



**Fakultas Hukum
Universitas Tarumanagara**

**HUKUM PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

Dr. Ir. Anita D. A. Kolopaking, S.H., M.H.

August 2023

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sejarah perlindungan konsumen berkaitan dengan perkembangan gerakan perlindungan di Amerika Serikat, serta negara-negara di Eropa seperti di Inggris, Belanda, Belgia, dan lain-lain. Di Indonesia, ditandai dengan munculnya YLKI (Yayasan Perlindungan Konsumen Indonesia):

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Sejarah Perlindungan Konsumen 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.

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

yang terjadi di Amerika Serikat, serta negara-negara di Eropa seperti di Inggris, Belanda, Belgia, dan lain-lain.

Tahapan I (1881-1914) Pada kurun waktu ini merupakan awal munculnya kesadaran masyarakat melakukan gerakan perlindungan konsumen. Pemicunya, diakibatkan novel karya Upton Sinclair berjudul *The Jungle*, yang menggambarkan cara kerja pabrik pengolahan daging di Amerika Serikat yang tidak memenuhi syarat-syarat kesehatan.

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sejarah perlindungan konsumen di dunia Sejarah gerakan perlindungan konsumen di dunia tidak bisa dilepaskan dari gerakan-gerakan perlindungan konsumen yang terjadi di Amerika Serikat, serta negara-negara di Eropa seperti di Inggris, Belanda, Belgia, dan lain-lain.

- a. Tahapan I (1881-1914) Pada kurun waktu ini merupakan awal munculnya kesadaran masyarakat melakukan gerakan perlindungan konsumen. Pemicunya, diakibatkan novel karya Upton Sinclair berjudul *The Jungle*, yang menggambarkan cara kerja pabrik pengolahan daging di Amerika Serikat yang tidak memenuhi syarat-syarat kesehatan.

b. Tahapan II (1920-1940) Pada kurun waktu ini muncul pula buku yang berjudul *Your Money's Worth* karya Chase dan Schlink. Karya ini mampu mengunggah konsumen atas hak-hak mereka dalam jual beli. Pada kurun waktu ini muncul slogan : fair deal, best buy.

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

c. Tahapan III (1950-1960) Pada dekade 1950-an muncul keinginan untuk mempersatukan gerakangerakan perlindungan dalam lingkup internasional. Dengan diprakarsai oleh wakil-wakil gerakan konsumen dari Amerika Serikat, Inggris, Belanda, Australia dan Belgia, pada 1 April 1960 berdirilah International Organization of Consumer Union (IOCU) yang berpusat di Den Haag Belanda dan dalam perkembangannya pada tahun 1993 berubah menjadi Consumers International (CI) yang berpusat di London Inggris.

d. Tahapan IV (pasca 1965) Pasca 1965 sebagai masa pemantapan gerakan perlindungan konsumen, baik di tingkat regional maupun internasional. Sampai saat ini dibentuk lima kantor regional, yakni di Amerika Latin dan Karibia berpusat di Chile, Asia Pasifik berpusat di Malaysia, Afrika berpusat di Zimbabwe, Eropa Timur dan Tengah serta negara-negara maju yang berpusat di London, Inggris.

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

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

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Di Amerika Serikat perkembangan gerakan perlindungan konsumen dapat dilihat dari dikeluarkannya beberapa ketentuan peraturan perundangundangan yang melindungi konsumen. Peraturan tersebut yakni the Food, Drug and Cosmetic Act, dimana materinya berada dibawah kewenangan the Federal Trade Commission (FTC). Selain itu diundangkannya juga the Wool Products Labeling Act (1940), dan the Fur Products Labeling Act (1951), serta the Fiber Products Indetification Act (1958)

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Gerakan perlindungan konsumen di Amerika Serikat pada era 1960-an mencatat kejadian penting yakni pada 15 Maret 1962 pada saat Presiden John F. Kennedy mengucapkan pidato kenegaraan di hadapan Kongres Amerika Serikat. Dalam Pidato yang berjudul A Special Message of Protection the
HKUM4312/MODUL 1 1.9
Consumen Interest, Kennedy mengemukakan empat hak konsumen, yakni sebagai berikut:

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

- a. The right to safety – to be protected against the marketing of goods that are hazardous to health or life.
- b. 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.

c. The right to choose – to be assured, wherever possible, access 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.

- d. 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.

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

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. Jhonson dalam perlindungan konsumen di Amerika Serikat yakni berhasil mengajukan rancangan undang undang tentang “lending charges” dan “packaging practices” yang disetujui oleh Kongres Amerika Serikat pada tahun 1967 dan 1968.

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.

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Salah satu publikasi hasil riset di bidang perlindungan konsumen menggugah kesadaran pihak legislatif dan yudikatif di Amerika Serikat yakni publikasi penelitian yang dilakukan oleh Ralph 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.

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sosialisasi dan gerakan-gerakan perlindungan konsumen kemudian juga berkembang di berbagai negara baik di Eropa maupun di belahan bumi lainnya. Hal ini ditandai dengan berdirinya organisasi atau lembaga pemerhati yang bergerak di bidang perlindungan konsumen yang bersifat internasional,

yakni International Organization of Consumer Union (IOCU) pada tanggal 1 April 1960 yang berpusat di Den Haag Belanda, dan berpindah ke London, Inggris pada tahun 1993. Dalam Perkembangannya selanjutnya IOCU ini berubah nama menjadi Consumers International (CI). Organisasi CI ini kemudian berkembang dan memiliki beberapa kantor regional di beberapa negara.

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pada tahap selanjutnya, perkembangan aspek perlindungan konsumen terjadi di beberapa negara di belahan dunia, dengan pembentukan undangundang perlindungan konsumen. Negara-negara tersebut antara lain;

- a. Amerika Serikat: The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act tahun 1967, Unfair Trade Practices dan Consumer Protection (Lousiana) Law tahun 1973;

- b. Inggris: The Consumer Protection Act tahun 1961;
- c. Kanda: The Consumer Protection Act dan The Consumer Protection Amendment Act tahun 1971;
- d. Singapura: The Consumer Protection (Trade Description and Safety Requirement Act) tahun 1975;

- e. Thailand: Consumer Act tahun 1979;
- f. Jepang: The Consumer Protection Fundamental Act, tahun 1968;
- g. Australia: Consumer Affairs Act tahun 1978;
- h. Irlandia: Consumer Information Act tahun 1978;

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Setelah pengakuan perlindungan konsumen oleh beberapa negara di dunia dengan membentuk undang-undang perlindungan konsumen, akhirnya pada tahun 1985, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengakomodir kepentingan-kepentingan konsumen. Salah satu pengakuan PBB terhadap perlindungan konsumen, PBB mengeluarkan Resolusi PBB No. A/RES/39/248

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Tanggal 16 April 1985 Tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan perlunya perlindungan bagi konsumen. Resolusi PBB ini populer dengan sebutan Guidelines for Consumer Protection, yang telah menetapkan perlindungan kepentingan-kepentingan konsumen.

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Perlindungan kepentingan konsumen dalam Guidelines for Consumer Protection meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pelatihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;

f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang hukum yang bercorak Universal. Sebagian besar perangkatnya diwarnai hukum asing, namun kalau dilihat dari hukum positif yang sudah ada di Indonesia ternyata dasar-dasar yang menopang sudah ada sejak dulu termasuk hukum adat.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Fokus gerakan perlindungan konsumen (konsumerisme) dewasa ini sebenarnya masih paralel dengan gerakan-gerakan pertengahan abad ke-20. Perkembangan ekonomi yang pesat telah menghasilkan berbagai jenis barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Barang dan/atau jasa tersebut pada umumnya merupakan barang dan/atau jasa yang sejenis maupun yang bersifat komplementer satu terhadap yang lainnya. Bervariasinya produk yang semakin luasnya dan dengan dukungan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, jelas terjadi perluasan ruang gerak transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif, baik yang berasal dari produksi domestik maupun yang berasal dari luar negeri.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia berdiri pada kurun waktu itu, yakni 11 Mei 1973. Gerakan di Indonesia ini cukup responsive terhadap keadaan, bahkan mendahului Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) No. 2111 Tahun 1978 Tentang Perlindungan Konsumen.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Setelah YLKI kemudian muncul organisasi-organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang tahun 1985, Yayasan Bina Lembaga Konsumen Indonesia (YBLKI) di Bandung dan beberapa perwakilan di berbagai propinsi tanah air.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Keberadaan YLKI sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran akan hak-hak konsumen karena lembaga ini tidak hanya sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan dan menerima pengaduan, tapi juga sekaligus mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

YLKI bersama dengan BPHN (Badan Pembinaan Hukum Nasional) membentuk Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun Rancangan Undang-Undang ini ternyata belum dapat memberi hasil, sebab pemerintah mengkhawatirkan bahwa dengan lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen akan menghambat laju pertumbuhan ekonomi.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Pada awal tahun 1990-an, kembali diusahakan lahirnya Undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. Salah satu ciri pada masa ini adalah pemerintah dalam hal ini Departemen Perdagangan sudah memiliki kesadaran tentang arti penting adanya Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Hal ini diwujudkan dalam dua naskah Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen, yaitu yang pertama adalah hasil kerjasama dengan fakultas Hukum Universitas Gajah Mada dan yang kedua adalah hasil kerjasama dengan Lembaga Penelitian Universitas Indonesia. Tetapi hasilnya sama saja, kedua naskah Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut tidak dibahas di DPR.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Pada akhir tahun 1990-an, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya diperjuangkan oleh lembaga konsumen dan Departemen Perdagangan, tetapi adanya tekanan di lembaga keuangan internasional (IMF/International Monetary Fund). Berdasarkan desakan dari IMF itulah akhirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dibentuk.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Keberadaan Undang-undang Perlindungan Konsumen merupakan simbol kebangkitan hak-hak sipil masyarakat, sebab hak konsumen pada dasarnya juga adalah hak-hak sipil masyarakat. Undang-undang Perlindungan Konsumen juga merupakan penjabaran lebih detail dari hak asasi manusia, khususnya hak ekonomi.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mulai berlaku sejak tanggal 20 April 2000. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, walaupun judulnya mengenai perlindungan konsumen tetapi materinya lebih banyak membahas mengenai pelaku usaha dengan tujuan melindungi konsumen.

Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Hal ini disebabkan pada umumnya kerugian yang diderita oleh konsumen merupakan akibat perilaku dari pelaku usaha, sehingga perlu diatur agar tidak merugikan konsumen. Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasannya.

KONSUMEN PERLU DILINDUNGI

- Pasal 1 angka 1 UU Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen dilakukan agar masyarakat tidak mengkonsumsi atau menggunakan produk barang dan atau jasa yang dapat membahayakan keselamatan, kesehatan, dan sebagainya.

KONSUMEN PERLU DILINDUNGI

- Cakupan perlindungan konsumen dapat dibagi menjadi 2 (dua) aspek antara lain:
- Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati dengan konsumen; dan
- Perlindungan terhadap konsumen yang mendapatkan perlakuan syarat-syarat yang tidak adil.

KONSUMEN PERLU DILINDUNGI

- Asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen yang terdiri dari manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.
- Perlindungan hukum bagi konsumen pada dasarnya merupakan perlindungan terhadap hak-hak konsumen.

KONSUMEN PERLU DILINDUNGI

3 (tiga) hak dasar dalam melindungi konsumen, yaitu:

1. Hak untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik dari kerugian personal dan kerugian harta kekayaan;
2. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar; dan
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

KONSUMEN PERLU DILINDUNGI

- Dari hak dasar tersebut, jika konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak konsumen harus dipenuhi oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak tersebut akan melindungi konsumen dari kerugian berbagai aspek.
- Dengan demikian, pengertian hukum perlindungan konsumen sendiri adalah keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen.
- Hukum perlindungan konsumen juga merupakan keseluruhan peraturan perundang-undangan, baik undang-undang maupun peraturan perundang-undangan lainnya, serta putusan hakim yang substansinya mengatur kepentingan konsumen.

ALASAN POKOK KONSUMEN PERLU DILINDUNGI

- MELINDUNGI KONSUMEN = MELINDUNGI SELURUH BANGSA SEBAGAIMANA DIAMANATKAN OLEH TUJUAN PEMBANGUNAN NASIONAL MENURUT PEMBUKAAN UUD 1945.
- MELINDUNGI KONSUMEN PERLU UTK MENGHINDARKAN KONSUMEN DARI DAMPAK NEGATIF PENGGUNAAN TEKNOLOGI..
- MELINDUNGI KONSUMEN PERLU UTK MELAHIRKAN MANUSIA-MANUSIA YG SEHAT ROHANI DAN JASMANI SEBAGAI PELAKU2 PEMBANGUNAN YG BERERTI JUGA UTK MENJAGA KESINAMBUNGAN PEMBANGUNAN NASIONAL.
- MELINDUNGI KONSUMEN PERLU UTK MENJAMIN SUMBER DANA PEMBANGUNAN YG BERSUMBER DARI MASYARAKAT KONSUMEN.

5 ASAS DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. **ASAS MANFAAT** ADALAH SEGALA UPAYA DLM MENYELENGGARAKAN PERLINDUNGAN KONSUMEN HRS MEMBERIKAN MANFAAT YG SEBESAR-BESARNYA BAGI KEPENTINGAN KONSUMEN & PELAKU USAHA SECARA KESELURUHAN.
2. **ASAS KEADILAN** ADALAH MEMBERIKAN KESEMPATAN KPD KONSUMEN & PU UTK MEMPEROLEH HAKNYA & MELAKSANAKAN KEWAJIBANNYA SECARA ADIL.
3. **ASAS KESEIMBANGAN** ADALAH MEMBERIKAN KESEIMBANGAN ANTARA KEPENTINGAN KONSUMEN, PU, & PEMERINTAH DLM ARTI MATERIIL MAUPUN SPIRITUAL.
4. **ASAS KEAMANAN & KESELAMATAN KONSUMEN** ADALAH UTK MEMBERIKAN JAMINAN ATAS KEAMANAN & KESELAMATAN KPD KONSUMEN DLM PENGGUNAAN, PEMAKAIAN, & PEMANFAATAN BARANG DAN/ATAU JASA YG DIKONSUMSI ATAU DIGUNAKAN.
5. **ASAS KEPASTIAN HUKUM** ADALAH BAIK PELAKU MAUPUN KONSUMEN MENTAATI HUKUM & MEMPEROLEH KEADILAN DLM PENYELENGGARAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN SERTA NEGARA MENJAMIN KEPASTIAN HUKUM.

TUJUAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

1. MENINGKATKAN KESADARAN, KEMAMPUAN, & KEMANDIRIAN KONSUMEN UTK MELINDUNGI DIRI;
2. MENGANGKAT HARKAT & MARTABAT KONSUMEN DGN CARA MENGHINDARKAN DARI EKSES NEGATIF PEMAKAIAN BARANG DAN/ATAU JASA;
3. MENINGKATKAN PEMBERDAYAAN KONSUMEN DLM MEMILIH, MENENTUKAN, & MENUNTUT HAK-HAKNYA SBG KONSUMEN
4. MENETAPKAN SISTEM PK YG MENGANDUNG UNSUR KEPASTIAN HUKUM & KETERBUKAAN INFORMASI SERTA AKSES UTK MENDPT INFORMASI;
5. MENUMBUHKAN KESADARAN PU MENGENAI PENTINGNYA PK, SEHINGGA TUMBUH SIKAP YG JUJUR DAN BERTANGGUNG JAWAB DLM BERUSAHA;
6. MENINGKATKAN KUALITAS BARANG DAN/ATAU JASA YG MENJAMIN KELANGSUNGAN USAHA PRODUKSI BARANG DAN/ATAU JASA, KESEHATAN, KENYAMANAN, KEAMANAN DAN KESELAMATAN KONSUMEN.

TUJUAN KONSUMEN

1. HAK ATAS KENYAMANAN, KEAMANAN, DAN KESELAMATAN DLM MENGGUNAKAN BARANG DAN/ATAU JASA;
2. HAK UTK MEMILIH DAN MENDAPATKAN BARANG DAN/ATAU JASA SESUAI DGN NILAI TUKAR DAN KONDISI SERTA JAMINAN YG DIJANJIKAN;
3. HAK ATAS INFORMASI YG BENAR, JELAS DAN JUJUR MENGENAI KONDISI DAN JAMINAN BARANG DAN/ATAU JASA;
4. HAK UTK DIDENGAR PENDAPAT DAN KELUHANNYA ATAS BARANG DAN/ATAU JASA YG DIGUNAKAN

-
5. HAK UTK MENDPTKAN ADVOKASI, PERLINDUNGAN DAN UPAYA PENYELESAIAN SENGKETA PERLINDUNGAN KONSUMEN SECARA PATUT;
 6. HAK UTK MENDPT PEMBINAAN DAN PENDIDIKAN KONSUMEN;
 7. HAK UTK DIPERLAKUKAN ATAU DILAYANI SECARA BENAR DAN JUJUR SERTA TIDAK DISKRIMINATIF;
 8. HAK UTK MENDPTKAN KOMPENSASI, GANTI RUGI DAN/ATAU PENGGANTIAN, APABILA BARANG DAN/ATAU JASA YG DITERIMA TIDAK SESUAI DGN PERJANJIAN ATAU TDK SEBAGAIMANA MESTINYA;
 9. HAK-HAK YG DIATUR DLM KETENTUAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN LAINNYA."

-
- Dalam rangka mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, negara memiliki tanggung jawab atas pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan hukum. Pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan hukum dapat dilakukan dengan upaya menciptakan iklim usaha yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, mengembangkan lembaga perlindungan hukum bagi konsumen, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia termasuk dalam kegiatan penelitian.

Dasar Perlindungan Konsumen

- Pada dasarnya, *United Nations* atau Perserikatan Bangsa-Bangsa ("PBB") mengeluarkan [Guidelines for Consumer Protection](#), yakni sebuah pedoman yang mengatur prinsip utama konsumen yang efektif, undang-undang perlindungan konsumen, lembaga penegakan dan sistem ganti rugi. Pedoman ini juga membantu negara anggota untuk merumuskan dan menegakkan hukum, peraturan dan regulasi domestik dan regional sesuai dengan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan negara tersebut. Negara anggota juga akan membantu mempromosikan kerjasama internasional di sesama negara anggota, juga berbagi pengalaman dalam hal perlindungan konsumen.

Prinsip Dalam Perlindungan Konsumen

Beberapa prinsip yang diatur dalam pedoman tersebut antara lain adalah:

1. *fair and equitable treatment*;
2. *commercial behaviour*;
3. *disclosure and transparency*, dan lain-lain.

Di Indonesia, sejak adanya UU Perlindungan Konsumen, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan dapat menjadi salah satu prioritas negara. Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah guna meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, selain itu secara tidak langsung dapat mendorong rasa tanggung jawab pelaku usaha ketika menyelenggarakan kegiatan usahanya.

Prinsip Dalam Perlindungan Konsumen

Konsumen seringkali berada dalam posisi yang lemah, sehingga sejak adanya UU Perlindungan Konsumen, diharapkan upaya perlindungan konsumen yang selama ini dianggap kurang diperhatikan menjadi lebih diperhatikan. Karena, pada dasarnya setiap warga negara berhak atas perlindungan hukum, salah satunya perlindungan terhadap konsumen. Selain itu, PBB juga telah mengeluarkan pedoman yang mengatur prinsip utama konsumen, undang-undang perlindungan konsumen, dan membantu negara anggota untuk merumuskan dan menegakkan hukum, peraturan dan regulasi domestik mengenai perlindungan konsumen.

Dasar Hukum

Dasar Hukum:

- [Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.](#)

Referensi:

1. Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Bandung: Nusa Media, 2016;
2. Wiwik Sri Widiarty, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: PT Komodo Books, 2016
3. Yapiter Marpi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Keabsahan Kontrak Elektronik dalam Transaksi E-Commerce*, Tasikmalaya: PT. Zona Media Mandiri, 2020;
4. [United Nations Guidelines for Consumer Protection](#), yang diakses pada 26 Juli 2022, pukul 14.00 WIB.

dll

KEWAJIBAN KONSUMEN

1. MEMBACA ATAU MENGIKUTI PETUNJUK INFORMASI DAN PROSEDUR PEMAKAIAN ATAU PEMANFAATAN BARANG DAN/ATAU JASA DEMI KEAMANAN DAN KESELAMATAN;
2. BERITIKAD BAIK DLM MELAKUKAN TRANSAKSI PEMBELIAN BARANG DAN/ATAU JASA;
3. MEMBAYAR SESUAI DGN NILAI TUKAR YG DISEPAKATI;
4. MENGIKUTI UPAYA PENYELESAIAN HUKUM SENGKETA PERLINDUNGAN KONSUMEN SECARA PATUT.

HAK PELAKU USAHA

1. HAK UTK MENERIMA PEMBAYARAN YG SESUAI DGN KESEPAKATAN MENGENAI KONDISI DAN NILAI TUKAR BARANG DAN/ATAU JASA YG DIPERDAGANGKAN;
2. HAK UTK MENDPTKAN PERLINDUNGAN HUKUM DARI TINDAKAN KONSUMEN YG BERITIKAD TIDAK BAIK;
3. HAK UTK MELAKUKAN PEMBELAAN DIRI SEPATUTNYA DI DLM PENYELESAIAN HUKUM SENGKETA KONSUMEN;
4. HAK UTK REHABILITASI NAMA BAIK APABILA TERBUKTI SECARA HUKUM BAHWA KERUGIAN KONSUMEN TIDAK DIAKIBATKAN OLEH BARANG DAN/ATAU JASA YG DIPERDAGANGKAN;
5. HAK-HAK YG DIATUR DLM KETENTUAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN LAINNYA.

KEWAJIBAN PELAKU USAHA

1. BERITIKAD BAIK DALAM MELAKUKAN KEGIATAN USAHANYA;
2. MEMBERIKAN INFORMASI YG BENAR, JELAS, DAN JUJUR MENGENAI KONDISI DAN JAMINAN BARANG DAN/ATAU JASA SERTA MEMBERI PENJELASAN PENGGUNAAN, PERBAIKAN, DAN PEMELIHARAAN;
3. MEMPERLAKUKAN ATAU MELAYANI KONSUMEN SECARA BENAR DAN JUJUR SERTA TIDAK DISKRIMINATIF;
4. MENJAMIN MUTU BARANG DAN/ATAU JASA YG DIPRODUKSI DAN/ATAU DIPERDAGANGKAN BERDASARKAN KETENTUAN STANDAR MUTU BARANG DAN/ATAU JASA YG BERLAKU;
5. MEMBERI KESEMPATAN KEPADA KONSUMEN UNTUK MENGUJI DAN/ATAU MENCoba BARANG DAN/ATAU JASA TERTENTU SERTA MEMBERI JAMINAN DAN/ATAU GARANSI ATAS BARANG YG DIBUAT DAN/ATAU DIPERDAGANGKAN;
6. MEMBERI KOMPENSASI, GANTI RUGI, DAN/ATAU PENGGANTIAN APABILA BARANG DAN/ATAU JASA YG DITERIMA ATAU DIMANFAATKAN KONSUMEN TDK SESUAI DGN PERJANJIAN.

LARANGAN BAGI PELAKU USAHA

LARANGAN DLM MEMPRODUKSI/ MEMPERDAGANGKAN. PU DILARANG MEMPRODUKSI DAN/ATAU MEMPERDAGANGKAN BARANG DAN/ATAU JASA, MISALNYA :

- a. TIDAK MEMENUHI ATAU TDK SESUAI DGN STANDARYG DIPERSYARATKAN DLM KETENTUAN PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN;
- b. TDK SESUAI DGN BERAT BERSIH, ISI BERSIH ATAU NETTO, & JUMLAH DLM HITUNGAN SEBAGAIMANA YG DINYATAKAN DLM LABEL ATAU ETIKET BARANG TSB;
- c. TDK SESUAI DGN UKURAN, TAKARAN, TIMBANGAN, DAN JUMLAH DLM HITUNGAN MENURUT UKURAN YG SEBENARNYA;

LARANGAN BAGI PELAKU USAHA

- d. TDK SESUAI DG KONDISI, JAMINAN, KEISTIMEWA-AN, ATAU KEMANJURAN SBGMANADINYATAKAN DLM LABEL, ETIKET, ATAU KETERANGAN BARANG DAN/ATAU JASA TSB;
- e. TDK SESUAI DGN MUTU, TINGKATAN, KOMPOSISI, PROSES PENGOLAHAN, GAYA. MODE, ATAU PENGGUNAAN TERTENTU SBGMANA DINYATAKAN DLM LABEL ATAU KETERANGAN BARANG DAN/ATAU JASA TSB;
- f. TDK SESUAI DGN JANJI YG DINYATAKAN DLM LABEL, ETIKET, KETERANGAN, IKLAN, ATAU PROMOSI PENJUALAN BARANG DAN/ATAU JASA TSB;
- g. TDK MENCANTUMKAN TANGGAL KADALUWARSA¹ ATAU JANGKA WAKTU PENGGUNAAN/ PEMANFA-ATAN YG PALING BAIK ATAS BARANG TERTENTU;

LARANGAN BAGI PELAKU USAHA

- h. TDK MENGIKUTI KETENTUAN BERPRODUKSI SECARA HALAL, SBGMANA PERNYATAAN “HALAL” YG DICANTUMKAN DLM LABEL;
- i. TDK MEMASANG LABEL ATAU MEMBUAT PENJELASAN BARANG YG MEMUAT BARANG, UKURAN, BERAT/ISI BERSIH ATAU NETTO, KOMPOSISI, ATURAN PAKAI, TANGGAL PEMBUATAN, AKIBAT SAMPINGAN, NAMA DAN ALAMAT PU, SERTA KETERANGAN LAIN UTK PENGGUNAAN YG MENURUT KETENTUAN HRS DIPASANG/DIBUAT;
- j. TDK MENCANTUMKAN INFORMASI DAN/ ATAU PETUNJUK PENGGUNAAN BARANG DLM BAHASA INDONESIA SESUAI DGN KETENTUAN² PERUNDANG-UNDANGAN YG BERLAKU.

KELEMBAGAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

- BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL (BPKN)
- LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT (LPKSM)
- BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN (BPSK)

PROSEDUR BERACARA

- HAK GUGAT LEMBAGA KONSUMEN (*LEGAL STANDING*)
- GUGATAN KELOMPOK (*CLASS ACTION*)
- BEBAN PEMBUKTIAN TERBALIK

TUGAS BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

- MEMBERIKAN SARAN & REKOMENDASI KPD PEMERINTAH KHUSUSNYA DLM PENYUSUNAN KEBIJAKAN DI BIDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN;
- MELAKUKAN PENELITIAN DAN PENGKAJIAN TERHADAP PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN YG BERLAKU DI BIDANG PERL KONS;
- MELAKUKAN PENELITIAN TERHADAP BARANG DAN JASA YG MENYANGKUT KESELAMATAN KONSUMEN;
- MENDORONG BERKEMBANGNYANYA LEMBAGA LPKSM;
- MENYEBARLUASKAN INFORMASI MELALUI MEDIA MENGENAI PK;
- MENERIMA PENGADUAN TENTANG PK DR MASY, LPKSM ATAU PELAKU USAHA;
- MELAKUKAN SURVEI YG MENYANGKUT KEBUTUHAN KONSUMEN.

HAK GUGAT LEMBAGA KONSUMEN (*LEGAL STANDING*)

PASAL 46 AYAT (1) HURUF C

- LPKSM BERBENTUK BADAN HUKUM ATAU YAYASAN
- DLM AD NYA MENYEBUTKAN DGN TEGAS BAHWA TUJUAN DIDIRIKAN ORGANISASI TSB ADALAH UTK KEPENTINGAN PK;
- TELAH MELAKSANAKAN KEGIATAN SESUAI DENGAN AD NYA

GUGATAN KELOMPOK (CLASS ACTION) PASAL 46 AYAT (1) HURUF B DISEBUTKAN :

GUGATAN KELOMPOK HARUS DIAJUKAN OLEH KONSUMEN YANG BENAR-BENAR DIRUGIKAN DAN DAPAT DIBUKTIKAN SECARA HUKUM, SALAH SATU DIANTARANYA ADALAH BUKTI TRANSAKSI

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

Pengelola adalah seseorang atau badan yang melakukan proses pengkoordinasian dan pengintegritasan terhadap semua sumber daya, baik manusia maupun teknikan untuk mencapai berbagai tujuan khusus yang ditetapkan dalam suatu organisasi.

Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang/ jasa untuk suatu kegiatan tertentu.

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

A. Pengelola (Pelaku) Usaha

1. Pengertian Pengelola Usaha

Pelaku usaha juga ditemukan dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

“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.”

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Pengertian tersebut mempunyai cakupan yang cukup luas sehingga memudahkan konsumen menuntut ganti kerugian karena banyak pihak yang dapat digugat

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

Pelaku usaha sendiri pada dasarnya dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) kelompok berdasarkan sifat dan jenis usaha yang dilakukannya, yaitu :

1. *Investor*, yaitu pelaku usaha sebagai penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan, seperti perbankan, *Leasing*, atau penyedia dana lainnya;
2. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan/atau jasa lain (bahan baku, bahan tambahan/penolong dan bahan-bahan lainnya).

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

Produsen dapat terdiri dari orang/badan usaha yg berkaitan dg pangan, memproduksi sandang (pakaian), pembuatan perumahan atau Kawasan tertentu, penyedia jasa angkutan, penyedia jasa hiburan, perasuransian, penyedia layanan kesehatan dan sebagainya;

3. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tsb kpd masyarakat, seperti pedagang baik pedagang retail maupun pedagang kaki lima, warung, supermarket, rumah sakit, klinik, pengangkutan (darat, laut, udara), kantor pengacara, dsb.

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

2. Hak dan Kewajiban Pengelola

Pengelola/pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi yang tertuang dalam Pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak pengelola 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;
- 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.

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

Hak-hak pengelola di atas juga disertai dengan berbagai kewajiban yang diemban oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sebagai berikut:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan 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 di produksi 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;

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

- 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.

Dengan demikian tukang gigi merupakan pelaku usaha karena memenuhi unsur-unsur Pasal 1 ayat (3) Undang- Undang Perlindungan Konsumen, yang menjelaskan bahwa pelaku usaha dapat berupa perserongan maupun badan hukum, berada dalam wilayah yuridiksi Indonesia dan melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

B. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Berdasarkan kamus besar Bahasa Indonesia konsumen memiliki tiga arti yaitu barang hasil produksi, penerima pesan iklan, dan pemakai jasa. Dalam *Collins Cobuild English Language Dictionary* 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. Sementara itu ditempat lain mengartikan konsumen sebagai setiap orang yang menggunakan barang atau jasa.

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

- Nasution menyebutkan pengertian umum dari konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang/ jasa untuk suatu kegiatan tertentu. Tujuan penggunaan barang tersebut bermacam- macam. Barang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadi seseorang, keluarga atau rumahtangganya, yang disebut *consumer goods*.

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

Dari hal di atas, terlihat bahwa adanya perbedaan pengertian konsumen dilihat dari tujuan penggunaan barang, yaitu:

1. Konsumen yang menggunakan barang sebagai bahan baku pembuat barang lain dengan maksud untuk diperdagangkan, atau disebut juga sebagai konsumen antara
2. Konsumen yang menggunakan barang dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidup dirinya sendiri, keluarga atau rumahtangganya, atau disebut juga sebagai konsumen akhir.

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

Secara normatif, ditegaskan dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan 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.

Hukum Perlindungan Konsumen

Az Nasution berpendapat bahwa ,”Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah- kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen”.

Sedangkan “Hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak atau satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa di dalam pergaulan hidup.

Undang Undang tentang Perlindungan Konsumen

Awal terbentuknya Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disepakati oleh DPR pada (tanggal 30 Maret 1999) dan disahkan Presiden RI pada tanggal 20 April 1999 (LN No. 42 Tahun 1999). Berbagai usaha dengan memakan waktu, tenaga dan pikiran yang banyak telah dijalankan berbagai pihak yang berkaitan dengan pembentukan hukum dan perlindungan konsumen.

Undang Undang tentang Perlindungan Konsumen

Baik dari kalangan pemerintah, lembaga-lembaga swadaya masyarakat. YLKI, bersama-sama dengan perguruan- perguruan tinggi yang merasa terpanggil untuk mewujudkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini. Berbagai kegiatan tersebut berbentuk pembahasan ilmiah/non ilmiah, seminar-seminar, penyusunan naskah-naskah penelitian, pengkajian naskah akademik Rancangan Undang-Undang (Perlindungan Konsumen).

Perlindungan Konsumen

Kegiatan yang dibahas dalam acara pertemuan tersebut, yakni:

- a. pembahasan masalah Perlindungan Konsumen (dari sudut ekonomi oleh Bakir Hasan dan dari sudut hukum oleh Az. Nasution) dalam Seminar Kelima Pusat Study Hukum Dagang Fakultas Hukum Universitas Indonesia (tanggal 15-16 Desember 1975) sampai dengan penyelesaian akhir Undang-Undang ini pada tanggal 20 April 1999.

Perlindungan Konsumen

- b. Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman RI, Penelitian tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia (tahun 1979-1980).
- c. BPHN – Departemen Kehakiman, Naskah Akademik Peraturan Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen (tahun 1980-1981).

Perlindungan Konsumen

- d. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Perlindungan Konsumen Indonesia, suatu sumbangan pemikiran tentang rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (tahun 1981).
- e. Departemen Perdagangan RI bekerjasama dengan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, RUU tentang Perlindungan Konsumen (tahun 1997).
- f. DPR RI, RUU Usul Inisiatif DPR tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen (tahun 1998).

Perlindungan Konsumen

Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen masih mengalami banyak tantangan, baik pada lingkup nasional maupun internasional. Berikut ini diuraikan beberapa tantangan hukum perlindungan konsumen tersebut:

- 1) Lemahnya kedudukan konsumen terhadap pelaku usaha

Hubungan Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya adalah hubungan yang saling ketergantungan. Pelaku usaha membutuhkan konsumen sebagai pembeli barang dan/atau jasa yang ia produksi, sehingga keberadaan konsumen sangat menentukan terhadap kelangsungan bisnis dari pelaku usaha. Di satu sisi konsumen juga membutuhkan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga konsumen memiliki ketergantungan kepada pelaku usaha.

Hubungan Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen idealnya sama-sama memiliki posisi tawar yang seimbang. Namun yang terjadi dalam praktiknya sering kedudukan posisi tawar pelaku usaha lebih kuat dari konsumen. Hal ini disebabkan karena konsumen dihadapkan kepada kekuatan kapital/modal maupun Sumber Daya Manusia (SDM) pelaku usaha yang lebih unggul.

Hubungan Pelaku Usaha dan Konsumen

Pelaku usaha dengan kekuatan modalnya sering dalam memasarkan produknya senantiasa membebankan hak dan kewajiban yang tidak seimbang kepada konsumen. Salah satunya diwujudkan dengan penggunaan format perjanjian baku (standart contract) dalam kegiatan usahanya.

Perjanjian Pelaku Usaha

Pada dasarnya, suatu perjanjian dibuat berdasarkan negosiasi oleh para pihak, tetapi dengan penggunaan perjanjian baku ini, isi perjanjian telah ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha. Konsumen tidak memiliki posisi tawar (bergaining position) yang seimbang dengan pelaku usaha, di mana dalam hal ini konsumen hanya dapat menerima atau menolak syarat-syarat perjanjian yang telah ditentukan pelaku usaha (take it or leave it).

Perjanjian Pelaku Usaha

Jika konsumen menolak perjanjian tersebut dan mendatangi pelaku usaha lain, maka ia akan dihadapkan pada kondisi yang sama. Sehingga dengan posisinya yang lemah baik secara ekonomi maupun psikologis (membutuhkan barang dan/jasa), maka konsumen harus menerima persyaratan yang telah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha.

Perjanjian Pelaku Usaha

Dalam kegiatan perdagangan, penggunaan perjanjian baku pada dasarnya tidak dilarang karena merupakan wujud asas kebebasan berkontrak, dengan catatan bahwa perjanjian tersebut tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

Keunggulan Pelaku Usaha

Selain keunggulan dalam hal modal, pelaku usaha juga memiliki keunggulan dalam hal SDM. Dalam menghadapi tuntutan konsumen terkait adanya kerugian yang dialami oleh konsumen, pelaku usaha memiliki SDM yang relatif unggul daripada konsumen. Pelaku usaha akan dengan mudah menyangkal tuntutan dari konsumen dengan mendasarkan pada keahlian maupun pengetahuannya terkait dengan barang dan/atau yang ia produksi atau ditawarkan.

Keunggulan Pelaku Usaha

Sehingga jika konsumen tidak dapat membuktikan kesalahan pelaku usaha, yang menyebabkan kerugian konsumen, maka pelaku usaha tidak dapat dimintai ganti kerugian. Sebaliknya dari sisi konsumen, kondisi konsumen yang kurang teredukasi menyebabkan kedudukan konsumen semakin lemah.

Keunggulan Pelaku Usaha

Selain itu, dari sisi pelaku usaha kesadaran untuk bertanggung jawab atas barang dan/jasa yang ia produksi juga kurang. Hal ini sangat terpengaruh doktrin caveat emptor yang menentukan bahwa konsumenlah yang harus berhati-hati sebelum membeli suatu produk dan bukan pelaku usaha yang harus berhati-hati (caveat venditor) dalam memproduksi barang dan/atau jasa.

Keunggulan Pelaku Usaha

Keunggulan lain yang dimiliki oleh pelaku usaha pada dasarnya pelaku usaha lebih terorganisir baik dari sisi internal maupun dari sisi eksternal sesama pelaku usaha. Sedangkan konsumen cenderung bersifat individual dalam menghadapi permasalahan terkait hubungan konsumen dengan pelaku usaha. Sehingga hal ini menyebabkan konsumen segan untuk menuntut hak-haknya kepada pelaku usaha.

Industrialisasi dan Kemajuan Teknologi

- 2) Industrialisasi dan kemajuan teknologi. Perkembangan dan pertumbuhan penduduk senantiasa membawa dampak terhadap pemenuhan kebutuhan manusia. Awalnya kebutuhan manusia dipenuhi dengan kegiatan produksi secara sederhana sesuai dengan kebutuhan manusia. Namun dlm perkembangannya seiring meningkatnya kebutuhan akan barang, kebutuhan tsb tidak dapat dipenuhi dengan kegiatan produksi secara sederhana atau dalam skala kecil.

Perkembangan Kemajuan Teknologi

Seiring dengan peningkatan jumlah kebutuhan barang-barang dan perkembangan kemajuan teknologi di bidang mesin-mesin produksi, di mana kegiatan produksi barang dilakukan menggunakan mesin-mesin pabrik canggih yang dapat memproduksi barang dalam jumlah yang banyak (massal). Proses kegiatan produksi semacam ini di sebut dengan industrialisasi.

Keuntungan dan Kerugian Konsumen

Industrialisasi di satu sisi dapat memberikan keuntungan kepada konsumen, karena konsumen memiliki banyak pilihan terhadap barang yang akan ia beli. Namun di satu sisi juga dapat menyebabkan kerugian kepada konsumen. Produksi barang yang dibuat secara massal cenderung lebih mengedepankan kuantitas barang yang diproduksi daripada kualitas barang itu sendiri. Bagi konsumen yang kurang teredukasi sangat rentan dirugikan akibat beredarnya barang-barang yang memiliki kualitas rendah.

Kerugian Konsumen

Selanjutnya bagi konsumen kelas bawah dihadapkan pada pilihan terhadap barang-barang kualitas rendah, yang pada dasarnya merupakan barang cacat produksi yang dijual secara murah. Kegiatan industrialisasi juga dapat menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat di mana para pelaku usaha saling berlomba-lomba untuk menguasai pasar.

Kerugian Konsumen

Untuk menarik konsumennya para pelaku usaha senantiasa memberikan penawaran yang murah kepada konsumen, yang pada akhirnya menurunkan kualitas barang agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Kondisi demikian pada akhirnya akan merugikan konsumen, di mana konsumen akan mendapatkan barang-barang yang berkualitas rendah.

Globalisasi Perdagangan Bebas

3) Globalisasi dan perdagangan bebas telah memperluas gerak distribusi barang dan/atau jasa. Pada awalnya distribusi barang dan/atau jasa hanya dapat dilaksanakan dalam suatu wilayah negara saja. Perkembangan saat ini menunjukkan bahwa distribusi barang dan/atau jasa t/ bisa dibendung di dalam pasar dalam negeri saja tetapi juga telah melewati batas-batas negara. Hal ini ditunjang dg berkembangnya teknologi dan transportasi yang se-103 makin mempermudah berbagai kegiatan ekonomi melewati batas-batas Negara.

Globalisasi Perdagangan Bebas

Perdagangan bebas juga membawa konsekuensi bahwa semua barang dan/ atau jasa yang berasal dari negara lain harus dapat masuk ke negara lain. Masuknya barang-barang dari negara lain selain membawa keuntungan kepada konsumen terkait barang-barang impor, tetapi juga dapat menimbulkan dampak negatif bagi konsumen.

Globalisasi Perdagangan Bebas

Lemahnya pengawasan oleh pihak terkait acap kali menyebabkan barang-barang yang tidak layak atau mengandung bahan berbahaya masuk atau beredar ke negara tujuan. Beberapa kasus yang pernah terjadi antara lain kasus sapi gila, kasus kosmetik berbahaya, kasus barang pecah belah yang mengandung melamin, dll.

Hubungan Hukum antara pelaku usaha dan konsumen

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya adalah tindakan konsumen untuk melakukan transaksi ekonomi atau bisnis dengan pelaku usaha. Transaksi tersebut dapat berbentuk pembelian barang, penggunaan jasa layanan, transaksi keuangan seperti pinjaman atau kredit.

Hubungan Hukum antara pelaku usaha dan konsumen

Transaksi diatas dapat terwujud jika telah terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak yang menyebabkan timbulnya hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Kesepakatan antara dua subyek hukum atau lebih itu memuat janji-janji dari kedua belah pihak yang bersifat mengikat, dan selanjutnya disebut perjanjian.

Hubungan Hukum antara pelaku usaha dan konsumen

Hubungan hukum pelaku usaha dan konsumen dapat bermacam-macam, yaitu hubungan yang setara atau sederajat dan tidak setara, hubungan yang bersifat timbal-balik, dan hubungan yang searah (satu arah) dan jamak arah.

Hubungan Hukum antara pelaku usaha dan konsumen

Hubungan antara produsen dengan konsumen dilaksanakan dalam rangka jual beli. Jual beli sesuai Pasal 1457 KUH Perdata adalah suatu perjanjian sebagaimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dalam pengertian ini, terdapat unsur-unsur: perjanjian, penjual dan pembeli, harga, dan barang.

Hubungan Hukum antara pelaku usaha dan konsumen

Dalam hubungan langsung antara pelaku usaha dan konsumen terdapat hubungan kontraktual (perjanjian). Jika produk menimbulkan kerugian pada konsumen, maka konsumen dapat meminta ganti kerugian kepada produsen atas dasar tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*).

Hubungan Hukum antara pelaku usaha dan konsumen

Seiring dengan revolusi industri, transaksi usaha berkembang ke arah hubungan yang tidak langsung melalui suatu distribusi dari pelaku usaha, disalurkan atau didistribusikan kepada agen, lalu ke pengecer baru sampai konsumen. Dalam hubungan ini tidak terdapat hubungan kontraktual (perjanjian) antara produsen dan konsumen.

Akibat Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Akibat hukum akan muncul apabila pelaku usaha tidak menjalankan kewajibannya dengan baik dan konsumen akan melakukan keluhan (*complain*) apabila hasil yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian pada saat transaksi jual beli yang telah dilakukan.

Akibat Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Dalam suatu kontrak atau perjanjian apabila pelaku usaha dapat menyelesaikan kewajibannya dengan baik maka pelaku usaha telah melakukan prestasi, tetapi jika pelaku usaha telah lalai dan tidak dapat menyelesaikan kewajibannya dengan baik maka akan timbul wanprestasi.

Wanprestasi atau cidera janji adalah tidak terlaksananya prestasi atau kewajiban sebagaimana mestinya yang telah disepakati didalam kontrak. Tindakan wanprestasi ini membawa konsekuensi timbulnya hak dari pihak yang dirugikan, menuntut pihak yang melakukan wanprestasi untuk memberikan ganti rugi atau penggantian.

Akibat Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Ada tiga macam bentuk wanprestasi yaitu: wanprestasi tidak memenuhi prestasi, wanprestasi terlambat memenuhi prestasi, dan wanprestasi tidak sempurna memenuhi prestasi.

Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.

Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Setiap subyek hukum diberi tanggung jawab menurut hukum khususnya pelaku usaha diberikan beban tanggung jawab atas perilaku yang tidak baik yang dapat merugikan konsumen. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Tanggung jawab adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya (kalau terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan, dan sebagainya).

Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Pengenaan tanggung jawab kepada pelaku usaha bergantung pada jenis bisnis usaha yang digeluti. Oleh karena itu, perlu dipahami dengan benar arti tanggung jawab dalam konteks perlindungan konsumen yang memadukan berbagai tanggung jawab yang termasuk didalamnya yaitu tanggung jawab hukum. Tanggung jawab hukum adalah kewajiban menanggung suatu akibat menurut ketentuan hukum yang berlaku.

Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Ketika ada perbuatan yang melanggar norma hukum tersebut, maka pelakunya dapat dimintai pertanggungjawaban sesuai dengan norma hukum yang dilanggarnya. Tanggung jawab hukum juga dapat dilihat dari sanksi hukumnya yang terdiri dari sanksi-sanksi hukum administrasi negara, hukum pidana, dan hukum perdata.

Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Prinsip mengenai tanggung jawab merupakan hal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen, karena dalam kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis pihak yang bertanggungjawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak yang terkait.

Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Secara umum, prinsip- prinsip tanggung jawab dalam hukum dibedakan menjadi:

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*liability based onfault*).

Prinsip ini menyatakan bahwa seorang baru dapat dimintakan pertanggungjawaban secara hukum jika ada unsure kesalahan yang dilakukannya.

Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Prinsip ini berlaku dalam hukum pidana dan perdata (khususnya Pasal 1365-1367 KUHPerdata). Dalam Pasal 1365 KUHPerdata, suatu perbuatan dapat dikatakan sebagai perbuatan melawan hukum jika terpenuhinya empat unsur pokok yaitu adanya perbuatan, unsure kesalahan, kerugian yang diderita, dan adanya hubungan kausalitas antara perbuatan dengan kerugian yang diderita.

Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adil bagi korban yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban. Mengenai beban pembuktiannya, asas ini mengikuti ketentuan Pasal 163 HIR atau pasal 283 Rbg dan Pasal 1865 KUHPerdara, yang mengatur bahwa barang siapa yang mengakui mempunyai suatu hak maka harus membuktikan adanya hak atau peristiwa itu.

Prinsip Praduga Selalu bertanggungjawab

2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*)

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggungjawab sampai dapat membuktikan bhw tak bersalah. Jadi, beba beban pembuktian ada pada tergugat. Dasar teori pembalikan beban pembuktian adalah seseorang yg dianggap bersalah sampai yg bersangkutan dpt membuktikan sebaliknya.

Prinsip Praduga Selalu bertanggungjawab

Hal ini tentunya bertentangan dengan asas hukum praduga tak bersalah (*presumption of innocence*) yang lazim dikenal dengan hukum. Ketika asas ini diterapkan dalam kasus konsumen maka akan tampak bahwa teori ini sangatlah relevan dimana yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan ada dipihak pelaku usaha yang digugat.

Prinsip Praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab

3. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption of nonliability*)

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab. Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas.

Prinsip Praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab

Contoh dari penerapan prinsip ini adalah hukum pengangkutan, dimana kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin yang biasa diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dari penumpang (konsumen).

Prinsip tanggung Jawab Mutlak

4. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak ini sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Namun demikian ada juga ahli yang mengatakan bahwa prinsip tanggung jawab mutlak ini tidak selamanya sama dengan prinsip tanggung jawab absolut.

Prinsip tanggung Jawab Mutlak

Dalam tanggung jawab mutlak, kesalahan tidak ditetapkan sebagai faktor yang menentukan, terdapat pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab seperti *force majeure*. Di pihak lain, tanggung jawab absolut merupakan prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualian.

Prinsip tanggung Jawab Mutlak

Di pihak lain, tanggung jawab absolut merupakan prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualian. Prinsip tanggung jawab mutlak ini, digunakan dalam hukum perlindungan konsumen untuk menjerat pelaku usaha, khususnya produsen yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Asas tanggung jawab ini dikenal dengan nama *product liability*.

Prinsip tanggung Jawab Mutlak

Gugatan *product liability* ini dapat dilakukan berdasarkan tiga hal yaitu: melanggar jaminan berkaitan dengan jaminan pelaku usaha, bahwa barang yang dihasilkan atau dijual tidak mengandung cacat. desain, dan atau pelabelan. Ada unsur kelalaian apabila si pelaku usaha yang digugat itu gagal menunjukkan ia cukup berhati-hati dalam membuat, menyimpan, mengawasi, memperbaiki, memasang label, atau mendistribusikan barang.

Prinsip tanggung Jawab Mutlak

Menerapkan tanggung jawab mutlak, yaitu prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan.

Variasi berbeda dalam penerapan tanggung jawab mutlak terletak pada *risk liability*, dimana dalam *risk liability* ini, kewajiban mengganti rugi dibebankan pada pihak yang menimbulkan resiko adanya kerugian.

Prinsip tanggung Jawab Mutlak

Namun pihak penggugat (konsumen) tetap diberi beban pembuktian walau tidak sebesar si tergugat. Penggugat hanya perlu membuktikan adanya hubungan kausalitas antara perbuatan pelaku usaha dengan kerugian yang diderita, dan selebihnya digunakan prinsip *strict liability*.

Prinsip Pembatasan tanggung Jawab

5. Prinsip pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*)

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip ini sangat merugikan konsumen bila diterapkan secara sepihak oleh pelaku usaha.

Prinsip Pembatasan tanggung Jawab

Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen seharusnya pelaku usaha tidak boleh sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika pun ada pembatasan maka harus berdasarkan pada peraturan perundangundangan yang jelas.

Prinsip Pembatasan tanggung Jawab

Ketentuan mengenai pertanggungjawaban pengelola/pelaku usaha diatur secara tersendiri atau terpisah dari pengaturan tentang kewajiban pelaku usaha maupun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Tanggung jawab pelaku usaha tersebut diatur dalam Bab VI Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Prinsip Pembatasan tanggung Jawab

Inti dari pengaturan tanggung jawab pelaku usaha meliputi tanggung jawab pelaku usaha secara umum (Pasal 19) dan secara khusus dalam hal untuk menyediakan cadang atau fasilitas purna jual dan jaminan atau garansi (Pasal 25 dan Pasal 26), tanggung jawab pelaku usaha di bidang periklanan dan importasi produk (Pasal 20 dan Pasal 21), beban pembuktian terhadap ada tidaknya kesalahan pelaku usaha (Pasal 22 dan Pasal 28), serta pembebasan pelaku usaha dalam pertanggungjawaban (Pasal 27).

Prinsip Pembatasan tanggung Jawab

Beban pembuktian yang ditanggung pelaku usaha untuk membuktikan ada tidaknya kesalahan konsumen merupakan system pembuktian terbalik karena justru pihak yang digugat yang mempunyai kewajiban untuk membuktikan.

Prinsip Pembatasan tanggung Jawab

Berdasarkan hukum tentang pembuktian pada umumnya, setiap orang yang mendalilkan bahwa orang tersebut mempunyai sesuatu hak atau untuk meneguhkan haknya sendiri maupun membantah hak orang lain dengan menunjukkan suatu peristiwa, mewajibkan membuktikan adanya hak tersebut. Walaupun beban pembuktian dalam perkara ini dibebankan kepada pelaku usaha, tidak menutup kemungkinan bagi pihak Kejaksaan untuk dapat melakukan pembuktian.

Prinsip Pembatasan tanggung Jawab

Pembebasan pelaku usaha dari tanggung jawab terhadap kerugian pihak konsumen diatur dalam Pasal 27 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Menurut Pasal 27 tersebut, pelaku usaha dapat dibebaskan dari kewajiban bertanggungjawab apabila memenuhi persyaratan di bawah ini:

Prinsip Pembatasan tanggung Jawab

- a) Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan.
- b) Cacat barang timbul dikemudian hari.
- c) Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang.
- d) Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen.
- e) Lewatnya jangka waktu penuntutan yaitu (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewat jangka waktu yang diperjanjikan.