

(Khusus Mahasiswa)

MODUL Matakuliah



STISNU NUSANTARA
Muhamad Qustulani

ISBN 978-602-52401-4-0



PSP Nusantara
Press,
2018



STISNU
NUSANTARA
TANGERANG

Muhamad Qustulani

Modul Matakuliah Perlindungan Hukum & Konsumen STISNU Nusantara

psp
2018



PSP Nusantara
Press,
2018



STISNU
NUSANTARA
TANGERANG

(Khusus Mahasiswa)

MODUL

Matakuliah



Perlindungan

KONSUMEN
NEWSNOX

Hukum &

Konsumen

STISNU NUSANTARA

Tim Dosen



PSP Nusantara
Press,
2018



STISNU
NUSANTARA
TANGERANG

MODUL MATAKULIAH PERLINDUNGAN HUKUM & KONSUMEN

Penulis : Muhamad Qustulani
Editor : Muhamad Qustulani
Layouter : Reno Lintang Pamungkas

Penerbit:

PSP Nusantara Press 2018

Jl. Perintis Kemerdekaan 2 Cikokol Tangerang 15118.

Telp (021) 22252432

Copyright@2018

A5, 64 halaman

**Dilarang mengutip sebagian atau seluruh buku ini dengan cara apapun,
termasuk dengan cara penggunaan photo copy tanpa izin penerbit**

ISBN: 978-602-52401-4-0

Dicetak:

PSP Nusantara Tangerang

Bekerjasama dengan STISNU Nusantara Tangerang

KATA PENGANTAR

KETUA STISNU NUSANTARA

Segala puji bagi Allah, Tuhan seru sekalian alam. Shalawat teriring salam semoga tercurahkan kepada keharibaan alam Nabi besar Muhammad saw. Semoga atas wasilahnya kita mendapatkan ilmu yang bermanfaat, dan menjadikan keberkahan untuk kita semua. Amin.

Selanjutnya, Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nahdlatul Ulama (STISNU) Nusantara Tangerang membuat program penguatan literasi membaca, yakni berupa pengadaan dan pembuatan buku ajar sebagai dasar dari kompetensi minimal yang harus dicapai oleh setiap mahasiswa STISNU Nusantara Tangerang.

Maka dari itu, setiap dosen STISNU Nusantara Tangerang diwajibkan membuat buku ajar, dan atau modul pada setiap matakuliah yang diampu. Kemudian, mahasiswa diwajibkan membaca dan menghafal semua materi pokok yang ada dalam buku tersebut. Adapun konsepnya sebagai berikut:

1. Pertama, dosen STISNU dipaksa membuat buku ajar pada matakuliah terkait;
2. Kedua, setiap mahasiswa wajib membaca dan menghafal materi materi pokok yang ada pada buku tersebut;

3. Ketiga, mahasiswa diwajibkan melakukan tatap muka interaktif menyetorkan hasil hafalan materi pokok sebagai bahan dasar ujian akhir semester;
4. Keempat, dosen diwajibkan melakukan pendampingan pemahaman materi yang ada pada buku ajar yang dibuat untuk memberikan pemahaman standar minimal kompetensi;
5. Kelima, dosen diperkenankan mengeksplorasi, mengembangkan, dan merekonstruksi ulang materi-materi yang ada pada buku ajar yang sudah dibuat;
6. Keenam, soal-soal ujian baik lisan atau tulisan dapat merujuk dari buku ajar yang sudah ada pada saat ini.
7. Keenam, pada prinsipnya buku ajar ini bertujuan untuk mempermudah mahasiswa mendalami materi materi yang terkait dengan matakuliah yang sedang diampu.

Selanjutnya, saya atasnama civitas akademika STISNU Nusantara Tangerang mengucapkan terimakasih kepada penulis buku ajar atau modul perkuliahan ini. Tentunya, mimpi anda dan kami para pimpinan STISNU adalah sama, yakni sama-sama memimpikan lahirnya

sebuah tradisi akademik yang berkualitas guna mencapai output yang berkualitas pula.

Demikian, saya mengucapkan *Jazakallah Ahsanal Jaza*, semoga apa yang telah dituangkan dalam bentuk tulisan dapat bermanfaat untuk duniawi dan ukhrawi.

Tangerang,

Ketua STISNU Nusantara,
Tangerang.

KATA PENGANTARA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, buku ini telah selesai dikerjakan. Semoga dapat bermanfaat dan membantu mahasiswa STISNU (Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nahdlatul Ulama) Nusantara Tangerang meningkatkan literasi membaca. Tentunya, buku bukan buku inti, melainkan buku ajar atau berupa konsep dasar, bisa juga disebut dengan modul pada matakuliah Perlindungan Hukum & Konsumen.

Buku ini merupakan hasil unduhan dan penggabungan makalah-makalah yang diakses pada dunia maya atau internet, sehingga buku ini seharusnya dijadikan sebagai pengantar bagi mahasiswa untuk memahami konsep Perlindungan Hukum & Konsumen. Maka dari itu, penyusun buku ini berharap buku ini dijadikan media atau fasilitator untuk meraih informasi selanjutnya dan utuh terkait Perlindungan Hukum & Konsumen.

Demikian, semoga Allah membuka pintu hati kita dengan limpahan rahmat, cinta dan kasih-Nya. Amin.

Tangerang, 2018

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR KETUA STISNU NUSANTARA	iii
KATA PENGANTARA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN	1
A. Sejarah Perlindungan Konsumen	1
PERLINDUNGAN HUKUM DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN PENGERTIAN & ASAS.....	19
A. Pengertian Perlindungan Hukum dan Perlindungan Konsumen	19
B. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	23
C. Alasan Pokok Perlindungan Konsumen.....	26
D. Hak Dan Kewajiban Konsumen	27
PENGELOLA (PELAKU) USAHA	31
A. Pengelola (Pelaku) Usaha.....	31
B. Konsumen	35
C. Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen	40
D. Akibat Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen .	41
E. Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha ..	42

DAFTAR PUSTAKA..... 51

SEJARAH LAHIRNYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Sejarah perlindungan konsumen berkaitan dengan perkembangan gerakan perlindungan di Amerika Serikat, serta negara-negara di Eropa seperti di Inggris, Belanda, Belgia, dan lain-lain. Di Indonesia, ditandai dengan munculnya YLKI (Yayasan Perlindungan Konsumen Indonesia).

A. Sejarah Perlindungan Konsumen

Keberadaan hukum perlindungan konsumen tidak bisa dilepaskan dengan sejarah gerakan perlindungan konsumen di dunia. Munculnya gerakan perlindungan konsumen di latar belakang beberapa hal terkait dengan kedudukan konsumen dan pelaku usaha, Industrialisasi dan globalisasi yang terjadi di Amerika Serikat dan Eropa.

1. Sejarah perlindungan konsumen di dunia

Sejarah gerakan perlindungan konsumen di dunia tidak bisa dilepaskan dari gerakan-gerakan perlindungan konsumen

yang terjadi di Amerika Serikat, serta negara-negara di Eropa seperti di Inggris, Belanda, Belgia, dan lain-lain.

a. Tahapan I (1981-1914)

Pada kurun waktu ini merupakan awal munculnya kesadaran masyarakat melakukan gerakan perlindungan konsumen. Pemicunya, diakibatkan novel karya Upton Sinclair berjudul *The Jungle*, yang menggambarkan cara kerja pabrik pengolahan daging di Amerika Serikat yang tidak memenuhi syarat-syarat kesehatan.

b. Tahapan II (1920-1940)

Pada kurun waktu ini muncul pula buku yang berjudul *Your Money's Worth* karya Chase dan Schlink. Karya ini mampu mengunggah konsumen atas hak-hak mereka dalam jual beli. Pada kurun waktu ini muncul slogan : fair deal, best buy.

c. Tahapan III (1950-1960)

Pada dekade 1950-an muncul keinginan untuk mempersatukan gerakangerakan perlindungan dalam lingkup internasional. Dengan diprakarsai oleh wakil-wakil gerakan konsumen dari Amerika Serikat, Inggris, Belanda, Australia dan Belgia, pada 1 April 1960 berdirilah International Organization of Consumer Union (IOCU) yang berpusat di Den Haag Belanda dan dalam perkembangannya pada tahun 1993 berubah menjadi Consumers International (CI) yang berpusat di London Inggris.

d. Tahapan IV (pasca 1965)

Pasca 1965 sebagai masa pematangan gerakan perlindungan konsumen, baik di tingkat regional maupun internasional. Sampai saat ini dibentuk lima kantor regional, yakni di Amerika Latin dan Karibia berpusat di Chile, Asia Pasifik berpusat di Malaysia, Afrika berpusat di Zimbabwe, Eropa Timur dan Tengah serta negara-negara maju yang berpusat di London, Inggris.

Amerika Serikat tercatat sebagai negara yang banyak memberikan sumbangan dalam masalah perlindungan konsumen. Perhatian terhadap perlindungan konsumen di Amerika Serikat (1960-an-1970-an) mengalami perkembangan yang signifikan dan menjadi objek kajian bidang ekonomi, sosial, politik dan hukum, dengan munculnya bukubuku yang membahas perlindungan konsumen, diundangkannya banyak peraturan serta diikuti dengan putusan hakim yang memperkuat kedudukan konsumen.

Di Amerika Serikat perkembangan gerakan perlindungan konsumen dapat dilihat dari dikeluarkannya beberapa ketentuan peraturan perundangundangan yang melindungi konsumen. Peraturan tersebut yakni the Food, Drug and Cosmetic Act, dimana materinya berada dibawah kewenangan the Federal Trade Commission (FTC). Selain itu diundangkannya juga the Wool Products Labeling Act (1940), dan the Fur Products Labeling Act (1951), serta the Fiber Products Indetification Act (1958)

Gerakan perlindungan konsumen di Amerika Serikat pada era 1960-an mencatat kejadian penting yakni pada 15 Maret 1962 pada saat Presiden John F. Kennedy mengucapkan pidato kenegaraan di hadapan Kongres Amerika Serikat. Dalam Pidato yang berjudul A Special Message of Protection the λ HKUM4312/MODUL 1 1.9 Consumer Interest, Kennedy mengemukakan empat hak konsumen, yakni sebagai berikut:

- a. The right to safety – to be protected against the marketing of good that are hazardoes to health or life.
- b. The right to be informed – to be protected against fraudulent, deceitful, or grossly, misleading information, advertising, labeling, and other practices, and to be given the facts needed to make informed choices.
- c. The right to choose – to be assured, wherever possible, acces to a varietyof products and services at competitive prices. And in those industries in which competition is not workable and government regulation is subsituted, there should be assurance of satisfactory quality and service at fair prices.
- d. The right to be heard – to be assured that consumer interests will receive full and sympathetic consideration in formulation of government policy and fair and expeditatious treatment in its administrative tribunals.

Hak-hak konsumen yang disampaikan oleh Kennedy menginspirasi dan dikembangkan lagi oleh penggantinya yakni presiden L.B. Johnson. Selain mengingatkan kembali empat hak konsumen yang disampaikan oleh Kennedy, ia juga memperkenalkan konsep hukum baru yang berkenaan dengan perlindungan konsumen, yakni product warranty dan product liability. Selain itu, jasa presiden L.B. Johnson dalam perlindungan konsumen di Amerika Serikat yakni berhasil mengajukan rancangan undang-undang tentang "lending charges" dan "packaging practices" yang disetujui oleh Kongres Amerika Serikat pada tahun 1967 dan 1968.

Disetujuinya undang-undang di bidang perlindungan konsumen oleh Kongres Amerika Serikat tidak terlepas dari sosialisasi dan gerakan perlindungan konsumen yang terus menerus terjadi di Amerika Serikat. Salah satu publikasi hasil riset di bidang perlindungan konsumen menggugah kesadaran pihak legislatif dan yudikatif di Amerika Serikat yakni publikasi penelitian yang dilakukan oleh Ralph Nader dalam buku yang berjudul "Unsafe at Any Speed". pada tahun 1966. Publikasi ini menyimpulkan bahwa mayoritas kendaraan bermotor yang diproduksi di Amerika Serikat mengabaikan keselamatan pengendaranya.

Sosialisasi dan gerakan-gerakan perlindungan konsumen kemudian juga berkembang di berbagai negara baik di Eropa maupun di belahan bumi lainnya. Hal ini ditandai dengan berdirinya organisasi atau lembaga pemerhati yang bergerak di bidang perlindungan konsumen yang bersifat internasional, yakni International Organization of Consumer

Union (IOCU) pada tanggal 1 April 1960 yang berpusat di Den Haag Belanda, dan berpindah ke London, Inggris pada tahun 1993. Dalam Perkembangannya selanjutnya IOCU ini berubah nama menjadi Consumers International (CI). Organisasi CI ini kemudian berkembang dan memiliki beberapa kantor regional di beberapa negara.

Pada tahap selanjutnya, perkembangan aspek perlindungan konsumen terjadi di beberapa negara di belahan dunia, dengan pembentukan undangundang perlindungan konsumen. Negara-negara tersebut antara lain;

- a. Amerika Serikat: The Uniform Trade Practices and Consumer Protection Act tahun 1967, Unfair Trade Practices dan Consumer Protection (Louisiana) Law tahun 1973;
- b. Inggris: The Consumer Protection Act tahun 1961;
- c. Kanda: The Consumer Protection Act dan The Consumer Protection Amendment Act tahun 1971;
- d. Singapura: The Consumer Protection (Trade Description and Safety Requirement Act) tahun 1975;
- e. Thailand: Consumer Act tahun 1979;
- f. Jepang: The Consumer Protection Fundamental Act, tahun 1968;
- g. Australia: Consumer Affairs Act tahun 1978;
- h. Irlandia: Consumer Information Act tahun 1978;

Setelah pengakuan perlindungan konsumen oleh beberapa negara di dunia dengan membentuk undang-

undang perlindungan konsumen, akhirnya pada tahun 1985, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengakomodir kepentingan-kepentingan konsumen. Salah satu pengakuan PBB terhadap perlindungan konsumen, PBB mengeluarkan Resolusi PBB No. A/RES/39/248 Tanggal 16 April 1985 Tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan perlunya perlindungan bagi konsumen. Resolusi PBB ini populer dengan sebutan Guidelines for Consumer Protection, yang telah menetapkan perlindungan kepentingan-kepentingan konsumen. Perlindungan kepentingan konsumen dalam Guidelines for Consumer Protection meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pelatihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. 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.

2. Sejarah perlindungan konsumen di Indonesia

Hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang hukum yang bercorak Universal. Sebagian besar perangkatnya diwarnai hukum asing, namun kalau dilihat dari hukum positif yang sudah ada di Indonesia ternyata dasar-dasar yang menopang sudah ada sejak dulu termasuk hukum adat. Fokus gerakan perlindungan konsumen (konsumerisme) dewasa ini sebenarnya masih paralel dengan gerakan-gerakan pertengahan abad ke-20. Perkembangan ekonomi yang pesat telah menghasilkan berbagai jenis barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Barang dan/atau jasa tersebut pada umumnya merupakan barang dan/atau jasa yang sejenis maupun yang bersifat komplementer satu terhadap yang lainnya. Bervariasinya produk yang semakin luasnya dan dengan dukungan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, jelas terjadi perluasan ruang gerak transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif, baik yang berasal dari produksi domestik maupun yang berasal dari luar negeri.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia berdiri pada kurun waktu itu, yakni 11 Mei 1973. Gerakan di Indonesia ini cukup responsive terhadap keadaan, bahkan mendahului Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) No. 2111 Tahun 1978 Tentang Perlindungan Konsumen. Setelah YLKI kemudian muncul organisasi-organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan

Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang tahun 1985, Yayasan Bina Lembaga Konsumen Indonesia (YBLKI) di Bandung dan beberapa perwakilan di berbagai propinsi tanah air. Keberadaan YLKI sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran akan hak-hak konsumen karena lembaga ini tidak hanya sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan dan menerima pengaduan, tapi juga sekaligus mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan.

YLKI bersama dengan BPHN (Badan Pembinaan Hukum Nasional) membentuk Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun Rancangan Undang-Undang ini ternyata belum dapat memberi hasil, sebab pemerintah mengkhawatirkan bahwa dengan lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen akan menghambat laju pertumbuhan ekonomi. Pada awal tahun 1990-an, kembali diusahakan lahirnya Undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. Salah satu ciri pada masa ini adalah pemerintah dalam hal ini Departemen Perdagangan sudah memiliki kesadaran tentang arti penting adanya Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Hal ini diwujudkan dalam dua naskah Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen, yaitu yang pertama adalah hasil kerjasama dengan fakultas Hukum Universitas Gajah Mada dan yang kedua adalah hasil kerjasama dengan Lembaga Penelitian Universitas Indonesia. Tetapi hasilnya sama saja, kedua naskah Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut tidak dibahas di DPR.

Pada akhir tahun 1990-an, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya diperjuangkan oleh lembaga konsumen dan Departemen Perdagangan, tetapi adanya tekanan di lembaga keuangan internasional (IMF/International Monetary Fund). Berdasarkan desakan dari IMF itulah akhirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dibentuk. Keberadaan Undang-undang Perlindungan Konsumen merupakan simbol kebangkitan hak-hak sipil masyarakat, sebab hak konsumen pada dasarnya juga adalah hak-hak sipil masyarakat. Undang-undang Perlindungan Konsumen juga merupakan penjabaran lebih detail dari hak asasi manusia, khususnya hak ekonomi.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mulai berlaku sejak tanggal 20 April 2000. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, walaupun judulnya mengenai perlindungan konsumen tetapi materinya lebih banyak membahas mengenai pelaku usaha dengan tujuan melindungi konsumen. Hal ini disebabkan pada umumnya kerugian yang diderita oleh konsumen merupakan akibat perilaku dari pelaku usaha, sehingga perlu diatur agar tidak merugikan konsumen.

Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasannya. Az Nasution berpendapat bahwa, "Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen". Sedangkan "Hukum

konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak atau satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa di dalam pergaulan hidup.

Awal terbentuknya Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disepakati oleh DPR pada (tanggal 30 Maret 1999) dan disahkan Presiden RI pada tanggal 20 April 1999 (LN No. 42 Tahun 1999). Berbagai usaha dengan memakan waktu, tenaga dan pikiran yang banyak telag dijalankan berbagai pihak yang berkaitan dengan pembentukan hukum dan perlindungan konsumen. Baik dari kalangan pemerintah, lembaga-lembaga swadaya masyarakat. YLKI, bersama-sama dengan perguruan-perguruan tinggi yang merasa terpanggil untuk mewujudkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini. Berbagai kegiatan tersebut berbentuk pembahasan ilmiah/non ilmiah, seminar-seminar, penyusunan naskah-naskah penelitian, pengkajian naskah akademik Rancangan Undang-Undang (Perlindungan Konsumen).

Kegiatan yang dibahas dalam acara pertemuan tersebut, yakni:

- a. pembahasan masalah Perlindungan Konsumen (dari sudut ekonomi oleh Bakir Hasan dan dari sudut hukum oleh Az. Nasution) dalam Seminar Kelima Pusat Study Hukum Dagang Fakultas Hukum Universitas Indonesia (tanggal 15-16 Desember 1975) sampai dengan penyelesaian akhir Undang-Undang ini pada tanggal 20 April 1999.

- b. Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman RI, Penelitian tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia (tahun 1979-1980).
- c. BPHN – Departemen Kehakiman, Naskah Akademik Peraturan Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen (tahun 1980-1981).
- d. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Perlindungan Konsumen Indonesia, suatu sumbangan pemikiran tentang rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (tahun 1981).
- e. Departemen Perdagangan RI bekerjasama dengan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, RUU tentang Perlindungan Konsumen (tahun 1997).
- f. DPR RI, RUU Usul Inisiatif DPR tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen (tahun 1998).

Pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen masih mengalami banyak tantangan, baik pada lingkup nasional maupun internasional. Berikut ini diuraikan beberapa tantangan hukum perlindungan konsumen tersebut:

- 1) Lemahnya kedudukan konsumen terhadap pelaku usaha

Hubungan pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya adalah hubungan yang saling ketergantungan. Pelaku usaha membutuhkan konsumen sebagai pembeli barang dan/atau jasa yang ia produksi, sehingga keberadaan konsumen sangat menentukan terhadap kelangsungan bisnis dari pelaku usaha. Di satu sisi konsumen juga membutuhkan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh pelaku usaha untuk

memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga konsumen memiliki ketergantungan kepada pelaku usaha.

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen idealnya sama-sama memiliki posisi tawar yang seimbang. Namun yang terjadi dalam praktiknya sering kedudukan posisi tawar pelaku usaha lebih kuat dari konsumen. Hal ini disebabkan karena konsumen dihadapkan kepada kekuatan kapital/modal maupun Sumber Daya Manusia (SDM) pelaku usaha yang lebih unggul.

Pelaku usaha dengan kekuatan modalnya sering dalam memasarkan produknya senantiasa membebankan hak dan kewajiban yang tidak seimbang kepada konsumen. Salah satunya diwujudkan dengan penggunaan format perjanjian baku (standart contract) dalam kegiatan usahanya. Pada dasarnya, suatu perjanjian dibuat berdasarkan negosiasi oleh para pihak, tetapi dengan penggunaan perjanjian baku ini, isi perjanjian telah ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha. Konsumen tidak memiliki posisi tawar (bergaining position) yang seimbang dengan pelaku usaha, di mana dalam hal ini konsumen hanya dapat menerima atau menolak syarat-syarat perjanjian yang telah ditentukan pelaku usaha (take it or leave it). Jika konsumen menolak perjanjian tersebut dan mendatangi pelaku usaha lain, maka ia akan dihadapkan pada kondisi yang sama. Sehingga dengan posisinya yang lemah baik secara ekonomi maupun psikologis (membutuhkan barang dan/jasa), maka konsumen harus menerima persyaratan yang telah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam kegiatan perdagangan, penggunaan perjanjian

baku pada dasarnya tidak dilarang karena merupakan wujud asas kebebasan berkontrak, dengan catatan bahwa perjanjian tersebut tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

Selain keunggulan dalam hal modal, pelaku usaha juga memiliki keunggulan dalam hal SDM. Dalam menghadapi tuntutan konsumen terkait adanya kerugian yang dialami oleh konsumen, pelaku usaha memiliki SDM yang relatif unggul daripada konsumen. Pelaku usaha akan dengan mudah menyangkal tuntutan dari konsumen dengan mendasarkan pada keahlian maupun pengetahuannya terkait dengan barang dan/atau yang ia produksi atau ditawarkan. Sehingga jika konsumen tidak dapat membuktikan kesalahan pelaku usaha, yang menyebabkan kerugian konsumen, maka pelaku usaha tidak dapat dimintai ganti kerugian. Sebaliknya dari sisi konsumen, kondisi konsumen yang kurang teredukasi menyebabkan kedudukan konsumen semakin lemah. Selain itu, dari sisi pelaku usaha kesadaran untuk bertanggung jawab atas barang dan/jasa yang ia produksi juga kurang. Hal ini sangat terpengaruh doktrin caveat emptor yang menentukan bahwa konsumenlah yang harus berhati-hati sebelum membeli suatu produk dan bukan pelaku usaha yang harus berhati-hati (caveat venditor) dalam memproduksi barang dan/atau jasa.

Keunggulan lain yang dimiliki oleh pelaku usaha pada dasarnya pelaku usaha lebih terorganisir baik dari sisi internal maupun dari sisi eksternal sesama pelaku usaha. Sedangkan konsumen cenderung bersifat individual dalam menghadapi

permasalahan terkait hubungan konsumen dengan pelaku usaha. Sehingga hal ini menyebabkan konsumen segan untuk menuntut haknya kepada pelaku usaha.

2) Industrialisasi dan kemajuan teknologi

Perkembangan dan pertumbuhan penduduk senantiasa membawa dampak terhadap pemenuhan kebutuhan manusia. Awalnya kebutuhan manusia dipenuhi dengan kegiatan produksi secara sederhana sesuai dengan kebutuhan manusia. Namun dalam perkembangannya seiring meningkatnya kebutuhan akan barang, kebutuhan tersebut tidak dapat dipenuhi dengan kegiatan produksi secara sederhana atau dalam skala kecil.

Seiring dengan peningkatan jumlah kebutuhan barang-barang dan perkembangan kemajuan teknologi di bidang mesin-mesin produksi, di mana kegiatan produksi barang dilakukan menggunakan mesin-mesin pabrik canggih yang dapat memproduksi barang dalam jumlah yang banyak (massal). Proses kegiatan produksi semacam ini di sebut dengan industrialisasi.

Industrialisasi di satu sisi dapat memberikan keuntungan kepada konsumen, karena konsumen memiliki banyak pilihan terhadap barang yang akan ia beli. Namun di satu sisi juga dapat menyebabkan kerugian kepada konsumen. Produksi barang yang dibuat secara massal cenderung lebih mengedepankan kuantitas barang yang diproduksi daripada kualitas barang itu sendiri. Bagi konsumen yang kurang teredukasi sangat rentan dirugikan akibat beredarnya barang-barang yang memiliki kualitas rendah.

Selanjutnya bagi konsumen kelas bawah dihadapkan pada pilihan terhadap barang-barang kualitas rendah, yang pada dasarnya merupakan barang cacat produksi yang dijual secara murah. Kegiatan industrialisasi juga dapat menyebabkan persaingan usaha yang tidak sehat di mana para pelaku usaha saling berlomba-lomba untuk menguasai pasar. Untuk menarik konsumennya para pelaku usaha senantiasa memberikan penawaran yang murah kepada konsumen, yang pada akhirnya menurunkan kualitas barang agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Kondisi demikian pada akhirnya akan merugikan konsumen, di mana konsumen akan mendapatkan barang-barang yang berkualitas rendah.

3) Globalisasi dan perdagangan bebas

Globalisasi dan perdagangan bebas telah memperluas gerak distribusi barang dan/atau jasa. Pada awalnya distribusi barang dan/atau jasa hanya dapat dilaksanakan dalam suatu wilayah negara saja. Perkembangan saat ini menunjukkan bahwa distribusi barang dan/atau jasa tidak bisa dibendung di dalam pasar dalam negeri saja tetapi juga telah melewati batas-batas negara. Hal ini ditunjang dengan berkembangnya teknologi dan transportasi yang semakin mempermudah berbagai kegiatan ekonomi melewati batas-batas Negara.

Perdagangan bebas juga membawa konsekuensi bahwa semua barang dan/ atau jasa yang berasal dari negara lain harus dapat masuk ke negara lain. Masuknya barang-barang dari negara lain selain membawa keuntungan kepada konsumen terkait barang-barang impor, tetapi juga dapat

menimbulkan dampak negatif bagi konsumen. Lemahnya pengawasan oleh pihak terkait acap kali menyebabkan barang-barang yang tidak layak atau mengandung bahan berbahaya masuk atau beredar ke negara tujuan. Beberapa kasus yang pernah terjadi antara lain kasus sapi gila, kasus kosmetik berbahaya, kasus barang pecah belah yang mengandung melamin, dll. []

Simpulkan

Coba Anda intisarikan Sejarah dari Hukum Perlindungan Konsumen

.....

.....

.....

.....

.....

.....

LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

1. Jelaskan sejarah perlindungan konsumen di dunia Barat?
2. Jelaskan sejarah perlindungan konsumen di Indonesia?
3. Jelaskan globalisasi dan perdagangan bebas?

PERLINDUNGAN HUKUM DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN PENGERTIAN & ASAS

Perindungan Hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum.

Perlindungan hukum dapat diartikan sebagai perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan sarana hukum.

A. Pengertian Perlindungan Hukum dan Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen merupakan cabang ilmu hukum yang tumbuh dan berkembang pada tahun 1900-an. Hukum perlindungan konsumen merupakan respons atas kegiatan industrialisasi di Amerika Serikat dan Eropa, serta jawaban atas tuntutan globalisasi. Industrialisasi dan globalisasi di satu sisi membawa dampak positif dengan tersedianya banyak pilihan barang dan/atau jasa bagi masyarakat, baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri.

Namun, di satu sisi dapat membawa dampak negatif karena banyaknya barang dan jasa yang berkualitas rendah yang banyak beredar di masyarakat. Kondisi demikian pada akhirnya memunculkan gerakan-gerakan perlindungan konsumen di belahan dunia termasuk di Indonesia. Selanjutnya berkembanglah hukum perlindungan konsumen yang bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen.

Hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat.¹ Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunanya dalam kehidupan bermasyarakat.²

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka penegakan peraturan hukum. Secara Konseptual, perlindungan hukum yang diberikan bagi rakyat Indonesia merupakan implementasi atas prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang

¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen suatu Pengantar* (Jakarta; Diadit Media, Jakarta, , 2002), h. 22.

² Ibid.

bersumber pada Pancasila dan prinsip negara hukum yang berdasarkan Pancasila.

Hukum Perlindungan Konsumen menurut Az. Nasution adalah hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.³

Pengertian Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, selanjutnya disingkat UUPK 8/1999 adalah "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen".

Pengertian Konsumen dalam Pasal 1 Angka 2 UUPK 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah "setiap orang pemakai barang dan/ jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan"

Sementara itu, pengertian Pelaku Usaha dalam Pasal 1 Angka 3 UUPK 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah "setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan

³ Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Grasindo, 2000), hal. 9

dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Menurut Mochtar Kusumaatmadja, hukum konsumen adalah : keseluruhan asas- asas dan kaidah – kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan/atau jasa, antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan batasan berikutnya adalah batasan hukum perlindungan konsumen, sebagai bagian khusus dari hukum konsumen, dan dengan penggambaran masalah yang telah diberikan dimuka, adalah “keseluruhan asas- asas dan kaidah – kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat.”⁴

Menurut A. Zen Umar Purba terdapat kerangka umum ten tang sendi-sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen, yaitu; kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha; konsumen mempunyai hak; pelaku usaha mempunyai kewajiban; pengaturan tentang perlindungan konsumen berkontribusi pada pembangunan nasional; perlindungan konsumen dalam iklan bisnis dehat; keterbukaan dalam promosi barang dan jasa; pemerintah perlu berperan aktif; masyarakat juga perlu berperan serta;. perlindungan

⁴ Kurniawan, Hukum Perlindungan Konsumen : Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Universitas Brawijaya Press, 2011, Hlm.42

konsumen memerlukan terobosan hukum dalam berbagai bidang; dan konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.⁵

B. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Adapun asas – asas perlindungan konsumen sebagaimana Pasal 2 Undang undang 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:

- 1) Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar – besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- 2) Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat Indonesia diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- 3) Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual;
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam

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

penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;

- 5) Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Kelima asas dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bila diperhatikan substansinya dapat dikelompokkan menjadi tiga (3) asas yaitu asas kemanfaatan yang didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen, asas keadilan yang meliputi asas keseimbangan, asas kepastian hukum. Dalam hukum ekonomi keadilan disejajarkan dengan asas keseimbangan, kemanfaatan disejajarkan dengan asas

Selain itu Pasal 3 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen juga menjelaskan tentang tujuan dari Perlindungan Konsumen, yaitu:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan

keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;

- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan konsumen dipandang secara materiil maupun formil semakin terasa penting, mengingat ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung maupun tidak langsung, maka konsumen akan merasakan dampaknya. Adanya UUPK memungkinkan konsumen yang di rugikan oleh produsen melakukan penuntutan melalui jalur hukum sesuai dengan jenis pelanggarannya. Pasal 1 angka 1 UUPK memberikan pengertian, yaitu "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen."⁶

Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen ini merupakan isi dari pembangunan nasional karena tujuan perlindungan konsumen yang ada merupakan sasaran akhir yang harus

dicapai dalam pelaksanaan pembangunan dibidang perlindungan konsumen. Adapun untuk menjaga pelaksanaan perlindungan konsumen agar tidak menyimpang dari tujuan perlindungan konsumen, maka pelaksanaannya harus didasarkan pada asa atau kaidah hukum perlindungan konsumen. Dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat asas atau kaidah hukum perlindungan konsumen, agar tidak menyimpang dari tujuan perlindungan konsumen, yang menyebutkan bahwa, perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

C. Alasan Pokok Perlindungan Konsumen

Adapun alasan perlindungan konsumen sebagai berikut:

1. Melindungi konsumen berarti melindungi seluruh bangsa sebagaimana diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional dalam Pembukaan UUD 1945.
2. Melindungi konsumen diperlukan untuk melahirkan manusia-manusia yang sehat rohani dan jasmani sebahai pelaku-pelaku pembangunan yang berarti juga untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional.
3. Melindungi konsumen diperlukan untuk menghindarkan konsumen dari dampak negatif penggunaan tekonologi.

4. Melindungi konsumen dimaksudkan untuk menjamin sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen.

D. Hak Dan Kewajiban Konsumen

Perlindungan konsumen mengatur hak-hak yang patut diperoleh oleh konsumen. Hal ini diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, yaitu :

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

yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain hak-hak yang patut diperoleh oleh konsumen, diatur pula kewajiban yang harus dilakukan oleh konsumen. Hal ini diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, yaitu :

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. []

Simpulkan

Coba Anda intisarikan Konsep Perlindungan Hukum dan Perlindungan Konsumen

.....

.....

.....

.....

.....

.....

LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

1. Jelaskan definisi perlindungan hukum dan perlindungan konsumen?
2. Jelaskan asas dan tujuan perlindungan konsumen?
3. Jelaskan alasan pokok tentang perlindungan konsumen?
4. Jelaskan hak dan kewajiban konsumen

PENGELOLA (PELAKU) USAHA & KONSUMEN

Pengelola adalah seseorang atau badan yang melakukan proses pengkoordinasian dan pengintegrasian terhadap semua sumber daya, baik manusia maupun teknikan untuk mencapai berbagai tujuan khusus yang ditetapkan dalam suatu organisasi. Sedangkan konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang/ jasa untuk suatu kegiatan tertentu.

A. Pengelola (Pelaku) Usaha

1. Pengertian Pengelola Usaha

Pelaku usaha juga ditemukan dalam Pasal 1 ayat (3) Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik

Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Pengertian tersebut mempunyai cakupan yang cukup luas sehingga memudahkan konsumen menuntut ganti kerugian karena banyak pihak yang dapat digugat

Pelaku usaha sendiri pada dasarnya dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) kelompok berdasarkan sifat dan jenis usaha yang dilakukannya, yaitu :

1. *Investor*, yaitu pelaku usaha sebagai penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan, seperti perbankan, *Leasing*, atau penyedia dana lainnya;
2. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan/atau jasa lain (bahan baku, bahan tambahan/penolong dan bahan-bahan lainnya). Produsen dapat terdiri dari orang/badan usaha yang berkaitan dengan pangan, memproduksi sandang (pakaian), pembuatan perumahan atau kawasan tertentu, penyedia jasa angkutan, penyedia jasa hiburan, perasuransian, penyedia layanan kesehatan dan sebagainya;
3. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang baik pedagang

retail maupun pedagang kaki lima, warung, supermarket, rumah sakit, klinik, pengangkutan (darat, laut, udara), kantor pengacara, dan sebagainya

2. Hak dan Kewajiban Pengelola

Pengelola/pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi yang tertuang dalam pasal 6 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hak pengelola adalah:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak pengelola diatas juga disertai dengan berbagai kewajiban yang diemban oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sebagai berikut:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

Modul Matakuliah STISNU Nusantara Tangerang

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dengan demikian tukang gigi merupakan pelaku usaha karena memnuhi unsur-unsur Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menjelaskan bahwa pelaku usaha dapat berupa perserongan maupun badan hukum, berada dalam wilayah yuridiksi Indonesia dan melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

B. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Berdasarkan kamus besar Bahasa Indonesia konsumen memiliki tiga arti yaitu barang hasil produksi, penerima pesan iklan, dan pemakai jasa. Dalam *Collins Cobuild English Language Dictianory* konsumen secara harfiah dapat diartikan sebagai seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu, juga sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang. Sementara itu ditempat lain mengartikan konsumen sebagai setiap orang yang menggunakan barang atau jasa.⁷

Nasution menyebutkan pengertian umum dari konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang/ jasa untuk suatu kegiatan tertentu.⁸ Tujuan penggunaan barang tersebut bermacam-macam. Barang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadi seseorang, keluarga atau rumahtangganya, yang disebut *consumer goods*.⁹

⁷ John Sinclair, *Collins Cobuild English Language Dictianory*, Glasgow, 1988. Hal 303

⁸ Az.Nasution, *Konsumen dan Hukum; Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindunagn Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), Hal 69

⁹ Badan Pembinaan Hukum Nasional, *Naskah Akademik Peraturan Perundang-undangan Tentang Perlindungan Konsum en dalam Hal*

Dari hal di atas, terlihat bahwa adanya perbedaan pengertian konsumen dilihat dari tujuan penggunaan barang, yaitu:

- a. Konsumen yang menggunakan barang sebagai bahan baku pembuat barang lain dengan maksud untuk diperdagangkan, atau disebut juga sebagai konsumen antara
- b. Konsumen yang menggunakan barang dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan hidup dirinya sendiri, keluarga atau rumahtangganya, atau disebut juga sebagai konsumen akhir.

Secara normatif, ditegaskan dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Dalam pengertian konsumen di atas terdapat syarat tidak untuk diperdagangkan yang menunjukkan sebagai konsumen akhir dan sekaligus membedakan dengan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya.

Dalam perkembangannya istilah-istilah konsumen secara umum dapat dibedakan menjadi sebagai berikut:

- a. Pemakai, yaitu setiap konsumen yang memakai barang yang tidak mengandung listrik atau elektronika, seperti pemakaian sandang, pangan, papan, obat, dsb.
- b. Pengguna, yaitu setiap konsumen yang menggunakan barang yang mengandung listrik atau elektronika, seperti lampu, listrik, radio, televisi, dsb.
- c. Pemanfaat, yaitu setiap konsumen yang memanfaatkan jasa-jasa pelaku usaha, seperti jasa dokter, jasa asuransi, jasa advokat, dsb.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, golongan pemakai, pengguna, dan pemanfaat merupakan seluruh golongan konsumen yang dilindungi, sepanjang merupakan konsumen akhir.

2. Kepentingan Konsumen

Kepentingan konsumen adalah kepentingan benih hidup dalam rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman dan segala kebutuhan diantara keduanya. Maksudnya adalah setiap manusia akan terus menjadi konsumen sejak ia hidup hingga akhirnya akan meninggal. Kepentingan konsumen yang lebih rinci termuat dalam Resolusi PBB 39/248 Tahun 1985. Dalam Guidelines for consumer protection bagian II (General Principles) angka 3, kepentingan konsumen yang dimaksudkan ialah:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.

- b. Promosi dan perlindungan dari kepentingan sosial ekonomi konsumen.
- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan mereka kemampuan melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi.
- d. Pendidikan konsumen.
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif.
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen sebagai pengguna barang dan/atau jasa dan selaku pemakai akhir dari barang dan/atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha dan memiliki peranan yang sangat dominan dalam menentukan pilihan barang dan jasa yang akan digunakan sehingga pemberdayaan konsumen sangat memiliki hak, baik secara nasional maupun secara internasional.penting untuk dilakukan agar pengguna barang dan jasa memahami hak dan kewajibannya. Oleh sebab itu konsumen

UUPK telah menjabarkan secara rinci apa saja yang menjadi hak dan kewajiban konsumen didalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,

Hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 UUPK adalah sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pada dasarnya undang-undang perlindungan konsumen menghendaki konsumen untuk menjadi konsumen yang baik dengan memperhatikan kewajiban-kewajiban

konsumen yang tertuang dalam Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yaitu:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan, dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

C. Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya adalah tindakan konsumen untuk melakukan transaksi ekonomi atau bisnis dengan pelaku usaha. Transaksi tersebut dapat berbentuk pembelian barang, penggunaan jasa layanan, transaksi keuangan seperti pinjaman atau kredit. Transaksi diatas dapat terwujud jika telah terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak yang menyebabkan timbulnya hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Kesepakatan antara dua subyek hukum atau lebih itu memuat janji-janji dari kedua belah pihak yang bersifat mengikat, dan selanjutnya disebut perjanjian.¹⁰ Hubungan hukum pelaku usaha dan konsumen dapat bermacam-macam, yaitu

10

hubungan yang setara atau sederajat dan tidak setara, hubungan yang bersifat timbal-balik, dan hubungan yang searah (satu arah) dan jamak arah.

Hubungan antara produsen dengan konsumen dilaksanakan dalam rangka jual beli. Jual beli sesuai Pasal 1457 KUH Perdata adalah suatu perjanjian sebagaimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Dalam pengertian ini, terdapat unsur-unsur: perjanjian, penjual dan pembeli, harga, dan barang.

Dalam hubungan langsung antara pelaku usaha dan konsumen terdapat hubungan kontraktual (perjanjian). Jika produk menimbulkan kerugian pada konsumen, maka konsumen dapat meminta ganti kerugian kepada produsen atas dasar tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*). Seiring dengan revolusi industri, transaksi usaha berkembang ke arah hubungan yang tidak langsung melalui suatu distribusi dari pelaku usaha, disalurkan atau didistribusikan kepada agen, lalu ke pengecer baru sampai konsumen. Dalam hubungan ini tidak terdapat hubungan kontraktual (perjanjian) antara produsen dan konsumen.

D. Akibat Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Akibat hukum akan muncul apabila pelaku usaha tidak menjalankan kewajibannya dengan baik dan konsumen akan melakukan keluhan (*complain*) apabila hasil yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian pada saat transaksi jual beli yang telah dilakukan. Dalam suatu kontrak atau

perjanjian apabila pelaku usaha dapat menyelesaikan kewajibannya dengan baik maka pelaku usaha telah melakukan prestasi, tetapi jika pelaku usaha telah lalai dan tidak dapat menyelesaikan kewajibannya dengan baik maka akan timbul wanprestasi. Wanprestasi atau cidera janji adalah tidak terlaksananya prestasi atau kewajiban sebagaimana mestinya yang telah disepakati didalam kontrak. Tindakan wanprestasi ini membawa konsekuensi timbulnya hak dari pihak yang dirugikan, menuntut pihak yang melakukan wanprestasi untuk memberikan ganti rugi atau penggantian. Ada tiga macam bentuk wanprestasi yaitu: wanprestasi tidak memenuhi prestasi, wanprestasi terlambat memenuhi prestasi, dan wanprestasi tidak sempurna memenuhi prestasi.

E. Prinsip dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

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

Setiap subyek hukum diberi tanggung jawab menurut hukum khususnya pelaku usaha diberikan beban tanggung jawab atas perilaku yang tidak baik yang dapat merugikan konsumen. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Tanggung jawab adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya (kalau terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan, dan sebagainya. Pengenaan

tanggung jawab kepada pelaku usaha bergantung pada jenis bisnis usaha yang digeluti.

Oleh karena itu, perlu dipahami dengan benar arti tanggung jawab dalam konteks perlindungan konsumen yang memadukan berbagai tanggung jawab yang termasuk didalamnya yaitu tanggung jawab hukum. Tanggung jawab hukum adalah kewajiban menanggung suatu akibat menurut ketentuan hukum yang berlaku. Ketika ada perbuatan yang melanggar norma hukum tersebut, maka pelakunya dapat dimintai pertanggungjawaban sesuai dengan norma hukum yang dilanggarnya. Tanggung jawab hukum juga dapat dilihat dari sanksi hukumnya yang terdiri dari sanksi-sanksi hukum administrasi negara, hukum pidana, dan hukum perdata.

Prinsip mengenai tanggung jawab merupakan hal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen, karena dalam kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis pihak yang bertanggungjawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak yang terkait. Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dibedakan menjadi:

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*liability based on fault*).

Prinsip ini menyatakan bahwa seorang baru dapat dimintakan pertanggungjawaban secara hukum jika ada unsure kesalahan yang dilakukannya. Prinsip ini berlaku dalam hukum pidana dan perdata (khususnya Pasal 1365-1367 KUHPerata). Dalam Pasal 1365 KUHPerdata, suatu perbuatan dapat dikatakan sebagai perbuatan melawan hukum jika

terpenuhinya empat unsur pokok yaitu adanya perbuatan, unsure kesalahan, kerugian yang diderita, dan adanya hubungan kausalitas antara perbuatan dengan kerugian yang diderita.

Asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adil bagi korban yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban. Mengenai beban pembuktiannya, asas ini mengikuti ketentuan Pasal 163 HIR atau pasal 283 Rbg dan Pasal 1865 KUHPerdara, yang mengatur bahwa barang siapa yang mengakui mempunyai suatu hak maka harus membuktikan adanya hak atau peristiwa itu.

2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability*)

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap

bertanggungjawab sampai dapat membuktikan bahwa tak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada padatergugat. Dasar teori pembalikan beban pembuktian adalah seseorang yang dianggap bersalah sampai yang bersangkutan dapat membuktikan sebaliknya. Hal ini tentunya bertentangan dengan asas hukum praduga tak bersalah (*presumption of innocence*) yang lazim dikenal dengan hukum. Ketika asas ini diterapkan dalam kasus konsumen maka akan tampak bahwa teori ini sangatlah relevan dimana yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan ada dipihak pelaku usaha yang digugat.

3. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab (*presumption of nonliability*)

Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab. Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas. Contoh dari penerapan prinsip ini adalah hukum pengangkutan, dimana kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin yang biasa diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dari penumpang (konsumen).

4. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak ini sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Namun demikian ada juga ahli yang mengatakan bahwa prinsip tanggung jawab mutlak ini tidak selamanya sama dengan prinsip tanggung jawab absolut. Dalam tanggung jawab mutlak, kesalahan tidak ditetapkan sebagai faktor yang menentukan, terdapat pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab seperti *force majeure*. Di pihak lain, tanggung jawab absolut merupakan prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualian. Prinsip tanggung jawab mutlak ini, digunakan dalam hukum perlindungan konsumen untuk menjerat pelaku usaha, khususnya produsen yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen.

Asas tanggung jawab ini dikenal dengan nama *product liability*. Gugatan *product liability* ini dapat dilakukan berdasarkan tiga hal yaitu: melanggar jaminan berkaitan dengan jaminan pelaku usaha, bahwa barang

yang dihasilkan atau dijual tidak mengandung cacat. Pengertian cacat dapat terjadi dalam konstruksi barang,

desain, dan atau pelabelan. Ada unsur kelalaian apabila si pelaku usaha yang digugat itu gagal menunjukkan ia cukup berhati-hati dalam membuat, menyimpan, mengawasi, memperbaiki, memasang label, atau mendistribusikan barang. Menerapkan tanggung jawab mutlak, yaitu prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan.

Variasi berbeda dalam penerapan tanggung jawab mutlak terletak pada *risk liability*, dimana dalam *risk liability* ini, kewajiban mengganti rugi dibebankan pada pihak yang menimbulkan resiko adanya kerugian. Namun pihak penggugat (konsumen) tetap diberi beban pembuktian walau tidak sebesar si tergugat. Penggugat hanya perlu membuktikan adanya hubungan kausalitas antara perbuatan pelaku usaha dengan kerugian yang diderita, dan selebihnya digunakan prinsip *strict liability*.

5. Prinsip pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*)

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip ini sangat merugikan konsumen bila diterapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen seharusnya pelaku usaha tidak boleh sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika pun ada pembatasan maka harus berdasarkan pada peraturan perundangundangan yang jelas.

Ketentuan mengenai pertanggungjawaban pengelola/ pelaku usaha diatur secara tersendiri atau terpisah dari pengaturan tentang kewajiban pelaku usaha maupun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Tanggung jawab pelaku usaha tersebut diatur dalam Bab VI Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Inti dari pengaturan tanggung jawab pelaku usaha meliputi tanggung jawab pelaku usaha secara umum (Pasal 19) dan secara khusus dalam hal untuk menyediakan cadang atau fasilitas purna jual dan jaminan atau garansi (Pasal 25 dan Pasal 26), tanggung jawab pelaku usaha di bidang periklanan dan importasi produk (Pasal 20 dan Pasal 21), beban pembuktian terhadap ada tidaknya kesalahan pelaku usaha (Pasal 22 dan Pasal 28), serta pembebasan pelaku usaha dalam pertanggungjawaban (Pasal 27).

Beban pembuktian yang ditanggung pelaku usaha untuk membuktikan ada tidaknya kesalahan konsumen merupakan system pembuktian terbalik karena justru pihak yang digugat yang mempunyai kewajiban untuk membuktikan. Berdasarkan hukum tentang pembuktian pada umumnya, setiap orang yang mendalilkan bahwa otrang tersebut mempunyai sesuatu hak atau untuk meneguhkan haknya sendiri maupun membantah hak orang lain dengan menunjukkan suatu peristiwa, mewajibkan membuktikan adanya hak tersebut. Walaupun beban pembuktian dalam perkara ini dibebankan ke;pada pelaku usaha, tidak menutup

kemungkinan bagi pihak Kejaksaan untuk dapat melakukan pembuktian.

Pembebasan pelaku usaha dari tanggung jawab terhadap kerugian pihak konsumen diatur dalam Pasal 27 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Menurut Pasal 27 tersebut, pelaku usaha dapat dibebaskan dari kewajiban bertanggungjawab apabila memenuhi persyaratan dibawah ini:

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

Simpulkan

Coba Anda intisarikan Pelaku Usaha dan Konsumen

.....

.....

.....

.....

.....

.....

LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

1. Jelaskan definisi pelaku usaha?
2. Jelaskan 3 jenis kelompok pelaku usaha?
3. Jelaskan hak dan kewajiban pengelola/ pelaku usaha?
4. Jelaskan pengertian konsumen?
5. Jelaskan kepentingan konsumen?
6. Jelaskan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen?
7. Jelaskan akibat hukum antara pelaku usaha dan konsumen?
8. Jelaskan prinsip dan tanggungjawab hukum pelaku usaha?

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Undang-Undang No. 1 Tahun 2009 tentang Penerbangan
Peraturan Pemerintah No. 40 Tahun 1995 jo.

Peraturan Pemerintah No. 3 Tahun 2000 tentang Angkutan Udara

Peraturan Menteri Perhubungan No. 77 Tahun 2011 tentang Tanggung Jawab Pengangkut Angkutan Udara

Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 301/MPP/Kep/10/2001 tentang Pengangkatan, Pemberhentian Anggota dan Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Buku:

Barkatullah, Abdul Halim, 2010, Hak-Hak Konsumen, Bandung: Nusa Media

Modul Matakuliah STISNU Nusantara Tangerang

Harahap, Yahya, 1997, Beberapa Tinjauan Mengenai Sistem Peradilan dan Penyelesaian Sengketa, Bandung:PT Citra Aditya Bakti

Latif, Abdul, 2012, Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Yogyakarta dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Yogyakarta:Universitas Gadjah Mada

Miru, Ahmadi dan Yodo, Sutarman, 2005, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta:PT RajaGrafindo Persada

Muktamar, Nining, dkk., 2005, Berperkaranya Secara Mudah, Murah, dan Cepat, Depok:Piramedia

Nasution, Az, 1995, Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia, Jakarta:Pustaka Sinar Harapan

Nugroho, Susanti Adi, 2008, Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya, Jakarta:Kencana

Soekanto, Soerjono, 1986, Pengantar Penelitian Hukum, Jakarta:UI Press

Soekanto, Soerjono dan Mahmuji, Sri, 1983, Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat, Jakarta:PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Sunggono, Bambang, 2009, Metodologi Penelitian Hukum, Jakarta:Rajawali Pers.

- Susanto, Happy, 2008, Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, Jakarta:Visi Media.
- Widjaja, Gunawan dan Yani, Ahmad, 2001, Hukum tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wiradipradja, E. Saefullah, 1989, Tanggung Jawab Pengangkut dalam Hukum Pengangkutan Udara Internasional dan Nasional, Yogyakarta:Liberty

Jurnal dan Penulisan Hukum:

- Gunawan, Johannes, 1999, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jurnal Hukum Bisnis Volume 8, Jakarta:Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis.
- Hadiyat, Dedi, 2013, Kebebasan Pilihan Penyelesaian Sengketa Melalui Konsiliasi atau Mediasi atau Arbitrase di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Bandung, Yogyakarta:Universitas Gadjah Mada.
- Hasanah, Ulfia, 2012, Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam Penegakan Hak-Hak Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 3 No. 1.
- Latif, Abdul, 2012, Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Yogyakarta dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen

Modul Matakuliah STISNU Nusantara Tangerang

Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999
tentang Perlindungan Konsumen,
Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.