

BAB II

KONSEP PERLINDUNGAN KONSUMEN

MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999

Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna menyejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain dengan demikian tujuan menyejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.⁶

Kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu.

Kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha menjadi tidak seimbang. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya. Tidak jarang pelaku usaha melakukan promosi, penjualan, atau penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.⁷

⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 1.

⁷ Abdul Rasyid Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan, Teori dan contoh kasus* (Jakarta : Kencana, 2007), 219

Rendahnya tingkat kesadaran dan pendidikan hukum menambah lemahnya posisi konsumen. Untuk itu, pemerintah mengesahkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pemberlakuan undang-undang ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi konsumen dan lembaga perlindungan konsumen untuk memberdayakan dan melindungi kepentingan konsumen, serta membuat pelaku usaha lebih bertanggung jawab.⁸

A. Gambaran Umum Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999

Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 terdiri dari 15 Bab dan 65 pasal, secara garis besarnya adalah sebagai berikut:

Bab I berisi ketentuan umum, diantaranya berisi tentang perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. 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.

Bab II berisi asas dan tujuan diantaranya berisi tentang: Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Bab III berisi hak dan kewajiban diantaranya Hak konsumen adalah Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam

⁸ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 (Jakarta: Sinar Grafika, 2006), 2.

mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Kewajiban konsumen adalah membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

Bab IV berisi perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/ atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan, tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.

Bab V berisi ketentuan pencantuman Klausula baku, yang menyebutkan 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 tanggungjawab pelaku usaha, menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen.

Bab VI berisi tanggung jawab pelaku usaha. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Bab VII berisi pembinaan dan pengawasan. Pemerintah bertanggung jawab 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 pada ayat 1 dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

Bab VIII berisi badan perlindungan konsumen nasional. Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Bab IX berisi badan 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.

Bab X berisi penyelesaian sengketa. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui pengadilan yang berada di lingkungan pengadilan umum. Penyelesaian sengketa konsumen

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

Bab XI berisi badan penyelesaian sengketa konsumen. Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.

Bab XII berisi penyidikan diantaranya berisi tentang 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.

Bab XIII berisi sanksi 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

Bab XIV berisi ketentuan peralihan 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 berisi ketentuan penutup 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

B. Pengertian Konsumen dan Perlindungan Konsumen menurut UU No. 8 Tahun 1999

Pengertian konsumen menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) yakni : Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁹

Unsur-unsur definisi konsumen:

a) Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. istilah orang sebetulnya menimbulkan keraguan, apa hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum.¹⁰ Hal ini berbeda dengan pengertian yang diberikan untuk pelaku usaha dalam pasal 1 angka (3), yang secara eksplisit membedakan kedua pengertian orang di atas, dengan menyebutkan kata-kata: "orang perseorangan atau badan usaha".¹¹ Tertentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang perseorangan. Namun, konsumen harus juga mencakup badan usaha dengan makna lebih luas dari pada badan hukum.

⁹ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 (Jakarta: Sinar Grafika, 2006), 2.

¹⁰ Bagir Manan. "Perspektif Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia". Makalah Seminar Nasional PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM ERA PASAR BEBAS. (Surakarta: Fakultas Hukum UNS, 1997), 2

¹¹ Ibid, 4

UUPK tampaknya berusaha menghindari penggunaan kata “produsen” sebagai lawan kata “konsumen”. Untuk itu, digunakan kata “pelaku usaha” yang bermakna lebih luas. Istilah terakhir ini dipilih untuk memberi arti sekaligus bagi kreditur (penyedia dana), produsen, penyalur, penjual, dan terminologi lain yang lazim diberikan. Bahkan, untuk kasus-kasus yang spesifik seperti dalam kasus periklanan, pelaku usaha ini juga mencakup perusahaan media, tempat iklan itu ditayangkan.

b) Pemakai

Bunyi penjelasan pasal 1 angka (2) UUPK, kata “pemakai” menekankan “konsumen” adalah konsumen akhir. Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual.¹²

Konsumen memang tidak sekedar pembeli tapi semua orang (perorangan atau badan usaha) yang mengonsumsi jasa dan barang. Jadi, yang paling penting terjadinya suatu transaksi konsumen berupa peralihan barang dan/atau jasa, termasuk peralihan kenikmatan dalam menggunakannya.

¹² Parsetyo Hadi Purwandoko, “Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen”. Makalah Seminar Nasional Perlindungan Konsumen dalam Era Pasar Bebas, (Surakarta: Fakultas Hukum, 1997), 23.

Transaksi konsumen memiliki banyak sekali metode. Dewasa ini, sudah lazim terjadi sebelum suatu produk dipasarkan, terlebih dulu dilakukan pengenalan produk kepada konsumen. Untuk itu, dibagikan sampel yang diproduksi khusus dan sengaja tidak diperjual belikan. Orang yang mengonsumsi produk sampel juga merupakan konsumen. Oleh karena itu, wajib dilindungi hak-haknya.

Mengartikan konsumen secara sempit, seperti hanya sebagai orang yang mempunyai hubungan kontraktual pribadi dengan produsen atau penjual adalah cara pendefinisian konsumen yang paling sederhana. Di Amerika Serikat cara pandang seperti itu telah ditinggalkan, walaupun baru dilakukan pada awal abad ke-20. Konsumen tidak lagi diartikan sebagai pembeli dari suatu barang dan jasa, tetapi termasuk bukan pemakai langsung, misalkan ia memang dirugikan akibat penggunaan suatu produk.

c) Barang dan atau Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa. Semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang.

UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh

konsumen. UUPK tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan.¹³

Jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Pengertian disediakan bagi masyarakat menunjukkan, jasa itu harus ditawarkan kepada masyarakat. Artinya, harus lebih dari satu orang. Jika demikian halnya, layanan yang bersifat khusus (tertutup) dan individual, tidak tercakup dalam pengertian tersebut.

Kata-kata "ditawarkan kepada masyarakat" tersebut harus ditafsirkan sebagai bagian dari suatu transaksi konsumen. Artinya, seseorang yang karena kebutuhan mendadak lalu menjual rumahnya kepada orang lain, tidak dapat dikatakan perbuatannya itu sebagai transaksi konsumen. Si pembeli tidak dapat dikategorikan sebagai konsumen menurut UUPK.¹⁴

d) Yang Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia dipasaran (lihat juga bunyi pasal 9 ayat (1) huruf e UUPK). Dalam perdagangan yang makin kompleks dewasa ini, syarat itu tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen.

¹³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), 29

¹⁴ Celina Tri Siwi, *Hukum..* 29

e) Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lain

Transaksi konsumen ditunjukkan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain. Unsur yang diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditunjukkan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (diluar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup lain, seperti hewan dan tumbuhan. Dari sisi teori kepentingan, setiap tindakan manusia adalah bagian dari kepentingannya. Oleh sebab itu, penguraian unsur itu tidak menambah makna apa-apa karena pada dasarnya tindakan memakai suatu barang dan/atau jasa (terlepas ditunjukkan untuk siapa dan makhluk hidup lain), juga tidak terlepas dari kepentingan pribadi. Seseorang yang membeli makanan untuk kucing peliharaan, misalnya, berkaitan dengan kepentingan pribadi orang itu untuk memiliki kucing yang sehat.¹⁵

f) Barang Dan Jasa itu tidak untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah biasa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen diberbagai negara. Secara teoretis hal demikian terasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian

¹⁵ Celina, 30

konsumen, walaupun dalam kenyataannya, sulit menetapkan batasan-batasan seperti itu.¹⁶

Munir Fuady menerangkan dalam bukunya *Pengantar Hukum Bisnis* konsumen adalah pengguna akhir (end user) dari suatu produk, yaitu setiap 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.¹⁷

Sedangkan yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.¹⁸

C. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Terdapat dua instrumen hukum penting yang menjadi landasan kebijakan perlindungan konsumen di Indonesia, yakni:

Pertama, Undang-Undang Dasar 1945, sebagai sumber dari segala sumber hukum di Indonesia, mengamanatkan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Tujuan pembangunan nasional diwujudkan melalui sistem pembangunan ekonomi yang demokratis sehingga mampu menumbuhkan dan mengembangkan dunia yang memproduksi barang dan jasa yang layak dikonsumsi oleh masyarakat.

¹⁶ Ibid., 3

¹⁷ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis* (Bandung: Citra Aditya, 2003), 220.

¹⁸ Abdul Rasyid Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan, Teori dan Contoh Kasus* (Jakarta: Kencana, 2007), 220.

Kedua, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Lahirnya Undang-undang ini memberikan harapan bagi masyarakat Indonesia, untuk memperoleh perlindungan atas kerugian yang diderita atas transaksi suatu barang dan jasa. UUPK menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen.¹⁹

Pasal 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.²⁰

Dijelaskan dalam penjelasannya bahwa: perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spirituil.

¹⁹ Siahaan, *Hukum Konsumen* (Jakarta: Samitra Media Utama, 2005), 12.

²⁰ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, 4.

- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.²¹

Sedangkan tujuan dari perlindungan konsumen tersebut adalah sebagai berikut:

- 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;

²¹ Endang Purwaningsih, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi* (Jakarta: Jenggala Pustaka Utama, 2009), 22

- f) Meningkatkan kualitas barang dan/ atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/ atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.²²

D. Klausula Baku yang Dilarang

Klausula baku adalah setiap syarat dan ketentuan yang telah disiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pengusaha yang dituangkan dalam suatu dokumen atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen. Lazimnya klausula baku dicantumkan dalam huruf kecil pada kuitansi, faktur/bon, perjanjian atau dokumen lainnya dalam transaksi jual beli.

Memang klausula baku potensial merugikan konsumen karena tak memiliki pilihan selain menerimanya. Namun di sisi lain, harus diakui pula klausula baku sangat membantu kelancaran perdagangan. Sulit membayangkan jika dalam banyak perjanjian atau kontrak sehari-hari kita selalu harus memegosiasikan syarat dan ketentuannya.²³

Pencantuman klausula baku yang dilarang ini haruslah diketahui oleh masyarakat konsumen terutama oleh pihak pelaku usaha, karena pelanggaran akan ketentuan ini dapat dikenai sanksi pidana yang dimuat dalam pasal 62

²² Elsi Kartika Sari dan Advendi Simanusong, *Hukum Dalam Ekonomi* (Jakarta: Grasindo, 2008), 160-161

²³ http://hukumpedia.com/index.php?title=klausal_baku, diakses tanggal 2 Maret 2011

ayat (1), dengan ancaman penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 dua miliar rupiah.²⁴

Ketentuan mengenai pencantuman klausula baku (perjanjian sepihak) ini diatur dalam pasal 18 Undang-undang Perlindungan Konsumen, yang menyebutkan:

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

²⁴ BPHN, *Aspek-aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Bina Cipta, 2006), 13.

- f) Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa
 - g) Menyatakan tunduknya konsumen kepada aturan 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.²⁵
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.²⁶

Dengan adanya larangan mengenai pencantuman klausula baku yang tidak memenuhi syarat ini, hendaknya menjadikan posisi konsumen lebih

²⁵ Elsi Kartika Sari dan Advendi Simanungsong, *Hukum Dalam Ekonomi* (Jakarta: Grasindo, 2008), 167

²⁶ Ahmadimiru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 108.

baik, baik sebagai perseorangan maupun sebagai masyarakat konsumen yang sadar akan hak-haknya.

Selain dari pada masyarakat konsumen, tentunya yang berperan tidak kalah pentingnya adalah pihak pelaku usaha, dalam hal ini di butuhkan kesadaran pihak pelaku usaha untuk menjalankan kewajibannya, menghormati hak-hak konsumen, dan atau melaksanakan ketentuan-ketentuan yang telah digariskan, karna kita sadari bersama bahwa pelaku usaha pun sesungguhnya adalah bagian dari pada masyarakat konsumen secara pribadi.

E. Pengertian Pelaku Usaha, Hak, dan Kewajibannya

Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999 disebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.²⁷

Penjelasan Undang-Undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.²⁸

Pasal 6 UU No. 8 Tahun 1999 produsen disebut sebagai pelaku usaha yang mempunyai hak sebagai berikut:

²⁷ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, 3.

²⁸ AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta : Diadit Media, 2002), 17

- 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 didalam 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.²⁹

Adapun dalam pasal 7 diatur kewajiban pelaku usaha, sebagai berikut:

- a. Beriktikad 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

²⁹ Elsi Kartika Sari dan Advwndi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi* (Jakarta : Grasindo, 2008), 162

- 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.³⁰

UUPK pelaku usaha diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa.

UUPK tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Tentang kewajiban kedua pelaku usaha

³⁰ Dahlan dan Sanusi Bintang, *Pokok-pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis* (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2000), 108

yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi disamping merupakan hak konsumen, juga karena ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen.

Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi.

Diperlukan representasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Kerugian yang dialami oleh konsumen di Indonesia dalam kaitannya dengan misrepresentasi banyak disebabkan karena tergiur oleh iklan-iklan atau brosur-brosur produk tertentu, sedangkan iklan atau brosur tersebut tidak selamanya memuat informasi yang benar karena pada umumnya hanya menonjolkan kelebihan produk yang dipromosikan, sebaliknya kelemahan produk tersebut ditutupi.

Peringatan ini sama pentingnya dengan instruksi penggunaan suatu produk yang merupakan informasi bagi konsumen, walaupun keduanya memiliki fungsi yang berbeda yaitu instruksi terutama telah diperhitungkan untuk menjamin efisiensi penggunaan produk, sedangkan peringatan dirancang untuk menjamin keamanan penggunaan produk. Peringatan yang

merupakan bagian dari pemberian informasi kepada konsumen ini memegang peranan penting dalam kaitan dengan keamanan suatu produk. Dengan demikian pabrikan (produsen pembuat wajib menyampaikan peringatan kepada konsumen). Hal ini berarti bahwa tugas produsen pembuat tersebut tidak berakhir hanya dengan menempatkan suatu produk dalam sirkulasi. Produk yang dibawa ke pasar tanpa petunjuk cara pemakaian dan peringatan atau petunjuk dan peringatan yang sangat kurang atau tidak memadai menyebabkan suatu produk dikategorikan sebagai produk yang cacat instruksi.

Hal ini berlaku bagi peringatan sederhana, misalnya simpan di luar jangkauan anak-anak dan berlaku pula terhadap peringatan mengenai efek samping setelah pemakaian suatu produk tertentu. Peringatan demikian maupun petunjuk-petunjuk pemakaian harus disesuaikan dengan sifat produk dan kelompok pemakai.

Selain peringatan, instruksi yang di tujuhan untuk menjamin efisiensi penggunaan produk juga penting untuk mencegah timbulnya kerugian bagi konsumen. pencantuman informasi bagi konsumen yang berupa instruksi atau petunjuk prosedur pemakaian suatu produk merupakan kewajiban bagi produsen agar produknya tidak di anggap cacat (karena ketiadaan informasi atau informasi yang tidak memadai). Sebaliknya, konsumen berkewajiban untuk membaca, atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.³¹

³¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), 44-45

F. Tanggungjawab Pelaku Usaha

Pelaku usaha harus bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan. Tanggung gugat produk timbul dikarenakan kerugian yang di alami konsumen sebagai akibat dari produk yang cacat, biasa dikarenakan kekurangcermatan dalam memproduksi, tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dengan kata lain, pelaku usaha ingkar janji atau melakukan perbuatan melawan hukum.³²

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 diatur Pasal 19 sampai Pasal 28. Dalam pasal 19 mengatur tanggung jawab kesalahan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan atau diperdagangkan dengan member ganti kerugian atas kerusakan, pencemaran, kerugian konsumen.

Bentuk kerugian konsumen dengan ganti rugi berupa pengembalian uang, penggantian barang dan jasa yang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan dan pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 20 dan Pasal 21 mengayur beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian, sedangkan Pasal 22 menentukan bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana telah diatur dalam Pasal 19.

Peradilan pidana kasus konsumen menganut sistem beban pembuktian terbalik. Jika pelaku usaha menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen maka menurut

³² Endang Purwaningsih, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi* (Jakarta: Jenggala Pustaka Utama, 2009), 29

Pasal 23 dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan pengadilan di tempat kedudukan.³³

Pasal 27 disebutkan hal-hal yang membebaskan pelaku usaha dari tanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila

1. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksud untuk diedarkan
2. Cacat barang timbul pada kemudian hari
3. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang
4. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen
5. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 tahun sejak barang dibeli atau lewat jangka waktu yang diperjanjikan.

³³ Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, 14-28.