

**PENEYELESAIAN SENGKETA  
PELANGGARAN HUKUM PERLINDUNGAN  
KONSUMEN MENURUT UNDANG-UNDANG  
NOMOR 8 TAHUN 1999<sup>1</sup>  
Oleh: Fridolin Situngkir<sup>2</sup>**

**ABSTRAK**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah bentuk sengketa pelanggaran hukum perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan bagaimanakah cara penyelesaian sengketa pelanggaran hukum perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normative dan dapat disimpulkan: 1. Jenis sengketa pelanggaran hukum perlindungan konsumen terdiri dari sengketa di bidang periklanan; sengketa di bidang perjanjian standar; layanan purnajual; hak atas kekayaan intelektual; asuransi; dan produk pangan yang membahayakan konsumen. Keenam jenis sengketa ini merupakan penjabaran lebih lanjut dari berbagai larangan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. 2. Adapun bentuk penyelesaian sengketa yang dilakukan untuk menyelesaikan persoalan sengketa pelanggaran perlindungan konsumen menurut sistem perundangan ini, terdiri dari dua jenis, yakni: bisa melalui peradilan umum, dan juga bisa melalui jalur di luar peradilan. Jalur peradilan umum dengan memanfaatkan peran lembaga perlindungan konsumen nasional melalui jalur: mengajukan gugatan, proses penyidikan, dan kemudian proses peradilan yang ditempuh dalam peradilan melalui tiga alternatif, yakni: gugatan permohonan atau

gugatan voluntair; gugatan contentiosa; dan gugatan perwakilan kelompok. Sedangkan melalui jalur di luar peradilan, proses penyelesaiannya bisa dilakukan dengan melalui beberapa alternatif, diantaranya adalah: negosiasi; mediasi; proses konsiliasi; fasilitasi; proses penilai independen; dan arbitrase.

Kata kunci: Sengketa, Konsumen.

**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang**

Hukum perlindungan konsumen merupakan masalah yang menarik untuk diselidiki dalam mempelajari sistem perundang-undangan di Indonesia. Persoalan dasarnya adalah karena konsumen yang 'nota bene' adalah masyarakat, patut dilindungi dari segala macam bentuk ketidakadilan karena keadilan adalah Kebajikan Utama (Plato dan Aristoteles) dan pengakuan dan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban.<sup>3</sup>

Adapun faktor yang mempengaruhi munculnya berbagai persoalan seputar perlindungan konsumen pada umumnya terdiri dari dua faktor, antara lain faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang datang dari dalam diri konsumen sendiri, berupa: tingkat pendidikan karena masing-masing konsumen memiliki latar belakang yang berbeda-beda, dan tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Contoh konkret yang bisa disampaikan sehubungan dengan faktor internal ini adalah sebagaimana kasus yang dialami sebagian mahasiswa hukum beberapa waktu lalu (tahun 2013); karena keterbatasan pemahaman tentang hukum perlindungan konsumen, dan juga karena faktor budaya "baku sayang" maka hal ini

<sup>1</sup> Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing : Prof. Atho Bin Smith, SH, MH; Michael G. Nainggolan, SH, MH, DEA; Evie Sompie, SH, MH

<sup>2</sup> Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat. NIM. 080711636

<sup>3</sup> Sujarwa, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm.59; Andre Ata Ujan, *Keadilan dan Demokrasi Telaah Filsafat Politik John Rawls*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hlm. 23.

tidak diteruskan ke ranah yang lebih tinggi. Pihak konsumen (mahasiswa) mengalami kerugian karena keracunan makanan, namun perlindungan hukumnya tidak diperhitungkan.

Adapun faktor eksternalnya adalah karena pengaruh globalisasi yang menyebabkan konsumen diberikan banyak pilihan, pelaku usaha semakin dipicu untuk memproduksi barang dan jasa yang sesuai kebutuhan dan diminati oleh masyarakat namun kadang kala kurang memperhatikan kualitas bahan produksi yang benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Sebagai contoh, banyak produksi makanan ringan atau pun minuman ringan yang masih menggunakan zat pewarna dengan pertimbangan ekonomis (tidak mahal) sehingga faktor perlindungan konsumen dengan memperhitungkan kualitas barang yang diproduksi kurang diperhitungkan.

Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Selain lembaga-lembaga resmi pemerintahan dan lembaga swadaya masyarakat tersebut, pihak lembaga pendidikan juga bertanggungjawab untuk secara akademik memberikan kesadaran dan perlindungan hukum bagi konsumen melalui tulisan-tulisan dan seruan-seruan rasional bagi peningkatan perlindungan konsumen dari bahaya kapitalisme ekonomi. Perlindungan konsumen di sini perlu dijelaskan dalam konteks hubungannya dengan semua pelaku usaha. Dan yang dimaksud dengan pelaku usaha di sini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain sebagainya.<sup>4</sup>

<sup>4</sup>Kristiyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), 41.

Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, maka Penulis tertarik untuk melakukan tulisan hukum dengan mengangkat judul: "Penyelesaian sengketa pelanggaran hukum perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999."

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah bentuk sengketa pelanggaran hukum perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999?
2. Bagaimanakah cara penyelesaian sengketa pelanggaran hukum perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999?

## **C. Metode Penulisan**

Untuk mengumpulkan bahan yang akan disusun dalam skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian yuridis normatif.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Sengketa Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999**

#### **1. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha menurut UU No. 8 Tahun 1999**

##### **1) Larangan pada produksi dan perdagangan**

Pasal 8 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan:

- (1) pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang: a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan; b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut; c. tidak sesuai

dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan 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, etiket 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 kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut; h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label; i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat; j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud;

- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar;
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.<sup>5</sup>

## **2) Larangan pada pengiklanan dan penawaran**

Pasal 9 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan:

- (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 aksesori 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 mempunyai 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

---

<sup>5</sup> M. Sadar, dkk., *Op.Cit.*, hlm. 41.

dan/atau jasa lain; j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap; k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud dalam 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.<sup>6</sup>

### 3) Larangan pada promosi/iklan

Pasal 10 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan: pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai: a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa; b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa; c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan atau jasa; d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan; e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.<sup>7</sup>

### 4) Larangan pada penjualan obral

Pasal 11 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan: pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan: a. Menyatakan barang dan/atau

jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu; b. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi; c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain; d. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain; e. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain; f. Menaikan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.<sup>8</sup>

### 5) Larangan pada harga/tarif khusus dan hadiah

Pasal 12 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan: “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.”<sup>9</sup>

Pasal 13 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan:

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

<sup>6</sup> M. Sadar, dkk., *Op.Cit.*, hlm. 42.

<sup>7</sup> M. Sadar, dkk., *Op.Cit.*, hlm. 43

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 43.

<sup>9</sup> *Ibid.*

pelayanan kesehatan dengan cara memberikan hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.<sup>10</sup>

Pasal 14, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan: Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk: a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan; b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa; c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan; d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.<sup>11</sup>

Pasal 15 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan: Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.<sup>12</sup>

Pasal 16 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan: Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk: a. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan; b. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

#### **6) Larangan pada usaha periklanan**

Pasal 17 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatakan:

(1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang: a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa

serta ketepatan waktu penerimaan barang dan atau jasa; b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan atau jasa; c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa; d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa; e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan; f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

(2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).<sup>13</sup>

### **2. Prinsip-Prinsip Hukum Perlindungan Konsumen**

Prinsip tentang tanggungjawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggungjawab dan seberapa jauh tanggungjawab dapat dibebankan kepada pihak yang terkait.

### **3. Jenis-Jenis Sengketa Pelanggaran Hukum**

Jenis sengketa pelanggaran hukum perlindungan konsumen sebenarnya merupakan perpanjangan dari berbagai jenis larangan sebagaimana diatur dalam Undang-undang nomor 8 tahun 1999, Pasal 8 sampai dengan Pasal 17. Adapun jenis sengketa pelanggaran hukum menurut Undang-undang ini, antara lain:

- a. Sengketa Di Bidang Periklanan
- b. Sengketa Di Bidang Perjanjian Standar

---

<sup>10</sup>*Ibid.* hlm. 44.

<sup>11</sup>*Ibid.*

<sup>12</sup>*Ibid.*

---

<sup>13</sup>*Ibid.*, hlm. 44.

- c. Layanan Purnajual
- d. Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI)
- e. Asuransi
- f. Produk Pangan Yang Membahayakan Konsumen

Dengan demikian, perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan negara memang haruslah segera dapat diimplementasikan dalam kerangka kehidupan ekonomi. Hal ini penting, mengingat bahwa perlindungan konsumen haruslah menjadi salah satu perhatian yang utama karena berkaitan erat dengan kesehatan dan keselamatan masyarakat sebagai konsumen.

## **B. Penyelesaian Sengketa Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999**

### **1. Lembaga Yang Berwenang**

#### **a. Badan Perlindungan Konsumen Nasional**

Dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen disebutkan adanya Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan ini terdiri atas 15 orang sampai dengan 25 orang anggota yang mewakili unsur: pemerintah, pelaku usaha, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, akademisi, dan tenaga ahli. Masa jabatan mereka adalah 3 tahun, dan dapat diangkat kembali untuk satu kali masa jabatan berikutnya.

#### **b. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat**

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, diatur dalam UUPK, khususnya Pasal 44, yang mengatakan bahwa: ayat (1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat. Ayat (2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen. Ayat (3) Tugas

lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan: a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya; c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen; d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; dan e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. Ayat (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.<sup>14</sup>

#### **c. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen**

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen disingkat sebagai BPSK adalah salah satu lembaga peradilan konsumen berkedudukan pada tiap Daerah Tingkat II kabupaten dan kota di seluruh Indonesia sebagaimana diatur menurut Undang-undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bertugas utama menyelesaikan persengketaan konsumen di luar lembaga pengadilan umum.<sup>15</sup>

BPSK beranggotakan unsur perwakilan aparatur pemerintah, konsumen dan pelaku usaha atau produsen yang diangkat atau diberhentikan oleh Menteri, dalam menangani dan mengatur permasalahan konsumen, BPSK memiliki kewenangan untuk melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan dan keterangan dari para pihak yang bersengketa, melihat atau

<sup>14</sup>Pasal 44, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>15</sup>Pasal 49, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

meminta tanda bayar, tagihan atau kuitansi, hasil test lab atau bukti-bukti lain, keputusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) bersifat mengikat dan penyelesaian akhir bagi para pihak.

## 2. Proses Penyelesaian Sengketa

Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.<sup>16</sup>

Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan menurut ketentuan Pasal 47 UUPK, Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

## 3. Sanksi Hukum

Sanksi hukum atas sengketa perlindungan konsumen yang telah diputuskan di pengadilan, secara khusus diatur dalam BAB XIII UUPK. Adapun jenis sanksinya antara lain adalah:

---

<sup>16</sup>Pasal 45 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

### a. Sanksi Administratif

Dalam pasal 60 UUPK dijelaskan, Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26 undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).<sup>17</sup>

### b. Sanksi Pidana

Pasal 61 UUPK menjelaskan bahwa Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.<sup>18</sup>

Pasal 62 menjelaskan bahwa Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).<sup>19</sup>

Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f di pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63 menjelaskan: Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan,

---

<sup>17</sup>Bdk. Pasal 60, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>18</sup>Pasal 61, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>19</sup>Pasal 62, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

berupa:<sup>20</sup>1). perampasan barang tertentu; 2). pengumuman keputusan hakim; 3). pembayaran ganti rugi; 4). perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen; 5). kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau 6). pencabutan izin usaha.

#### 4. Pembinaan Dan Pengawasan

Tentang pembinaan dijelaskan dalam pasal 29 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sebagai berikut:<sup>21</sup>

- (1) Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
- (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
- (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk: a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen; b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; c. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan

perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sedangkan pengawasan dijelaskan dalam pasal 30 Undang-undang ini sebagai berikut:

- (1) Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- (2) Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- (4) Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
- (6) Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.<sup>22</sup>

#### PENUTUP

<sup>20</sup> Pasal 63, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

<sup>21</sup> Pasal 29, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

<sup>22</sup> Pasal 30, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.



## A. Kesimpulan

1. Jenis sengketa pelanggaran hukum perlindungan konsumen terdiri dari sengketa di bidang periklanan; sengketa di bidang perjanjian standar; layanan purnajual; hak atas kekayaan intelektual; asuransi; dan produk pangan yang membahayakan konsumen. Keenam jenis sengketa ini merupakan penjabaran lebih lanjut dari berbagai larangan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Adapun bentuk penyelesaian sengketa yang dilakukan untuk menyelesaikan persoalan sengketa pelanggaran perlindungan konsumen menurut sistem perundangan ini, terdiri dari dua jenis, yakni: bisa melalui peradilan umum, dan juga bisa melalui jalur di luar peradilan. Jalur peradilan umum dengan memanfaatkan peran lembaga perlindungan konsumen nasional melalui jalur: mengajukan gugatan, proses penyidikan, dan kemudian proses peradilan yang ditempuh dalam peradilan melalui tiga alternatif, yakni: gugatan permohonan atau gugatan voluntair; gugatan contentiosa; dan gugatan perwakilan kelompok. Sedangkan melalui jalur di luar peradilan, proses penyelesaiannya bisa dilakukan dengan melalui beberapa alternatif, diantaranya adalah: negosiasi; mediasi; proses konsiliasi; fasilitasi; proses penilai independen; dan arbitrase.

## B. Saran

1. Bagi para konsumen agar supaya meningkatkan kesadaran pemahaman hukum akan pentingnya kehati-hatian dalam melakukan transaksi terhadap semua barang dan jasa yang hendak dibeli agar menghindari terjadinya kerugian akibat transaksi dimaksud.

2. Bagi para pelaku usaha agar dalam menciptakan produk, perlu memperhatikan hukum yang berlaku demi keamanan hasil produksi sehingga tidak memunculkan kerugian bagi masyarakat sebagai konsumen akhir.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Utama:

- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011).
- Marsudi, H. Subandi Al, *Pancasila dan UUD'45 dalam Paradigma Reformasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008).
- Marzuki, Peter Mahmud, *"Penelitian Hukum"*, (Jakarta Prenada media Group, 2011).
- Muhammad, Abdulkadir, *Hukum Perusahaan Indonesia; cetakan keempat revisi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010).
- Rahmadi, Takdir, *Mediasi Penyelesaian Sengketa Melalui Pendekatan Mufakat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).
- Sadar, M. dkk., *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Akademia, 2012).
- Sujarwa, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).
- Syamsuddin, M. Dkk., *Pendidikan Pancasila-menempatkan Pancasila dalam Konteks Keislaman dan Keindonesiaan*, (Yogyakarta: Total Media, 2009).
- Syarief, Elza, *Menuntaskan Sengketa Tanah Melalui Pengadilan Khusus Pertanahan*, Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia), 2012).
- Ujan, Andre Ata, *Keadilan dan Demokrasi Telaah Filsafat Politik John Rawls*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001).
- Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Arbitrase*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003).
- Yusriyadi, *Industrialisasi dan Perubahan Fungsi Sosial Hak Milik Atas Tanah*, (Yogyakarta: Genta Publishing, 2010).

**Sumber Lain-Lain:**

**Undang-Undang dan Kamus**

Prajogo, Soesilo, *Kamus Hukum Internasional dan Indonesia*, (Jakarta: Wacana Intelektual, 2007).

RedaksiInteraksara, *Amandemen Undang-undang Dasar 1945 (perubahan pertama, kedua, ketiga dan keempat-naskah lengkap)*, (Tangerang: Interaksara).

Tim RedaksiVisimedia, *Undang-Undang HAM*, (Jakarta: Visimedia, 2008).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

**Traktat, Diktat, Makalah dan Sumber Internet:**

Sudjoko, Albertus, *Etika Umum* (Traktat Kuliah untuk Mahasiswa Sekolah Tinggi Filsafat Seminari Pineleng), Pineleng, 2007.

<http://maximusblue.blogspot.com/2009/12/upaya-penyelesaian-sengketa-konsumen.html>

<http://artikata.com/arti-369790-pelanggaran.html>