

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA
TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT
MENGKONSUMSI BARANG DAN JASA
BERDASARKAN PASAL 19 UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN¹
Oleh : Verenika Pauth²**

ABATRAK

Tujuan dilakukannya peneelitan ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaturan tentang Hak Konsumen untuk mendapat ganti akibat menggunakan barang atau jasa yang merugikan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, di mana dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif disimpulkan bahwa: 1. Pengaturan tentang hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi sudah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan khususnya Pasal 7 dan Pasal 19. Hal ini menyangkut kalau ada kerugian, yang disebutkan oleh produk dari pelaku usaha yang merugikan konsumen, di mana produk tersebut cacat, atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian. Secara umum pelaku umum sudah melanggar Pasal 1365 KUHPerdara di mana pelaku usaha telah merugikan konsumen, maka wajib memberikan ganti kerugian akibat daripada perbuatan melawan hukum tersebut. 2. Tanggung jawab pelaku usaha terikat langsung terhadap produk, baik barang maupun jasa, apalagi kalau merugikan konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Pelaku usaha wajib bertanggung jawab terhadap seluruh barang dan jasa yang dijual atau yang dipakai oleh konsumen, karena pada prinsipnya konsumen selalu menuntut hak kenyamanan dan keamanan dalam menikmati barang atau jasa yang diberikan oleh pelaku usaha. Dengan demikian setiap kerugian terhadap barang dan jasa harus ditanggung secara mutlak oleh pengusaha dengan memberikan ganti rugi kalau tidak akan

dituntut tanggung jawab pidana sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Kata kunci: pelaku usaha; konsumen; barang dan jasa;

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memperhatikan substansi dari Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dilihat bahwa tanggungjawab pelaku usaha meliputi 3 (tiga) hal penting, yaitu: 1. tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan; 2. tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran; dan 3. tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Dengan demikian adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.³

Dalam hal ganti rugi di dalam Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen memiliki kelemahan yang sifatnya merugikan konsumen terutama dalam hal menderita suatu penyakit. Memperhatikan substansi ketentuan Pasal 19 Ayat (2) yang menyebutkan bahwa 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. Bunyi Pasal 19 ayat (2) tersebut menjelaskan bahwa konsumen hanya mendapatkan salah satu bentuk penggantian kerugian yaitu ganti kerugian atas harga barang atau hanya berupa perawatan kesehatan, jadi tidak bisa di akumulasi ganti kerugiannya secara bersamaan ganti rugi atas harga barang dan perawatan kesehatan.

Demikian juga dengan ketentuan Pasal 19 ayat (3) yang menyebutkan bahwa Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Bagaimana jika konsumen yang mengkonsumsi barang di hari kedelapan setelah transaksi, tindakan mendapatkan penggantian kerugian-kerugian dari pelaku usaha walaupun secara nyata konsumen yang bersangkutan telah

¹ Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing: Dr. Ralfie Pinasang, S.H., M.H; Hendrik B. Sompotan, S.H., M.H

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. 15071101661

³Ahmadi Miru, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, hal. 126.

menderita kerugian. Untuk itulah maka penulis akan mengkaji tanggung jawab pelaku usaha dengan judul skripsi: "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Akibat Kerugian Dalam Penggunaan Barang Dan jasa Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan tentang Hak Konsumen untuk mendapat ganti akibat menggunakan barang atau jasa yang merugikan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999?

C. Metode Penulisan

Penulisan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian hukum normatif.

PEMBAHASAN

A. Hak Konsumen Untuk Mendapatkan Ganti Kerugian

Hak Konsumen untuk mendapatkan ganti rugi secara khusus belum secara terperinci diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen baik bentuk dan besarnya. Undang-undang Nomor 8 1998 telah mengatur secara umum hak-hak konsumen yang wajib dihormati oleh para pelaku usaha. Seperti yang diungkapkan oleh Presiden Amerika Serikat Kennedy dalam pidatonya di depan Kongres Amerika Serikat mengemukakan 4 (empat) hak konsumen. Hak-hak tersebut yaitu: *the right to safety*, (Hak atas Keamanan Produk) *the right to be informed* (hak atas Informasi Produk), *the right to choose*, (hak untuk memilih produk) *the right to be heard*, (hak untuk didengar pendapatnya) Hak-hak tersebut disampaikan dalam pidatonya di depan Kongres pada tanggal 15 Maret 1962.⁴

Pidato Presiden Kennedy tersebut menjadi inspirasi bagi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), *The Guidelines for Consumer Protection* tersebut terdapat 6 (enam) kepentingan konsumen (*legitimated needs*) sebagai berikut:⁵

1. perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
2. promosi dan perlindungan dari kepentingan sosial ekonomi konsumen;
3. tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen agar mereka mampu melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
4. pendidikan konsumen;
5. tersedianya upaya ganti kerugian yang efektif;
6. kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Masyarakat Ekonomi Eropa merumuskan hak-hak konsumen dalam 5 (lima) hak dasar konsumen, yaitu: *the right to protection of health and safety, the right to protection of economic interest; the right of redress; the right to information and education; the right to representation (the right to be heard)*.⁶ Masyarakat Ekonomi Eropa juga telah menetapkan lima hak konsumen, yaitu:

1. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan;
2. Hak perlindungan kepentingan ekonomi;
3. Hak mendapat ganti rugi;
4. Hak atas penerangan;
5. Hak untuk didengar.⁷

Dari hak-hak tersebut terlihat hak untuk mendapatkan ganti rugi telah disepakati oleh Masyarakat Ekonomi Eropa sebagai hak konsumen. *International Organization of Consumer Union (IOCU)* telah menambahkan hak-hak konsumen yang dikemukakan oleh Kennedy sebagai berikut:

1. Hak untuk mendapatkan ganti rugi (*the right to redress*);
2. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen (*the right to consumer education*).⁸

⁴I. Samsul, *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004, hal.127.

⁵*Ibid*, hal.127

⁶*Ibid*, hal.128.

⁷Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia., *Pokok-Pokok Pikiran Tentang Permasalahan Perlindungan Konsumen*, Buku II, Jakarta, 1981, hal.24.

⁸*Ibid*, hal.20

IOCU telah mengembangkan suatu pendapat tentang pengaruh berkonsumsi terhadap lingkungan, yang dikenal dengan istilah *“the right to a healthy environmental”* (hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang bersih). Apakah hak-hak konsumen itu dikenal di Indonesia? Oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia⁹, hak-hak konsumen itu diperkenalkan dengan nama Panca Hak Konsumen, yang terdiri atas:

1. Hak atas keamanan dan keselamatan;
2. Hak atas informasi;
3. Hak untuk memilih;
4. Hak untuk didengar;
5. Hak untuk mendapatkan lingkungan hidup yang bersih.

Menurut sistem hukum Inggris-Amerika, adanya suatu hak karena adanya kaidah hukum, tetapi adanya kaidah hukum itu untuk menciptakan iklim yang dapat menjamin perkembangan anggota-anggota masyarakat sepenuhnya. Dalam sistem hukum Eropa Kontinental, khususnya hukum Belanda, hak itu juga timbul karena adanya kaidah hukum tetapi kaidah hukum timbul karena adanya kesadaran hukum. Menurut Barker sebagaimana dikutip Hartono,¹⁰ hak itu haruslah memenuhi tiga syarat, yaitu:

1. Bahwa hak itu dibutuhkan untuk perkembangan manusia;
2. Bahwa hak itu diakui oleh masyarakat;
3. Bahwa hak itu dinyatakan demikian (dan karena itu dilindungi dan dijamin) oleh lembaga negara.

Jika hak-hak itu tidak memenuhi ketiga syarat tersebut, maka hak itu bukanlah hak yang sempurna, tetapi merupakan *“quasiright”* atau hak semu. Dengan demikian, apabila hak-hak konsumen itu tidak memenuhi salah satu syarat tersebut, maka hak-hak konsumen itu merupakan hak-hak semu. Di Indonesia, signifikansi pengaturan hak-hak konsumen melalui undang-undang merupakan bagian dari implementasi sebagai suatu negara kesejahteraan, karena Undang-Undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut konstitusi ekonomi, yaitu konstitusi yang mengandung ide negara kesejahteraan yang tumbuh berkembang

karena pengaruh sosialisme sejak abad 19. Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen.¹¹

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

Hak-hak tersebut merupakan penjabaran dari pasal-pasal yang bercirikan negara kesejahteraan, yaitu Pasal 27 ayat (2) dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 Negara Republik Indonesia. hak-hak konsumen merupakan *“generasi keempat hak asasi manusia”*, yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia dalam perkembangan umat manusia di masa-masa yang akan datang. Dari sembilan butir hak konsumen tersebut, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen.

Hukum perlindungan konsumen merupakan sebuah fenomena modern yang khas abad ke-20, namun sebagaimana ditegaskan dalam perundang-undangan, perlindungan konsumen

⁹Ibid, hal.21

¹⁰S. Hartono, *Politik Hukum Menuju Satu Sistem Hukum Nasional*, Alumi, Bandung, 1991, hal.35.

¹¹I. Samsul, *Op. Cit.* hal.8.

itu sendiri dimulai se abad lebih awal. Dalam hubungan ini, Purba¹² berpendapat sebagai berikut: “Perlindungan konsumen sebagai satu konsep terpadu merupakan hal baru, yang perkembangannya dimulai dari negara-negara maju. Namun demikian, saat sekarang konsep ini sudah tersebar ke bagian dunia lain. Di Republik Rakyat Cina (RRC) saja, satu negara yang tidak memiliki ekonomi pasar, konsep perlindungan konsumen sudah mulai dijabarkan dalam seperangkat peraturan perundang-undangan.”

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen Pemerintah membentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Badan Perlindungan Nasional berkedudukan di ibukota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden. (Pasal 2 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 57 tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional). Dalam upaya pengembangan perlindungan konsumen, sebagaimana diamanatkan oleh Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional maka dibentuklah Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Namun demikian, operasional lembaga ini baru terlaksana pada 5 Oktober 2004, sesuai Keppres Nomor 150 Tahun 2004.

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional

BPKN yang dibentuk Pemerintah merupakan lembaga independen yang berfungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Aktivitas BPKN yang menonjol saat ini adalah penyusunan *grand scenario* kebijakan perlindungan untuk memastikan kecenderungan dan prioritas penanganan perlindungan konsumen yang efektif di masa datang, serta peningkatan dan perumusan amandemen Undang-undang Perlindungan Konsumen, sebagai pertimbangan bagi pemerintah untuk penyempurnaan Undang-undang Perlindungan Konsumen Tugas Utama BPKN:

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

2. BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen)

BPSK adalah lembaga non struktural yang berkedudukan di Kabupaten dan Kota yang mempunyai fungsi “menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan”. Keanggotaan BPSK terdiri dari unsur Pemerintah, konsumen dan unsur pelaku usaha.

Tugas dan wewenang:

- a. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini;
- e. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;

¹²A.Z.U. Purba, “Perlindungan Konsumen: Sendi-sendi Pokok Pengaturan”, *Hukum dan Pembangunan*, No. 4, Tahun XXII, 1992 hal. 393.

- g. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini;
- i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang;
- j. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

3. Peran Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM)

Dalam upaya penjaminan hak-hak konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha maka undang-undang memberikan kewenangan kepada lembaga swadaya masyarakat untuk melakukan pengawasan terhadap pelaku usaha dan produknya. Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen maka dibentuk LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat) yang bergerak dalam bidang perlindungan konsumen. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, LPKSM memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.

Tugas LPKSM:

- 1. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa,
- 2. Memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukannya,
- 3. Bekerjasama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen,
- 4. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk

menerima keluhan atau pengaduan konsumen,

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

Saat ini LPKSM telah berkembang sebanyak kurang lebih 200 lembaga yang tersebar di berbagai propinsi, kabupaten dan kota. Namun lembaga yang telah memiliki TDLPK sebagai tanda diakuinya LPKSM tersebut bergerak di bidang perlindungan konsumen, hingga bulan Juli 2006 tercatat mencapai 107 LPKSM.

LPKSM posisinya amat strategis dalam ikut mewujudkan perlindungan konsumen. Selain menyuarakan kepentingan konsumen, lembaga ini juga memiliki hak gugat (legal standing) dalam konteks litigasi kepentingan konsumen di Indonesia. Hak gugat tersebut dapat dilakukan oleh lembaga konsumen (LPKSM) yang telah memenuhi syarat, yaitu bahwa LPKSM yang dimaksud telah berbentuk Badan Hukum atau Yayasan yang dalam anggaran dasarnya memuat tujuan perlindungan konsumen. Gugatan oleh lembaga konsumen hanya dapat diajukan ke Badan Peradilan Umum (Pasal 46 Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Kalau pelaku usaha beritikad buruk dan tidak mau melaksanakan kewajibannya maka akan timbul sengketa konsumen.

Sengketa tidak lepas dari suatu konflik, di mana ada sengketa pasti disitu ada konflik. Begitu banyak konflik dalam kehidupan sehari-hari. Entah konflik kecil ringan bahkan konflik yang besar dan berat. Hal ini dialami oleh semua kalangan. Karena hidup ini tidak lepas dari permasalahan.

Sengketa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pertentangan atau konflik. Konflik berarti adanya oposisi atau pertentangan antara orang-orang, kelompok-kelompok, atau organisasi-organisasi terhadap satu objek permasalahan. Sedangkan menurut Ali Achmad sengketa adalah pertentangan antara dua pihak atau lebih yang berawal dari persepsi yang berbeda tentang suatu kepentingan atau hak milik yang dapat menimbulkan akibat hukum bagi keduanya.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak memberikan batasan apakah yang dimaksud dengan sengketa konsumen. Definisi "sengketa konsumen" dijumpai pada Peraturan Menteri

Perindustrian dan Perdagangan yaitu Surat Keputusan Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001, dimana yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah: "Sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa." Jadi, sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa. Melalui Pasal 45 ayat (1) ini dapat diketahui bahwa untuk menyelesaikan sengketa konsumen, terdapat dua pilihan yaitu:

- a. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha;
- b. Melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

Alternatif penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan cara berikut:

- a. Konsultasi
- b. Negosiasi
- c. Mediasi
- d. Konsialisasi
- e. Penilaian ahli

Penyelenggaraan perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama dalam konteks pembangunan nasional. Sementara itu pada Rancangan Akademik RUU tentang Perdagangan, untuk mewujudkan sistem hukum perlindungan konsumen yang baik, diperlukan beberapa prinsip perlindungan konsumen, yaitu:¹³

- a. hukum perlindungan konsumen harus adil bagi konsumen maupun produsen, jadi tidak hanya membebani produsen dengan tanggung jawab, tetapi juga melindungi hak-haknya untuk melakukan usaha dengan jujur,
- b. aparat pelaksana hukumnya harus dibekali dengan sarana yang memadai dan disertai dengan tanggung jawab,
- c. peningkatan kesadaran konsumen akan hak-haknya, dan

- d. mengubah sistem nilai dalam masyarakat ke arah sikap tindak yang mendukung perlindungan konsumen.

Ada dua jenis perlindungan yang diberikan kepada konsumen, yaitu:¹⁴ 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 membeli atau menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa dengan spesifikasi tertentu dan merek tertentu tersebut. Perlindungan yang diberikan kepada konsumen sebagai akibat dari penggunaan atau pemanfaatan barang atau jasa tertentu oleh konsumen. Dalam hal ini perlu diperhatikan bahwa konsumen belum tentu dan tidak perlu, serta tidak boleh dipersamakan dengan pembeli barang dan atau jasa, meskipun pada umumnya konsumen adalah mereka yang membeli suatu barang atau jasa. Dalam hal ini seseorang dikatakan konsumen, cukup jika orang tersebut adalah pengguna atau pemanfaat atau penikmat dari suatu barang atau jasa, tidak peduli ia mendapatkannya melalui pembelian atau pemberian.

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Barang Atau Jasa Yang Merugikan Konsumen

Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Hal itu menjadi tanggung jawab pelaku usaha yang dinamakan tanggung jawab *produk product liability*.

Selanjutnya untuk menjamin suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya akan nyaman, aman maupun tidak membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendaknya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan

¹³*ibid.* hal. 345.

¹⁴<http://cpratanto.blogspot.com/2012/12/perlindungan-konsumen.html> diakses 25 Juli 2013.

yang adil, kompensasi sampai ganti rugi. Selain memperoleh hak tersebut, sebagai *balance*, konsumen juga diwajibkan untuk:¹⁵

1. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
2. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kalau konsumen telah melakukan semua hal di atas dan tetap menerima barang atau jasa yang merugikan dari pelaku usaha maka hal tersebut menjadi tanggung jawab pelaku usaha. Semuanya dimaksudkan agar konsumen sendiri dapat memperoleh hasil optimum atas perlindungan dan/atau kepastian hukum bagi dirinya. Dalam kerangka hukum-hukum sektoral, UUPK dapat dipandang sebagai suatu sistem perlindungan (hukum) terhadap konsumen. Lebih jauh masih menurut Purba¹⁶ terdapat sendi-sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen sebagai berikut:

- a. Kesederajatan antara konsumen dan pengusaha.
- b. Konsumen mempunyai hak.
- c. Pengusaha mempunyai kewajiban.
- d. Pengaturan mengenai perlindungan konsumen menyumbang pada pembangunan nasional.
- e. Pengaturan tidak merupakan syarat.
- f. Perlindungan konsumen dalam iklim hubungan bisnis yang sehat.
- g. Keterbukaan dalam promosi produk.
- h. Pemerintah berperan aktif.
- i. Peran serta masyarakat.
- j. Implementasi asas kesadaran hukum.
- k. Perlindungan Konsumen memerlukan penerobosan konsep-konsep hukum tradisional.
- l. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.

Di Indonesia, sebagai suatu gagasan yang diperkenalkan secara luas kepada masyarakat

melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen (pendidikan, penelitian/pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen), perlindungan konsumen di tahun 1970-an, yang ditandai dengan berkiprahnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), semula masih berada di bawah bayang-bayang kampanye penggunaan produksi dalam negeri. Lambat-laun orientasi dinamika organisasi lebih menekankan pada perlindungan konsumen, setelah sejumlah tragedi terbukti mengakibatkan kerugian fisik dan material para konsumen. Meskipun secara yuridis-formal gerak dan langkah YLKI masih dalam rangka:

- a. melindungi konsumen;
- b. menjaga martabat produsen;
- c. membantu pemerintah mensukseskan pembangunan nasional.¹⁷

Gagasan dan gerakan konsumerisme ini dilakukan dalam koridor hukum, misalnya memberikan bantuan hukum kepada konsumen, meskipun masih sangat terbatas.

Diundangkannya Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada tanggal 20 April 1999 oleh pemerintah transisi Kabinet Reformasi Pembangunan Presiden B.J. Habibie, menempatkan perlindungan konsumen ke dalam koridor suatu sistem hukum perlindungan konsumen yang merupakan bagian dari sistem hukum nasional. Perlindungan konsumen sebagai suatu sistem hukum tercermin dari rumusan-rumusan yang terdapat dalam UUPK, antara lain sebagai berikut:

“...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. Di kemudian hari masih terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen. Dengan demikian, undang-undang tentang perlindungan konsumen ini merupakan payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen” (Penjelasan Umum

¹⁵Az. Nasution., *Laporan Tim Pengkajian Hukum tentang Aspek Hukum dan Etika Bisnis Periklanan di Indonesia*, BPHN, Jakarta, 1994, hal.94.

¹⁶*Ibid.*

¹⁷Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia., *Op. Cit.* hal. 8

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen).

Dalam konteks sistem hukum perlindungan konsumen, tentunya sejumlah asas hukum yang semula tidak dikenal, harus diintegrasikan ke dalam bidang-bidang hukum pada struktur tersebut. Sejumlah asas hukum perlindungan konsumen disebutkan dalam UUPK. Menurut Pasal 2 UUPK, perlindungan konsumen menganut asas-asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Sementara itu Miru¹⁸ dalam disertasinya secara khusus mengkaji refleksi prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam peraturan perundang-undangan di luar UUPK. Dari peraturan perundang-undangan yang dikajinya, setidaknya Purba¹⁹ konsumen mengemukakan sebagai berikut: "Kunci pokok perlindungan konsumen yaitu bahwa konsumen dan pengusaha (produsen atau pengedar produk) saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pengusaha." Menurut Pasal 2 UUPK perlindungan konsumen berazaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Sedangkan tujuannya menurut Pasal 3 UUPK adalah:²⁰

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri,
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa,
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen,
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi,

- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha,
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Untuk mewujudkan tujuan UUPK, pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen (Pasal 29 ayat (1) UUPK), dalam hal ini menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan dan/atau menteri teknis terkait lainnya (Pasal 29 ayat (2) jo Pasal 1 butir 13 UUPK). Pembinaan penyelenggaraannya dilakukan melalui upaya-upaya (Pasal 29 ayat (4) UUPK) sebagai berikut.

- 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.

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen dirumuskan dengan mengacu pada filosofi pembangunan nasional bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara Undang-Undang Dasar 1945. Segala kesalahan atau kelalaian pelaku usaha yang dapat menimbulkan kerugian kepada konsumen khususnya atau kepada masyarakat umumnya haruslah bertanggungjawab atas kerugian yang ditimbulkannya. Tanggungjawab pelaku usaha ini tidak hanya berlaku untuk kerugian barang konsumsi yang diperdagangkan, tapi juga bertanggungjawab iklan-iklan barang dan jasa termasuk barang import yang diiklankan.

Dalam Pasal 19 undang-undang perlindungan konsumen ditentukan, bahwa

¹⁸A.Miru. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen Indonesia*, (Disertasi), Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000, hal. 231.

¹⁹A.Z.U., Purba. *Op. Cit.* hal. 398.

²⁰Nurhayati Abbas, *Op Cit.*, hal. 51.

pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan atau pemberian santunan yang harus dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi. Pemberian ganti rugi tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan kecuali apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Dalam Pasal 62 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut telah diatur tentang pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh Pelaku usaha diantaranya sebagai berikut:

- 1) Dihukum dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,- (dan milyar rupiah) terhadap: pelaku usaha yang memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan berat, jumlah, ukuran, takaran, jaminan, keistimewaan, kemanjuran, komposisi, mutu sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau keterangan tentang barang tersebut (Pasal 8 ayat 1), pelaku usaha yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa (Pasal 8 ayat 1), memperdagangkan barang rusak, cacat, atau tercemar (Pasal 8 ayat 2), pelaku usaha yang mencantumkan klausula baku bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen di dalam dokumen dan/atau perjanjian. (Pasal 18 ayat 1 huruf b)
- 2) Dihukum dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) terhadap: pelaku usaha yang melakukan penjualan secara obral dengan mengelabui/menyesatkan konsumen dengan menaikkan harga atau tarif barang sebelum melakukan obral, pelaku usaha yang menawarkan barang melalui pesanan yang tidak menepati pesanan atau waktu yang telah diperjanjikan, pelaku usaha

periklanan yang memproduksi iklan yang tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang/jasa.

Dari ketentuan-ketentuan pidana yang disebutkan diatas yang sering dilanggar oleh para pelaku usaha masih ada lagi bentuk pelanggaran lain yang sering dilakukan oleh pelaku usaha, yaitu pencantuman klausula baku tentang hak pelaku usaha untuk menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen dalam setiap nota pembelian barang. Klausula baku tersebut biasanya dalam praktiknya sering ditulis dalam nota pembelian dengan kalimat "Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan" dan pencantuman klausula baku tersebut selain bisa dikenai pidana, selama 5 (lima) tahun penjara, pencantuman klausula tersebut secara hukum tidak ada gunanya karena di dalam Pasal 18 ayat (3) UU No. 8 Tahun 1999 dinyatakan bahwa klausula baku yang masuk dalam kualifikasi seperti, "barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan" otomatis batal demi hukum.

Namun dalam praktiknya, masih banyak para pelaku usaha yang mencantumkan klausula tersebut, di sini peran polisi ekonomi dituntut agar menertibkannya. Disamping pencantuman klausula baku tersebut, ketentuan yang sering dilanggar adalah tentang cara penjualan dengan cara obral supaya barang kelihatan murah, padahal harga barang tersebut sebelumnya sudah dinaikan terlebih dahulu. Hal tersebut jelas bertentangan dengan ketentuan Pasal 11 huruf f UU No. 8 tahun 1999 dimana pelaku usaha ini dapat diancam pidana paling lama 2 (dua) tahun penjara dan/atau denda paling banyak Rp.500 juta rupiah.

Dalam kenyataannya aparat penegak hukum yang berwenang seakan tidak tahu atau pura-pura tidak tahu bahwa dalam dunia perdagangan atau dunia pasar terlalu banyak sebenarnya para pelaku usaha yang jelas-jelas telah melanggar UU Perlindungan Konsumen yang merugikan kepentingan konsumen. Bahwa masalah perlindungan konsumen sebenarnya bukan hanya menjadi urusan YLKI atau lembaga/instansi sejenis dengan itu, berdasarkan Pasal 45 ayat (3) jo. Pasal 59 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen tanggung jawab pidana bagi pelanggarnya tetap dapat

dijalankan atau diproses oleh pihak Kepolisian (Oktober 2004).

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pengaturan tentang hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi sudah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan khususnya Pasal 7 dan Pasal 19. Hal ini menyangkut kalau ada kerugian, yang disebutkan oleh produk dari pelaku usaha yang merugikan konsumen, di mana produk tersebut cacat, atau jasa yang diberikan tidak sesuai dengan perjanjian. Secara umum pelaku umum sudah melanggar Pasal 1365 KUHPerdata di mana pelaku usaha telah merugikan konsumen, maka wajib memberikan ganti kerugian akibat daripada perbuatan melawan hukum tersebut.
2. Tanggung jawab pelaku usaha terikat langsung terhadap produk, baik barang maupun jasa, apalagi kalau merugikan konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Pelaku usaha wajib bertanggung jawab terhadap seluruh barang dan jasa yang dijual atau yang dipakai oleh konsumen, karena pada prinsipnya konsumen selalu menuntut hak kenyamanan dan keamanan dalam menikmati barang atau jasa yang diberikan oleh pelaku usaha. Dengan demikian setiap kerugian terhadap barang dan jasa harus ditanggung secara mutlak oleh pengusaha dengan memberikan ganti rugi kalau tidak akan dituntut tanggung jawab pidana sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

B. Saran

1. Hak untuk mendapatkan ganti rugi merupakan hak konsumen yang sudah dijamin oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 terutama dibentuknya badan perlindungan konsumen nasional dan badan penyelesaian sengketa konsumen. Untuk itu perlu dilengkapi dengan aturan khusus tentang prosedur beracara dan prosedur penuntutan terhadap pelaku usaha yang merugikan konsumen.
2. Perlu aturan yang tegas dan jelas tentang tanggung jawab pelaku usaha terhadap barang dan jasa yang merugikan konsumen,

agar supaya pelaku usaha jera dan tidak mengulangi perbuatannya yang merugikan konsumen terutama cacat produk atau barang dan jasa yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen, Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, FH Unlan Press, Banjarmasin.
- Agnes M. Toar, 1988. *Tanggung Jawab Produk, Sejarah dan Perkembangannya di Berbagai Negara*, DKIH: Indonesia-Belanda, Ujung Pandang.
- Amiruddin., Zanal Asikin., 2010, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Anonim, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Hartono S., *Politik Hukum Menuju Satu Sistem Hukum Nasional*, Alumni, Bandung, 1991.
- Mariam Darius, *Perlindungan Terhadap Konsumen Ditinjau Dari Standar Kontrak (Baku)*, Makalah Pada Simposium Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen, BPHN-Binacipta.
- Miru A.. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen Indonesia*, (Disertasi), Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000.
- Miru Ahmadi & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011.
- Nasution Az., *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Daya Widya, Jakarta, 1999.
- _____., *Laporan Tim Pengkajian Hukum tentang Aspek Hukum dan Etika Bisnis Periklanan di Indonesia*, BPHN, Jakarta, 1994.
- Nusantara A.H.G. dan B. Harman., *Analisa Dan Perbandingan Undang-Undang Antimonopoli*, PT. Gramedia, Jakarta, 1999.
- Samsul I., *Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Universitas Indonesia, Jakarta, 2004.
- Shidarta., *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, PT Grasindo, Jakarta, 2000.

Sri Redjeki, 2000, *Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas*, Mandar Maju, Bandung.

Widjaja G. dan A. Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.

Kamus, Jurnal

Ali Hasan et.al, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, Edisi Ketiga, 2001.

Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ke III, Balai Pustaka, Jakarta, 2002.

Purba A.Z.U., "Perlindungan Konsumen: Sendi-sendiri Pokok Pengaturan", *Hukum dan Pembangunan*, No. 4, Tahun XXII, 1992.

Website

<http://cpratanto.blogspot.com/2012/12/perindungan-konsumen.html> diakses 25 Juli 2013.

Sumber Lain:

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia., *Pokok-Pokok Pikiran Tentang Permasalahan Perlindungan Konsumen*, Buku II, Jakarta, 1981.