BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Konsumen

Sebagai istilah yang sering dipergunakan dalam percakapan sehari-hari, merupakan istilah yang perlu untuk diberikan batasan pengertian agar dapat mempermudah pembahasan tentang perlindungan konsumen.

Berbagai pengertian tentang “*konsumen*” yang dikemukakan baik dalam Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen, sebagai upaya kearah terbentuknya Undang-undang Perlindungan Konsumen maupun dalam Undang-undang²².

Berikut adalah pendapat para ahli dan menurut Undang-undang R.I mengenai definisi konsumen :

a) Menurut Philip Kotler

Konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi²³.

b) Menurut Wira Suteja

Konsumen adalah orang yang menciptakan pandangan tentang perusahaan kita, tentang baik atau buruk pelayanan kita.

²² Ahmad Miru, Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia, Jakarta : Rajawali-Pers, 2011, hlm 19

²³ Philip Kotler, Principles of Marketing, Prentice-Hall Inc, Englewood Cliffs New Jersey, 1980, 267-268.

c) Menurut Az. Nasution

Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan jasa digunakan untuk tujuan tertentu²⁴.

d) Pasal 1 Angka 2 UUPK No. 8 Tahun 1999

Sebagai akhir dari usaha pembentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, adalah dengan lahirnya UUPK Pasal 1 angka 2 yang di dalamnya dikemukakan pengertian konsumen, sebagai berikut: “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”.

Pengertian konsumen dalam UUPK ini lebih luas daripada pengertian konsumen pada kedua Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang telah disebutkan sebelumnya, karena dalam UUPK juga meliputi pemakaian barang untuk kepentingan makhluk hidup lain. Hal ini berarti bahwa UUPK dapat memberikan perlindungan kepada konsumen yang bukan manusia (hewan, maupun tumbuh-tumbuhan).

Menurut Pasal 1 Ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Pasal 1 ayat 2 Keputusan Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 adalah: “konsumen adalah Setiap orang pemakai barang dan /jasa yang tersedia

²⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta : Sinar Grafika, 2011, hlm 25.

dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan”²⁵.

Pengertian konsumen dalam UUPK tidak hanya konsumen secara individu, juga meliputi pemakaian barang untuk kepentingan makhluk hidup lain, seperti binatang peliharaan, tetapi tidak diperluas pada individu pihak ketiga (bystander) yang dirugikan atau menjadi korban akibat penggunaan atau pemanfaatan suatu produk barang dan jasa.

Berikut adalah unsur-unsur Definisi Konsumen:

1) Setiap Orang/Subyek Hukum

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*).

2) Pemakai/Konsumen Akhir

Sesuai dengan bunyi Penjelasan Pasal 1 angka (2) UUPK, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli. Artinya, sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara

²⁵ Susanti Adi Nugroho, Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya, Jakarta : Kencana, 2011, hlm 63.

membayar uang untuk memperoleh barang dan/atau jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (*the privity of contract*). Sebagai ilustrasi dari uraian itu dapat diberikan contoh berikut, seseorang memperoleh paket hadiah atau parcel pada hari ulang tahunnya isi paketnya makanan dan minuman kaleng yang dibeli si pengirim dari swalayan.

3) 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.

Dalam dunia perbankan, misalnya istilah produk dipakai juga untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan. 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 diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. UUPK tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah “dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan”.

B. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Sebelum dan Setelah Diundangkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Arus globalisasi dan perdagangan bebas serta kemajuan teknologi mempermudah transaksi barang dan/atau jasa produksi dari dalam maupun luar

negeri. Keadaan seperti ini di satu sisi bermanfaat bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan akan barang dan/atau jasa. Akan tetapi di sisi lain kedudukan konsumen dan pelaku usaha menjadi tidak seimbang, karena konsumen berada pada posisi yang lemah. Dengan demikian, Undang-Undang konsumen sangat dibutuhkan dalam melindungi konsumen yang dapat menciptakan iklim usaha yang sehat dan berkualitas dalam menyediakan barang dan/atau jasa.

Di Indonesia, masalah perlindungan konsumen baru mulai terdengar pada tahun 1970-an. Ini terutama ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) bulan Mei 1973. Secara historis, pada awalnya yayasan ini berkaitan dengan rasa mawas diri terhadap promosi untuk memperlancar barang-barang dalam negeri. Atas desakan suara-suara dari masyarakat, kegiatan promosi ini harus diimbangi dengan langkah-langkah pengawasan, agar masyarakat tidak dirugikan dan kualitasnya terjamin. Adanya keinginan dan desakan masyarakat untuk melindungi dirinya dari barang yang rendah mutunya telah memacu untuk memikirkan secara sungguh-sungguh usaha untuk melindungi konsumen ini, dan mulailah gerakan untuk merealisasikan cita-cita itu.

Setelah YLKI, kemudian muncul beberapa organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988 dan pada 1990 bergabung sebagai anggota Consumers International (CI). Di luar itu, dewasa ini cukup banyak lembaga swadaya masyarakat serupa yang berorientasi pada kepentingan pelayanan konsumen,

seperti Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung dan perwakilan YLKI di berbagai propinsi di Tanah Air²⁶.

Eksistensi lembaga swadaya masyarakat seperti Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) sangat membantu pemerintah dalam melaksanakan tugasnya sebagai pembina dan pengawas barang-barang yang beredar di pasaran, terlebih dalam melindungi konsumen yang hak-haknya sering terabaikan oleh pelaku usaha. Berbagai kegiatan yang dilakukan antara lain mengadakan berbagai seminar, pengarahan-pengarahan, sosialisasi, dan advokasi mengenai perlindungan konsumen. Dalam rentang waktu 37 tahun kehadiran YLKI, dapat dibagi menjadi dua periode. Pertama, adalah era perlindungan konsumen tanpa Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Kedua, era perlindungan konsumen di bawah Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999).

UUPK di satu sisi menjadikan posisi konsumen secara legal formal menjadi lebih kuat, karena hak-hak konsumen menjadi hak hukum yang diatur dan dilindungi Undang-Undang. Namun demikian, secara riil, keberadaan UUPK belum dirasakan manfaatnya secara riil oleh konsumen, untuk menjamin dan melindungi kepentingan konsumen atas produk-produk barang yang dibeli, sebelum Undang-Undang Perlindungan Konsumen lahir, peraturan perundang-undangan yang mengaturnya adalah sebagai berikut:²⁷

²⁶ Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, (Jakarta:Grasindo, 2006), hlm. 49

²⁷ Adrian Sutedi, Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), hlm 5.

- a. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) yang merupakan produk peninggalan penjajahan Belanda, tetapi telah menjadi pedoman dalam menyelesaikan kasus-kasus untuk melindungi konsumen yang mengalami kerugian atas cacatnya barang yang dibelinya. Meskipun KUH Per dan KUHD itu tidak mengenal istilah konsumen, tetapi di dalamnya dijumpai istilah “pembeli”, penyewa, “tertanggung”, atau “penumpang”, yang membedakan apakah mereka sebagai konsumen akhir atau konsumen antara.
- b. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1961 tentang Barang. Penerbitan Undang-Undang ini dimaksudkan untuk menguasai dan mengatur barang-barang apa pun yang diperdagangkan di Indonesia.
- c. Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1964 tentang Standar Industri. Peraturan Pemerintah ini merupakan pelaksanaan dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961. Salah satu tujuan dari standar industri itu adalah meningkatkan mutu dan hasil industri.
- d. Keputusan Menteri Perindustrian Nomor : 81/M/K/SK/2/1974 tentang Pengesahan Standar Cara-cara Analisis dan Syarat-syarat Mutu Bahan Baku dan Hasil Industri.

Berbagai peraturan yang sudah ada kurang memadai untuk secara langsung melindungi kepentingan konsumen. Di bidang hukum perdata ketentuan *Burgerlijke Wetboek* (BW) hanya memberikan perlindungan kepada “pembeli”

(Pasal 1473-1512), atau pihak-pihak yang terkait dalam suatu perjanjian (Pasal 1320-1328), padahal BW tidak berlaku bagi warga negara Indonesia asli/pribumi (kecuali bila pribumi yang bersangkutan menundukkan dirinya secara sukarela, atau pernah mengalami proses hukum (gelijks telling). Beberapa ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana memang dapat dipakai untuk menindak produsen yang “nakal” (Pasal 204; 205; 359; 360; dan 386), tetapi tidak memberikan kompensasi apa pun kepada konsumen yang dirugikannya.

Berbagai perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen perumusannya sedemikian luas, sehingga tidak dapat secara langsung melindungi kepentingan konsumen. Demikian bagian terbesar dari ketentuan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen, yaitu berbagai peraturan sektoral yang biasanya berbentuk keputusan menteri, belum mampu dimanfaatkan secara langsung untuk melindungi kepentingan.

Bahkan pengertian “konsumen” itu sendiri hampir tidak dikenal dalam peraturan perundang-undangan Indonesia. Kedudukan konsumen Indonesia dalam sistem prekonomian nasional masih berada pada keadaan memprihatinkan²⁸.

Kemudian, dalam perkembangannya, pada tanggal 20 April 1999, Pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan suatu kebijakan baru

²⁸ Agus Brotosusilo, Instrumen/Aspek-aspek Perlindungan Terhadap Konsumen dalam Sistem Hukum di Indonesia, Makalah disajikan pada lokakarya Hukum Perlindungan Konsumen bagi Dosen dan Praktisi Hukum. (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia), dikutip dari buku Rachmadi Usman, Hukum Ekonomi Dalam Dinamika, (Jakarta : Djambatan, 2000), hlm.196.

mengenai perlindungan konsumen dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimuat di dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini berlaku efektif pada tanggal 20 April 2000, yang merupakan awal pengakuan perlindungan konsumen dan secara legitimasi formal menjadi sarana kekuatan hukum bagi konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha sebagai penyedia/pembuat produk tertentu. Untuk hadirnya suatu Undang-Undang Perlindungan konsumen yang terdiri dari 15 bab dan 65 Pasal, ternyata dibutuhkan waktu tidak kurang dari 25 tahun sejak gagasan awal tentang Undang-Undang ini dikumandangkan (tahun 1975 sampai dengan tahun 2000). Tak dapat disangkal, sebagai hasil kerja buatan manusia, terdapat beberapa hal yang kurang lengkap atau kurang sempurna dari Undang-Undang ini (selanjutnya merupakan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)). Sekalipun demikian, ia merupakan suatu kebutuhan seluruh rakyat Indonesia yang kesemuanya adalah konsumen pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa konsumen. Apalagi pikiran globalisasi telah melanda dunia. Keterbukaan pasar saat ini dan kedudukan konsumen yang lebih lemah dibanding dengan pelaku usaha, maka kebutuhan perlindungan konsumen tersebut merupakan suatu "*conditio sine qua non*".

Kehadiran Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Diakui, bahwa Undang-Undang tersebut bukanlah yang

pertama dan yang terakhir, karena sebelumnya telah ada beberapa rumusan hukum yang melindungi konsumen yang tersebar dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Undang-Undang ini mengatur tentang kebijakan perlindungan konsumen baik menyangkut hukum materil maupun hukum formil mengenai penyelesaian sengketa konsumen.

Di samping Undang-Undang Perlindungan Konsumen, masih terdapat sejumlah perangkat hukum lain yang juga bisa dijadikan sebagai sumber atau dasar hukum sebagai berikut²⁹:

- a. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 Tanggal 21 Juli 2001 Tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- b. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 Tanggal 21 Juli 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- c. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 Tanggal 21 Juli 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
- d. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 2001 Tanggal 21 Juli 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Pemerintah Kota Medan, Kota Palembang, Kota Jakarta Pusat, Kota Jakarta Barat, Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta, Kota Surabaya, Kota Malang, dan Kota Makassar.

²⁹ Sekedar Berbagi, "Hukum Perlindungan Konsumen", <http://sudutsepi.blogspot.com/2012/01/hukum-perlindungan-konsumen.html>, diakses tanggal 5 Desember, 2015.

- e. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 302/MPP/KEP/10/2001 tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
- f. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 605/MPP/KEP/8/2002 tentang Pengangkatan Anggota Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Pada Pemerintah Kota Makassar, Kota Palembang, Kota Surabaya, Kota Bandung, Kota Semarang, Kota Yogyakarta, dan Kota Medan.

Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah lahir, pelaksanaannya belum berjalan mulus, karena adanya pandangan pemerintah bahwa apabila perlindungan konsumen diterapkan, maka banyak pengusaha yang tidak akan mampu melaksanakan kegiatan usahanya, sementara pengusaha menggantungkan hal itu pada kebijakan yang dibuat pemerintah.

Padahal pada dasarnya sebagai pengguna barang dan jasa yang dibelinya, peranan konsumen sangat menguntungkan bagi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Konsumen merupakan pihak yang menentukan dalam perkembangan usaha para pelaku usaha. Akan tetapi pelaku usaha sepertinya tidak peduli dengan kedudukan konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 1 disebutkan bahwa “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Perlindungan konsumen yang dijamin Undang-Undang ini adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari “benih hidup dalam rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman dan segala kebutuhan di antara keduanya”. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang

Perlindungan Konsumen/UUPK) tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen³⁰. Ada dua jenis perlindungan yang diberikan kepada konsumen, yaitu:

a. Perlindungan Preventif

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen pada saat konsumen tersebut akan membeli atau menggunakan atau memanfaatkan suatu barang dan atau jasa tertentu, mulai melakukan proses pemilihan serangkaian atau sejumlah barang dan atau jasa tersebut dan selanjutnya memutuskan untuk

³⁰ Ahmadi Miru, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.1

membeli atau menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa dengan spesifikasi tertentu dan merek tertentu tersebut.

b. Perlindungan Represif

Perlindungan Hukum Represif Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep- konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah.

Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui Undang-Undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen. Dengan adanya UU Perlindungan konsumen beserta perangkat hukum lainnya. Konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha³¹.

C. Hak dan Kewajiban Konsumen

³¹ Happy Susanto, Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan, (Jakarta: Visimedia, 2008), hlm. 4-5.

Istilah “konsumen” berasal dari bahasa Belanda “konsument”, bahasa Inggris “consumer” yang berarti “pemakai”.

Sedangkan menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, istilah lain dari konsumen adalah “pembeli” (koper). Pengertian lain, Menurut Hornby, konsumen (consumer) adalah seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa; seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu; sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang; setiap orang yang menggunakan barang atau jasa, dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, istilah ”konsumen” terdapat pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang- Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 2 disebutkan bahwa, “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Az. Nasution menegaskan batasan tentang konsumen, yaitu :

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial);
- c. 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 (non komersial).

Sebagaimana penjelasan Pasal 1 angka 2 tersebut yang maksud konsumen adalah konsumen akhir yang dikenal dalam kepustakaan ekonomi.

Konsumen (akhir) inilah yang dengan jelas diatur perlindungannya dalam Undang-Undang perlindungan konsumen tersebut. Selanjutnya, apabila di gunakan istilah konsumen dalam Undang-Undang, yang dimaksud adalah konsumen akhir, dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, Semua orang merupakan konsumen atas barang dan/atau jasa secara pribadi, maupun kelompok.

Ada sejumlah faktor yang menyebabkan posisi konsumen melemah. Menurut hasil penelitian Badan dan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN), sebagaimana dikutip N.H.T. Siahaan, ada lima faktor yang melemahkan konsumen:

- a) Masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya.
- b) Belum terkondisikannya “masyarakat konsumen” karena memang sebagian masyarakat ada yang belum mengetahui tentang apa saja hak-haknya dan kemana hak-haknya dapat disalurkan jika mendapatkan kesulitan atau kekurangan dari standar barang atau jasa sewajarnya.
- c) Belum terkondisikannya masyarakat konsumen menjadi masyarakat yang mempunyai kemauan untuk menuntut hak-haknya.

- d) Proses peradilan yang ruwet dan memakan waktu yang berkepanjangan.
- e) Posisi konsumen yang selalu lemah

Kedudukan konsumen terhadap produsen yang seharusnya seimbang menjadi lemah karena rendahnya pengetahuan konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen. Hak-hak itu perlu ditegaskan dalam suatu perundang-undangan sehingga semua pihak, baik konsumen itu sendiri, produsen, maupun pemerintah mempunyai persepsi yang sama dalam mewujudkannya.

Ini berkaitan dengan upaya hukum dalam mempertahankan hak-hak konsumen. Artinya, hak-hak konsumen yang dilanggar dapat dipertahankan melalui jalan hukum, dengan cara prosedur yang diatur di dalam suatu peraturan perundang-undangan³². Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:

- a. hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*);
- b. hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
- c. hak untuk memilih (*the right to choose*);
- d. dan hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *International Organization of Consumer Union (IOCU)* menambahkan lagi beberapa hak, dan hak

³² Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 42

mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4 disebutkan bahwa hak konsumen sebagai berikut :

- 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.

Diantara hak-hak konsumen yang terdapat di dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen di atas, yang menjadi perhatian disini adalah Pasal 4 huruf b yaitu “hak-hak konsumen hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”.

Disamping hak-hak yang dimiliki konsumen tersebut di atas, juga terdapat kewajiban yang harus diperhatikan. Kewajiban konsumen di dalam Pasal 5 Undang- Undang Perlindungan Konsumen ;

- 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.

Kewajiban-kewajiban tersebut sangat berguna bagi konsumen agar selalu berhati-hati dalam melakukan transaksi ekonomi dan hubungan dagang. Dengan cara seperti itu, setidaknya konsumen dapat terlindungi dari kemungkinan-kemungkinan masalah yang bakal menimpanya. Untuk itulah, perhatian terhadap kewajiban sama pentingnya terhadap hak-haknya sebagai konsumen.

D. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tidak menggunakan istilah produsen tetapi menggunakan istilah pelaku usaha. Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; “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”. Berdasarkan pengertian tersebut, pelaku usaha bisa orang perseorangan atau badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.

Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, Importir, pedagang, distributor dan lain-lain untuk memberi kepastian hukum sebagai bagian dari tujuan hukum perlindungan konsumen dan untuk memperjelas hak-hak dan kewajiban-kewajiban masing-masing pihak yang saling berinteraksi, penjelasan dan penjabaran hak dan kewajiban pelaku usaha tak kalah pentingnya dibandingkan dengan hak dan kewajiban konsumen itu sendiri.

Hak pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 6, yaitu ;

- 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) diperdagangkan;
- f) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak pelaku usaha yang telah disebutkan di atas, maka pelaku usaha juga dibebankan beberapa kewajiban, Pasal 7 UUPK diantaranya adalah 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
- f) jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- g) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- h) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Hak dan kewajiban tersebut dimaksudkan untuk menciptakan kenyamanan dalam berusaha bagi pelaku usaha dan untuk menciptakan pola hubungan yang seimbang antara pelaku usaha dan konsumen. Artinya bahwa, dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bagi pelaku usaha harus beritikad baik dalam melakukan usahanya, sedangkan bagi konsumen harus juga beritikad baik dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa³³.

Menyangkut kewajiban konsumen beritikad 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.

³³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, dikutip dari Sri Rezeki Hartono, makalah "Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen" dalam buku Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta:Sinar Grafika, 2009), hlm.38

Berbeda dengan pelaku usaha kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha).

E. Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha dengan Konsumen

Hubungan antara produsen dan konsumen yang bersifat massal tersebut menciptakan hubungan secara individual/personal sebagai hubungan hukum yang spesifik. Hubungan hukum yang spesifik ini sangat bervariasi, yang sangat dipengaruhi oleh berbagai keadaan antara lain:

- a. Kondisi, harga dari suatu jenis komoditas tertentu;
- b. Penawaran dan syarat perjanjian;
- c. Fasilitas yang ada, sebelum dan purna jual, dan sebagainya;
- d. Kebutuhan para pihak pada rentang waktu tertentu.

Keadaan-keadaan seperti di atas, pada dasarnya akan sangat mempengaruhi dan menciptakan kondisi perjanjian yang juga sangat bervariasi. Dalam praktiknya, hubungan hukum seringkali melemahkan posisi konsumen karena secara sepihak para produsen/distributor sudah menyiapkan satu kondisi perjanjian dengan adanya perjanjian baku yang syarat-syaratnya secara sepihak ditentukan pula oleh produsen atau jaringan distributornya.

Sebelum konsumen memakai atau mengonsumsi produk yang diperolehnya di pasar, tentu ada peristiwa-peristiwa yang terjadi. Peristiwa-peristiwa atau keadaan-keadaan itu dapat digolongkan atau dikelompokkan ke dalam beberapa peristiwa/keadaan.

Tahapan-tahapan transaksi itu dapat dibedakan dalam tiga tahap, yaitu tahap pratransaksi, tahap transaksi (yang sesungguhnya), dan tahap purnatransaksi:

a. Tahap Pra Kontraktual

Di dalam tahap ini para pihak sedang saling menjajaki dalam tahapan ini para pihak sedang saling menjajaki, dalam tahapan ini menjadi negoisasi antara kedua belah pihak, tawar-menawar, demand dan supply, sampai terjadinya consensus.

1. Negosiasi
2. *Memorandum Of Understanding*
3. Studi kelayakan
4. Negoisasi (lanjutan)

b. Tahap Kontraktual

Tahap mulai terjadinya perjanjian sampai pelaksanaan perjanjian selesai. Dalam tahap ini dilaksanakan emenuhan syarat sahnya kontrak, pelaksanaan prestasi sampai berakhirnya kontrak.

1. Penulisan Naskah Awal
2. Perbaikan Naskah Awal
3. Penulisan Naskah Akhir
4. Penandatanganan

c. Post Kontraktual

Tahap setelah perjanjian selesai, yaitu masa pemeliharaan, jaminan cacat tersembunyi, atau fase garansi.

1. Pelaksanaan
2. Penafsiran
3. Penyelesaian sengketa

F. Perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha

Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengatur perbuatan hukum yang dilarang bagi pelaku usaha, Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ada beberapa adalah sebagai berikut ;

- 1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa.
- 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 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha yang 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) bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Larangan mengenai kelayakan produk, baik itu berupa barang dan/atau jasa pada dasarnya berhubungan erat dengan karakteristik dan sifat barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tersebut. Kelayakan produk tersebut merupakan “standar minimum” yang harus dipenuhi atau dimiliki oleh suatu barang dan/atau jasa tertentu sebelum barang dan/atau jasa tersebut dapat diperdagangkan untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas.

Standar minimum tersebut kadang-kadang sudah ada yang menjadi “pengetahuan umum”, namun sedikit banyaknya masih memerlukan penjelasan lebih lanjut. Untuk itu, informasi menjadi suatu hal yang penting bagi konsumen. Informasi yang demikian tidak hanya datang dari pelaku usaha semata-mata, melainkan juga berbagai sumber lain yang dapat dipercaya, serta di

pertanggungjawabkan sehingga akhirnya konsumen tidak dirugikan, dengan membeli barang dan/atau jasa yang sebenarnya tidak layak untuk diperdagangkan.