

BAB III

KERANGKA TEORITIS

A. Pengertian Konsumen

Kata konsumen merupakan istilah yang biasa digunakan masyarakat untuk orang yang mengonsumsi atau memanfaatkan suatu barang atau jasa. Selain itu sebagian orang juga memberi batasan pengertian konsumen yaitu orang yang memiliki hubungan langsung antara pelaku usaha dan konsumen. Pengertian di atas dapat dibenarkan bahwa setiap orang yang menggunakan jasa atau mengonsumsi baik yang berhubungan langsung antara pelaku usaha dengan konsumen atau pun tidak memiliki hubungan langsung dan hanya mengonsumsi dapat dikatakan sebagai konsumen

Secara harfiah konsumen adalah orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembentuk. Adapun istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu "*consumer*", atau dalam bahasa Belanda yaitu "*consument*".¹ Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjual belikan lagi.²

¹ Celina, *Hukum Perlindungan konsumen* (Jakarta : Sinar Garfika 2008) h. 22

² Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2010), h. 17

Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen pemakai dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir. Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah “konsumen” yang mengaburkan dari maksud yang sesungguhnya.³ Beberapa peraturan undang-undang memberikan pengertian tentang konsumen. Misalnya, dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka (2), yaitu 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.⁴

Mengacu pada pengertian konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen terdapat batas bahwa barang atau jasa yang dikonsumsi tidak untuk diperdagangkan, sehingga setiap pedagang yang membeli lalu menjualnya kembali tidak dapat dikatakan sebagai konsumen. Selain itu cakupan konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dianggap sempit, karena konsumen sesungguhnya tidak hanya terbatas pada subjek hukum “orang”, akan tetapi masih ada subjek hukum lain yang juga sebagai konsumen akhir yaitu “badan hukum” yang mengonsumsi barang dan/atau jasa serta tidak untuk diperdagangkan.

³ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 61-62

⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara, 2007), h. 2

Oleh karena, itu lebih tepat bila dalam pasal ini menentukan “setiap pihak yang memperoleh barang dan/atau jasa” yang dengan sendirinya tercakup orang dan badan hukum, atau paling tidak ditentukan dalam penjelasan Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut. “Konsumen adalah setiap orang/badan hukum yang memperoleh dan/atau memakai barang/jasa yang berasal dari pelaku usaha dan tidak untuk diperdagangkan.

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.⁵

Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Maka yang dimaksud dari pengertian konsumen menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir.⁶

Ditegaskan oleh Az. Nasution dengan memberikan batasan mengenai konsumen, yaitu:

⁵ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2008), h. 9

⁶ Celina . *Op.cit* h. 25

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
3. Konsumen akhir, adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nokomersial).⁷

Selain pengertian-pengertian di atas, dikemukakan pula pengertian konsumen, yang khusus berkaitan masalah ganti kerugian. Di Amerika Serikat, pengertian konsumen meliputi “korban produk cacat” yang bukan hanya meliputi pembeli melainkan juga korban yang bukan pembeli, namun pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pemakai.⁸

⁷ Az.Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta Jaya Widya,1999), h. 13

⁸Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Bagi Konsumen Di Indonesia*.(Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 21

B. Perlindungan Konsumen

Pengertian Perlindungan Konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka (1), yaitu perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Meskipun dalam pasal di atas hanya menyebutkan perlindungan terhadap konsumen namun bukan berarti Undang-undang Perlindungan Konsumen ini hanya melindungi konsumen saja, melainkan hak-hak pelaku usaha juga menjadi perhatian, namun hanya karena seringnya konsumen menjadi objek kesewenang-wenangan para pelaku usaha sehingga perlindungan terhadap konsumen terlihat lebih ditonjolkan.

Selanjutnya, dunia internasional juga ikut memberi perhatian mengenai perlindungan terhadap konsumen yaitu dinyatakan dalam Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa No. 39/248, tanggal 16 April 1985 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu kepentingan konsumen yang harus dilindungi, yaitu :

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
2. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen.
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi.
4. Pendidikan konsumen.

5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif.
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

C. Lembaga atau Instansi dan Perannya dalam Perlindungan Konsumen.

A. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

BPKN berkedudukan di Jakarta dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Jika diperlukan, BPKN dapat membentuk perwakilan di ibukota provinsi. Fungsi BPKN ini hanya memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsi tersebut, badan ini mempunyai tugas (pasal 34 UUPK) :

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada Pemerintah dalam rangka penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen;
2. Melakukan penelitian dan mengkaji terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;

5. Menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen ;
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
7. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.⁹

B. Peran LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swdaya Masyarakat).

Berkaitan dengan implemantasi Perlindungan konsumen, undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tugas dan wewenagn LPKSM sebagaimana tertuang dalam pasal 44, yakni sebagai berikut :

1. Pemerinath 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 atau jasa.

⁹ Celina , *Hukum Perlindungan konsumen* (Jakarta : Sinar Garfika, 2008) h. 119

- 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 kelahan atau pengaduan.
- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.¹⁰

C. Peran BPSK (Badan Perlindungan Sengketa Konsumen)

Tugas dan wewenang BPSK (Pasal 52 UUPK) :

1. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi, arbitrase dan konsoliasi;
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
3. Pengawasan klawsul baku;
4. Melapor kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran undang-undang ini;
5. Menerima pengaduan dari konsumen, lisan atau tertulis, tentang dilanggarnya perlindungan konsumen;
6. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa konsumen;
7. Memanggil pelaku usaha pelanggar;
8. Menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran itu.

¹⁰ Ibid h. 121

9. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan mereka tersebut huruf g apabila tidak mau memenuhi panggilan.
10. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat-alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan.
11. Memutuskan dan menetapkan ada tidaknya kerugian konsumen.
12. Memberitahukan keputusan kepada pelaku usaha pelanggaran undang-undang.
13. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha pelanggaran undang-undang.

D. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Asas-asas dalam perlindungan konsumen tercantum jelas dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 2, yaitu: Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

1. Asas manfaat dalam perlindungan konsumen dimaksud untuk dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat semaksimal mungkin, baik bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dalam perlindungan konsumen yaitu agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3. Asas keseimbangan dalam perlindungan konsumen dimaksud untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum yang dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum.¹¹

E. Tujuan Perlindungan Konsumen

Secara umum hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk melindungi konsumen masyarakat dalam peranannya sebagai konsumen. Selain itu, lemahnya kesadaran dan ketidak mengertian masyarakat sebagai konsumen sering kali dirugikan oleh tindakan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab.

Tujuan perlindungan konsumen yaitu :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.

¹¹ Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori Dan Contoh Kasus* (Jakarta: Kencana, 2005), h. 210

2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.¹²

¹² Ahmadi Miru, *Op cit*, h.33

F. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

1. Pengertian Konsumen

Dalam UUPK, konsumen adalah setiap pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan.¹³

8. Pengertian Pelaku Usaha

Menurut pasal 1 angka 3 UUPK , pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbadan hukum maupun bukan berbadan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau yang melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

G. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen sebagai subjek dalam UUPK mempunyai hak dan kewajiban yang tentunya harus dilaksanakan dan dijalankan. Secara hukum hak dan kewajiban konsumen telah diatur dalam UUPK yaitu seperti yang ada dibawah ini.

1. Hak Konsumen

Dalam Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen menyebutkan hak konsumen:

¹³ *Ibid*, h. 214

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan 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 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 perundang-undangan lainnya.

14

2. Kewajiban Konsumen

Dalam Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, menyebutkan tentang kewajiban konsumen, yaitu:

¹⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara, 2007), h. 5

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.¹⁵

H. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Sebagai salah satu subjek dalam hukum perlindungan konsumen sesuai UUPK pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban.

1. Hak Pelaku Usaha

Pada prinsipnya hak utama pelaku usaha adalah menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Lebih spesipik lagi dijelaskan dalam UUPK mengenai hak-hak pelaku usaaha dalam pasal 6 UUPK, yaitu:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik;

¹⁵ *Ibid*, h. 5

- 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

2. Kewajiban Pelaku Usaha

Undang-undang Perlindungan Konsumen pasal 7 juga mengatur tentang kewajiban pelaku usaha , yaitu:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani kosumen 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 member jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.¹⁶

I. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Dalam UUPK diatur juga ketentuan mengenai perbuatan-perbuatan yang dilarang untuk pelaku usaha dalam rangka perlindungan konsumen. Pelaku usaha tersebut tidak hanya terbatas pada produsen saja melainkan juga pada para distributor (dan jaringannya), importir serta pelaku periklanan. Pada Pasal 8 UUPK, diatur bahwa.¹⁷ :

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

¹⁶ C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), h.219

¹⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang *Perlindungan Konsumen* (Bandung: Citra Umbara), h. 7

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

2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Kemudian pada pada Pasal 9 juga masih dijelaskan mengenai perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha yaitu sebagai berikut :

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
 - a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu.
 - b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru.
 - c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau 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 tampak keterangan yang lengkap; 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.

Pada Pasal 10 UUPK pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditunjukkan untuk diperdagangkan dilarang untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :

1. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa
2. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa
4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan

5. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pada Pasal 11 UUPK pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

1. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu.
2. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi.
3. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain.
4. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain.
5. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain.
6. Menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pada Pasal 12 UUPK pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu atau jumlah tertentu. jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Dalam Pasal 13 UUPK pelaku usaha dilarang melakukan hal-hal berikut :

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

Dalam Pasal 14 UUPK pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditunjukkan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

1. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan.
2. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa.
3. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
4. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Dalam Pasal 15 UUPK juga dinyatakan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan fisik maupun psikis terhadap konsumen. Kemudian dalam Pasal 16 UUPK. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan yang dilarang untuk:

1. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan
2. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Kemudian larangan pelaku usaha yang berbentuk jasa periklanan diatur juga dalam UUPK. Pada Pasal 17 UUPK yang dinyatakan bahwa :

1. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :
 - a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;.
 - b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa.
 - c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.
 - d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.
 - e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.
 - f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundangundangan mengenai periklanan.
2. Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

J. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Didalam UUPK juga diatur Tanggung Jawab Pelaku usaha yang mana telah tertuang pada pasal 19 yakni sebagai berikut :

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

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

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

Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggung jawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami oleh konsumen.¹⁸

K. Ketentuan Hukum Undang-Undang No 30 Tahun 2009 Tentang Ketenagalistrikan Berkaitan Dengan Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha Dan Konsumen.

1. Hak Pemegang Izin Usaha

Penyediaan Tenaga Listrik Pasal 27(1) Untuk kepentingan umum, pemegang izin usaha penyediaan tenaga listrik dalam melaksanakan usaha penyediaan tenaga listrik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 ayat (1) berhak untuk:

- a. melintasi sungai atau danau baik di atas maupun di bawah permukaan;
- b. melintasi laut baik di atas maupun di bawah permukaan;
- c. melintasi jalan umum dan jalan kereta api;
- d. masuk ke tempat umum atau perorangan dan menggunakannya untuk sementara waktu;
- e. menggunakan tanah dan melintas di atas atau di bawah tanah;
- f. melintas di atas atau di bawah bangunan yang dibangun di atas atau di bawah tanah; dan
- g. memotong dan/atau menebang tanaman yang menghalanginya. (2)

¹⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *hukum perlindungan konsumen*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2010), h.125

Dalam pelaksanaan kegiatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), pemegang izin usaha penyediaan tenaga listrik harus melaksanakannya berdasarkan peraturan perundang-undangan.

2. Kewajiban Pemegang izin usaha terhadap penyediaan tenaga listrik wajib

Pasal 28:

- a. menyediakan tenaga listrik yang memenuhi standar mutu dan keandalan yang berlaku;
- b. memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen dan masyarakat;
- c. memenuhi ketentuan keselamatan ketenagalistrikan; dan
- d. mengutamakan produk dan potensi dalam negeri.

3. Hak Konsumen Pasal 29 (1) Konsumen berhak untuk:

- a. mendapat pelayanan yang baik;
- b. mendapat tenaga listrik secara terus-menerus dengan mutu dan keandalan yang baik;
- c. memperoleh tenaga listrik yang menjadi haknya dengan harga yang wajar;
- d. mendapat pelayanan untuk perbaikan apabila ada gangguan tenaga listrik;
- e. mendapat ganti rugi apabila terjadi pemadaman yang diakibatkan kesalahan dan/atau kelalaian pengoperasian oleh pemegang izin usaha penyediaan tenaga listrik sesuai syarat yang diatur dalam perjanjian jual beli tenaga listrik.

4. Kewajiban Konsumen Pasal 29 (2) Konsumen berkewajiban untuk :
 - a. melaksanakan pengamanan terhadap bahaya yang mungkin timbul akibat pemanfaatan tenaga listrik;
 - b. menjaga keamanan instalasi tenaga listrik milik konsumen;
 - c. memanfaatkan tenaga listrik sesuai dengan peruntukannya;
 - d. membayar tagihan pemakaian tenaga listrik; dan
 - e. menaati persyaratan teknis di bidang ketenagalistrikan.¹⁹

¹⁹ Undang-Undang No 30 Tahun 2009 Tentang Ketenaga Listrikan