

**PERAN DAN FUNGSI LEMBAGA PENGAWASAN
DALAM TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA
MENURUT UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN¹**

Oleh : Magdalena Peggy Pantouw²

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran dan fungsi lembaga pengawasan dalam tanggung jawab pelaku usaha menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap penyelesaian masalah yang terjadi pada konsumen. Dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif disimpulkan: 1. Peran dan fungsi lembaga pengawasan dalam tanggung jawab pelaku usaha menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang berfungsi untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. 2. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap penyelesaian masalah yang terjadi pada konsumen meliputi: 1) Pertanggungjawaban publik; Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan; Atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh produsen maka kepadanya dikenakan sanksi-sanksi hukum, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana. Beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan. 2) Pertanggungjawaban privat (keperdataan); berupa memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggung jawab yang dimaksud di sini adalah tanggung jawab keperdataan, baik yang bersifat kontraktual maupun di luar hubungan kontraktual.

¹ Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing : Prof. Ronald J. Mawuntu, SH, MH; Henry R. Ch. Memah, SH, MH

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 120711611

Kata kunci: Peran dan fungsi, lembaga pengawasan, pelaku usaha, perlindungan konsumen.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dunia usaha yang sangat ketat dan iklim persaingan yang sangat kompetitif, menyebabkan banyak perusahaan atau dunia usaha yang berupaya untuk memenangkan persaingan dengan strategi yang dikembangkan oleh masing-masing perusahaan. Penggunaan strategi yang ditetapkan perusahaan dan diterapkan oleh para marketing perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa perusahaan, tidak jarang telah menyebabkan konsumen mengalami kerugian baik yang disengaja, atau karena konsumen tidak memperoleh informasi yang benar dan cukup pada saat penawaran produk atau jasa dilakukan. Akibatnya banyak konsumen yang merasa dirugikan kepentingannya, atau dirugikan karena merasa tertipu dengan program promosi yang disampaikan, yang tidak sesuai dengan kenyataan kualitas produk yang diterima. Pada umumnya konsumen tidak mengetahui dari bahan apa suatu produk itu dibuat, bagaimana proses pembuatannya serta strategi pasar apa yang dijamin untuk mendistribusikannya, maka diperlukan kaidah hukum yang dapat melindungi. Perlindungan itu sesungguhnya berfungsi menyeimbangkan kedudukan konsumen dan pengusaha, dengan siapa mereka saling berhubungan dan saling membutuhkan.³

Peran lembaga yang bergerak dibidang perlindungan konsumen menjadi penting, yang terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen, melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. Lembaga pengawasan dalam perannya dapat dinilai sebagai yang bertanggungjawab terhadap pengawasan peredaran barang-barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat yaitu yang ada pada badan BPOM dan departemen terkait yang

³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hal. 26.

mengeluarkan izin produksi, perdagangan dan peredaran suatu produk.

Pasal 1 angka (2) UUPK, mengatur bahwa kata “pemakai” menekankan pada 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.⁴ Artinya, tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara 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*). Konsumen bukan hanya sekedar pembeli (*buyer* atau koper) tetapi semua orang (perseorangan atau badan usaha) yang mengonsumsi suatu barang dan/atau jasa. Jadi, yang paling penting adalah terjadinya suatu transaksi barang dan/atau jasa.

Upaya pemberdayaan penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Tidak kalah pentingnya juga yaitu peran dan fungsi lembaga pengawasan dalam tanggung jawab pelaku usaha menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dalam melakukan pengawasan terhadap perlindungan hak-hak konsumen dalam mengonsumsi atau membeli suatu barang yang ditawarkan atau dijual oleh pelaku usaha.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah peran dan fungsi lembaga pengawasan dalam tanggung jawab pelaku usaha menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?
2. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha terhadap penyelesaian masalah yang terjadi pada konsumen?

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang termasuk jenis penelitian normatif, di mana didalamnya penulis meneliti dan mempelajari norma yang terdapat dalam peraturan perundang-undangan ataupun

norma yang mengatur tentang peran dan fungsi lembaga pengawasan dalam tanggung jawab pelaku usaha sehingga dapat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

PEMBAHASAN

A. Peran Dan Fungsi Lembaga Pengawasan Dalam Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Konsumen senantiasa berada pada posisi lemah dan dirugikan. Perlu ada aturan yang dapat menjembatani kepentingan pelaku usaha dan kepentingan konsumen karena dua pihak tersebut bagai dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan, saling membutuhkan tidak mengambil keuntungan kemudian dibiarkan merugi, tidak ada bentuk pertanggungjawaban dan perlindungan bagi pihak yang dirugikan.

Lembaga instansi dan perannya dalam perlindungan konsumen di Indonesia antara lain :

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional Berdasarkan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan adanya Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan ini terdiri atas 15 orang sampai dengan 25 orang anggota yang mewakili unsur: (1) Pemerintah, (2) Pelaku usaha, (3) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, (4) akademisi, dan (5) tenaga ahli. Masa jabatan mereka adalah tiga tahun. Dan dapat diangkat kembali untuk satu kali masa jabatan berikutnya.⁵

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPSK) ini diangkat oleh Presiden atas usul Menteri (bidang perdagangan) setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat. Syarat-syarat keanggotaannya menurut Pasal 37 UUP adalah :

1. Warga Negara Indonesia;
2. Berbadan sehat;
3. Berkelakuan baik;
4. Tidak pernah dihukum karena kejahatan;
5. Memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;

⁴ *Ibid*, hal. 28.

⁵ Shidarta, *Loc.Cit*, hal. 105.

6. Berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.⁶

Menurut pendapat penulis, syarat di atas persis seperti yang juga berlaku untuk menjadi anggota Badan Penyelesaian Sengketa (Pasal 49 UUPK). Bedanya adalah dalam UUPK, keanggotaan BPKN dicantumkan secara tegas batas masa jabatannya dan kapan yang bersangkutan dapat berhenti sebagai anggota. Aturan demikian tidak disebutkan untuk keanggotaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Menurut Pasal 38 UUPK, keanggotaan BPKN berhenti karena :

1. Meninggal dunia;
2. Mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
3. Bertempat tinggal di luar wilayah Negara Republik Indonesia;
4. Sakit secara terus-menerus;
5. Berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
6. Diberhentikan

Didalam melaksanakan tugas-tugasnya, BPKN dibantu oleh suatu sekretariat yang dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua BPKN. Sekretariat ini paling tidak terdiri atas lima bidang, yaitu (1) administrasi dan keuangan, (2) penelitian, pengkajian dan pengembangan, (3) pengaduan, (4) pelayanan informasi, dan (5) kerjasama internasional.

BPKN berkedudukan di Jakarta dan bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Jika diperlukan, BPKN dapat membentuk perwakilan di ibukota provinsi. Fungsi BPKN ini hanya memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk menjalankan fungsi tersebut, badan ini mempunyai tugas (Pasal 34 UUPK) :⁷

1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada Pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;

2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
4. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
5. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
7. Melakukan survey yang menyangkut kebutuhan konsumen

Di luar BPKN yang independen, dalam Pasal 29 dan 30 UUPK diamanatkan, Pemerintah c.q. Menteri yang membidangi perdagangan ditugasi juga untuk mengkoordinasikan pembinaan dan pengawasan perlindungan konsumen secara nasional. Pembinaan dan pengawasan yang lebih khusus dilakukan oleh menteri-menteri teknis sesuai bidang tugas mereka. Menteri yang membidangi perdagangan itu berwenang membentuk tim koordinasi pengawasan barang dan/atau jasa yang beredar di pasar. Tim ini terdiri atas wakil instansi terkait, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM). Fungsi tim pun hanya sebatas memberikan rekomendasi kepada menteri untuk melakukan tindakan konkret, seperti penghentian produksi atau peredaran barang/jasa yang dinilai melanggar peraturan yang berlaku.

Dengan demikian, ada perbedaan antara BPKN dan tim di atas, BPKN berfungsi memberikan rekomendasi kepada Pemerintah dalam rangka penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen, sementara tim koordinasi yang dibentuk oleh menteri itu berfungsi memberikan rekomendasi berupa

⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hal. 118.

⁷ *Ibid*, hal. 119.

tindakan konkret atas setiap permasalahan yang timbul di lapangan.⁸

2. Pengertian dan Peran LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat)

Kian ketatnya persaingan dalam merebut pangsa pasar melalui bermacam-macam produk barang, maka perlu keseriusan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) perlu memantau secara serius pelaku usaha/penjual yang hanya mengejar profit semata dengan mengabaikan kualitas produk barang.⁹

Problematika yang muncul dengan kehadiran LPKSM adalah kelanjutan dari fungsi serupa yang selama ini telah dijalankan oleh lembaga-lembaga konsumen sebelum berlakunya UUPK. Ada pandangan kehadiran LPKSM merupakan bentuk intervensi Negara terhadap kebebasan berserikat dan berkumpul dari kelompok masyarakat, namun di sisi lain, ia diperlukan untuk memberikan jaminan *accountability* lembaga-lembaga konsumen tersebut, sehingga kehadiran LPKSM ini betul-betul dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Menurut pendapat penulis, hal ini disebabkan oleh masih banyak produk tidak bermutu dan palsu yang beredar bebas di masyarakat, apalagi, masyarakat pedesaan yang belum memahami efek atau indikasi dari produk barang yang digunakan, misalkan makanan kaleng, minuman botol, obat-obatan dan masih banyak lagi. Ketidaktahuan masyarakat dapat memberi peluang pelaku usaha atau penjual untuk membodohi masyarakat dengan produk yang tidak memenuhi standar.

Oleh karena itu, LPKSM dan cabangnya di daerah harus mengontrol dengan sungguh-sungguh kelaikan produk barang yang dipasarkan melalui penyuluhan kepada masyarakat tentang tertib niaga dan hukum perlindungan konsumen agar

mereka tidak terjebak tindakan pelaku usaha yang hanya memprioritaskan keuntungan dengan mengorbankan masyarakat.

LPKSM diharapkan sering melakukan advokasi melalui media massa agar masyarakat selektif serta hati-hati dalam membeli produk barang yang muncul deras di pasaran. Selain itu, unit pengaduan masyarakat perlu dibentuk sebagai sarana pengaduan masyarakat yang dirugikan dari produk barang yang digunakan. Hasil temuan LPKSM yang disampaikan masyarakat juga harus mendapat tindak lanjut dan penyelesaian secara tuntas. Diharapkan pula kehadiran LPKSM bukan justru berpihak kepada pelaku usaha atau penjual dengan mengorbankan konsumen.

Berkaitan dengan implementasi perlindungan konsumen, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tugas dan wewenang LPKSM sebagaimana tertuang dalam Pasal 44, yakni sebagai berikut :¹⁰

1. Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
2. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
3. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan :
 - a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. Memberikan nasehat 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;

⁸ Shidarta, *Op.Cit.*, hal. 109.

⁹ Marianus Gaharpaung, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Korban Atas Tindakan Pelaku Usaha, *Jurnal Yustika*, Vol. 3 No. 1 Juli 2000, hal. 42.

¹⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, hal. 121.

- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

3. Peran Serta YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) Dalam Perlindungan Konsumen

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Penyelesaian Masalah Yang Terjadi Pada Konsumen

Tanggung jawab produsen/pelaku usaha terhadap penyelesaian masalah yang terjadi pada konsumen dapat diuraikan sebagai berikut ini :

1. Pertanggungjawaban publik

Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Karena itu, kepada produsen dibebankan tanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma-norma hukum, kepatutan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku di kalangan dunia usaha. Etika bisnis merupakan salah satu pedoman bagi setiap pelaku usaha.¹¹ Prinsip *business is business*, tidak dapat diterapkan, tetapi harus dengan pemahaman atas prinsip bisnis untuk pembangunan. Jadi, sejauh mungkin, pelaku usaha harus bekerja keras untuk menjadikan usahanya memberi kontribusi pada peningkatan pembangunan nasional secara keseluruhan.

Kewajiban pelaku usaha untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan kegiatannya (Pasal 7 angka 1) berarti bahwa pelaku usaha ikut bertanggung jawab untuk menciptakan iklim yang sehat dalam berusaha demi menunjang pembangunan nasional. Jelas ini adalah tanggung jawab public yang diemban oleh seorang pelaku usaha. Banyak ketentuan di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen ini yang bermaksud mengarahkan pelaku usaha untuk berperilaku sedemikian rupa dalam rangka menyukseskan pembangunan

ekonomi nasional, khususnya di bidang usaha.

Atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh produsen maka kepadanya dikenakan sanksi-sanksi hukum, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana. Beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan.

Pemberian sanksi ini penting mengingat bahwa menciptakan iklim berusaha yang sehat membutuhkan keseriusan dan ketegasan. Untuk ini sanksi merupakan salah satu alat untuk mengembalikan keadaan pada keadaan semula manakala telah terjadi pelanggaran (rehabilitasi) sekaligus sebagai alat preventif bagi pengusaha lainnya sehingga tidak terulang lagi perbuatan yang sama.¹²

Bentuk pertanggungjawaban administratif yang dapat dituntut dari produsen sebagai pelaku usaha diatur di dalam Pasal 60 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu pembayaran ganti kerugian paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta) rupiah, terhadap pelanggaran atas ketentuan tentang :¹³

- a. Kelalaian membayar ganti rugi kepada konsumen (Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3))
- b. Periklanan yang tidak memenuhi syarat (Pasal 20)
- c. Kelalaian dalam menyediakan suku cadang (Pasal 25); dan
- d. Kelalaian memenuhi garansi/jaminan yang dijanjikan.

Berkaitan dengan pertanggungjawaban pidana yang dibebankan kepada produsen, baik pelaku usaha yang bersangkutan maupun pengurusnya (jika produsen berbentuk badan usaha) adalah :

- a. Pidana penjara paling lama lima tahun atas pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf e, ayat (2) dan Pasal 18.
- b. Pidana penjara paling lama dua tahun atau denda paling banyak Rp 500.000.00

¹¹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006, hal. 94.

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid.*

- (lima ratus juta) rupiah, terhadap pelanggaran atas ketentuan Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16 dan Pasal 17
- c. Terhadap sanksi pidana di atas dapat dikenakan hukuman tambahan berupa tindakan :
1. Perampasan barang tertentu
 2. Pengumuman keputusan hakim
 3. Pembayaran ganti rugi
 4. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen
 5. Kewajiban menarik barang dari peredaran; atau
 6. Pencabutan izin usaha
2. Pertanggungjawaban privat (keperdataan) ayat (1) huruf d dan huruf f.
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur mengenai pertanggungjawaban produsen, yang disebut dengan pelaku usaha, pada Bab VI dengan judul Tanggung Jawab Pelaku Usaha, Pasal 19-Pasal 28. Ketentuan pasal-pasal tersebut adalah sebagai berikut :¹⁴
- a. Pasal 19
- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan
 - (2) 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
 - (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi
 - (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsure kesalahan

- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1)) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Dimaksudkan dengan Pasal 19 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini adalah jika konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengonsumsi produk yang diperdagangkan, produsen sebagai pelaku usaha wajib memberi penggantian kerugian, baik dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, perawatan, maupun dengan pemberian santunan. Penggantian kerugian itu dilakukan dalam waktu paling lama tujuh hari setelah tanggal transaksi.¹⁵ Dengan demikian, ketentuan ini tidak dimaksudkan supaya persoalan diselesaikan melalui pengadilan, tetapi merupakan kewajiban mutlak bagi produsen untuk memberi penggantian kepada konsumen, kewajiban yang harus dipenuhi seketika. Namun demikian, dengan memperhatikan Pasal 19 ayat (5) maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud di sini adalah kalau kesalahan tidak pada konsumen. Jika sebaliknya kesalahan ada pada konsumen, maka produsen dibebaskan dari kewajiban tersebut.

b. Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Pasal 20 ini menegaskan bahwa tanggung jawab atas iklan dan segala akibatnya berada di tangan pelaku usaha periklanan. Persoalannya ialah siapa yang dimaksud dengan pelaku usaha periklanan, apakah hanya perusahaan produsen iklan saja atukah termasuk pemesan dan medianya? Hal ini tentu masih membutuhkan penjelasan yang lebih mendalam. Dalam keadaan tertentu, pihak pemesan iklandan media penyiaran tentu

¹⁴ *Ibid*, hal. 95.

¹⁵ *Ibid*, hal. 95.

dapat dan bahkan lebih patut diminta pertanggungjawabannya.

c. Pasal 21

(1) Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.

(2) Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyedia jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.¹⁶

Pasal 21 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini berbicara tentang tanggung jawab atas barang dan atau jasa impor. Yang bertanggung jawab atas barang dan atau jasa impor adalah importirnya. Mereka bertanggung jawab sebagai pembuatnya.

d. Pasal 22

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsure kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Pasal 22 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini mempersoalkan tentang segi pidana dari masalah pelanggaran atas Pasal 19, Pasal 20 dan Pasal 21, di mana pembuktian unsure kesalahan pada perkara pidana itu dibebankan pada produsen dan/atau jaksa.

e. Pasal 23

Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.¹⁷

Pasal 23 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini merupakan lanjutan dari Pasal 19 yang mengatakan bahwa kalau produsen menolak membayar ganti kerugian kepada konsumen, produsen

dapat diajukan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ataupun ke pengadilan. Jadi, tampak bahwa Pasal 19 merupakan fasilitas jalan damai yang ditawarkan oleh undang-undang. Kalau para pihak tidak memanfaatkannya, dapat dipilih badan peradilan yang akan menyelesaikannya.

f. Pasal 24

(1) Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila :

(2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 24 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini mengatur tentang pertanggungjawaban atas barang produksi yang dijual oleh pelaku usaha lain. Dengan kata lain, mengatur tentang pertanggungjawaban dalam hal adanya pihak-pihak lain dalam distribusi produk. Ditegaskan bahwa tanggung jawab atas barang terletak pada pembuat, kecuali jika barang itu kemudian diubah sehingga tidak sama seperti semula lagi. Dalam hal ada perubahan, maka tanggung jawab ada pada pelaku usaha terakhir yang melakukan perubahan itu.¹⁸

g. Pasal 25

(1) Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purnajual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.

(2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi

¹⁶ *Ibid*, hal. 96.

¹⁷ *Ibid*, hal. 97.

¹⁸ *Ibid*, hal. 98.

dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut :

- a. Tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;
- b. Tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan dan/atau garansi yang diperjanjikan.

Pasal 25 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini mengatur tentang kewajiban penyediaan suku cadang dan fasilitas purnajual serta garansi sekurang-kurangnya dalam jangka waktu satu tahun. Jika ia gagal untuk itu, ia bertanggung jawab atas kerugian yang timbul karena kegagalan itu.¹⁹

h. Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Pasal 26 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini juga mengatur tentang kewajiban pelaku usaha untuk memenuhi garansinya sesuai dengan perjanjian.

i. Pasal 27

Pelaku usaha yang memproduksi barang yang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen apabila :

- a. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
- b. Cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
- e. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan

Pasal 27 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini mengatur kemungkinan-kemungkinan pembebaan pelaku usaha dari pertanggungjawaban, yaitu karena faktor-faktor pencurian, cacat yang timbul dikemudian hari, kesalahan konsumen, kadaluwarsa hak untuk menuntut.

j. Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsure kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

Pasal 28 Undang-undang Perlindungan Konsumen ini menentukan bahwa beban pembuktian berada di tangan produsen (pelaku usaha). Inilah prinsip pembuktian terbalik.

Melihat cara pengaturan tentang pertanggungjawaban sebagaimana diatur dalam pasal-pasal di atas, dapat diketahui bahwa :²⁰

- a. Undang-undang ini pertama kali memberi aturan tentang pertanggungjawaban secara umum, mengenai semua pelaku usaha atas barang atau jasa, yaitu dalam Pasal 19.
- b. Kemudian mengatur pertanggungjawaban secara khusus, yaitu pertanggungjawaban pelaku-pelaku usaha tertentu, seperti pelaku usaha periklanan (Pasal 20), importer (Pasal 21), pelaku usaha yang bertindak sebagai pembuat/produsen utama barang (Pasal 24), dan pelaku usaha yang memperdagangkan jasa (Pasal 26).
- c. Membedakan pertanggungjawaban secara hukum antara pertanggungjawaban perdata dan pertanggungjawaban pidana.
- d. Memperkenalkan badan peradilan baru, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di samping badan peradilan konvensional.
- e. Menetapkan beban pembuktian ada pada produsen dengan kemungkinan bagi jaksa untuk mengajukan pembuktian lawan dalam perkara pidana.

Tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur dalam pasal-pasal di atas adalah tanggung jawab sehubungan dengan adanya hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumennya dan tanggung jawab berdasarkan hubungan hukum yang lahir kemudian. Dengan kata lain, tanggung jawab yang dimaksud di sini adalah tanggung jawab keperdataan, baik

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid*, hal. 100.

yang bersifat kontraktual maupun di luar hubungan kontraktual.²¹

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Peran dan fungsi lembaga pengawasan dalam tanggung jawab pelaku usaha menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dilakukan oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang berfungsi untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.
2. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap penyelesaian masalah yang terjadi pada konsumen meliputi: 1) Pertanggungjawaban publik; Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan; Atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh produsen maka kepadanya dikenakan sanksi-sanksi hukum, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana. Beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan. 2) Pertanggungjawaban privat (keperdataan); berupa memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggung jawab yang dimaksud di sini adalah tanggung jawab keperdataan, baik yang bersifat kontraktual maupun di luar hubungan kontraktual.

B. Saran

1. Sebaiknya pihak Lembaga Pengawasan lebih aktif melaksanakan fungsinya dalam memberikan perlindungan kepada para konsumen, termasuk berperan aktif dalam pengawasan peredaran barang-

barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat, yaitu yang ada pada badan BPOM dan departemen terkait yang mengeluarkan izin produksi, perdagangan dan peredaran suatu produk, sehingga konsumen terlindungi dan merasa aman dalam menggunakan produk.

2. Lembaga Pengawasan di daerah, termasuk BPOM dan dinas-dinas terkait selalu aktif dalam menanggapi permasalahan konsumen. Melalui sikap proaktif dan antisipatif, dan senantiasa melakukan pembinaan terhadap pelaku usaha, agar tumbuh kesadaran mereka untuk tidak memproduksi produk-produk yang tidak berkualitas dan menjualnya kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2004.
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2001.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
- Dick Smithies, *Consumer Group and Their Relationship with Business*.
- Indah Sukmaningsih (YLKI), *Dimendi Pelayanan Publik dalam Masalah Perlindungan Konsumen, dalam Percakapan tentang Pendidikan Konsumen dan Kurikulum Fakultas Hukum*, Editor Yusuf Sofie, YLKI USAID, Jakarta, 1998.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2006.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000.
- Susanti Adi Nugraha, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana, Jakarta, 2006.
- Yusuf Sofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.
- Yusuf Sofie dan Somi Awan, *Sosok Peradilan Konsumen Mengungkap Berbagai Persoalan Mendasar Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Piramida, Jakarta, 2004.

²¹ *Ibid.*

Sumber Lain :

- Agus Brotosusilo, Makalah “Aspek-aspek Perlindungan Terhadap Konsumen dalam Sistem Hukum di Indonesia”, dalam Percakapan tentang Pendidikan Konsumen dan Kurikulum Fakultas Hukum, Editor Yusuf Sofie, YLKI-USAID, 1998.
- Indah Sukmaningsih, Harapan Segar Dari Kehadiran Undang-undang Perlindungan Konsumen, Kompas 20 April 2000, Kumpulan Kliping Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, lihat juga, J Widiyanto dan Al Wisnubroto, Fakultas Hukum Universitas Admajaya, Jakarta.
- Marianus Gaharpaung, Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Korban Atas Tindakan Pelaku Usaha, Jurnal Yustika, Vol. 3 No. 1 Juli 2000.
- Nurmadjito, Makalah “Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan Tentang Perlindungan Konsumen dalam Menghadapi Era Perdagangan Bebas” dalam buku Hukum Perlindungan Konsumen, Mandar Maju, Bandung, 2000.
- Sudaryatmo, 1999, Hukum dan Advokasi Konsumen, Citra Aditya Bakti Bandung, <http://www.scribd.com/doc/18545014/makalah-perlindungan-konsumen><http://www.pemantauperadilan.com/delik/16-PERLINDUNGAN520KONSUMEN.pdf> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.