**

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

#### **Pasal 34**

- (1) Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:
- a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
  - b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
  - c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
  - d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
  - e. menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
  - g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerjasama dengan organisasi konsumen internasional.

### **Bagian Kedua Susunan Organisasi dan Keanggotaan**

#### **Pasal 35**

- (1) Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (duapuluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur.
- (2) Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- (3) Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama (3) tiga tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya.
- (4) Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

#### **Pasal 36**

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur:

- a. pemerintah;

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

- b. pelaku usaha;
- c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- d. akademis; dan
- e. tenaga ahli.

### Pasal 37

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah:

- a. warga negara Republik Indonesia;
- b. berbadan sehat;
- c. berkelakuan baik;
- d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
- e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen; dan
- f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

### Pasal 38

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena:

- a. meninggaldunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. bertempat tinggal di luar wilayah Republik Indonesia;
- d. sakit secara terus menerus;
- e. berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
- f. diberhentikan.

### Pasal 39

- (1) Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen, Nasional dibantu oleh sekretariat.
- (2) Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- (3) Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

### **Pasal 40**

- (1) Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan di Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya.
- (2) Pembentukan perwakilan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

### **Pasal 41**

Dalam pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional bekerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

### **Pasal 42**

Biaya untuk pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja negara dan sumber lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### **Pasal 43**

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

## **BAB IX LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT**

### **Pasal 44**

- (1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- (2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
- (3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
  - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
  - b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
  - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
  - d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
  - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

### **BAB X**

#### **PENYELESAIAN SENGKETA**

##### **Bagian Pertama**

##### **Umum**

##### **Pasal 45**

- (1) 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.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
- (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

### **Pasal 46**

- (1) Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
  - a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
  - b. kelompok 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 kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
- (2) Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.

### **Bagian Kedua**

#### **Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan**

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

### **Pasal 47**

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

### **Bagian Ketiga Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan**

### **Pasal 48**

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

## **BAB XI BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN**

### **Pasal 49**

- (1) Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.
- (2) Untuk dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut:
  - a. warga negara Republik Indonesia;
  - b. berbadan sehat;
  - c. berkelakuan baik;
  - d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
  - e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
  - f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.



## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- (3) Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha.
- (4) Anggota setiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang.
- (5) Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

### **Pasal 50**

Badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (1) terdiri atas:

- a. ketua merangkap anggota;
- b. wakil ketua merangkap anggota;
- c. anggota.

### **Pasal 51**

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat.
- (2) Sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen terdiri atas kepala sekretariat dan anggota sekretariat.
- (3) Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

### **Pasal 52**

Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi:

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- 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 ini;
- 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 badan penyelesaian sengketa konsumen;
- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna menyelidikan 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 ini.

### **Pasal 53**

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

### **Pasal 54**

- (1) Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis.

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- (2) Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus ganjil dan sedikit-sedikitnya 3 (tiga) orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (3), serta dibantu oleh seorang panitera.
- (3) Putusan majelis final dan mengikat.
- (4) Ketantuan teknis lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.

### **Pasal 55**

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

### **Pasal 56**

- (1) Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.
- (2) Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empatbelas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
- (3) Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dianggap menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.
- (4) Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

### **Pasal 57**

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Putusan majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat (3) dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

### **Pasal 58**

- (1) Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat (2) dalam waktu paling lambat 21 (duapuluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.
- (2) Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lama 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.
- (3) Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

## **BAB XII PENYIDIKAN**

### **Pasal 59**

- (1) Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu dilingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya dibidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.
- (2) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang:
  - a. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
  - b. melakukan pemeriksaan terhadap orang lain atau badan hukm yang diduga melakukan tindak pidana dibidang perlindungan konsumen;
  - c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana dibidang perlindungan konsumen;

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

- d. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
  - e. melakukan pemeriksaan ditempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti serta melakukan penyitaan terhadap barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.
  - f. meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.
- (3) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.
- (4) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

### **BAB XIII**

### **SANKSI**

#### **Bagian Pertama**

#### **Sanksi Administratif**

#### **Pasal 60**

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26.
- (2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (duaratus juta rupiah).
- (3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

#### **Bagian Kedua**

# UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

## Sanksi Pidana

### Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

### Pasal 62

- (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).
- (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

### Pasal 63

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

### **BAB XIV**

#### **KETENTUAN PERALIHAN**

##### **Pasal 64**

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini.

### **BAB XV**

#### **KETENTUAN PENUTUP**

##### **Pasal 65**

Undang-undang ini mulai berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta

Pada tanggal 20 April 1999

**PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA**

ttd.

**BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE**

Diundangkan di Jakarta

Pada tanggal 20 April 1999

**MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA**

# **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

ttd.

## **AKBAR TANDJUNG LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999 NOMOR 42**

### **PENJELASAN ATAS UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

#### **I. UMUM**

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Disisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.



## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha, yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

Disamping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dalam pelaksanaannya tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Hal itu dilakukan melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi atas pelanggarannya.

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara Undang-Undang Dasar 1945.

Disamping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen pada dasarnya bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen,

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

sebab sampai pada terbentuknya Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini telah ada beberapa undang-undang yang materinya melindungi kepentingan konsumen, seperti:

- a. Undang-undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 1 Tahun 1961 tentang Barang, menjadi Undang-undang;
- b. Undang-undang Nomor 2 Tahun 1966 tentang Hygiene;
- c. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang Pokok-pokok Pemerintahan di Daerah;
- d. Undang-undang Nomor 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal;
- e. Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan;
- f. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian;
- g. Undang-undang Nomor 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan;
- h. Undang-undang Nomor 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri;
- i. Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan;
- j. Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang Agreement Establishing The World Trade Organization (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia);
- k. Undang-undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas;
- l. Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil;
- m. Undang-undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan;
- n. Undang-undang Nomor 12 Tahun 1997 tentang perubahan Atas Undang-undang Hak Cipta sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1987;
- o. Undang-undang Nomor 13 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1989 tentang Paten;
- p. Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 19 Tahun 1989 tentang Merek;
- q. Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup;
- r. Undang-undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran;
- s. Undang-undang Nomor 25 Tahun 1997 tentang Ketenagakerjaan;
- t. Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

Perlindungan konsumen dalam hal pelaku usaha melanggar hak atas kekayaan intelektual (HAK) tidak diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini karena sudah

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

diatur dalam Undang-undang Nomor 12 Tahun 1997 tentang Hak Cipta, Undang-undang Nomor 13 Tahun 97 tentang Paten, dan Undang-undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek, yang melarang menghasilkan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang melanggar ketentuan tentang HAKI.

Demikian juga perlindungan konsumen di bidang lingkungan hidup tidak diatur dalam Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini karena telah diatur dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup mengenai kewajiban setiap orang untuk memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mencegah dan menanggulangi pencemaran dan perusakan lingkungan hidup.

Dikemudian hari masih terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen. Dengan demikian, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini merupakan payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

### **II. PASAL DEMI PASAL**

Pasal 1

Angka 1

Cukup jelas

Angka 2

Di dalam kepastakaan ekonomi dikenal istilah 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 suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.

Angka 3

Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Angka 4

Cukup jelas

Angka 5

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Cukup jelas

Angka 6

Cukup jelas

Angka 7

Cukup jelas

Angka 8

Cukup jelas

Angka 9

Lembaga ini dibentuk untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen serta menunjukkan bahwa perlindungan konsumen menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat.

Angka 10

Cukup jelas

Angka 11

Badan ini dibentuk untuk menangani penyelesaian sengketa konsumen yang efisien, cepat, murah dan profesional.

Angka 12

Cukup jelas

Angka 13

Cukup jelas

Pasal 2

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional 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.

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun 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 baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

### Pasal 3

Cukup jelas

### Pasal 4

#### Huruf a

Cukup jelas

#### Huruf b

Cukup jelas

#### Huruf c

Cukup jelas

#### Huruf d

Cukup jelas

#### Huruf e

Cukup jelas

#### Huruf f

Cukup jelas

#### Huruf g

Hak untuk diperlukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin dan status sosial lainnya.

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf h

Cukup jelas

Huruf i

Cukup jelas

Pasal 5

Cukup jelas

Pasal 6

Cukup jelas

Pasal 7

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan.

Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen.

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian.

Huruf f

Cukup jelas

Huruf g

Cukup jelas

Pasal 8

Ayat (1)

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Cukup jelas

Huruf f

Cukup jelas

Huruf g

Jangka waktu penggunaan/ pemanfaatannya yang paling baik adalah terjemahan dari kata 'best before' yang biasa digunakan dalam label produk makanan.

Huruf h

Cukup jelas

Huruf i

Cukup jelas

Huruf j

Cukup jelas

Ayat (2)

Barang-barang yang dimaksud adalah barang-barang yang tidak membahayakan konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ayat (3)

Sediaan farmasi dan pangan yang dimaksud adalah yang membahayakan konsumen menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (4)

Menteri dan menteri teknis berwenang menarik barang dan/atau jasa dari peredaran.

Pasal 9

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 10

Cukup jelas

Pasal 11

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Yang dimaksud dengan jumlah tertentu dan jumlah yang cukup adalah jumlah yang memadai sesuai dengan antisipasi permintaan konsumen.

Huruf e

Cukup jelas

Huruf f

Cukup jelas

Pasal 14



## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Cukup jelas

Pasal 15

Cukup jelas

Pasal 16

Cukup jelas

Pasal 17

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 18

Ayat (1)

Larangan ini dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan konsumen setara dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak.

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Cukup jelas

Huruf f

Cukup jelas

Huruf g

Cukup jelas

Huruf h

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 19

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

Pasal 20

Cukup jelas

Pasal 21

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

### Pasal 22

Ketentuan ini dimaksudkan untuk menerapkan sistem beban pembuktian terbalik.

### Pasal 23

Cukup jelas

### Pasal 24

#### Ayat (1)

Cukup jelas

#### Ayat (2)

Cukup jelas

### Pasal 25

#### Ayat (1)

Cukup jelas

#### Ayat (2)

Cukup jelas

### Pasal 26

Cukup jelas

### Pasal 27

#### Huruf a

Cukup jelas

#### Huruf b

Cacat timbul di kemudian hari adalah sesudah tanggal yang mendapat jaminan dari pelaku usaha sebagaimana diperjanjikan, baik tertulis maupun lisan.

#### Huruf c

Yang dimaksud dengan kualifikasi barang adalah ketentuan standardisasi yang telah ditetapkan pemerintah berdasarkan kesepakatan semua pihak.

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Jangka waktu yang diperjanjikan itu adalah masa garansi

Pasal 28

Cukup jelas

Pasal 29

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

Pasal 30

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Yang bertanggung jawab dengan menteri teknis adalah menteri yang bertanggung jawab secara teknis menurut bidang tugasnya.

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

### Ayat (3)

Pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei.

Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.

### Ayat (4)

Cukup jelas

### Ayat (5)

Cukup jelas

### Ayat (6)

Cukup jelas

### Pasal 31

Cukup jelas

### Pasal 32

Cukup jelas

### Pasal 33

Cukup jelas

### Pasal 34

#### Ayat (1)

#### Huruf a

Cukup jelas

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Cukup jelas

Huruf e

Keberpihakan kepada konsumen dimaksudkan untuk meningkatkan sikap peduli yang tinggi terhadap konsumen (*wise consumerism*).

Huruf f

Cukup jelas

Huruf g

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 35

Ayat (1)

Jumlah wakil setiap unsur tidak harus sama.

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 36

Huruf a

Cukup jelas

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Akademis adalah mereka yang berpendidikan tinggi dan anggota perguruan tinggi.

Huruf e

Tenaga ahli adalah mereka yang berpengalaman di bidang perlindungan konsumen.

Pasal 37

Cukup jelas

Pasal 38

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Cukup jelas

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Sakit secara terus menerus sehingga tidak mampu melaksanakan tugasnya.

Huruf e

Cukup jelas

Huruf f

Cukup jelas

Pasal 39

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 40

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Yang dimaksud dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah keputusan yang ditetapkan berdasarkan musyawarah anggota.

Pasal 41

Yang dimaksud dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah keputusan yang ditetapkan berdasarkan musyawarah anggota.

Pasal 42

Cukup jelas

Pasal 43

Cukup jelas

Pasal 44

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan memenuhi syarat, antara lain, terdaftar dan diakui serta bergerak di bidang perlindungan konsumen.

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas



## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 45

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat ini tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa. Pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa.

Yang dimaksud dengan penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen dan tidak bertentangan dengan undang-undang ini.

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 46

Ayat (1)

Huruf a

Cukup jelas

Huruf b

Undang-undang ini mengakui gugatan kelompok atau class action. Gugatan kelompok atau class action harus diajukan oleh konsumen yang benar-benar dirugikan dan dapat dibuktikan secara hukum, salah satu diantaranya adalah adanya bukti transaksi.

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Huruf c

Cukup jelas

Huruf d

Tolok ukur kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit yang dipakai adalah besar dampaknya terhadap konsumen.

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 47

Bentuk jaminan yang dimaksud dalam hal ini berupa pernyataan tertulis yang menerangkan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen tersebut.

Pasal 48

Cukup jelas

Pasal 49

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Unsur konsumen adalah lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau sekelompok konsumen.

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pasal 50

Cukup jelas

Pasal 51

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 52

Cukup jelas

Pasal 53

Cukup jelas

Pasal 54

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Yang dimaksud dengan putusan majelis bersifat final adalah bahwa dalam badan penyelesaian sengketa konsumen tidak ada upaya banding dan kasasi.

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 55

Cukup jelas

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pasal 56

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Ayat (5)

Cukup jelas

Pasal 57

Cukup jelas

Pasal 58

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 59

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

## UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

Cukup jelas

Ayat (4)

Cukup jelas

Pasal 60

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 61

Cukup jelas

Pasal 62

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Ayat (3)

Cukup jelas

Pasal 63

Cukup jelas

Pasal 64

Cukup jelas

## **UU PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Pasal 65

Cukup jelas

### **TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 3821**