

## BAB III

### TINJAUAN UMUM

#### A. Tinjauan Umum Terhadap Hukum Perlindungan Konsumen

##### 1. Latar belakang Perlindungan Konsumen

Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Pada era globalisasi dan perdagangan bebas saat ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen di tanah air, baik melalui promosi, iklan maupun penawaran secara langsung. Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang/jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi objek objek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya.<sup>1</sup>

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

Perkembangan yang demikian tersebut, pada satu sisi memberikan manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin terbukanya kesempatan dan kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Kondisi dan fenomena tersebut, pada sisi lainnya dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada di

---

<sup>1</sup> Happy Susanto, *hak-hak konsumen jika dirugikan*, (Jakarta, 2008), h.1

posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui jalan promosi, cara penjualan, serta perjanjian standar yang merugikan konsumen.<sup>2</sup>

Hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang hukum yang bercorak Universal. Sebagian besar perangkatnya diwarnai hukum asing, namun kalau dilihat dari hukum positif yang sudah ada di Indonesia ternyata dasar-dasar yang menopang sudah ada sejak dulu termasuk hukum adat.<sup>3</sup> Hal tersebut bukan hanya gejala regional saja, tetapi menjadi permasalahan yang mengglobal dan melanda seluruh konsumen di dunia. Timbulnya kesadaran konsumen, telah melahirkan salah satu cabang baru dalam ilmu hukum yaitu hukum Perlindungan Konsumen yang dikenal juga dengan hukum konsumen (*consumers law*).

Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini pun memiliki segi positif dan negatif yaitu:<sup>4</sup>

Segi positif adalah:

1. Dengan adanya Undang-Undang ini maka hubungan hukum dan masalah-masalah yang berkaitan dengan konsumen dan penyedia barang dan/atau jasa dapat ditanggulangi.
2. Kedudukan konsumen dan penyedia barang dan/atau jasa adalah sama dihadapan hukum.

Segi negatif dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah:

---

<sup>2</sup> Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001), h. 11-12.

<sup>3</sup> Ibid hlm 12

<sup>4</sup> Ibid, h. 23.

1. Pengertian dan istilah yang digunakan di dalam peraturan perUndang-Undangan yang ada tidak selalu sesuai dengan kebutuhan konsumen dan Perlindungan Konsumen.
2. Kedudukan hukum antara konsumen dan penyedia produk (pengusaha) jadi tidak berarti apa-apa, karena posisi konsumen tidak seimbang, lemah dalam pendidikan, ekonomis dan daya tawar, dibandingkan dengan pengusaha penyedia produk konsumen.
3. Prosedur dan biaya pencarian keadilannya, belum mudah, cepat dan biayanya murah sebagaimana dikehendaki perUndang-Undangan yang berlaku.

## **2. Definisi Perlindungan Konsumen**

Perlindungan Konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Dalam bidang hukum, istilah ini masih relative baru khususnya di Indonesia, sedangkan di Negara maju, hal ini mulai di bicarakan bersamaan dengan berkembangnya industri dan teknologi.<sup>5</sup>

Bedasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 1 disebutkan bahwa "*Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen*".

Adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.

## **3. Asas-Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

---

<sup>5</sup>Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (PT. Citra Aditya Bakti, Bandung 2010), h.9.

Adapun makna dari Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Menurut Pasal 3 UU No. 8 Tahun 1999, tujuan dari Perlindungan ini adalah :

- 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 ini sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah berdasarkan lima asas, yaitu menurut Pasal 2 UUPK adalah :<sup>6</sup>

- a. Asas Manfaat

---

<sup>6</sup>Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004), h. 25-26.

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas Keadilan

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

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

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.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum dimaksud agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan Perlindungan Konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen menurut Gunawan Wijaya adalah tingkat kesadaran akan haknya memang masih sangat rendah. Hal ini terkait dengan faktor rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dimaksudkan dapat menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga Perlindungan Konsumen swadaya masyarakat untuk

melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha.

#### **4. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen**

Hukum Perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan optimisme. Ada beberapa pakar yang menyebutkan bahwa hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang dari hukum ekonomi. Alasannya barang atau jasa yang merupakan hubungan hukum perdata. Sebagaimana telah dibahas singkat sebelumnya bahwa peraturan tentang hukum Perlindungan Konsumen diatur dalam Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pada tanggal 30 Maret 1999, Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) telah menyepakati rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen untuk disahkan oleh pemerintah setelah selama 20 Tahun diperjuangkan. RUU ini sendiri baru disahkan oleh pemerintah pada tanggal 20 April 1999 dengan diundangkannya masalah Perlindungan Konsumen dimungkinkannya dilakukan pembuktian terbalik jika terjadi sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha. Konsumen yang merasa haknya dilanggar bisa mengadukan dan memproses perkaranya secara hukum dibadan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) yang ada ditengah air.

#### **5. Pengertian Konsumen**

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsumment* (Belanda). Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang.<sup>7</sup> 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

---

<sup>7</sup>Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.35.

diperjual belikan lagi.<sup>8</sup>Konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan 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.

Dalam kata lain maka konsumen adalah merupakan pengguna akhir dari suatu produk atau jasa. Para ahli hukum memberikan batasan bagi konsumen sebagai setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk suatu kegunaan. Konsumen adalah pemakai akhir dari barang dan/atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya. Dan setiap orang, pada suatu waktu, dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk atau jasa tertentu<sup>9</sup>.

Namun dalam pengertian di masyarakat umum saat ini, bahwa konsumen adalah pembeli, penyewa, nasabah (penerima kredit) lembaga jasa perbankan atau asuransi, penumpang angkutan umum atau pada pokoknya langganan dari para pengusaha. Pengertian masyarakat ini tidaklah salah sebab secara yuridis dalam KUHPerdara terdapat subyek-subyek hukum dalam hukum perikatan yang bernama pembeli, penyewa, meminjam-pakai dan sebagainya<sup>10</sup>. Konsumen dibagi menjadi 2 jenis yaitu<sup>11</sup> :

- a. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/atau jasa lain atau untuk di perdagangkan (tujuan komersial).

---

<sup>8</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h.22.

<sup>9</sup>Sri Redjeki, *Hukum Ekonomi*, (Bandung, Mandar Maju, 2000), h.80.

<sup>10</sup>Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta, Sinar Harapan, 1995, h. 68.

<sup>11</sup>Celina tri siwi kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Malang, Sinar Grafika, 2008, cetakan I, h. 25.

- b.** 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.

## **6. Hak dan Kewajiban Konsumen**

### **a. Hak Konsumen**

Dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur mengenai hak konsumen. Hak konsumen adalah :

- 1) hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa Perlindungan Konsumen secara patut;
- 6) hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;



- 9) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Beberapa rumusan tentang hak-hak konsumen yang telah dikemukakan, secara garis besar dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:<sup>12</sup>

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

Oleh karena itu, ketiga hak prinsip dasar tersebut merupakan himpunan beberapa hak konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka hal tersebut sangat esensial bagi konsumen, sehingga dapat dijadikan/ merupakan prinsip Perlindungan Konsumen di Indonesia.

#### **b. Kewajiban Konsumen**

Kewajiban-kewajiban konsumen dijelaskan yaitu untuk Membaca dan mengikuti petunjuk pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau demi keselamatan serta membayar barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar. Dan kewajiban konsumen ini dipertegas dan diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 5 yang berbunyi :

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

---

<sup>12</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, h. 39

4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa Perlindungan Konsumen secara patut.

Menyangkut kewajiban konsumen beriktikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha).<sup>13</sup>

Kewajiban lain yang perlu mendapat penjelasan lebih lanjut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa Perlindungan Konsumen secara patut. Kewajiban ini dianggap sebagai hal baru, sebab sebelum diundangkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen hampir tidak dirasakan adanya kewajiban secara khusus seperti ini dalam perkara perdata, sementara dalam kasus pidana tersangka/terdakwa lebih banyak dikendalikan oleh aparat kepolisian dan/atau kejaksaan.<sup>14</sup>

Adanya kewajiban seperti ini diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dianggap tepat, sebab kewajiban ini adalah untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa Perlindungan Konsumen secara patut. Hak ini akan menjadi lebih mudah diperoleh jika konsumen mengikuti penyelesaian sengketa secara patut. Hanya saja kewajiban konsumen ini, tidak cukup untuk maksud tersebut jika tidak diikuti oleh kewajiban yang sama dari pihak pelaku usaha.<sup>15</sup>

## **B. Tinjauan Umum Pelaku Usaha**

### **1. Pengertian Pelaku Usaha**

---

<sup>13</sup>*Ibid*, h.39

<sup>14</sup>*Ibid*, h.39

<sup>15</sup>*Ibid*, hlm 47

Pelaku usaha secara garis besar dapat di kelompokkan menjadi menjadi 2(dua) bagian, yaitu :

a. Produsen.

Produsen tidak punya hubungan langsung dengan para konsumen, ini dikarenakan produsen hanya bertugas membuat makanan yang akan dijual oleh penjual.

b. Penjual.

Penjual disini mempunyai hubungan langsung dengan konsumen, karena setiap harinya penjuallah yang berhadapan langsung dengan para konsumen.

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pengertian 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<sup>16</sup>.”

## **2. Kewajiban Pelaku Usaha**

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha yaitu sebagai berikut<sup>17</sup> :

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

---

<sup>16</sup>Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

<sup>17</sup>Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi.
5. dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
6. 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.
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
8. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

### **3. Hak-Hak Pelaku Usaha**

Hak-hak pelaku usaha sebagaimana diatur didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu <sup>18</sup>:

- 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 perundangundangan lainnya.

---

<sup>18</sup>Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

#### 4. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur tentang tanggung jawab pelaku usaha yang berbunyi<sup>19</sup> :

- a) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b) 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.
- c) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak mengharuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih jelas mengenai adanya unsur kesalahan.
- e) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

#### 5. Bentuk-Bentuk Pelanggaran Pelaku Usaha

Dalam upaya untuk melindungi hak-hak konsumen terhadap pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha, UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), pada prinsipnya telah mengklasifikasi bentuk-bentuk pelanggaran tersebut kedalam 3 kelompok yang dijabarkan dalam Bab IV Pasal 8 sampai dengan Pasal 17, yakni ;<sup>20</sup>

1. larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi (Pasal 8 )

---

<sup>19</sup>Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

<sup>20</sup> Lihat UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

2. larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran (Pasal 9 – 16)
3. larangan bagi pelaku usaha periklanan (Pasal 17)

Ada 10 larangan bagi pelaku usaha sesuai dengan ketentuan Pasal 8 ayat (1) UUPK, yakni 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 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 di pasang/dibuat;

- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perUndang-Undangan yang berlaku.

Selain itu, ayat (2) dan (3) juga memberikan larangan sebagai berikut:<sup>21</sup>(2)

Pelaku usaha dilarang memperdagangkan diantaranya

- a. barang rusak,
- b. cacat atau bekas,
- c. serta tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

Sedangkan ayat (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. Selanjutnya mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran. Ketentuan ini diatur di Pasal 9 sampai dengan 16.

Dalam Pasal 9 pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklan-kan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah ;

1. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
2. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
3. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;

---

<sup>21</sup>*Ibid*

4. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
5. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
6. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
7. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
8. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
9. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
10. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
11. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Kemudian pada Pasal 10 ditentukan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan tentang :

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.

Pasal 11 mengatur tentang penjualan yang dilakukan melalui cara obral/ lelang. Sedangkan Pasal 12 menentukan bahwa 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.

Disini ditegaskan bahwa pelaku usaha harus memiliki



itikad baik dalam menjalankan usahanya. Pasal 13 juga mengatur hal serupa, yaitu 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. Sedang yang berkaitan dengan

undian, pelarangannya diatur di Pasal 14. Pada Pasal 15 ditentukan bahwa 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.<sup>22</sup>

### **C. Sanksi Terhadap Pelanggaran Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen<sup>23</sup>**

Aturan mengenai sanksi-sanksi yang dapat dikenakan pada pelaku usaha yang melanggar ketentuan dapat ditemukan dalam Bab XIII Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen, yang dimulai dari Pasal 60 sampai Pasal 63.

Sanksi-sanksi yang dapat dikenakan terdiri dari:

#### **1. Sanksi Administrative**

Sanksi administrative diatur dalam satu Pasal yaitu Pasal 60. Sanksi administrative ini merupakan suatu “hak khusus” yang diberikan oleh Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen kepada Badan Penyelesaian Sengketa (BPSK) atau tugas dan/atau kewenangan yang diberikan oleh Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen ini kepada BPSK untuk menyelesaikan persengketaan konsumen di luar pengadilan.

Menurut ketentuan Pasal 60 ayat (2) Jo. Pasal 60 ayat (1) Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, sanksi administrative yang dapat dijatuhkan oleh BPSK adalah berupa penetapan ganti rugi sampai sebesar-besarnya Rp.200.000.000,000 (dua ratus juta rupiah) terhadap para pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap/dalam rangka :

---

<sup>22</sup> Ibid

<sup>23</sup> Gunawan widjaja dan ahmad yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (PT. Gramedia Pustaka Umum Jakarta, 2001), h. 83.

1. Tidak dilaksanakannya pemberian ganti rugi oleh pelaku usaha kepada konsumen, dalam bentuk pengembalian uang atau pergantian barang/dan atau jasa yang sejenis, maupun perawatan kesehatan atau pemberian santunan atau kerugian yang diderita konsumen.
2. terjadinya kerugian sebagai akibat kegiatan produksi iklan yang dilakukan oleh pelaku usaha periklanan.
3. pelaku usaha yang tidak dapat menyediakan fasilitas jaminanurnajual, baik dalam bentuk suku cadang maupun pemeliharaannya, serta pemberian jaminan atau garansi yang telah ditetapkan sebelumnya , baik berlaku terhadap pelaku usaha yang memperdagangkan barang dan/atau jasa.<sup>24</sup>

## **2. Sanksi Pidana Pokok**

Sanksi pidana pokok adalah sanksi yang dapat dikenakan dan dijatuhkan oleh pengadilan ataus tuntutan jaksa penuntut umum terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen memungkinkan dilakukannya penuntutan pidana terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya. Rumusan Pasal 62 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen memungkinkan dilakukannya penuntutan pidana terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya. Rumusan Pasal 62 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa pelaku usaha dan/atau pengurusnya yang melakukan pelanggaran terhadap:<sup>25</sup>

1. ketentuan sebagaimana dimaksud dalam:
  - a. Pasal 8, mengenai barang dan/atau jasa yang tidak memnuhi standar yang telah ditetapkan.

---

<sup>24</sup> Ibid, h. 83

<sup>25</sup> Ibid, h.85

- b. Pasal 9 dan Pasal 10, mengenai informasi yang tidak benar.
  - c. Pasal 13 ayat (2), mengenai penawaran obat-obatan dan hal-hal yang berhubungan dengan kesehatan.
  - d. Pasal 15, mengenai penawaran barang secara paksaan (fisik).
  - e. Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf e, mengenai iklan yang memuat informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan atau menyesatkan.
  - f. Pasal 17 ayat (2), mengenai peredaran iklan yang dilatrang dan
  - g. Pasal 18, mengenai pencantuman klausulaa bakudapat dikenakan sanksi pidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) Tahun atau pidana denda sebanyak Rp. 2000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Ketentuan sebagaimana dimaksudkan dalam:
- a. Pasal 11, mengenai penjualan secara obral atau lelang.
  - b. Pasal 12, mengenai penawaran dengan tariff khusus
  - c. Pasal 13 ayat (1), mengenai pemberian hadiah secara Cuma-Cuma
  - d. Pasal 14, mengenai penawaran dengan memberikan hadiah melalui undian
  - e. Pasal 16, mengenai penawaran melalui pesanan
  - f. Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f mengenai produksi iklan yang bertentangan etika, kesusilaan dan ketentuan hokum yang berlakudapat dipidana dengan pidana penjara paling lama dua Tahun atau dengda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)
3. Pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian maka akan diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku secara umum.

### **3. Sanksi Pidana Tambahan**

Ketentuan Pasal 63 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen memungkinkan diberikannya sanksi pidana tambahan diluar sanksi pidana pokok yang dapat dijatuhkan

bedasarkan ketentuan Pasal 62 Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen.<sup>26</sup>

Sanksi-sanksi pidana tambahan dapat dijatuhkan

berupa:

- a. Perampasan barang tertentu
- b. pengumuman keputusan hakim
- c. pembayaran ganti rugi
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen.
- e. pencabutan izin usaha.

---

<sup>26</sup> Ibid, h.86