

HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN INDONESIA

Dr. I. B. Radendra Suastama, S.H., M.Hum



buku

**HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
INDONESIA**



**HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
INDONESIA**

Dr. Ida Bagus Radendra Suastama, S.H., M.Hum

Cover Design : M. Setia

Lay Out : N. Bakti

Cetakan III

Mei 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Penerbit CV. Setia Bakti (ESBE Buku)
Jl. Padma 30 Penatih Denpasar Timur
esbeutama@yahoo.com

ISBN : 978-602-6740-33-5

Isi di luar tanggung jawab percetakan
PT. Mabhakti

Kata Pengantar

Pertama-tama Penulis memanjatkan doa dan ucapan syukur yang mendalam kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan Beliau jua lah, yang telah menganugerahkan gagasan, kesehatan, dan semangat kepada Penulis dalam penyusunan buku ini, sehingga akhirnya naskah buku ini dapat diselesaikan dalam jangka waktu sesuai harapan.

Buku ini disusun berdasarkan penilaian Penulis bahwa terdapat kekurangan dalam jumlah dan ragam buku yang secara khusus membahas mengenai Hukum Perlindungan Konsumen, khususnya tentang hukum perlindungan konsumen di Indonesia, padahal sebagai salah satu cabang Hukum Bisnis, peran dan posisi Hukum Perlindungan Konsumen sangatlah penting dan strategis. Ia menyangkut kepentingan orang banyak, kepentingan masyarakat luas, yang juga secara relasional dengan pelaku usaha, cenderung berposisi lemah.

Semoga kehadiran buku ini menambah pilihan buku referensi bagi para mahasiswa fakultas hukum, fakultas ekonomi, praktisi hukum, pengambil kebijakan, penegak hukum, masyarakat luas, dan semua pihak yang berminat memahami tentang hukum perlindungan konsumen di Indonesia.

Dalam kesempatan ini, Penulis mengucapkan terimakasih kepada Penerbit atas kerjasamanya dalam penerbitan buku cetakan kedua ini. Ucapan terimakasih juga Penulis sampaikan kepada keluarga Penulis, istri dan anak-anak tercinta, yang selalu

mendukung dan memberikan perhatian yang membesarkan hati. Dan akhirnya, Penulis juga mengucapkan terimakasih atas perhatian para Pembaca yang terhormat, semoga kehadiran buku ini bermanfaat adanya. Segala kritik dan saran untuk penyempurnaan buku ini Penulis nantikan dengan tangan terbuka.

Denpasar, 8 Januari 2016

Penulis,

Dr. Ida Bagus.Radendra Suastama, SH, M.Hum.

Kata Pengantar
Ketua STIMI Handayani Denpasar

Om Swastyastu,

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadapan Tuhan Yang Maha Kuasa / Ida Sang Hyang Widdhi Wasa karena atas karunia-Nya lah kita diberikan kesehatan untuk bisa terus berkarya melalui swadharma kita sebagai dosen di perguruan tinggi. Sebagai Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia HANDAYANI Denpasar, yang merupakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen yang pertama di Wilayah Provinsi Bali, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur, tentu saja merupakan suatu tanggungjawab untuk tidak henti-hentinya berkarya bersama-sama dengan segenap civitas akademika STIMI HANDAYANI Denpasar dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Sebagai Institusi Pendidikan Manajemen, STIMI HANDAYANI Denpasar berkomitmen untuk terus mendorong seluruh Dosennya dalam berkarya sesuai dengan bidang keahlian masing-masing. Salahsatu matakuliah yang diselenggarakan di STIMI HANDAYANI Denpasar adalah Pengantar Hukum Bisnis. Matakuliah ini antara lain bertujuan memberikan wawasan mengenai aspek hukum dan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur dunia bisnis, kepada peserta didik. Salahsatu kajian dalam matakuliah Pengantar Hukum Bisnis ini adalah mengenai Hukum Perlindungan Konsumen.

Atas dasar pemikiran tersebut dan melihat bahwa buku ini telah sangat membantu, dan diharapkan juga ke depannya akan

sangat membantu, dalam proses belajar mengajar matakuliah ini, maka saya selaku Ketua STIMI HANDAYANI Denpasar dengan ini mendorong agar dapat diterbitkan cetakan kedua ini, tentunya dengan beberapa penyempurnaan terutama dengan tambahan berupa kajian dan ulasan bedah kasus terkait dengan pelanggaran hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Semoga kehadiran cetakan kedua ini dapat memberikan manfaat yang lebih besar lagi bagi pemahaman Hukum Bisnis, utamanya Hukum Perlindungan Konsumen.

Om Shanti, Shanti, Shanti, Om.

Denpasar, 17 Januari 2016

STIMI HANDAYANI DENPASAR

Ketua

Dr. Ida Bagus Gede Udiyana, SE, M.Si, Ak.

Daftar Isi

| | |
|--|-----|
| Kata Pengantar | iii |
| Daftar Isi | v |
| Bagian Pertama | |
| Pendahuluan | 1 |
| v Latar Belakang Pemberlakuan Undang- Undang Perlindungan Konsumen | 2 |
| v Dasar Pertimbangan | 6 |
| v Ketentuan Umum | 7 |
| v Asas dan Tujuan | 10 |
| Bagian Kedua | |
| Hak dan Kewajiban | 12 |
| v Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha | 14 |
| v Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha | 16 |
| v Larangan Bagi Pelaku Usaha Periklanan | 24 |
| v Ketentuan Pencantuman Klausula Baku | 25 |
| v Tanggungjawab Pelaku Usaha | 28 |
| Bagian Ketiga | |
| Pembinaan dan Pengawasan | 33 |
| v Badan Perlindungan Konsumen Nasional | 35 |
| v Susunan Organisasi dan Keanggotaan Badan Perlindungan konsumen Nasional | 36 |
| v Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat | 39 |
| v Penyelesaian Sengketa | 40 |
| v Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan | 41 |

| | |
|---|----|
| v Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen | 42 |
| Bagian Keempat | |
| Penegakan Hukum | 49 |
| v Penyidikan | 49 |
| v Sanksi Administratif dan Pidana | 50 |
| v Ketentuan Peralihan dan Ketentuan Penutup | 51 |
| Bagian Kelima | |
| Penutup | 52 |
| Daftar Pustaka | 56 |
| Lampiran : Undang-Undang Perlindungan Konsumen | 56 |

Bagian Pertama

Pendahuluan

Hukum bertujuan mewujudkan keadilan dalam kehidupan masyarakat. Hukum juga bertujuan mewujudkan ketertiban dalam kehidupan masyarakat. Ada pula yang mengatakan bahwa selain bertujuan untuk mewujudkan keadilan dan ketertiban, hukum juga bertujuan memberikan kemanfaatan dalam kehidupan bermasyarakat. Demikian pula halnya Hukum Perlindungan Konsumen, sesungguhnya bertujuan untuk menciptakan atau mewujudkan keadaan berkeadilan (adil), berketertiban (tertib), dan berkemanfaatan (bermanfaat).

Hukum perlindungan konsumen adalah salah satu kajian dalam Hukum Bisnis. Di beberapa perguruan tinggi, khususnya pada Fakultas Hukum dan Fakultas Ekonomi di Indonesia biasanya diajarkan mata kuliah Hukum Bisnis. Pelajaran Hukum Bisnis secara ringkas dapat dijelaskan sebagai pengetahuan mengenai asas / prinsip hukum, norma hukum, lembaga, dan proses hukum yang berkaitan dengan dunia bisnis. Adapun pengertian “bisnis” itu sendiri adalah pengertian yang dapat disejajarkan dengan “usaha” atau “perusahaan”.

Hukum bisnis biasanya meliputi pembahasan dan pengkajian antara lain tentang hukum perniagaan (dahulu bernama : hukum dagang), hukum perusahaan, hukum perjanjian, hukum investasi, hukum pasar modal, hukum perlindungan konsumen, hukum anti monopoli / persaingan usaha tidak sehat,

hukum arbitrase, hukum ketenagakerjaan, dan hukum mengenai kekayaan intelektual (Hak atas kekayaan Intektual (HaKI) mencakup : hak cipta, hak paten, hak merek, hak desain industri, dan sebagainya).

Buku ini menitik beratkan pada pembahasan hukum positif, yakni pembahasan terhadap peraturan perundang-undangan yang sedang berlaku. Pemaparan dan pembahasan dalam buku ini berangkat dari maksud dan upaya untuk menyebarkan pemahaman hukum perlindungan konsumen kepada masyarakat luas sehingga memperluas ruang lingkup masyarakat yang mengetahui dan memahami hukum perlindungan konsumen yang berlaku, utamanya terkait dengan hak-hak dan kewajiban-kewajibannya selaku konsumen.

Guna memperkuat pemahaman terhadap prinsip dan kaidah hukum perlindungan konsumen yang dijadikan subjek pembahasan buku ini, maka pada pembahasan ketentuan hukum atau norma UU Perlindungan Konsumen tersebut selanjutnya disampaikan komentar berdasarkan pemahaman Penulis tentang konsep yang dimaksudkan. Selain itu, jika dianggap diperlukan maka akan diilustrasikan juga melalui beberapa contoh kasus simulatif sehingga dapat digambarkan penerapan konsep dan aturan tersebut dalam praktik dan kenyataan keseharian.

Latar Belakang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau secara singkat cukup disebut Undang-

Undang-Undang Perlindungan Konsumen, adalah sebuah undang-undang yang dilahirkan pada saat Bangsa Indonesia baru memasuki sebuah era yang lazim disebut oleh berbagai pihak sebagai Era Reformasi. Era Reformasi ditandai dengan berakhirnya kepemimpinan Jenderal Soeharto yang telah memimpin Indonesia selama 32 tahun (1966-1998). Pada awal era reformasi ini, antara lain muncullah tuntutan masyarakat kepada DPR, yang selama 32 tahun sebelumnya dianggap hanya sekadar stempel dari tiap kebijakan Presiden, untuk menunjukkan perannya sesuai konsep negara demokrasi.

Meski dalam perkembangan lebih lanjut banyak pihak yang menilai bahwa akibat tuntutan masyarakat akan peran DPR tersebut kemudian DPR menjadi cenderung bertindak agak “berlebihan” (mungkin dalam bahasa anak remaja saat ini bisa disebut *lebay*), namun kenyataan menunjukkan bahwa DPR sejak memasuki reformasi menjadi demikian bersemangat membuktikan kepada masyarakat luas bahwa mereka bukan sekadar stempel atas tiap kebijakan pemerintah, namun juga bisa “galak” dalam mengawasi pemerintah, termasuk dalam pelaksanaan kewenangan legislasinya (menyusun undang-undang).

Di negara-negara maju, Amerika Serikat misalnya, hukum perlindungan konsumen telah diberlakukan sejak lama. Amerika Serikat dapat dikatakan sebagai negara yang telah memberikan spirit, semangat, kepada persoalan perlindungan konsumen, sebagaimana antara lain dapat ditunjukkan misalnya dari isi pidato Presiden JF Kennedy pada tahun 1962 di hadapan sidang Kongres Amerika Serikat, bahwa konsumen memiliki 4 (empat) hak dasar

yaitu : hak memilih; hak atas informasi; hak atas keselamatan; dan hak untuk didengar.

Di negara-negara yang relatif telah maju, antara lain Amerika Serikat, beberapa negara Eropa, bahkan Australia, persoalan perlindungan konsumen mendapatkan perhatian cukup besar sejak dahulu. Pengaturan mereka mengenai perlindungan konsumen sudah mencapai tahap yang jauh lebih berkembang (*advanced*), misalnya di negara-negara tersebut sudah sampai diatur mengenai pengaturan penjualan dari rumah ke rumah (*door to door sales*) yaitu bahwa konsumen harus diberi waktu untuk berpikir, apakah akan membeli atau tidak barang / jasa yang ditawarkan secara “*door to door*” tersebut.

Pengaturan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di Amerika Serikat misalnya, juga diatur meluas dalam beberapa undang-undang lain yang bukan hanya undang-undang mengenai perlindungan konsumen saja. Perlindungan konsumen terkait dengan beberapa instrumen yang dapat disebutkan antara lain : *Sherman Act*, *The Clayton Act*, dan *Federal Trade Commission Act*. Dengan demikian dapat dikatakan secara singkat bahwa pada prinsipnya persoalan perlindungan konsumen sudah menjadi *concern* negara-negara maju sejak dahulu.

Di tingkat internasional pun terdapat konvensi internasional tentang perlindungan konsumen antara lain Resolusi 2111 tentang Perlindungan Konsumen, kemudian hasil sidang ke 63 Ecosoc tahun 1977, Resolusi PBB tentang Perlindungan Konsumen (Resolusi PBB Nomor 39 / 248) ¹, yang mengatur di antaranya hal-hal mengenai : Perbuatan-perbuatan yang tidak mematuhi

undang-undang ; praktik perdagangan yang merugikan konsumen, pertanggungjawaban produsen tidak jelas ; persaingan usaha tidak sehat sehingga pilihan konsumen dipersempit dan dengan harga yang menjadi tidak murah; Tidak tersedianya suku cadang dan pelayanan purna jual ; Kontrak baku sepihak dan penghilangan hak-hak esensial dari konsumen ; dan persyaratan kredit yang tidak adil.

Perlindungan Konsumen mestinya memang harus sudah mendapatkan perhatian besar sejak peradaban manusia mengenal suatu pola hubungan antara yang disebut produsen atau pelaku usaha, di satu sisi, dengan konsumen, di sisi lain. Di India, perhatian terhadap persoalan perlindungan konsumen tampaknya sudah cukup lama dimulai dan cukup berakar pada sejarah India yang menurut perspektif sejarah dunia yang disepakati sampai saat ini, merupakan salah satu bangsa yang paling awal dalam kebudayaan.

Dalam Kitab Arthashastra, salah satu kitab Hindu tentang politik, hukum, dan ekonomi yang ditulis di India pada sekitar Tahun 300 SM, hukum perlindungan konsumen sudah ada (Radendra, 2005). Itu menunjukkan bahwa pemikiran untuk melindungi konsumen dari kecurangan atau keinginan berlebihan pelaku usaha yang mencari keuntungan sehingga berpotensi merugikan konsumen sesungguhnya telah ada sejak dahulu, namun entah mengapa pemikiran itu tidak juga diadopsi oleh Indonesia sampai akhirnya baru pada tahun 1999 disusun dan mulai diberlakukan hukum khusus tentang perlindungan

¹ Lihat juga sebagai pembandingan : <http://lintangsmara.wordpress.com> , <http://gemaisgery.blogspot.com> , <http://www.scribd.com>, <http://www.freetechebooks.com> , <http://abdoez.multiply.com>, <http://hukum.kompasiana.com/2010/07/11/menyoal-perlindungan-konsumen>

konsumen di Indonesia. Dari sudut pandang di atas, sebenarnya Indonesia sangat terlambat. Namun bagaimanapun juga terlambat adalah lebih baik daripada tidak samasekali. Mari kita simak bagaimana hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia saat ini.

Dasar Pertimbangan

Dalam UU Perlindungan Konsumen (selanjutnya dalam buku ini cukup disebut UU Perlindungan Konsumen) dinyatakan bahwa dasar pertimbangan penyusunan dan pemberlakuan UU Perlindungan Konsumen adalah sesuai dengan tujuan pembangunan nasional yakni mewujudkan masyarakat adil dan makmur, yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Selain itu, pembangunan juga harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan berbagai barang dan / atau jasa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan / atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.

Dinyatakan pula dalam dasar pertimbangan tersebut, bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat globalisasi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta jaminan atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperoleh di pasar. Untuk meningkatkan hak dan martabat konsumen maka dipandang perlu untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan,

dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, di samping itu juga untuk menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab.

Pertimbangan selanjutnya dari pemberlakuan UU Perlindungan Konsumen adalah bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai, dan akhirnya bahwa berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut di atas, maka dipandang perlu adanya perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan antara perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat, dan karena itu maka ditetapkanlah Undang Undang tentang Perlindungan Konsumen.

Ketentuan Umum

Sebagaimana lazimnya sebuah undang-undang di Indonesia, dan juga lazimnya sistematika peraturan perundang-undangan pada umumnya, maka dalam peraturan termaksud akan diawali dengan ketentuan umum yang berisi penjelasan mengenai istilah-istilah yang dipergunakan dalam undang-undang tersebut. Penjelasan atau pembatasan secara tegas akan makna yang dimaksudkan oleh istilah-istilah yang dipergunakan dalam undang-undang sangat penting dan bermanfaat dalam penerapan hukum aturan tersebut.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Demikian dinyatakan dalam UU Perlindungan Konsumen mengenai yang dimaksud dengan istilah tersebut dalam

konteks UU Perlindungan Konsumen. Sementara itu, pengertian 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.

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 Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Penjabaran pengertian 'pelaku usaha' yang dalam pandangan orang awam mungkin terkesan panjang dan ruwet tersebut sesungguhnya bukan secara sengaja dibuat ruwet namun memang diperlukan dan akan bermanfaat dalam penerapan UU Perlindungan Konsumen.

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. Adapun 'jasa' adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Selain barang dan jasa, dan beberapa istilah tersebut di atas, istilah lainnya yang dijelaskan dalam ketentuan umum adalah istilah-istilah : promosi, impor barang, impor jasa, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, klausula baku, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Badan Perlindungan Konsumen Nasional, dan Menteri.

Promosi dijabarkan sebagai 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. Mengenai impor barang dijelaskan, adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean, sedangkan impor jasa adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat adalah lembaga non-pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

Istilah “klausula baku” yang dimaksudkan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah setiap aturan atau keten-tuan 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. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen, sedangkan yang dimaksud dengan Menteri dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggungjawabnya meliputi bidang perdagangan.

Berkaitan dengan penggunaan istilah-istilah sebagai-mana telah dijelaskan di atas, perlu pula disampaikan bahwa rumusan-ketentuan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sangat sering bahkan hampir selalu menggunakan kata “...dan / atau...”. Penggunaan kata-kata tersebut dengan cara demikian dan erus dipergunakan secara berulang-ulang di sepanjang Undang-Undang Perlindungan Konsumen bukanlah tanpa alasan. Penggunaan itu memiliki implikasi dan konsekuensi secara hukum. Misalnya frasa “barang dan / atau jasa”, artinya adalah bisa hanya salah satu antara barang atau jasa, yakni hanya barang saja atau hanya jasa saja, namun juga bisa berarti keduanya (barang dan jasa) secara sekaligus.

Demikian pula misalnya dengan frasa “...memproduksi dan / atau memperdagangkan...”. Apabila salah satu kata atau tanda baca dihilangkan maka pengertiannya akan menjadi berbeda, dan jika hal tersebut itu tidak diperhatikan maka dalam penegakan hukumnya di lapangan, akan dapat menye-babkan pelanggaran hukum lolos dari jerat hukum, akibat dari ketidakcermatan penyusunan rumusan dalam peraturan perundang-undangan.

Asas dan Tujuan

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada asas manfaat, keadilan, keseimbangan, kea-manan dan keselamatan konsumen, dan kepastian hukum. Adapun tujuan hukum perlindungan konsumen adalah meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.

Kemudian, mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindar-kannya dari dari eksese negatif pemakaian barang dan / atau jasa. Selanjutnya adalah meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen. Selain itu juga menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Tujuan lainnya adalah menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha. Yang juga menjadi tujuan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksudkan UU Perlindungan Konsumen adalah meningkatkan kualitas barang dan /atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Bagian Kedua Hak dan Kewajiban

Menurut hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia, sebagaimana diatur dalam UU Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang meliputi hal-hal berikut ini. Konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Konsumen juga memiliki hak untuk memilih barang dan / atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Selain dari hal-hal tersebut di atas, konsumen juga mempunyai hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan / atau jasa.

Konsumen memiliki hak untuk didengar pendapatnya serta keluhannya mengenai barang dan / atau jasa yang digunakan. Konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, yang merupakan sebagian dari hak konsumen menurut hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Selain itu terdapat pula hak konsumen untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, termasuk hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan / atau penggantian, apabila barang dan / atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Bahkan, konsumen pun memiliki hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya yang terdapat ketentuan mengenai konsumen.

Selain dari hak, maka sebagaimana halnya suatu perikatan hukum yang menimbulkan hak serta kewajiban, maka konsumen pun memiliki kewajiban-kewajiban tertentu yang harus dilaksanakannya sebagai konsumen, yaitu meliputi kewajiban untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan / atau jasa, kemudian berkewajiban pula untuk beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan / atau jasa. Konsumen juga mengemban kewajiban untuk membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. Yang juga tidak ketinggalan adalah kewajiban konsumen untuk mengikuti segala upaya penyelesaian hukum mengenai perlindungan konsumen secara patut.

Hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen tersebut menunjukkan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen selain berupaya menegakkan dan melindungi hak konsumen, juga berupaya untuk bersikap seimbang dengan menegakkan kewajiban-kewajiban yang diemban sebagai konsumen. Hak untuk mendapatkan ganti rugi atau kompensasi tertentu akibat kerugian yang ditanggung oleh konsumen karena mengkonsumsi produk tertentu, misalnya, tidaklah dapat dilakukan begitu saja apabila ternyata ada indikasi, kemungkinan, atau bahkan bukti bahwa konsumen itu sendiri justru tidak membaca petunjuk penggunaan produk termak-sud. Kerugian yang diderita karena kelalaian konsumen sendiri memang tidak secara otomatis menggugurkan dasar tuntutan ganti rugi itu, namun apabila terbukti bahwa kerugian itu muncul bukan karena kesalahan produk oleh produsen / pelaku usaha tetapi murni kelalaian konsumen, maka tuntutan ganti rugi dapat ditolak.

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha memiliki hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan / atau jasa yang diperdagangkan, di samping itu pelaku usaha juga berhak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik. Selanjutnya, pelaku usaha juga mempunyai hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum atas sebuah sengketa mengenai masalah konsumen, dan juga berhak untuk mendapatkan rehabilitasi atas nama baiknya apabila ternyata kemudian terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tersebut adalah tidak diakibatkan oleh barang dan / atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha tersebut. Pelaku usaha juga tentunya tetap memiliki hak-haknya sebagaimana diatur peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban yang dibebankan oleh Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, khususnya dalam hal ini Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap pelaku usaha adalah kewajiban untuk selalu beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan / atau jasa serta memberikan penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan barang tersebut. Kewajiban tersebut dipertegas kembali dengan ketentuan yang menyatakan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk menjamin mutu barang dan / atau jasa yang diproduksi dan / atau diperdagangkan, bahwa barang / jasa itu berdasarkan atau sesuai dengan ketentuan tentang standar mutu barang dan / atau jasa yang berlaku. Pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan / atau mencoba barang dan / atau jasa tertentu, serta memberikan jaminan atau garansi atas barang yang dibuat dan / atau diperdagangkan. Pelaku usaha juga wajib memberikan kompensasi, ganti rugi, dan / atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Menurut penulis, ada pengaturan tersebut di atas yang menimbulkan sedikit kesulitan dalam pelaksanaannya di lapangan, yakni mengenai ketentuan bahwa “pelaku usaha memiliki kewajiban memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan / atau mencoba barang dan / atau jasa tertentu”. Pertama adalah berkaitan dengan barang dan / atau jasa tertentu manakah yang dimaksud tersebut, tentunya harus dipertegas untuk kepastian hukumnya. Selain itu, keharusan memberi kesempatan kepada konsumen melakukan pengujian dan / atau percobaan atas barang dan / atau jasa tertentu tersebut, adalah sejauh mana? Karena banyak barang yang tidak memungkinkan untuk dicoba atau diuji dahulu karena menyebabkan ia tidak lagi “baru”.

Sehubungan dengan penjelasan di atas, khususnya mengenai hak & kewajiban konsumen dan hak & kewajiban pelaku usaha, terdapat suatu pola relasi yang menarik. Relasi yang disebut menarik itu adalah bahwa terdapat suatu hubungan kebalikan antara hak dan kewajiban antara kedua pihak (konsumen dan pelaku usaha). Secara

lebih jelas, dapat dikatakan seperti ini, bahwa hal-hal yang pada satu sisi merupakan hak konsumen adalah sekaligus di sisi yang lain menjadi kewajiban pelaku usaha, demikian pula hal-hal yang menjadi kewajiban konsumen maka pada saat yang sama hal-hal itu merupakan hak dari pelaku usaha. Pola relasi ini bersesuaian dengan konsep perikatan dalam ilmu hukum, bahwa suatu perikatan adalah hubungan yang menciptakan hak di satu pihak sekaligus menciptakan kewajiban di pihak lain, dan demikian pula sebaliknya, bahwa hubungan (perikatan) yang menciptakan atau membebaskan kewajiban pada suatu pihak maka juga menciptakan hak tertentu di pihak yang lainnya.

Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur dengan tegas perbuatan-perbuatan yang dilarang untuk dilakukan oleh pelaku usaha. Ketentuan tersebut meliputi larangan-larangan sebagaimana dijelaskan berikut ini, Pertama, adalah bahwa bahwa pelaku usaha dilarang untuk memproduksi dan / atau memperdagangkan barang dan / atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan ataupun tidak sesuai dengan standar yang ditetapkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelaku usaha juga dilarang untuk memproduksi dan / atau memperdagangkan barang dan / atau jasa yang tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.

Pelaku usaha dilarang untuk memproduksi dan / atau memperdagangkan barang dan / atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan mengenai barang dan / atau jasa tersebut. Selain itu, pelaku usaha dilarang untuk memproduksi dan / atau memperdagangkan barang dan / atau jasa yang tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan / atau jasa tersebut.

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha juga dilarang untuk memproduksi dan / atau memperdagangkan barang dan / atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan / atau jasa tersebut. Pelaku usaha juga dilarang untuk memproduksi dan / atau memperdagangkan barang dan / atau jasa yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan / pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu serta dilarang pula untuk memproduksi dan / atau memperdagangkan barang dan / atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan / atau memperdagangkan barang dan / atau jasa yang tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat, isi bersih (*netto*), komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan

lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang / dibuat. Pelaku usaha juga dilarang memproduksi dan / atau memperdagangkan barang dan / atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan / atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Selain larangan untuk memproduksi dan / atau memperdagangkan sebagaimana dijelaskan di atas, ada pula larangan bagi pelaku usaha, khususnya untuk memperdagangkan barang-barang yang dijelaskan berikut ini. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberitahukan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud. Dalam hal ini bukanlah berarti perdagangan barang bekas dan sebagainya dilarang oleh hukum, namun yang dimaksudkan adalah bahwa konsumen harus diberikan informasi lengkap dan benar tentang barang tersebut, misalnya apabila barang bekas dikatakan sebagai barang baru, jelas itu merupakan kebohongan dan karenanya itu adalah merupakan suatu pelanggaran.

Pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar. Berbeda dengan halnya memperdagangkan barang rusak / cacat / bekas yang telah dijelaskan tersebut di atas, dalam aturan yang disebut terakhir ini, maka memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar, adalah dilarang terlepas apakah itu dengan atau tanpa pemberian

informasi tentang barang-barang termaksud. Ditentukan pula bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan-ketentuan tersebut di atas wajib menariknya dari peredaran (Pasal 8 Ayat (4) Undang-Undang Perlindungan Konsumen).

Selain adanya larangan untuk memperdagangkan dan/atau memproduksi barang dan/atau jasa sebagaimana dijelaskan tersebut, terdapat juga ketentuan yang melarang pelaku usaha untuk melakukan penawaran, promosi, pengiklanan atas barang/jasa, yang menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu. Maksud ketentuan ini adalah menawarkan atau mempromosikan secara tidak benar atau “seolah-olah” barang tersebut memiliki keunggulan tertentu, padahal yang sesungguhnya tidaklah demikian.

Lebih lanjut diatur pula dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru, atau seolah-olah barang tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja, atau aksesoris tertentu. Pelaku usaha juga dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang dan/

atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan, atau afiliasi.

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang dan/atau jasa tersebut tersedia (padahal ketersediaannya belum terjamin ; Pen), pelaku usaha juga dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi, juga seolah-olah barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu, atau seolah-olah barang tersebut berasal dari daerah tertentu. Pelaku usaha juga dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang dan/atau jasa tersebut secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain.

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang dan/atau jasa tersebut menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap. Pelaku usaha juga dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang dan/atau jasa tersebut menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud tersebut di atas dilarang untuk diperdagangkan. Apabila pelaku usaha melanggar ketentuan-ketentuan tersebut, telah diatur dalam Undang-

Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha tersebut dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Masih mengenai Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha, dalam Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ditentukan bahwa 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 harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa, atau mengenai kegunaan suatu barang dan/atau jasa, atau mengenai kondisi, tanggungan, jaminan, hak, atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa, atau mengenai tawaran potongan harga (*discount* ; Pen) atau hadiah menarik yang ditawarkan, atau mengenai bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui / menyesatkan konsumen dengan menyatakan bahwa barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu. Dalam penjualan secara obral atau lelang tersebut pelaku usaha juga dilarang mengelabui / menyesatkan konsumen dengan menyatakan bahwa barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi. Pelaku usaha juga dilarang (dalam penjualan secara obral atau lelang tersebut) mengelabui / menyesatkan konsumen dengan menyatakan atau bersikap seolah-olah tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain.

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui / menyesatkan konsumen dengan tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain. Pelaku usaha dalam hal penjualan obral atau lelang juga dilarang mengelabui / menyesatkan konsumen dengan tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah yang cukup dengan maksud menjual jasa yang lain. Pelaku usaha juga dilarang, dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, mengelabui / menyesatkan konsumen dengan menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral (Pasal 11 Undang-Undang Perlindungan Konsumen).

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma, dengan maksud tidak memberikannya, atau memberikannya tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikannya. 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.

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah

melalui cara undian, dilarang untuk tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan. Dilarang pula untuk mengumumkan hasil pengundian atau penarikan hadiah tersebut tidak melalui media massa (berarti harus diumumkan melalui media massa, lihat kembali Pasal 14 Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Dalam menawarkan barang dan / atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian itu, pelaku usaha juga dilarang untuk memberikan hadiah yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan, atau mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang telah dijanjikan semula.

Dalam kenyataannya, banyak penyelenggara undian berhadiah yang tidak melaksanakan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini. Ada kondisi kultural yang menurut hemat penulis juga menjadi faktor tidak efektifnya peran serta masyarakat dalam penegakan aturan tentang kewajiban penyelenggara undian berhadiah untuk mengumumkan hasil penarikan atau pengundian melalui media massa ini, yaitu masih adanya perasaan malu sebagian besar masyarakat Indonesia untuk menanyakan nasibnya apakah memenangkan atau tidak memenangkan undian yang diadakan tersebut. Mereka diam-diam sangat ingin mengetahui hasil pengundiannya tetapi seringkali tidak tahu harus melihat atau bertanya ke mana tentang hasil pengundian itu (karena penyelenggara tidak mengumumkan melalui media massa).

Padahal sesungguhnya filosofi dari aturan pembebanan kewajiban itu sangat jelas, bahwa pelaku usaha diasumsikan atau

seringkali mengadakan undian berhadiah adalah dalam rangka meningkatkan penjualan produknya. Dalam konteks itu sangat jelas bahwa asumsi yang dianut adalah bahwa masyarakat sebagai konsumen tentu akan tertarik membeli suatu produk apabila ditambah dengan kemungkinan mendapatkan hadiah dari penyelenggaraan undian, bahkan mungkin untuk kelompok masyarakat tertentu, justru undian itu yang menjadi alasan untuk membeli produk tertentu.

Dengan demikian tentu sangat tidak adil apabila harapan masyarakat / konsumen yang sudah secara sengaja dimunculkan tersebut ternyata tidak dilaksanakan sebagai-mana mestinya, atau setidaknya masyarakat tidak dimungkinkan untuk mengetahui dengan mudah dan segera (melalui media massa) hasil pengundian tersebut, sehingga seandainya pun ternyata beruntung mendapatkan salah satu hadiah yang dijanjikan, dapat segera mengambilnya. Kadangkala, bahkan mungkin sering terjadi namun tidak diketahui umum, bahwa sang pemenang ternyata baru mengetahui dirinya menang setelah lewatnya jangka waktu tertentu yang ditetapkan secara sepihak oleh pihak penyelenggara, sehingga akhirnya yang bersangkutan tidak memperoleh haknya.

Larangan bagi Pelaku Usaha Periklanan

Meski tidak disebut secara khusus sebagai judul bab tersendiri dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, namun penulis merasa perlu untuk membahas secara khusus mengenai larangan bagi pelaku usaha periklanan ini, karena pelaku usaha periklanan memegang peran penting dalam memperkenalkan dan mensosialisasikan produk barang atau jasa tertentu kepada

masyarakat luas. Dalam pasal 17 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, dan harga barang dan/atau tarif jasa, serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha periklanan juga dilarang memproduksi iklan yang mengelabui jaminan/garansi barang atau jasa.

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan / atau jasa. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan / atau jasa. Pelaku usaha periklanan juga dilarang memproduksi iklan yang mengeksploitasi kejadian dan / atau seseorang tanpa seijin dari yang berwenang atau persetujuan dari yang bersangkutan (ini juga menyangkut hak cipta; Pen).

Pelaku usaha periklanan juga dilarang memproduksi iklan yang melanggar etika dan / atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan. Dinyatakan dalam Pasal 17 (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha periklanan dilarang untuk melanjutkan peredaran materi-materi iklan yang telah melanggar ketentuan yang telah disebutkan di atas.

Ketentuan Pencantuman Klausula Baku

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 menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha. 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 menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen. 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 menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan / atau jasa yang dibeli oleh konsumen.

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 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. Dalam kaitan penawaran barang dan / atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan, pelaku usaha dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan / atau perjanjian yang mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen.

Pelaku usaha juga dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan / atau perjanjian yang

memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat dari jasa atau untuk mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa tersebut. Pelaku usaha dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan / atau perjanjian yang menyatakan bahwa konsumen akan tunduk pada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, atau lanjutan dan / atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen (Lihat pasal 18 (1) huruf g). Pelaku usaha juga dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan / atau perjanjian yang menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembe-banan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Lebih lanjut, masih dalam konteks perjanjian baku yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha tersebut, diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau menggunakan (kata, kalimat, atau bahasa yang) pengungkapannya sulit dimengerti. Kemudian, setiap klausula baku telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ketentuan-ketentuan tersebut di atas (pasal 18 ayat 1 dan 2) dinyatakan batal demi hukum. Selain aturan-aturan perihal klausula baku tersebut di atas, dicantumkan pula ketentuan bahwa pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-

Undang Perlindungan Konsumen (khususnya ketentuan Bab V, Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ; Pen).

Tanggungjawab Pelaku Usaha

Tanggungjawab Pelaku Usaha adalah kalimat yang dipergunakan sebagai kepala atau judul dari bab enam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Mengenai hal ini diatur antara lain bahwa pelaku usaha bertanggungjawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan / atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan / atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi sebagaimana dimaksud tersebut di atas 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.

Ditentukan pula bahwa pemberian ganti rugi oleh pelaku usaha tersebut harus dilaksanakan dalam tenggang waktu tujuh hari setelah tanggal transaksi. Namun juga dinyatakan bahwa pemberian ganti rugi tersebut tidaklah menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana lebih lanjut, dan bahwa ketentuan kewajiban pelaku usaha memberi ganti rugi tersebut di atas tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Dalam bab tentang tanggungjawab pelaku usaha ini terdapat lagi ketentuan secara khusus mengenai pelaku usaha periklanan, yakni dalam Pasal 20 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu bahwa pelaku usaha periklanan

bertanggungjawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh keberadaan iklan tersebut. Diatur pula tentang tanggungjawab dari importir barang dan importir jasa, yang menyatakan bahwa importir barang adalah bertanggungjawab sebagai pembuat barang yang diimpor tersebut, apabila impor barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan dari produsen luar negeri tersebut, demikian pula halnya dengan importir jasa, akan bertanggungjawab sebagai penyedia jasa asing tersebut, apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan dari penyedia jasa asing tersebut.

Berkenaan dengan persoalan ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana telah disinggung di atas, diatur oleh UU Perlindungan Konsumen bahwa pembuktian ada tidaknya unsur kesalahan itu adalah merupakan beban dan tanggungjawab pelaku usaha, tanpa menutup kemungkinan pembuktian oleh jaksa penuntut umum. Kemudian juga ditegaskan kembali dalam Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa pelaku usaha yang menolak dan / atau tidak memberi tanggapan dan / atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam ketentuan-ketentuan tersebut di atas, maka dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Menurut hemat penulis, ketentuan Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini adalah sangat menarik. Jika disimak secara sekilas mungkin tiada sesuatu yang tampak istimewa, namun jika diperhatikan secara seksama, maka dapat ditemukan bahwa ketentuan ini sesungguhnya merupakan

“penyimpangan” atas ketentuan Hukum Acara Perdata yang secara umum berlaku di Indonesia. Mengapa demikian ? Sebagaimana diketahui, menurut hukum acara perdata di Indonesia, gugatan disampaikan kepada pengadilan negeri di tempat kedudukan tergugat. Pengadilan negeri di wilayah kedudukan tergugat lah yang berwenang mengadili gugatan perdata tersebut.

Namun dalam Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, ditentukan bahwa “pelaku usaha yang menolak dan / atau tidak memberi tanggapan dan / atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam ketentuan-ketentuan tersebut di atas, maka dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen”, dalam kalimat terakhir tersebut itulah berarti gugatan disampaikan kepada pengadilan di tempat kedudukan konsumen, yang dalam konteks ini konsumen adalah penggugat, jadi menyimpangi aturan hukum acara perdata umum yang menyatakan di tempat kedudukan tergugat.

Ketentuan Pasal 23 tersebut pantas diapresiasi sebagai pemihakan yang masuk akal dan sangat berdasar dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap kepentingan konsumen Indonesia.

Baiklah kita lanjutkan kembali pembahasan mengenai tanggungjawab pelaku usaha yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Selanjutnya diatur bahwa pelaku usaha yang menjual barang dan / atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggungjawab atas tuntutan ganti rugi dan / atau gugatan konsumen apabila

pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan / atau jasa tersebut. Pelaku usaha yang menjual barang dan / atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggungjawab atas tuntutan ganti rugi dan / atau gugatan konsumen apabila 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.

Meski ada aturan tersebut, namun terdapat juga ketentuan berikutnya dalam pasal yang sama yang menyatakan bahwa pelaku usaha sebagaimana tersebut di atas akan dibebaskan dari tanggungjawab 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.

Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan sukucadang dan / atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan. Pelaku usaha yang tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan / atau fasilitas perbaikan adalah bertanggungjawab atas tuntutan ganti rugi dan / atau gugatan konsumen. Demikian pula pelaku usaha yang tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan, harus bertanggung-jawab atas tuntutan ganti rugi dan / atau gugatan konsumen. Ditentukan pula bahwa pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan / atau garansi yang disepakati dan / atau yang diperjanjikan.

Selain aturan tentang beban tanggungjawab pelaku usaha sebagaimana disinggung tersebut di atas, Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur mengenai pembebasan tanggungjawab pelaku usaha, yakni apabila memenuhi kondisi-kondisi tertentu sebagai berikut (Lihat pasal 27 Undang-Undang Perlindungan Konsumen) : Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan. Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan pula dari tanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila cacat barang timbul di kemudian hari. Juga apabila cacat pada barang tersebut timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang.

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila cacat barang tersebut disebabkan kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen. Pelaku usaha yang memproduksi barang tersebut juga dibebaskan dari tanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen dengan lewatnya suatu jangka waktu tertentu yang ditetapkan UU Perlindungan Konsumen sebagai jangka waktu penuntutan yakni empat tahun, atau dapat pula dengan lewatnya suatu jangka waktu tertentu yang panjang jangka waktunya telah diperjanjikan oleh / antara pelaku usaha dan konsumen.

Diatur pula di dalam UU Perlindungan Konsumen mengenai pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi yang berkaitan dengan ketentuan ketentuan tentang tanggungjawab pelaku usaha tersebut, yaitu bahwa beban pembuktian tersebut adalah beban tanggungjawab pelaku usaha.

Bagian Ketiga Pembinaan dan Pengawasan

Pemerintah bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud tersebut dilaksanakan oleh Menteri dan / atau menteri teknis terkait. Sebagaimana telah disampaikan di depan, yang dimaksud dengan Menteri dalam UU Perlindungan Konsumen adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggungjawabnya meliputi bidang perdagangan.

Ditentukan lebih lanjut bahwa menteri melakukan “koordinasi” atas penyelenggaraan perlindungan konsumen, sedangkan mengenai upaya-upaya yang dilakukan dalam pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen meliputi hal-hal berikut ini.

Upaya untuk terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku dan konsumen, kemudian meliputi juga upaya untuk mewujudkan berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LSM di bidang perlindungan konsumen; Pen). Upaya selanjutnya adalah upaya untuk mewujudkan meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen. Diatur kemudian dalam UU Perlindungan bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan

penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah dilaksanakan oleh menteri dan / atau menteri teknis terkait, sedangkan pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dilakukan terhadap barang dan / atau jasa yang beredar di pasar.

Apabila hasil pengawasan oleh masyarakat dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) tersebut ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, maka menteri dan / atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Menurut hemat penulis : Ketentuan tersebut di atas, khususnya menyangkut pengawasan dan pengambilan tindakan terhadap pelanggaran yang dilakukan, yang dilakukan oleh Menteri, adalah tidak sepenuhnya tepat. Ketentuan ini masih sangat “*menteri oriented*” tidak “*judicative oriented*”. Penilaian atas pelanggaran bukan dilakukan oleh Badan Judikatif, tetapi oleh Menteri. Dalam konsep negara demokrasi yang menganut *checks and balance* tentu hal tersebut bukan hal yang ideal.

Selanjutnya ditentukan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada menteri dan menteri teknis. Diatur pula di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud di atas ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah. Pertanyaannya kemudian adalah apakah Peraturan Pemerintah tentang pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen tersebut sudah diterbitkan ?

Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di ibukota negara Republik Indonesia dan bertanggungjawab kepada Presiden. Diatur di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 33 bahwa Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam pasal 33 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas untuk

memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen. Badan Perlindungan Konsumen Nasional juga mempunyai tugas melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen. Badan Perlindungan Konsumen Nasional juga bertugas melakukan penelitian terhadap barang dan / atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional selanjutnya juga memiliki tugas untuk mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, kemudian Badan Perlindungan Konsumen Nasional bertugas pula untuk menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperilaku kepada konsumen.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha, dan terakhir, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas untuk melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen. Dalam melaksanakan tugasnya, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerjasama dengan organisasi konsumen internasional.

Susunan Organisasi dan Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap

anggota, serta sekurang-kurangnya limabelas orang anggota dan sebanyak-banyaknya duapuluhlima orang anggota yang mewakili semua unsur. Anggota Badan perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah tiga tahun dan dapat diangkat kembali untuk satu kali masa jabatan berikutnya. Ketua dan Wakil Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

Dari unsur pembentuknya, anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur-unsur : pemerintah, pelaku usaha, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, akademisi, dan tenaga ahli. Adapun persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah : Warganegara Republik Indonesia, berbadan sehat, berkelakuan baik, tidak pernah dihukum karena kejahatan, memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen, dan berusia sekurang-kurangnya tigapuluh tahun. Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena : meninggal dunia, mengundurkan diri atas permintaan sendiri, bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia, sakit secara terus menerus, berakhir masa jabatan sebagai anggota, atau diberhentikan.

Komentar penulis : Apakah Badan Perlindungan Konsumen Nasional sudah ada ? Kemudian juga mengenai kata terakhir dalam

ketentuan tersebut di atas bahwa “keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena : ... diberhentikan”, pertanyaannya adalah siapakah yang berwenang memberhentikan ? Hal tersebut tidak diatur dalam Undang-Undang.

Lebih lanjut diatur bahwa, untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat, yang dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Adapun mengenai fungsi, tugas, tata kerja sekretariat tersebut diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Apabila diperlukan, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan di ibukota daerah tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya. Pembentukan perwakilan sebagaimana dimaksud tersebut ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Pelaksanaan tugas dan pekerjaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional didasarkan pada tata kerja yang diatur dengan keputusan ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Menurut hemat penulis, pengaturan tata kerja pelaksanaan tugas dan pekerjaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang diatur dengan Keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah kurang tepat. Mengapa ? Mestinya yang mengatur Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah sebuah lembaga eksternal yang dalam konstruksi ketatanegaraan memang memiliki kewenangan untuk mengatur Badan Perlindungan Konsumen

Nasional yaitu Parlemen sebagai wakil rakyat. Lalu apa produk wakil rakyat? Ya undang-undang.

Dengan demikian mestinya tata kerja Badan Perlindungan Konsumen Nasional tersebut diatur secara lebih lengkap dalam undang-undang perlindungan konsumen itu sendiri. Kalaupun ingin badan tersebut untuk mengatur dirinya sendiri, maka kata "ketua" dalam "keputusan ketua" tidak perlu dicantumkan. Jadi, diatur dalam keputusan Badan Perlindungan Konsumen Nasional, yang logikanya diambil melalui rapat pleno Badan Perlindungan Konsumen Nasional, dan barulah secara formal dituangkan dalam Keputusan Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang ditandatangani ketua sebagai wakil institusi, bukan sebagai pengambil keputusan sendiri.

Lebih lanjut diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwa 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. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Tugas lembaga perlindungan konsumen

swadaya masyarakat meliputi kegiatan : menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan / atau jasa, memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya, bekerjasama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen, dan melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap perlindungan konsumen. Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Penyelesaian Sengketa

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. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidaklah menghilangkan tanggung jawab pidana. 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.

Gugatan atas suatu pelanggaran yang telah dilakukan pelaku usaha dapat dilakukan oleh : Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan, sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat yang 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, atau, 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

Penulis menilai bahwa ketentuan tersebut, yaitu mengenai gugatan atas pelanggaran yang dapat dilakukan oleh 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, penulis melihat ada potensi ketidakpastian tentang kriteria “mengakibatkan kerugian materi yang besar dan / atau korban yang tidak sedikit”. Jika melihat pada penjelasan pasal per pasal di bagian penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ternyata kriteria itu diatur oleh Peraturan Pemerintah (PP), pertanyaannya apakah sudah ada PP-nya ? Tampaknya belum.

Penyelesaian Sengketa Di Luar pengadilan

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya

gantirugi dan / atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak an terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Sementara itu, penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Pemerintah membentuk Badan penyelesaian Sengketa Konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Ditetapkan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen bahwa untuk dapat diangkat menjadi anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut : Warganegara Republik Indonesia, berbadan sehat, berkelakuan baik, tidak pernah dihukum karena kejahatan, memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen, dan berusia sekurang-kurangnya tiga puluh tahun.

Anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha. Anggota setiap unsur tersebut berjumlah sedikit-dikitnya tiga orang dan sebanyak-banyaknya lima orang. Pengangkatan dan pemberhentian anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ditetapkan oleh Menteri. Sebagaimana telah disampaikan di depan, yakni pada bagian pembahasan mengenai ketentuan umum Undang-undang Perlindungan Konsumen, bahwa yang dimaksud dengan Menteri dalam UU Perlindungan Konsumen adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagaimana dimaksud di atas terdiri atas : Ketua merangkap anggota, wakil ketua merangkap anggota, anggota. Dalam menjalankan tugas Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen tersebut dibantu oleh sebuah sekretariat, sekretariat mana terdiri atas Kepala sekretariat dan anggota sekretariat. Mengenai penetapan dan pemberhentian Kepala sekretariat dan anggota sekretariat ditetapkan oleh Menteri.

Komentar penulis : Belum jelas yang dimaksud dalam ketentuan ini, apakah Menteri menunjuk secara langsung ataukah Menteri akan mengeluarkan aturan tentang pengangkatan dan pemberhentian tersebut. Implikasi hukum dari kedua opsi tersebut tentu berbeda, apabila ditunjuk langsung oleh Menteri, menurut hemat penulis tidak tepat karena yang paling mengetahui kapasitas apakah seseorang pantas menjadi kepala dan anggota sekretariat adalah orang di daerah, bukan orang-orang pusat harus ditempatkan di semua pelosok daerah, apalagi ini daerah kabupaten / kota di seluruh Indonesia. Sedangkan jika opsinya adalah bahwa pengangkatan kepala dan anggota sekretariat diatur dalam peraturan menteri, maka dapat ditetapkan bahwa kepala sekretariat ditetapkan oleh sekretariat daerah yang bersangkutan dengan honor dari APBD.

Diatur lebih lanjut dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (sebagaimana diatur dalam Pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen), meliputi :

a) melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;

- b) memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c) melakukan pengawasan terhadap pencantuman kalusula 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 bukyti lain guna penyelidikan dan atau pemeriksaan;
- k) memutuskan dan menetapkan ada tidaknya kerugian di pihak konsumen;
- l) memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m) menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang yang melanggar ketentuan Undang-Undang.

Berkenaan dengan pengaturan tersebut, penulis melihat suatu hal yang menarik untuk mencermati mengapakah basis kedudukan dan kewenangan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ini oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen ditetapkan pada Daerah Tingkat II, menurut hemat penulis tampaknya berkaitan dengan dengan tahun lahirnya Undang-Undang ini, tahun 1999, yang bersamaan dengan derasnya semangat otonomi daerah berbasis Daerah Tingkat II atau (saat ini disebut Kabupaten / Kota) pada masa-masa itu, sehingga menjadi tidak mengherankan bahwa hal tersebut kemudian diterapkan pula dalam pengaturan ini, antara lain berupa pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berbasis Daerah Tingkat II (kabupaten / kota)

Ditentukan lebih lanjut dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam Surat Keputusan Menteri. Mengenai prosedur penyelesaian sengketa antara lain ditetapkan dalam Pasal 54 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen membentuk majelis. Jumlah anggota majelis yang dibentuk oleh Badan tersebut untuk menangani dan menyelesaikan sengketa tersebut harus berjumlah ganjil dan sedikit-dikitnya berjumlah tiga orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud Pasal 49 (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (yaitu unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha) serta dibantu oleh seorang

panitera. Putusan majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah bersifat final dan mengikat.

Lebih lanjut terdapat ketentuan dalam ayat di bawahnya bahwa ketentuan teknis lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri. Itu justru menunjukkan kurang pemahannya para pembentuk Undang-Undang bahwa hal tersebut mestinya diatur dalam atau oleh sebuah Undang-Undang dan bukan begitu saja diserahkan kepada sebuah Keputusan Menteri. Hal tersebut sesungguhnya menunjukkan atau setidaknya dapat dimaknai sebagai bukti “kemalasan” atau kurang-pahaman para anggota parlemen tersebut mengenai hal mana yang harus diatur oleh atau dengan undang-undang dan mana yang dapat diatur lebih lanjut dengan instrumen hukum di bawah undang-undang.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu dua puluh satu hari kerja setelah gugatan diterima. Menurut hemat penulis, ada kebelum-jelasan menyangkut aturan di atas. Meskipun perbedaan interpretasi tersebut hanya berimplikasi selisih waktu satu atau dua hari saja, namun tetap harus diperjelas. Yakni mengenai kata sejak atau setelah. Ini harus diperhatikan secara seksama karena dapat menyebabkan sebuah putusan menjadi tidak sah atau tidak berkekuatan hukum.

Diatur lebih lanjut bahwa dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari sejak menerima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut. Selanjutnya diatur pula dalam Undang-Undang bahwa para pihak

dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut. Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari dianggap menerima putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Dalam hal pihak yang harus mematuhi putusan ternyata tidak mematuhi isi putusan tersebut sampai dengan lewatnya jangka waktu yang ditentukan maka Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen sebagaimana dimaksud Pasal 54 (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu putusan yang sampai dengan 14 (empat belas) hari setelah diterimanya putusan tersebut oleh pihak yang bersangkutan tidak diajukan keberatan oleh pihak yang bersangkutan kepada Pengadilan Negeri, maka putusan tersebut merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan. Sedangkan mengenai pelaksanaan atau eksekusi putusan majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, ditentukan oleh Undang-Undang bahwa Putusan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yang bersifat final dan mengikat tersebut, dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

Menurut hemat penulis, sebagaimana telah sempat disinggung pula di depan, hal ini menarik. Ketentuan bahwa Putusan Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yang

bersifat final dan mengikat tersebut, dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan, adalah pengesampingan atau “penyimpangan” atas hukum acara perdata umum Indonesia, dan hal itu justru pantas diapresiasi karena wujud nyata pemihakan kepada kepentingan konsumen.

Kembali mengenai adanya keberatan sebagaimana dimaksud Pasal 56 (2), maka ditentukan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa pihak Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan termaksud dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan yang diajukan oleh salah satu pihak mengenai putusan majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen tersebut. Selanjutnya, terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud di atas, maka para pihak, dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung. Mahkamah Agung wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

Menurut hemat penulis, prosedur upaya hukum yang langsung pada tingkat kasasi merupakan implementasi konsep peradilan yang cepat dan sederhana, dan hal tersebut sebuah pengaturan yang positif.

Bagian Keempat Penegakan Hukum

Penyidikan

Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggungjawabnya di bidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud Hukum Acara Pidana. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil (PPNS) berwenang : melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen; melakukan pemeriksaan terhadap orang atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen; meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.

Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil (PPNS) selanjutnya berwenang melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen; melakukan pemeriksaan di tempat 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; meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.

Penyidik Pejabat Pegawai negeri Sipil (PPNS) memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada

Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia. Penyidik PPNS tersebut menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

Sanksi Administratif dan Sanksi Pidana

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administrasi terhadap pelaku usaha yang melanggar pasal-pasal tertentu (Pasal 19 (2) dan (3)), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26. Adapun sanksi administratif tersebut adalah berupa penetapan gantirugi paling banyak Rp. 200.000.000. (dua ratus juta rupiah). Tatacara penetapan sanksi administrasi sebagaimana dimaksud di atas diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Penuntutan dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan atau pengurusnya. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 (2), Pasal 15, Pasal 17 (1) (huruf a, b, c, e,) dan ayat (2), serta pasal 18 dipidana penjara paling lama 5 (lima) atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000. (dua miliar rupiah). Pelaku saha yang melanggar ketentuan Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 (1), Pasal 14, Pasal 16, Pasal 17 (1) huruf d dan f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah). Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap, atau kematian maka diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan berupa : perampasan barang

tertentu, pengumuman keputusan hakim; pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen; kewajiban penarikan barang dari peredaran, atau pencabutan ijin usaha.

Ketentuan Peralihan dan Ketentuan Penutup

Dalam bagian menjelang akhir Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat ketentuan peralihan yang menyatakan bahwa segala ketentuan peraturan perundangan 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.

Dalam ketentuan penutup dinyatakan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut mulai berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan undang-undang ini dengan enempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia. Di bawah tertera tandatangan pengesahan oleh Presiden BJ Habibie dan pengundangan oleh Menteri Negara Sekretaris Negara Akbar Tandjung, bertanggal 20 April 1999.

Bagian Kelima Penutup dan Studi Kasus

Berdasarkan pembahasan yang telah disampaikan pada bagian-bagian sebelumnya, pertama-tama dapat dikatakan sebagai kesimpulan buku ini bahwa pemberlakuan hukum perlindungan konsumen merupakan suatu keniscayaan bagi sebuah masyarakat dan bangsa atau negara yang modern. Modern sebagaimana dimaksud tersebut adalah dalam pengertian bahwa masyarakat bersangkutan memiliki visi dan langkah yang tepat untuk melindungi dan mengantisipasi berbagai kepentingan konsumen, dalam konteks mana konsumen sering diasumsikan sebagai pihak yang berposisi relatif lebih lemah daripada pelaku usaha dan karenanya berpotensi mengalami kerugian dan / atau menerima perlakuan tidak adil, melalui serangkaian pengaturan hukum yang bertujuan untuk melindungi konsumen.

Sebagai suatu instrumen regulasi hukum, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki kebaikan maupun kekurangan dalam dirinya, namun terlepas dari beberapa kelemahan yang sampai batas tertentu wajar terdapat pada sebuah karya manusia, namun maksud dan tujuan yang melatarbelakangi penyusunan dan pemberlakuan Undang-Undang ini, bagaimanapun juga pantas memperoleh penghargaan, utamanya berhubungan dengan gagasan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur, mendukung pertumbuhan dunia usaha yang lebih produktif (dalam menghasilkan barang dan jasa), peningkatan jaminan kualitas dan keamanan barang dan / atau jasa di pasar, serta peningkatan harkat

martabat konsumen melalui peningkatan kesadaran, pengetahuan, kemampuan konsumen melindungi dirinya, dan pengembangan sikap bertanggungjawab para pelaku usaha.

Meski Undang Undang Perlindungan Konsumen, sebagaimana namanya, tampaknya cenderung lebih bertitik berat pada perlindungan kepentingan konsumen (daripada pelaku usaha) namun apabila dibaca ketentuan pasal per pasal dalam undang-undang tersebut, maka akan tampak dan terasa adanya upaya penyusun Undang-Undang untuk menyeimbangkan posisi antara konsumen dengan pelaku usaha. Hal tersebut juga dapat dilihat dari pola penyusunan sistematika pasal-pasal dalam undang-undang termaksud yang kelihatannya berupaya menyandingkan antara hak-hak, di satu sisi, dengan kewajiban di sisi lainnya, baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha. Pembebanan kewajiban dan tanggungjawab bagi pelaku usaha memang tetap lebih banyak daripada terhadap konsumen, namun terdapat pula ketentuan yang terasa membuat pola relasi lebih seimbang, misalnya terkait dengan ketentuan tentang pembebasan tanggungjawab pelaku usaha apabila cacat barang disebabkan oleh kelalaian konsumen itu sendiri.

Beberapa kelemahan yang segera tampak dalam pengaturan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Indonesia terutama jika dibandingkan misalnya dengan ketentuan hukum perlindungan konsumen di Amerika Serikat, antara lain bahwa di Amerika Serikat pengaturannya sudah lebih terinci, misalnya sudah ada ketentuan tentang persyaratan penjualan door to door yang mewajibkan pemberian waktu yang cukup kepada konsumen untuk berpikir apakah akan membeli atau tidak membeli barang

dan / atau jasa yang ditawarkan tersebut. Penambahan atau penyempurnaan aturan-aturan pada hukum perlindungan konsumen di Indonesia tentu dapat dilakukan melalui perubahan undang-undang baik melalui legislative review maupun melalui judicial review. Namun untuk pengaturan substansi baru maka akan lebih efektif jika melalui legislative review.

Penyempurnaan peraturan perundang-undangan juga dapat dilakukan melalui pembentukan peraturan di bawah undang-undang seperti berupa Peraturan Pemerintah (PP), namun itu dengan syarat bahwa di dalam Undang-Undang sendiri sudah terdapat dasar yang memadai yang dapat dijabarkan lebih lanjut ke dalam PP tersebut. Apabila tanpa ada suatu dasar yang mencukupi di dalam Undang-Undang kemudian tiba-tiba muncul dalam suatu peraturan pemerintah, maka hal tersebut merupakan proses pembentukan instrumen hukum tanpa dasar hukum yang cukup, dan sesuai ketentuan yang ada di Indonesia, peraturan yang seperti itu yang tarafnya berada di bawah undang-undang, dapat dibatalkan oleh Mahkamah Agung Republik Indonesia.

Akhirnya kita semua tentu berharap bahwa arah perkembangan perlindungan konsumen di Indonesia akan semakin baik dan efektif. Demikian pula struktur kelembagaan yang telah dibentuk berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen akan dapat menjalankan fungsinya secara optimal, misalnya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang harus jujur dikatakan belum begitu terasa peran dan manfaatnya bagi sebagian besar masyarakat Indonesia selama ini. Memang hal tersebut bukan berarti bahwa BPSK tidak menjalankan tugas dan fungsinya sebagaimana mestinya, namun belum tampaknya

peran BPSK secara optimal itu juga dapat disebabkan kurangnya publikasi mengenai hal tersebut di media massa.

Bagaimanapun juga, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) telah diberikan kewenangan cukup besar oleh Undang-Undang untuk menyelesaikan sengketa, dan diakui pula secara tegas bahwa putusan Badan ini adalah bersifat final dan mengikat, yang berarti secara perspektif hukum merupakan suatu putusan hukum yang dapat disetarakan dengan putusan pengadilan. Dengan perannya yang demikian penting, maka BPSK pun sesungguhnya dapat berperan lebih signifikan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen di Indonesia, termasuk mengarahkan hukum perlindungan konsumen Indonesia menjadi semakin berkeadilan dan berkemanfaatan melalui putusan-putusan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang dihasilkannya.

Beberapa Kasus Mengenai Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia

Dalam memahami dan mempelajari Hukum Perlindungan Konsumen maka akan lebih sempurna apabila disertai juga dengan mempelajari kasus-kasus yang pernah terjadi di seputar persoalan hukum perlindungan konsumen. Dari mempelajari kasus-kasus yang pernah terjadi tersebut maka akan dapat diketahui misalnya tentang : hal-hal apa saja yang berpotensi menjadi masalah dalam bidang perlindungan konsumen, kemudian diharapkan pula, akan dapat diketahui tentang bagaimana penanganan masalah atau prosedur yang perlu dijalankan dalam upaya penyelesaian masalah tersebut. Hal lainnya yang juga dapat dipahami dari

mempelajari kasus-kasus antara lain meliputi : bagaimanakah solusi atau putusan-putusan dari otoritas-otoritas yang berwenang untuk menyelesaikan kasus-kasus perlindungan konsumen terhadap kasus tersebut, dan upaya apa yang semestinya ditempuh sekiranya putusan tersebut dirasa tidak adil atau merugikan konsumen.

Berikut ini diulas beberapa kasus terpilih dalam bidang perlindungan konsumen untuk menjadi kajian dalam buku ini. Yang pertama adalah kasus atau persoalan yang berkaitan dengan gugatan dari seorang konsumen kepada perusahaan otomotif tertentu dengan alasan bahwa konsumen merasa dirugikan dan merasa dibohongi oleh iklan mobil merk tertentu tersebut yang dalam iklannya melalui media massa antara lain menyatakan mobil merk itu sangat hemat bahan bakar, melalui pernyataan bahwa konsumsi BBM mobil merk itu adalah satu liter BBM bisa menempuh sekian kilometer yang kemudian membuat si konsumen tertarik dan membeli sebuah mobil merk tersebut. Konsumen kemudian merasa kecewa dan merasa dibohongi setelah beberapa waktu menggunakan mobil tersebut. Konsumen tersebut, sebut saja bernama Mila, bahkan beberapa kali melakukan pengukuran dengan menghitung pembelian BBM dan mengukur jarak yang ditempuh, yang membuatnya sampai pada kesimpulan bahwa klaim kehematan BBM yang diklaim iklan mobil tersebut adalah tidak benar.

Dalam situs hukum *online* yakni www.hukumonline.com (yang penulis akses pada tanggal 2 januari 2016) antara lain dikatakan bahwa ada sebuah kasus yakni konsumen merasa dikelabui oleh iklan mobil merk tertentu. Seorang bernama Milla (lengkapnya Ludmilla A.) membeli sebuah mobil merk tertentu di sebuah showroom di kawasan Warung Buncit, Jakarta Selatan.

Pengaduan diajukan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Jakarta. Setelah bersidang dan sebagainya, pada tanggal 16 Februari 2012, BPSK Jakarta mengeluarkan Putusan yang pada prinsipnya memenangkan gugatan Milla. Dalam Putusan BPSK Jakarta tersebut pihak perusahaan mobil pemegang merk tertentu yang berpusat di Jakarta dinyatakan telah melanggar Pasal 9 (1) huruf k dan Pasal 10 (huruf c) dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Perusahaan tersebut diminta untuk membatalkan transaksi dan mengembalikan uang pembelian mobil sebesar Rp. 150.000.000 (seratus limapuluh juta rupiah) kepada Saudari Milla.

Atas Putusan BPSK Jakarta tersebut, perusahaan otomotif tersebut kemudian mengajukan keberatan, yang diajukan kepada Pengadilan Negeri (PN) Jakarta Selatan. Dalam keberatan yang diajukan oleh perusahaan otomotif tersebut dimohon agar Majelis Hakim PN Jakarta Selatan membatalkan Putusan BPSK Jakarta tersebut di atas. Dalam berita di situs hukum online ini, selanjutnya diberitakan bahwa kuasa hukum dari pihak Milla mengharapkan agar majelis Hakim akan menolak keberatan yang diajukan oleh perusahaan otomotif tersebut, dan kuasa hukum perusahaan otomotif tersebut juga menyatakan bahwa pihaknya menolak tuduhan dari pihak Milla bahwa ada manipulasi / pembohongan dalam iklan merk mobil tersebut. Bagaimanakah akhir dari kasus ini?

Dalam www.liputan6.com (yang penulis akses pada tanggal 2 Januari 2016) dinyatakan bahwa Pengadilan Negeri Jakarta Selatan ternyata menolak keberatan dari Perusahaan Otomotif tersebut. Perusahaan otomotif tersebut kemudian kembali mengajukan upaya hukum lebih lanjut yaitu dengan mengajukan upaya hukum kasasi ke Mahkamah Agung (MA). Sebagaimana diketahui, Mahkamah Agung adalah lembaga

peradilan yang tingkatnya tertinggi dalam sistem peradilan di Indonesia. Tiap warganegara dapat mengajukan banding dan/atau kasasi atas tiap Putusan Pengadilan Negeri / Pengadilan Tinggi yang dirasa tidak adil.

Bagaimanakah Putusan Mahkamah Agung atas perkara ini ? Mahkamah Agung dalam utusannya yang dibacakan pada tanggal 26 Maret 2013 menyatakan bahwa permohonan kasasi yang diajukan perusahaan otomotif tersebut ditolak. Dengan demikian upaya perusahaan otomotif tersebut kembali kandas. Kasus ini merupakan tonggak cukup penting dalam sejarah penegakan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Citra yang selama ini berkembang dalam masyarakat kita adalah antara lain bahwa rakyat kecil tidak akan berdaya menghadapi perusahaan-perusahaan besar menjadi mulai dapat berubah. Konsumen dapat memperoleh keadilan berdasarkan hak-haknya yang dilindungi sesuai peraturan perundang-undangan.

Kasus kedua yang akan dibahas dalam kesempatan ini adalah kasus Fidusia (radidatia.blogspot.co.id). Secara ringkas kasus ini adalah sebagai berikut : Pengaduan tentang masalah pembayaran angsuran cicilan pembelian sepeda motor dengan mempergunakan jaminan fidusia ternyata merupakan jenis kasus yang cukup banyak dipersoalkan atau diadukan oleh konsumen hingga saat ini, yang menunjukkan bahwa persoalan yang menyangkut persoalan jaminan fidusia ini banyak terjadi. Pola umum dari permasalahan fidusia ini biasanya adalah mulai muncul ketika pihak pembeli atau konsumen tidak lancar dalam melakukan pembayaran cicilan atau kredit pembelian sepeda motor.

Mengapa demikian ? Karena yang lazimnya terjadi adalah ketika konsumen mulai tidak mampu membayar kewajiban kredit pembelian sepeda motornya sebagaimana mestinya, maka kerap

terjadi kemudian bahwa pihak perusahaan penjual sepeda motor lalu berniat atau berusaha untuk mencabut hak penguasaan konsumen atas sepeda motor tersebut. Di sini lah persoalan mulai muncul. Di satu sisi, konsumen merasa bahwa keterlambatan pembayaran sekali atau dua kali bukanlah alasan yang kuat bagi perusahaan untuk begitu saja mencabut hak penguasaan atas sepeda motor itu karena konsumen pun merasa bahwa dirinya sudah beberapa kali melaksanakan pembayaran dan karenanya meski belum lunas namun merasa sudah memiliki minimal sebagian dari sepeda motor tersebut.

Sebagaimana kita maklumi, penjualan sepeda motor ataupun mobil pada masa-masa sekarang ini biasanya dilengkapi pula dengan informasi mengenai kemudahan-kemudahan pembiayaan atau kredit yang disediakan oleh pihak perusahaan / penjual atau mitra dari penjual, dan juga dengan informasi kemudahan dalam proses yang mudah dan cepat. Salah satu skema yang lazim diterapkan dalam kerjasama pembiayaan tersebut adalah dengan jaminan fidusia. Fidusia sendiri sebagai sebuah konsep atau skema kerjasama sesungguhnya sah dan legal. Persoalannya bukan pada fidusia-nya tetapi antara lain pada adanya upaya perusahaan / penjual untuk mencabut penguasaan kendaraan begitu konsumen tidak membayar cicilannya.

Promosi yang menarik seperti itu seringkali membuat para calon pembeli tertarik dan memutuskan untuk membeli dengan cara cicilan atau lazim juga disebut dengan cara kredit tersebut dengan skema pembiayaan yang disebut dengan jaminan fidusia tersebut. Konsumen terkadang belum terlalu memahami konsekuensi-konsekuensi hukum dari sistem yang disepakati dan ditandatangani. Berikut ini adalah salah satu contoh kasus. Si A membeli sepeda motor, si B meminjamkan identitasnya untuk membantu A dalam mengajukan kredit sepeda motor dengan

jaminan fidusia kepada PT. X. Enam bulan pertama pembayaran angsuran berjalan lancar namun mulai memasuki bulan ketujuh si A terlambat melakukan pembayaran hingga lewat waktunya. PT. X kemudian berusaha menarik sepeda motor tersebut dari tangan A.

Si A mengadu ke Lembaga Perlindungan Konsumen dan menitipkan sepeda motor tersebut pada LPK. Apa yang terjadi kemudian? PT X justru melaporkan si A dan si B telah melakukan penggelapan atas sepeda motor tersebut. Menyikapi kasus fidusia tersebut diadakan pengkajian oleh Direktorat Perlindungan Konsumen Kementerian Perdagangan, dengan beberapa hasil sebagai berikut : Ketentuan dalam perjanjian baku / klausul baku jual beli sepeda motor pada umumnya diikuti perjanjian pokok yang terkadang tidak memenuhi ketentuan Pasal 18 UU Perlindungan Konsumen yaitu menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik langsung / tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak berkaitan kendaraan bermotor yang dibeli konsumen; menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan fidusia terhadap barang yang dibeli konsumen secara angsuran ; mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti. Klausulan baku seperti itu adalah batal demi hukum.

Hasil kajian lainnya adalah mengenai kewajiban pendaftaran jaminan fidusia sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 42 tahun 1999. Ternyata perusahaan tidak mendaftarkan jaminan fidusia kepada Kantor Pendaftaran Fidusia, yang berakibat hukum, perjanjian jaminan fidusia tersebut menjadi gugur dan kembali ke perjanjian pokok yaitu perjanjian utang piutang biasa (akta di bawah tangan). Jika saja perusahaan sudah

mendaftarkan perjanjian jaminan fidusia tersebut, maka perusahaan akan memiliki hak eksekusi langsung (parate eksekusi) untuk menarik kembali kendaraan yang berada dalam penguasaan konsumen, namun jika tidak terdaftar maka perusahaan tidak memiliki hak eksekusi langsung terhadap objek sengketa karena kedudukannya hanya sebagai kreditur konkuren, yang berarti harus menunggu penyelesaian utang bersama kreditor yang lain.

Persoalan yang juga menarik adalah persoalan apakah sudah ada atau tidaknya hak konsumen atas objek sengketa, mengingat fakta bahwa konsumen telah enam kali membayar angsuran namun macet pada saat angsuran ketujuh, yang berarti konsumen sesungguhnya sudah melaksanakan sebagian kewajibannya, dan karenanya wajar jika ada pandangan bahwa konsumen pun sesungguhnya telah berhak atas sebagian dari kendaraan / objek sengketa tersebut. Meski demikian, ada kecenderungan bahwa konsumen biasanya berada pada posisi yang relatif lebih lemah daripada pelaku usaha, atau setidaknya, konsumen biasanya tidak lebih siap daripada pelaku usaha dalam suatu hubungan hukum perjanjian. Oleh karena itu peningkatan kehati-hatian dan kecermatan konsumen menjadi hal yang penting dalam konteks ini. Konsumen yang beritikad baik harus memperoleh perlindungan memadai secara hukum maupun secara sosial.

Perjanjian fidusia yang disodorkan oleh pelaku usaha kepada konsumen harus dicermati benar oleh Konsumen. Klausul-klausul perjanjian di dalamnya perlu dipikirkan terlebih dahulu maksud dan konsekuensi hukumnya sebelum mengambil sikap menyetujui atau menawar beberapa ketentuan yang terasa tidak begitu aman bagi kita sebagai konsumen. Beberapa hal yang perlu mendapat perhatian, antara lain : ketentuan-ketentuan yang merupakan klausula baku, kemudian ketentuan mengenai hak dan kewajiban para pihak (konsumen dan pelaku usaha), ketentuan

jangka waktu atau ketentuan mengenai jatuh tempo, ketentuan mengenai akibat hukum dari tidak dipenuhinya kewajiban (wanprestasi), dan sebagainya. Konsumen juga perlu membaca dan memahami ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No 8 / 1999) dan Undang-Undang tentang Fidusia (UU No 42 / 1999).

Apabila ketentuan-ketentuan yang disodorkan kepada konsumen tersebut ternyata tidak sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan/atau Undang-Undang Fidusia, maka konsumen mestinya menyampaikan kepada pelaku usaha agar ketentuan-ketentuan tersebut dapat disesuaikan terlebih dahulu dengan ketentuan peraturan-perundangan. Sedemikian sehingga pada saat perjanjian tersebut nantinya ditandatangani oleh para pihak, maka potensi atau kemungkinan terjadinya sengketa di kemudian hari dapat dicegah atau setidaknya dapat diminimalkan kemungkinan terjadinya.

Konsumen juga perlu mengetahui dan mempelajari walau sedikit, mengenai keberadaan suatu lembaga yang bernama Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). BPSK adalah sebuah badan yang diatur oleh dan dibentuk berdasarkan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dengan tugas dan fungsi utama menyelesaikan persengketaan yang timbul terkait dengan interpretasi dan implementasi ketentuan-ketentuan perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang serta peraturan lain di bawah Undang-Undang yang terkait dengan Perlindungan Konsumen. BPSK yang berdasarkan ketentuan peraturan-perundangan mestinya didirikan di setiap kabupaten / kota di Indonesia, tampaknya juga belum diterapkan dengan semestinya. Jikapun ada BPSK di daerah tersebut, tampaknya fungsinya juga belum berjalan sesuai dengan harapan atau sebagaimana amanat dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Optimalisasi peran BPSK sepertinya merupakan pekerjaan yang harus ditingkatkan intensitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

Radendra, IB. . 2005. *Ekonomi dan Politik dalam Arthasastra*.
Denpasar : Penerbit Widya Dharma
bekerjasama dengan Program Magister Agama
dan Kebudayaan Universitas Hindu Indonesia
Denpasar.

Radendra Suastama, Ida Bagus. 2008. "Manusia Indonesia
Kontemporer", dalam Buku *Isu-Isu
Kontemporer Cultural Studies*. Bandung :
Bintang Warli Artika.

Undang – Undang Negara Republik Indonesia Nomor 8 Tahun
1999 tentang Perlindungan Konsumen

<http://abdoez.multiply.com> diakses tanggal 27 Mei 2011.

<http://gemaisgery.blogspot.com> diakses tanggal 11 Mei 2011.

[http://hukum.kompasiana.com/2010/07/11/menyoal-
perlindungan-konsumen](http://hukum.kompasiana.com/2010/07/11/menyoal-perlindungan-konsumen) diakses tanggal 31
Mei 2011.

<http://lintangasmara.wordpress.com> diakses tanggal 27
Mei 2011.

<http://www.freetechebooks.com> diakses tanggal 31 Mei
2011.

<http://www.scribd.com> diakses tanggal 31 April 2011.

LAMPIRAN :
UNDANG-UNDANG 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 material dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung, tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan / atau jasa 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;
- c. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian 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 pelaku usaha yang bertanggungjawab;
- e. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
- 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.
4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak 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

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;
- 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;
- 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

PERDUATAN YANG DILARANG

BAGI PELAKU USAHA

Pasal 8

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan 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 tersebut;
 - 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 di pasang/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.

Pasal 9

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 aksesoris 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.
2. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilarang untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat 1 dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

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

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

- e. bahwa penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11

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

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

Pasal 12

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

waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau 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 masa;
- 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 dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

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

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang 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 tanggungjawab 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;
 - 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.

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 ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan 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

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 dari tanggung jawab 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.
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;
- 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 tanggung jawab pelaku usaha.

BAB VII

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Bagian Pertama

Pembinaan

Pasal 29

1. Pemerintah bertanggung jawab 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 timbulnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. meningkatnya kualitas sumber daya 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

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
2. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
4. 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.
5. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat

disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

6. 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

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. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada 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 bekerja sama 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 (dua puluh 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;
- b. pelaku usaha;
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;

- d. akademisi; 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. meninggal dunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. bertempat tinggal di luar wilayah negara 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.

Pasal 40

1. Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan 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 berkerja 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.
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

MENYELESAIAN SENGKETA

Bagian Pertama

Umum

Pasal 4

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.

Pasal 46

1. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
 - b. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
 - c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
 - d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan

mengakibatkan 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

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.
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;
- 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 penyelidikan dan / atau pemeriksaan;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang 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.
2. Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat 1 harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat 3, serta dibantu oleh seorang panitera.
3. Putusan majelis bersifat final dan mengikat.
4. Ketentuan teknis lebih lanjut 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 (empat belas) 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

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 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.
2. Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat 1, para pihak dalam waktu paling lambat 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 di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang 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, atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - d. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - e. melakukan pemeriksaan di tempat 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 (dua ratus juta rupiah).

3. Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua

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 1 ayat 1 huruf a, huruf b, huruf c, huruf c, 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 miliar 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 dengan pidana 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.

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 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

ttd.

AKBAR TANDJUNG

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999
NOMOR 42

