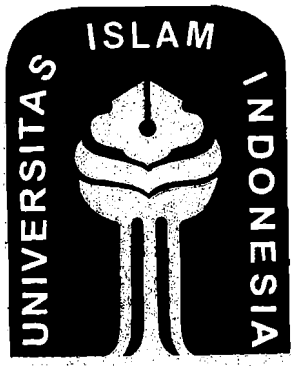
PENERAPAN PEMBUKTIAN TERBALIK BERDASARKAN UU NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Master (S2)
Pada Program Magister (S2) Ilmu Hukum
Universitas Islam Indonesia (UII)
Yogyakarta



Oleh :

ESTER SIREGAR

No. Mhs.	: 04. M. 0129
Program Studi	: Ilmu Hukum
BKU	: Hukum Bisnis

PROGRAM MAGISTER (S2) ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA (UII)
YOGYAKARTA

2006

PENERAPAN PEMBUKTIAN TERBALIK BERDASARKAN UU NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGN KONSUMEN

TESIS

Oleh:

N a m a : ESTER SIREGAR
Nim. : 04. M. 0129
Program Studi : Ilmu Hukum
BKU : Hukum Bisnis

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Pada Hari/Tanggal: **Sabtu, 2 September 2006**
Dan Dinyatakan: LULUS

Tim Penguji,
Ketua,

Dr. Ridwan Khairandy, SH., MH.

Siti Anisah, SH., MHum.
Anggota

Hj. Muryati Marzuki, SH., SU.
Anggota

Mengetahui,
Ketua Program Magister (S2) Ilmu Hukum,

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
PROGRAM PASCASARJANA
FAKULTAS HUKUM
YOGYAKARTA

Dr. Ridwan Khairandy, SH., MH.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rakhmat, karunia dan bimbingan-NYA, maka penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini. Penyelesaian penulisan tesis ini tidak terlepas dari dorongan dan arahan para dosen pembimbing yang dengan sabar selalu memacu semangat penulis, untuk itu pada kesempatan ini saya secara khusus menyampaikan ucapan terima kasih kepada Yang Terhormat:

1. Dr. Ridwan Khairandy, S.H., M.H., Selaku Dosen Pembimbing I.
2. Siti Anisah, SH., Mhum., Selaku Dosen Pembimbing II.

Semoga apa yang telah Bapak/Ibu sumbangankan kepada kami yang berupa Ilmu Pengetahuan akan mendapat pahala dari Allah SWT. Ucapan terima kasih saya sampaikan juga kepada:

1. Rektor Universitas Islam Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh Program Magister (S2) Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Dr. Ridwan Khairandy., S.H., M.H., Selaku Ketua Program Magister (S2) Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan motivasi bagi saya agar senantiasa menimba ilmu dengan penuh dedikasi dan disiplin yang tinggi.

3. Seluruh Dosen Pengajar di Program Magister (S2) Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, semoga amal baik dan ilmu yang telah saya terima akan mendapat pahala dari Allah SWT.
4. Yayasan Kartika Abadi beserta staf yang telah menyelenggarakan program ini di Surabaya.

Akhirnya kepada Suamiku Tercinta: ***"Albert Radjaguguk"*** dan kepada anak-anakku terkasih: ***" Puteri Esti Alda Puteri", "Edward Roberto Putera" dan "Gita Anggi Alisa",*** yang penuh kasih sayang dan pengertian selalu mendorong semangat saya di dalam menempuh pendidikan di Program Magister (S2) Ilmu Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta ini.

Demikian Karya Ilmiah Penelitian Tesis ini, semoga bermanfaat bagi yang membacanya.

Yogyakarta, Oktober 2006.
Penulis,

ESTER SIREGAR

ABSTRAKSI

Permasalahan di dalam penelitian tesis ini adalah bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan suatu produk yang cacat, kemudian bagaimana prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha terutama dalam kasus yang di alami oleh Takasu Masaharu dengan PT. Coca Cola dan apa kelemahan prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan produk yang cacat. Dan untuk metode penelitian tesis ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yaitu menggunakan data sekunder yang berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

Hasil penelitian tesis menunjukkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan produk cacat yang diproduksi dan diedarkan oleh pelaku usaha. Ganti rugi yang diberikan 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 peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tanggung jawab pelaku usaha ini timbul dan adanya perikatan antara konsumen dengan pelaku usaha atau perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha yang dapat membuktikan bahwa kerugian yang dialami konsumen bukan karena kesalahannya, tidak bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Tanggungjawab pelaku usaha ini berdasarkan Pasal 19 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menganut beban pembuktian terbalik dalam proses pembuktian di pengadilan. Hal ini diatur telah di dalam Pasal 28 UUPK. Ketentuan ini menyatakan bahwa beban pembuktian dialihkan kepada pelaku usaha dan menurut ketentuan ini, selama pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut bukan merupakan kesalahan yang terletak pada pihaknya, maka demi hukum pelaku usaha bertanggung jawab dan wajib mengganti kerugian yang diderita tersebut. Dan menurut Pasal 28 UUPK bahwa Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

Saran, Pemerintah agar menindak tegas pelaku usaha yang menyalahi dan melanggar standar-standar yang telah ditentukan dalam suatu proses produksi dan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen (UUPK). Dengan demikian pemerintah hendaknya lebih meningkatkan pengawasan terhadap kualitas setiap produk yang diproduksi dan diedarkan pelaku usaha, sehingga pelaku usaha tidak lagi mengutamakan kuantitas guna mendapatkan keuntungan usaha, akan tetapi kualitas dari produknya juga tetap haru dijaga dengan baik. Dan tanggungjwab produk *(product liability)* yang disertai dengan *prinsip strict liability* sangat penting sekali diterapkan dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan suatu produk yang cacat. Untuk itu, disarankan kepada pemerintah agar mengupayakan diterapkannya prinsip ini dalam UU Perlindungan Konsumen (UUPK).

DAFTAR ISI

Halaman

COVER DEPAN
COVER DALAM
HALAMAN PENGESAHAN
KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 12

C. Tujuan Penulisan 12

D. Kajian Teoritis 13

E. Metode Penelitian 17

F. Sistematika/Kerangka Penulisan Tesis 20

BAB II. TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN **22**

A. Pengertian Konsumen 22

B. Hak-Hak Dan Kewajiban Konsumen 47

C. Hak-Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha 64

D. Penyelesaian Sengketa Konsumen 68

BAB III. PENERAPAN PEMBUKTIAN TERBALIK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGN KONSUMEN **80**

A. Tanggungjawab pelaku usaha atas kerugian yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan suatu produk yang cacat 80

B. Prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha terutama dalam kasus yang di alami oleh Takasu Masaharu dengan PT. Coca Cola dan

kelemahannya dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan produk yang cacat 98

BAB IV. PENUTUP 120

A. Kesimpulan 120

B. Saran 122

DAFTAR PUSTAKA

BAB I.

PENDAHULUAN

BAB I.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kewajiban yang dimiliki seorang konsumen mengandung pengertian bahwa kewajiban tersebut merupakan sebuah tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh konsumen agar terlaksananya sebuah tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh konsumen agar terlaksananya perlindungan konsumen dapat berjalan secara seimbang. Oleh karena itu, Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah menentukan kewajiban yang harus dilakukan oleh konsumen, yaitu: [1]

a. Membaca atau mengikuti petunjuk 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.

Pelaksanaan kewajiban konsumen harus didasarkan pada Pasal 5 butir (b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu didasarkan pada itikad baik terutama pada saat melaksanakan transaksi pembelian barang dan atau jasa antara konsumen dan pelaku usaha. Adanya itikad baik ini

[1] Lihat ketentuan Pasal 5 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

sangat penting dalam transaksi yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha karena adanya itikad baik dapat menjadi dasar dalam penuntutan ganti rugi yang diderita oleh konsumen sebagai akibat adanya produk barang dan atau jasa yang tidak memenuhi keamanan dan keselematan konsumen dalam mengkonsumsinya. Salah satu bentuk penuangan itikad baik yang menjadi kewajiban seorang konsumen adalah dengan membaca atau mengikuti petunjuk dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan konsumen. Jika seorang konsumen sudah membca dan mengikuti petunjuk dan prosedur pemakaian barang dan atau jasa dengan baik dan didasarkan pada itikan baik tetapi tetap menimbulkan kerugian pada dirinya maka konsumen tersebut berhak untuk menuntut penggantian atas segala kerugian yang telah dideritannya.

Hak untuk memperoleh keamanan ini sangat penting ditempatkan pada kedudukan utama karena selama berabad-abad berkembang suatu falsafah berpikir bahwa konsumen (terutama Pembeli) adalah pihak yang berhati-hati bukan pelaku usaha yang disebut caveat emptor *(let the buyer beware).*[2]

Sebuah kasus terjadi dalam perjalanan pendek Cibinong - Bogor yang dilakukan Sukma Bambang Susilo (24), pertengahan Juni 2005 berbuntut panjang. Hari itu, Bambang dan dua temannya menemukan botol minuman ringan yang di dalamnya terdapat ekor cicak. Temuan itu sama sekali tak disengaja. Ceritanya, "Saat masuk wilayah di luar Bogor, salah seorang teman saya kehausan. Dia mengusulkan mampir di warung terdekat untuk beli minum." Akhirnya mobil yang

[2] Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* Grasindo, Jakarta, 2000. hlm. 18

ditumpangi Bambang parkir di depan rumah yang sekaligus sebagai warung. Mereka masing-masing langsung memesan minuman ringan. Bambang memilih Fanta rasa melon warna hijau. Bambang hampir saja membuka botol yang sudah digenggamnya. Tapi gerakan tangannya terhenti saat matanya tertumbuk pada benda asing di dalam botol. "Setelah saya amati,benda tersebut ternyata ekor cicak, panjangnya segini," ujar Bambang sambil menunjuk kelingkingnya.

Sejenak ia tertegun dengan apa yang dilihatnya. Hatinya terus bertanya-tanya, kok, bisa-bisanya ekor cicak nyasar ke dalam botol minuman ringan.Apalagi produk tersebut dikeluarkan oleh sebuah perusahaan bertaraf internasional, bukan produk rumahan. Mereka kan punya alat yang canggih. Kenapa masih ada produk yang begini. Bagaimana *quality control* mereka?" Sang pemilik warung pun tak kalah terkejutnya setelah Bambang menunjukkan temuannya. "Ia lalu meminta botolnya dan menawarkan penggantinya. Dia bilang akan mengembalikan botol itu ke agennya." Tapi tawaran itu tak diindahkan. Bambang keberatan menyerahkan begitu saja "barang langka" itu. Sebaliknya, ia malah membayar isi minuman itu plus botolnya. Semula sang pemilik warung keberatan. Ia takut terbawa-bawa jika Bambang kelak mempermasalahkan botol tersebut. "Tapi saya janji tak akan menyeret dia dalam masalah mi. Apalagi dia, kan, hanya jualan.Tak ada sangkut-pautnya." Dan setelah membayar, Bambang memperhatikan data *expire* yang tercantum di label botol."Ternyata masih lama, kemasannya pun masih bagus," kata

Bambang belum bisa menutupi rasa penasarannya. "Untung belum saya buka botol dan meminumnya. Kalau sampai terminum apa jadinya?"

Dalam kasus tersebut ada 2 (dua) pendapat berlawanan sebagai berikut, Meski sejak awal berniat mempermasalahkan temuannya, Bambang baru melangkah empat bulan kemudian. Selama empat bulan Ia dilanda kebimbangan. "Dari hasil diskusi dengan teman-teman di kampus muncul dua pendapat," kata mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Pancasila, Jakarta ini, yaitu:

1. Perdapat Pertama, mengusulkan Bambang membuang saja botol tersebut. Karena jika memperkarakan, pihak produsen dapat menggugat balik dengan pencemaran nama baik.
2. Pendapat Kedua atau kubu lainnya, minta agar Bambang melaporkan ke pihak berwajib. Tujuannya agar produsen jera dan tak lagi muncul kasus yang sama di kemudian hari .Jangan ada lagi konsumen yang dirugikan.

Bambang semula memilih jalan tengah. Oktober lalu ia mendatangi kantor pusat PT Coca Cola Indonesia yang memproduksi minuman Fanta di Kawasan Semanggi, Jakarta ."Petugas di sana membenarkan, bahwa minuman tersebut di produksi pabriknya di Cibitung." Tapi kedatangan Bambang hanya disambut karyawan bawahan. "Katanya semua manajer sedang di luar. Sebelum pulang saya diminta mengisi kolom pengaduan di kertas dan melampirkan foto botol berisi ekor cicak." Baru beberapa langkah meninggalkan ruangan, ia dipanggil untuk menjelaskannya kepada petugas lain.Si petugas tersebut mengatakan pihak Coca Cola

selalu komitmen terhadap keluhan pelanggan." Mereka lalu memberikan satu kotak besar minuman kaleng. Tapi bingkisan itu saya tolak. Saya masih trauma minum produk mereka." Beberapa hari kemudian, *Consumer and Community Relation Officer* Coca Cola Indonesia, Djachri Surachman menghubungi Bambang untuk bertemu. "Sudah empat kali kami bertemu. Saya juga sudah menunjukkan botol berisi ekor cicak itu. Ia sama sekali tidak mengeluarkan bantahan.Artinya, Fanta itu produk mereka".[3]

Dan selanjutnya dan setelah yakin bahwa minuman tersebut adalah produksi Coca Cola Bambang lantas melayangkan somasi ke produsen minuman tersebut. "Kami sudah melayangkan somasi pekan lalu dan sudah mendapat jawaban. Tapi jawabannya tidak menyelesaikan masalah. Lagi pula surat tersebut "***tak pakai nomor dan stempe"l*** perusahaan. Kami curiga surat kami tak sampai ke tingkat manajer," sela Zuchli Imran Putra, SH, C.N. yang kini mendampingi Bambang, Senin pekan lalu. Selain Zucli, Bambang juga didampingi pengacara dari Lembaga Penyuluhan dan Pembelaan Hukum (LPPH) Pemuda Pancasila Jakarta Utara.

Dari kasus terbut di atas, ada 3 (tiga) langkah yang bakal di lakukan Zuchli, yaitu:[4]

1. Akan menggugat secara perdata;
2. Tuntutannya agar pihak Coca Cola menarik lagi produk sejenis, tidak mengeluarkan produk baru; dan

---

[3] Peristiwa: "Penemuan Ekor Cicak Di Botol Fanta", *Majalah Nova*, Edisi No. 931/XVIII-Januari 2006, hlm.: 36

[4] *Ibid.*

3. Minta maaf di sepuluh media."

Tapi jika hal itu tak dapat dilakukan, Zuchli mempunyai alternatif lain. Ia minta ganti-rugi senilai Rp 5 miliar. Angka tersebut, katanya, diambil dari dana yang dikeluarkan pihak Coca Cola jika menangani kasus seperti ini. Selain itu pihaknya juga akan melaporkan masalah ini ke Polres Bogor dan MUI.

Kasus lain juga terjadi, kasus serupa bukan saja yang dialami oleh Bambang sekali ini terjadi. Beberapa waktu lalu, juga terjadi kasus serupa. Tahun 2004, seorang warga negara Jepang yaitu TAKASU MASAHARU, dia melayangkan gugatan sebesar Rp 60 miliar kepada PT Coca Cola Indonesia. Ia merasa dirugikan karena dalam botol Coca Cola yang diminumnya pada 19 Oktober 2003 ditemukan obat nyamuk. Akibatnya Takasu sempat dilarikan ke rumah sakit karena khawatir mengalami keracunan.

Dalam kasus yang dialami TAKASU MASAHARU yang telah dilayangkan gugatan ke Pengadila Negeri Jakarta Selatan, telah mendapat jawaban dari H. Baidawi, panitera yang menangani gugatan tersebut di atas, menjelaskan hakim PN Jakarta Selatan telah memutuskan perkara ini, 19 Januari lalu. Hasilnya, gugatan ditolak lantaran pihak penggugat tak bisa membuktikan bahwa Takasu keracunan. Tak ada data klinis yang menunjukkan gejala tersebut. "Karena tak puas,Takasu mengajukan banding.

Kemudian Kejadian yang hampir serupa terjadi lagi dan dialami oleh Mohammad Sulaiman. Pada 11 Agustus 2003 ia membeli minuman Sprite kemasan

botol dan menemukan sebuah batu baterai ukuran 3/AA di dalarnnya. Baterai tersebut ditemukan dalam kondisi botol tertutup. Semula Sulaiman sempat melayangkan somasi kepada PT Coca Cola, "Tapi tidak ada tanggapan. Akhirnya, pada tanggal pada 9 Agustus 2005 lewat kuasa hukumnya Suci Madio, ia menggugat PT Coca Cola sebesar sekitar Rp 4 miliar. "Kami sudah melakukan mediasi.Tapi tak berhasil dan 5 Januari nanti sidang akan digelar di PN Jakarta Selatan," jelas Yohannes Suhadi, hakim yang menangani kasus tersebut. Sementara *Corporate Affair* PT Coca Cola Bottling Indonesia,Ratri Wuryandari, menjelaskan timnya memang menangani semua keluhan dari pelanggan. "Tetapi pada batas tertentu tidak bisa kami tangani lagi, karena ini sudah masuk ke area legal."

Sementara, pengacara PT Coca Cola Indonesia, Panji Prasetyo yang dihubungi menilai Coca Cola Indonesia merupakan perusahaan bagus yang tidak mungkin merugikan konsumennya. Untuk soal ekor cicak dalam botol Fanta Panji menilai itu agak janggal. "Jika memang ada kesalahan dalam produksi, itu pasti tercatat dan akan *direject* sebelum dipasarkan. Jadi tidak mungkin ditemukan hal-hal aneh semacam itu. Dari kasus terebut pengacara dari PT. Coca cola memberikan keterangan banyak penjelasan penggugat yang tidak konsisten. Misalnya, mereka tidak bisa membawa langsung barang bukti berupa botol yang berisi cicak. Keterangan kapan dan dimana dia membeli barang tersebut pun sempat disebutkan berbeda-beda."Sudah begitu mereka minta ganti rugi Rp 5 miliar,"jelasnya yang menolak mengabulkan permintaan uang damai tersebut.

Begitupun kasus ditemukannya batu baterai dalarn botol Sprite. "Saat mediasi mereka minta uang sebesar Rp 500 juta untuk damai, tapi kami rnenolak.Kita ikuti proses sidang saja. Nanti kita tes saat pem buktian, apakah botol itu sudah di buka sebelumnya atau belum, sehingga tidak tahu pasti kalau belum di tes". Menurut Panji, sebetulnya setiap ada keluhan atau komplain dari konsumen, baik lewat telepon, surat atau apapun pasti segera ditanggapi oleh perusahaan sesuai prosedur. Lalu, konsumen pun diberikan kornplemen sewajarnya.Termasuk juga pada kasus ditemukannya ekor cicak dan batu baterai tadi. Tetapi karena kini kasus-kasus tersebut sudah masuk ke jalur hukum, Panji menegaskan PT Coca Cola akan mengikuti proses peradilan yang telah berjalan. "Sebab ini berkaitan dengan reputasi perusahaan. Jangan sampai nama baik PT Coca Cola tercemar.

Melihat dan mempelajari kasus-kasus di atas, dapat kita dimengerti bahwa komnsumenpun punya hak perlindungan atas produk-produk yang cacat, seperti diterangkan oleh staf Bidang Pengaduan dan Hukum Yasasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merujuk tiga kasus yang terjadi di atas yaitu menjelaskan banyak faktor yang menyebabkan produk makanan dan minuman yang memiliki kejanggalan. Karena dalam pembuatan produk, tak bisa 100 persen bagus. Misalnya beberapa kali YLKl juga pernah menangani kasus antara konsumen dengan PT Coca Cola, yaitu ditemukan benda-benda asing seperti sedotan atau bungkus permen dalam botol produk PT Coca Cola. Dalam kasus ini yang penting, jika konsumen menemukan hal yang janggal atau ketidakpuasan terhadap jasa atau barang yang dikonsumsinya, ia

punya hak rnengajukan komplain. [5] Dan banyak jalan yang bisa dilakukan konsumen jika menemukan produk aneh, yaitu sebagai berikut:[6]

1. Konsumen bisa mengadukan ketempat ia membeli barang atau jasa tersebut;
2. Mengadukan ke produsen barang atau jasa tersebut;
3. Mengadukan kepada lembaga konsumen, misalnya YLKI.

Kemudian nantinya akan lakukan klarifikasi kedua pihak dan penelusuran. Jika terbukti memang merugikan konsumen, maka konsumen akan mendapat penggantian yang sewajarnya dari produsen sesuai dengan UU yang mengatur dan jika konsumen tak puas, bisa berlanjut melayangkan gugatan ke pengadilan.

Dasar gugatan yang dapat dipakai oleh konsumen untuk menggugat pelaku usaha yang menjual produk yang menimbulkan kerugian bagi konsumen adalah Pasal 1234 atau Pasal 1365 KUH Perdata.

Gugatan berdasarkan Pasal 1234 KUH Perdata yaitu gugatan bahwa pelaku. usaha telah melakukan wanprestasi (tidak memenuhi kewajaran sebagaimana yang ditetapkan dalam perjanjian untuk menjual suatu produk yang aman bagi konsumen.

---

[5] Staf Bidang Pengaduan dan Hukum Yasasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merujuk tiga kasus yang terjadi di atas yaitu menjelaskan banyak faktor yang menyebabkan produk makanan dan minuman yang memiliki kejanggalan, Peristiwa: "Penemuan Ekor Cicak Di Botol Fanta", Majalah Nova, Edisi No. 931/XVIII-Januari 2006, hlm.: 36, Dapat Dilihat juga Dalam: Perkara Putusan Pengadilan Nomor: 211/Pdt.G/2004/PN.Jkt.Sel., DEMI KEADILAN BERDASARKAN KETUHANAN YANG MAHA ESA, Pengadilan Negeri tersebut; Setelah membaca berkas perkara yang bersangkutan dan setelah membaca pula putusan Sela Nomor: 211/Pdt.G/2004/PN.Jkt.Sel. tanggal 19 Agustus 2004.

[6] *Ibid.*

Pasal ini mensyaratkan adanya hubungan yang langsung (*privity of contract*) antara pelaku usaha dan konsumen.[7]

Dewasa ini, sangat jarang dijumpai konsumen membeli suatu produk langsung dari pelaku usaha. Biasanya, konsumen membeli barang melalui distributor atau toko-toko. Sedangkan Pasal 1365 KUH Perdata mengatur mengenai perbuatan melawan hukum (*onrecht matigedaad*).[8] Pasal ini tidak mensyaratkan adanya hubungan langsung (*privity of contract*) antara konsumen dan pelaku usaha. Namun, konsumen wajib membuktikan tentang adanya:[9]

1. Pelaku usaha telah melakukan kesalahan (*fault*);
2. Perbuatan pelaku usaha adalah perbuatan melawan hukum (*unlawful act*);
3. Telah timbul kerugian (*damage*) pada konsumen; dan
4. Terdapat hubungan kausatitas (sebab-akibat) antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang diderita konsumen.

Gugatan ganti rugi berdasarkarn, Pasal 1365 KUH Perdata menggunakan sistem tanggung jawab berdasarkan kesalahan, yaitu pelaku usaha baru bertanggung jawab apabila konsumen dapat membuktikan kesalahan pelaku usaha.

---

[7] Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani Hukum, *Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pistaka Utarna, Jakarta, 2003, hlm.: 62-63

[8] Pasal 1365 KUHPerdata mengatur mengenai perbuatan melawan hukum (onrecht matigedaad).

[9] *Ibid,* hlm. 68-69

Setelah lahirnya UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 kemudian disebut (UUPK), yang di dalam salah satu Pasalnya, yaitu Pasal 28, mengatur mengenai ***"asas pembuktian terbalik"***, maka diharapkan kesulitan yang dihadapi oleh konsumen dalam hal pembuktian dapat ditanggulangi. Adapun Pasal 28 UUPK berbunyi sebagai berikut:[10]

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

Konsumen tidak mengetahui mengenai proses pembuatan suatu produk ataupun proses distribusi suatu produk. Sulit bagi konsumen untuk membuktikan suatu kesalahan dilakukan oleh pelaku usaha atau distributornya, Oleh sebab itu, sudah selayaknya pelaku usaha dibebani beban pembuktian atas suatu produk yang telah menimbulkan kerugian bagi konsumen. Meskipun UUPK mengatakan bahwa beban pembuktian mengenai kesalahan telah dibebahkan kepada pihak pelaku usaha, namun hal tersebut tidaklah secara "gamblang" dan "gampang" mempermudah usaha konsumen dalam mengajukan gugatan hukum kepada pelaku usaha dalam proses peradilan. Masalah penentuan pelaku usaha yang dapat dipertanggungjawabkan dalam mata rantai produksi hingga retail, menjadi salah satu kendala yang harus diperhatikan dalam sudut formal hukum agar gugatan yang diajukan tidak sia-sia.[11]

---

[10] Lihat Pasal 28 UU Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
[11] Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani Hukum, *Op.Cit.*, hlm. 69-70

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan suatu produk yang cacat ?
2. Bagaimana prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha terutama dalam kasus yang di alami oleh Takasu Masaharu dengan PT. Coca Cola ?
3. Kelemahan prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan produk yang cacat ?

C. Tujuan Penelitian

1. Ingin meneliti dan mengetahui tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan suatu produk yang cacat.
2. Ingin meneliti dan mengetahui prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha terutama dalam kasus yang di alami oleh Takasu Masaharu dengan PT. Coca Cola.
3. Ingin meneliti dan mengetahui kelemahan prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan produk yang cacat.

D. Kajian Teoritis

Selanjutnya, sejak 5 Maret 2000 diberlakukan juga Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak sehat. Ketentuan-ketentuan ini sesungguhnya diperuntukkan bagi semua pelaku usaha, tidak bagi konsumen langsung. Kendati demikian, kompetisi tidak sehat diantara mereka pada jangka panjang pasti berdampak negatif bagi konsumen itu sendiri! Disini letak arti penting mengapa hak ini perlu dikemukakan, agar tidak berlaku pepatah : "Dua gajah berkelahi, pelanduk mati ditengah-tengah."

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dan barang dan/ atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani maupun rohani. Hak untuk memperoleh keamanan ini penting ditempatkan pada kedudukan utama karena selama berabad-abad berkembang suatu falsafah berfikir bahwa konsumen (terutama pembeli) adalah pihak yang wajib berhati-hati, bukan pelaku usaha Falsafah yang disebut icaveat emptor *(let the buyer beware)* ini, mencapai puncaknya pada abad ke-19 seiring dengan berkembangnya paham rasional-individualisme di Amerika Serikat. Dalam perkembangannya kemudian, prinsip yangmerugikan konsumen ini telah ditinggalkan. Dalam barang dan/ atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha berisiko sangat tinggi terhadap keamanan konsumen, maka pemerintah selayaknya, mengadakan pengawasan secara ketat. [12]

[12] Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Op.Cit., hlm.: 22-34

Satu hal yang juga sering dilupakan dalam kaitan dengan hak untuk mendapatkan keamanan adalah penyediaan fasilitas umum yang memenuhi syarat yang ditetapkan. Di Indonesia, sebagian besar fasilitas umum, seperti pusat perbelanjaan, hiburan, rumah sakit, dan perpustakaan belum cukup akomodatif untuk menopang keselamatan pengunjungnya. Hal ini tidak saja bagi pengguna produk barang atau jasa (konsumen) yang berfisik normal pada umumnya, tetapi juga terlebih-lebih mereka yang cacat fisik dan lanjut usia. Akibatnya, besar kemungkinan mereka ini tidak dapat leluasa berjalan dan naik tangga ditempat-tempat umum karena tingkat resiko yang sangat tinggi.[13]

Perlindungan konsumen adalah upaya yang menjamin adanya kepastian. hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.[14] Perlindungan konsumen dalam hal mi maksudnya adalah perlindungan hukum, yaitu jaminan terpenuhinya kepentingan konsumen. Istilah konsumen itu sendiri berasal dari alih bahasa lnggris dan Amerika, yaitu *consumer*.

Black's Law Dictionary menyebutkan bahwa consumer adalah *a person who buys goods or services for personal, family, or household use, with no intention of release; a natural person who uses products for personal rather than business*

[13] Memang sudah ada beberapa ketentuan yang memberi perhatian terhadap hal ini, misalnya dalam Keputusan Menteri Perhubungan nomor KM 71 Tahun 1999 tentang Aksesbilitas bagi Penyandang Cacat dan Orang Sakit pada Sarana dan Prasarana Perhubungan, namun tidak jelas sejauh mana sanksi dapat diterapkan bagi penyedia jasa perhubungan yang melanggar ketentuan itu.

[14] Ketentuan di dalam Pasal 1 angka 1 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

purposes,[15] atau jika diterjemahkan, konsumen adalah seseorang yang membeli barang atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, atau keperluan rumah tangga, dengan tidak ada maksud untuk menjualnya kembali; seseorang yang menggunakan produk untuk kepentingannya sendinya dan tidak ditujukan untuk kepentingan bisnis. Kesimpulan yang dapat ditarik dan pengertian ini yaitu konsumen hanyalah orang pemakai akhir dari suatu produk barang dan jasa. Barang dan jasa tersebut akan dikonsumsi sendiri dan tidak akan diperjualbelikan.

Ketentuan Pasal 1 angka 2 UUPK memberikan batasan tentang konsumen sebagai berikut: "Konsumen adalah setiap 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".

Kedudukan seorang konsumen selalu dihadapkan dengan pengusaha, yaitu orang atau badan yang menjalankan usaha. Dalam Pasal 1 angka 3 UUPK memberikan definisi pelaku usaha sebagai berikut:

> "Pelaku Usaha adalah setiap orang perorangan 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 penyelenggaraan kegiatan usaha datam berbagai bidang ekonomi".

Hubungan pelaku usaha dan konsumen berkaitan erat dengan pemanfaatan dan penggunaan suatu barang dan/atau jasa. Pengertian barang dapat dilihat di dalam Pasa 1 butir 4 UUPK yang berbunyi: "Barang adalah benda baik berwujud maupun

---

[15] Bryan A. Garner (ed), *Black's Law Dictionary,* 7th Edition, Book 2, West Group, St. Paul, Minnesota, 1999, hlm. 311

tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, dan dimanfaatkan oleh konsumen".

Pengertian Jasa dapat dilihat di dalam Pasat 1 butir 5 UUPK yang berbunyi: "Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen". Sehingga konsumen dan pelaku usaha merupakan dua kelompok penting yang masing-masing mempunyai kepentingan. Jika kepentingan dari para pihak tidak dapat berjalan dengan baik, maka kemungkinan timbulnya kontak akan terjadi. Untuk melindungi keseimbangan kepentingan para pihak maka diperukan adanya hukum, yaitu hukum perlindungan konsumen.

Pengaturan masalah perlindungan konsumen tidak hanya menjadi perhatian dan tanggung jawab setiap negara saja, melainkan juga telah menjadi perhatian bagi organisasi internasional seperti Perserikatan Bangsa bangsa (PBB). Menurut Resolusi PBB Nomor 39 Tahun 1995 tentang *Guidelines for Consumer Protection* disebutkan bahwa hakikat perlindungan konsumen menyiratkan kepentingan-kepentingan konsumen yang meliputi:[16]

1. Perlindungan konsumen dan bahaya-bahaya terhadap kesehatan keamanan;
2. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonorni konsumen;

[16] Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya,* Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 251

3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai dengan kebutuhan pribadi;

4. Pendidikan konsumen;

5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif; dan

6. Kebebasan untuk membéntuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan membenikan kesempatañ kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Pentingnya hukum perlindungan konsumen juga didasari karena setiap konsumen selalu memerlukan produk konsumen (barang dan/atau jasa) yang aman bagi keselamatan dan kesehatan serta jiwa manusia. Untuk menjamin hal-hal tersebut, maka diperlukan adanya kaidah-kaidah hukum yang menjamin syarat-syarat aman setiap produk konsumen bagi konsumsi manusia yang harus dilengkapi dengan informasi yang benar, jujur, dan bertanggung jawab.[17]

E. Metode Penelitian

1. Metodelogi penelitian yang akan digunakan dalam penulisan tesis ini adalah metode penelitian normatif, yaitu penelitian yang tertuju pada penelitian kepustakaan, terutama bidang hukum, maka data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, berupa:

[17] *Ibid,* hlm. 16

a. **Bahan Hukum Primer,** yaitu bahan-baban hukum yang mengikat dan terdiri dari dari norma-norma hukum atau kaidah dasar, peraturan dasar, peraturan perundang-undangan, bahan hukum yang tidak terkodisifikasikan:

1). Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;

2). Kitab Undang-Undang Hukum Dagang;

3). Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;

4). yurisprudensi.

b. **Bahan Hukum Sekunder,** yaitu bahan hukum yang dapat menjelaskan mengenai hukum primer, seperti:

1). Rancangan undang-undang,

2). Tesis

3). Disertasi

4). Makalah-makalah, artikel-artikel, majalah atau surat kabar, jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini.

c. **Bahan Hukum Tersier**

Bahan hukum tertier adalah bahan-bahan yang dapat memperjelas suatu persoalan atau suatu istilah yang ditemukan pada bahan-bahan hukum primer dan sekunder, yang terdiri dari:

1). Kamus Hukum

2). Kamus Bahasa dan

3). Dokumen tertulis lainnya

2. **Metode Pendekatan**, Metode pendekatan ini menggunakan pendekatan bahan-bahan yuridis normatif, yang berupa peraturan perundang-undangan seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Kitab Undang-Undang Hukum Dagang, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dengan cara melakukan studi kepustakaan.

3. **Teknik Pengumpulan Data**

a. Teknik pengumpulan data terhadap bahan-bahan hukum primer, dilakukan dengan cara menginventarisasi, mempelajari dan mencatat ke dalam kartu penelitian tentang asas-asas dan norma hukum yang menjadi obyek permasalahan ataupun yang dapat dijadikan alat analisi pada masalah penelitian.

b. Teknik pengumpulan data terhadap bahan-bahan hukum sekunder, dilakukan dengan cara menelusuri literatur-literatur ilmu hukum ataupun hasil-hasil penelitian hukum yang relevan dengan masalah penelitian.

c. Teknik pegumpulan data terhadap bahan-bahan hukum tersier dilakukan dengan cara menelusuri kamus-kamus hukum, kamus bahasa dan dokumen tertulis lainnya yang dapat memperjelas suatu persoalan atau suatu istilah yang ditemukan pada bahan-bahan hukum primer dan sekunder.

4. **Analisis Data**, Pada penelitian hukum normatif ini, pengolahan data hanya ditujukan pada analisis data secara diskriptif kualitatif, dimana materi atau bahan-bahan hukum tersebut untuk selanjutnya akan dipelajari dan dianalisis muatannya, sehingga dapat deketahui taraf singkronisasinya, kelayakan norma, dan pengajuan gagasan-gagasan normatif baru.

F. Sistematika/Kerangka Penulisan Tesis

BAB I. PENDAHULUAN, berisikan sub bab yaitu Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penulisan, Kajian Teoritis, Metode Penelitian dan Sistematika./Kerangka Penulisan Tesis.

BAB II. TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN, berisikan sub bab yaitu Pengertian Konsumen, Hak-Hak Dan Kewajiban Konsumen, Hak-Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha, Penyelesaian Sengketa Konsumen.

BAB III. PENERAPAN PEMBUKTIAN TERBALIK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGN KONSUMEN , berisikan sub bab yaitu Tanggungjawab pelaku usaha atas kerugian yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan suatu produk yang cacat dan Prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha terutama dalam kasus yang di alami oleh Takasu Masaharu dengan PT. Coca Cola dan kelemahannya dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan produk yang cacat.

BAB IV. PENUTUP, berisikan sub bab yaitu Kesimpulan dan Saran. Kemudian bagian terakhir penelitian tesis ini berisikan daftar pustaka.

BAB II.

TINJAUAN UMUM

TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

BAB II.

TINJAUAN UMUM

TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Pengertian Konsumen

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen, AZ Nasution, misalnya, 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. 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, didalam pergaulan hidup.[18]

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa asas-asas dan kaidah-kaida hukum yang mengatur hubungan dan masalah konsumen itu tersebar dalam berbagai bidang hukum, baik tertulis maupun tidak tertulis. Ia menyebutkan, seperti hukum perdata, hukum dagang. Hukum pidana, hukum administrasi (negara) dan hukum internasional, terutama konvensi-konvensi yang berkaitan dengan kepentingan-kepentingan konsumen.[19] Istilah "Hukum Konsumen" dan "Hukum Perlindungan Konsumen" sudah sangat sering terdengar. Namun, belum jelas benar apa saja yang

---

[18] Az. Nasution, *Konsumen Dan Hukum,* Pustaka Sinar harapan, Jakarta, 1995, hlm. 64 - 65
[19] *Ibid*

masuk kedalam materi keduannya, juga apakah kedua "cabang" hukum itu identik. M.J. Leader menyatakan, *"In a sense there is no such creature as 'consumer lawa"*.[20] Sekalipun demikian, secara umum sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen itu seperti yang dinyatakan oleh Lowe, yakni: "..... *rules of lae which recognize the bargaining weakness of the individual consumer and which ensure that weakness is not unfairly exploited"*. Karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Jadi sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit dipisakan dan ditarik batasnya. [21]

Dari pernyataan di atas Ada yang masih belum jelas yaitu yang berkaitan dengan kaidah-kaidah hukum perlindungan konsumen yang senantiasa bersifat mengatur, apakah kaidah yang bersifat memaksa, tetapi memberikan perlindungan kepada konsumen tidak termasuk dalam hukum perlindungan konsumen? Dan untuk jelasnya dapat dilihat ketentuan Pasal 383 KUHP berikut ini :[22]

> Diancam dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan, seorang penjual yang berbuat curang terhadap pembeli: (1) karena sengaja menyerahkan barang lain daripada yang ditunjuk untuk dibeli, (2) mengenai jenis keadaan atau banyaknya barang yang diserahkan dengan menggunakan tipu muslihat.

---

[20] M.J. Leder, *Consumer Law,* Plymouth: Macdonald and Evans, 1980, hlm.: 1
[21] R. Lowe, *Commercial Law,* ed. 6, London: Sweet & Maxwell, 1983, hlm.: 23
[22] Pasal 383 KUHPidana

Seharusnya ketentuan memaksa dalam Pasal 383 KUHP itu juga memenuhi syarat untuk dimasukkan kedalam wilayah hukum perlindungan konsumen. Artinya inti persoalannya bukan terletak pada kaidah yang harus "mengatur" atau "memaksa". Dengan demikian, seyogyanya dikatakan, hukum konsumen berskala lebih luas meliputi berbagai aspek hukum yang terdapat kepentingan pihak konsumen didalamnya. Kata aspek hukum ini sangat bergantung pada kemauan kita mengartikan "hukum", termasuk juga hukum diartikan sebagai asas dan norma. Salah satu bagian dari hukum konsumen ini adalah aspek perlindungannya, misalnya bagaimana cara mempertahankan hak-hak konsumen terhadap gangguan pihak lain.

Perlindungan konsumen adalah jaminan perlindungan baik yang bersifat pencegah atau tindakan terhadap (kemungkinan) perbuatan produsen, distributor barang atau penyedia jasa yang bertentangan dengan kepatutan, kesusilaan, keyakinan, kebiasaan atau hukum yang merugikan konsumen sebagai pemakai barang atau jasa tersebut.[23] Berdasarkan definisi tersebut di atas maka dapat diperoleh pengertian bahwa perlindungan konsumen meliputi setiap tindakan yang dilakukan baik bersifat preventif maupun tindakan yang bersifat represive yang dilakukan oleh pelaku usaha yang bertentangan dengan kepatutan, kebiasaan maupun hukum sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen.

---

[23] Bagir Manan, "Perspekstif Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia'. Makalah Pada Seminar Nasional: *Perlindungan Konsumen Dalam Era Pasar Bebas,* Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 15 Maret 1997, hlm. 1

Perlindungan konsumen tidak hanya merujuk pada ketentuan yang termuat dalam peraturan perundang-undang saja akan tetapi juga merujuk pada perbuatan yang melanggar kepatutan, kesusilaan, keyakinan dan kebiasaan. Jadi ruang lingkup perlindungan terhadap konsumen dapat dikatakan lebih luas terutama bagi negara-negara yang belum memiliki peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Selanjutnya Pasal 1 butir (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Dari bunyi Pasal 1 angka 1 Undang-undang Perlindungan Konsumen dapat diketahui bahwa antara keduanya terdapat keterkaitan.[24] Upaya perlindungan terhadap konsumen dapat dilakukan melalui berbagai macam tindakan baik tindakan preventive yaitu melalui pendidikan dan pelatihan yang diberikan kepada konsumen maupun pelaku usaha maupun tindakan represif yaitu dengan menindak para pelaku usaha yang melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan. Jadi, perlindungan konsumen dapat dilakukan melalui segala upaya tidak hanya didasarkan pada hukum yang tertuang dalam bentuk perundang-undangan.

[24] Lihat Ketentuan Pasal 1 angka 1 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen disebabkan karena adanya beberapa titik lemah. Titik lemah yang dimiliki seorang konsumen antara lain :[25]

1. Pada saat ini perkembangan industri dan gerak modal yang cepat menyebabkan produksi barang dan jasa semakin kompleks. Informasi dibalik proses produksi, input yang dipakai dan kualitas barang dan jasa yang diproduksinya semakin tersembunyi ditenang kompleksitas pertumbuhan ekonomi dan industri yang semakin matang. Meskipun muncul aturan-aturan untuk memperkecil resiko pemakai brang dan atau jasa tersebut, posisi konsumen tidak secara otomatis terlindungi;
2. Posisi konsumen di rimba produksi barang dan jasa secara relatif sangat lemah karena informasi yang ada dibalik barang atau jasa tersebut tidak diketahui secara menyeluruh. Bahkan dalam situasi ekonomi yang kurang ideal, konsumen dihadapkan pada pilihan terbatas yang merugikan. Dalam perkembangan industri yang kian kompleks, semakin banyak hal dibalik produksi barang dan jasa yang tidak diketahui oleh konsumen bahkan dampak negatif dari barang-barang yang diproduksi cenderung disembunyikan oleh produsen yang orientasinya selalu pada keuntungan maksimum (*maximum profit*);

---

[25] Zoemrotin K. Sosilo, *Penyambung Lidah Konsumen,* Cetakan Pertama, Penerbit Puspa Swara, Jakarta 1996, hlm. 8 -9

3. Sebagian besar konsumen berasal dari golongan bawah yang memiliki kemampuan ekonomi yang terbatas sehingga pilihan untuk mengkonsumsi kebutuhan hidupnya pun terbatas untuk barang-barang yang murah.

Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan manusia sebagai konsumen. Kepentingan konsumen yang perlu dilindungi menurut *The Federal Consumer Protection Act of 1975 (The FCPA) Mexico* terdiri dari tujuh Prinsip utama, yaitu :[26]

1. Ketentuan tentang perlindungan konsumen bersifat mengikat (tidak dapat dikesampingkan atas kesepakatan para pihak);
2. Hubungan hukum antara pedagang (pengecer) dan konsumen harus didasari oleh princip kejujuran;
3. Kontrak antara pedagang (pengecer) dengan konsumen harus tunduk pada *"principle of transparancy"*. Jadi dirumuskan dengan kata-kata yang tepat dan jelas;
4. Jaminan (*warranties*) atas suatu produk harus dapat dipaksakan oleh hukum;
5. Pemerintah memiliki wewenang untuk menetapkan tingkat bunga maksimal dan jumlah pengeluaran untuk transaksi kredit;
6. Konsumen memilih hak untuk memodifikasi persyratan perjanjian yang ditentukan secara sepihak oleh produsen barang dan atau jasa;

---

[26] Agus Brotosusilo, "Hak-Hak Produsen dalam Hukum Perlindungan Konsumen", *Hukum dan Pembangunan* Nomor 5 Tahun XVII, Jakarta: 1992, hlm.: 39

7. Konsumen harus dapat memanfaatkan prosedur administrasi untuk memperbaiki atau mengubah praktek bisnis tidak jujur oleh pengusaha atau segala perlakukan tidak wajar yang ditunjukkan terhadap konsumen.

Berdasarkan pada kepentingan yang dimiliki seorang konsumen maka menjadi harapan setiap negara di dunia untuk mewujudkan perlindungan konsumen. Mewujudkan hubungan dalam berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai hubungan keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha dan pemerintah.[27] Konsumen dan pengusaha dapat dikatakan sebagai sekeping mata uang logam dengan dua sisi yang berbeda. Di satu sisi konsumen sangat membutuhkan produk hasil kegiatan usaha para pelaku usaha baik itu berupa jasa ataupun barang. Disisi lain kegiatan usaha para pelaku usaha akan menjadi terbuang sia-sia apabila tidak ada satu orangpun konsumen yang membeli hasil usahanya sehingga pelaku usaha tidak bisa memperoleh keuntungan yang diharapkan.

Pemerintah selaku pihak penyelenggara negara berusaha untuk mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan perlindungan terhadap konsumen sehingga martabat dan kesadaran konsumen dapat meningkat serta secara tidak langsung juga mendorong para pelaku usaha untuk menyelenggarakan kegiatan usaha dengan penuh tanggung jawab. Sebagaimana dijelaskan didalam konsiderans Undang-undang Republik Indonesoa Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa perlindungan Konsumen sekarang ini penting mengingat pembangunan

[27] Nurmadjito, "Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan tentang Perlindungan KOnsumen dalam Menghadapi Era Perdagangan Bebas", dalam Erman Rajagukguk et. al., *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 7

perekonomian nasional pada era globalisasi semakin mendukung tumbuhnya dunia usaha yang menghasilkan beranekaragam produk (barang dan atau jasa) yang memiliki kandungan teknologi.[28] Oleh karena itu perlu diimbangi dengan adanya upaya perlindungan konsumen terhadap resiko kemungkinan kerugian akibat penggunaan produk tersebut.[29]

Tujuan Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah meneliti serta mengupayakan larangan melakukan kegiatan dari industri yang secara sistematis mengorbankan konsumen.[30] Jika tujuan dari perlindungan konsumen hanya dimaksudkan untuk melindungi kepentingan konsumen dengan cara mengupayakan larangan melakukan kegiatan industri yang mengorbankan konsumen maka hal tersebut dirasakan percuma. Keadaan ini dapat menyebabkan konsumen menjadi manja tanpa adanya usaha untuk bertindak selektif dan kritis terhadap segala hasil produksi pelaku usaha. Konsumen beranggapan bahwa larangan yang diberikan kepada pelaku usaha menyebabkan pelaku usaha mau tidak mau akan menghasilkan produk barang dan atau jasa yang memenuhi persyaratan keamanan dan keselamatan bagi konsumen.

---

[28] Penjelasan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

[29] Dahlan dan Sanusi Bintang, Pokok-pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 107

[30] Normin S Pakpahan, "Pokok-pokok Kerangka Kerja Acuan Pembuatan Rancangan Undang-undang tentang Persaingan", *Jurnal Hukum Bisnis*, Volume 4 Jakarta, 1998, hlm.: 27

Oleh karena itu, Pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa tujuan dari perlindungan konsumen adalah :[31]

a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan 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 bertanggungjawab dalam berusaha
f. Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Selanjutnya berdasarkan Pasal 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha berdasarkan lima asas; yaitu :[32]

a. Asas manfaat dari perlindungan konsumen dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen memberikan manfaat sebesa-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
b. Asas keadilan yang dimaksudkan agar partisipasi seluruh masyarakat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakannya kewajibannya secara adil.
c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen

[31] Ketentuan Pasal 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).
[32] Ketentuan Pasal 2 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsikan atau digunakan.

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

Inti dari perlindungan konsumen adalah untuk menumbuhkan sikap kritis dari para konsumen terhadap berbagai jenis barang dan atau jasa yang ditawarkan oleh para pelaku usaha. Adanya berbagai jenis barang dan jasa yang akhir-akhir ini ditawarkan kepada konsumen memberi kemudahan bagi para konsumen untuk memperolehnya serta memilih secara leluasa. Namun pada kenyataannya kondisi tersebut justru menimbulkan kebingungan bagi konsumen untuk memilih barang dan atau jasa yang dibutuhkan dan sesuai dengan keinginannya.

Jadi dapat dimengerti lagi bahwa "perlindungan Konsumen" berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih – lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan kata lain, perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada empat hak dasar konsumen, yaitu :[33]

[33] Empat hak ini mengacu kepada Presiden John F. Kennedy's 1962 Consumer's Bill of Rights. Dalam perkembangan memang tidak hanya empat hak itu yang diperjuangkan. *Hak-hak tersebut antara (1) the right to safety, (2) the right to honesty, (3) the right to fair Agreement, (4) the right to Know, (5) the right to choose, (6) the right to privacy,the right to correct abuse and the right to secutiry of employment and peace of mind, dan (7) the right to be heard,*

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*);
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right tobe Information*);
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Empat hak dasar ini diakui secara interasional dan dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *the international organization of consumers Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti rugi kerugian dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Namun, tidak semua organisasi konsumen menerima penambahan hak-hak tersebut. Mereka bebas untuk menerima semua atau sebagian. YLKI, misalnya, memutuskan untuk menambahkan satu hak lagi sebagai pelengkap empat hak dasar konsumen, yaitu hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat sehingga keseluruhannya dikenal sebagai panca-hak konsumen.

Dalam UUPK, empat hak dasar yang dikemukakan oleh John. F. Kennedy juga diakomodasikan. Hak konsumen untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat, tidak dimasukkan dalam UUPK ini karena UUPK secara khusus mengecualikan hak-hak yang diatur dalam undang-undang dibidang hak-hak atas kekayaan intelektual (HAKI) dan dibidang pengelolaan lingkungan. Tidak jelas mengapa hanya kedua bidang hukum ini saja yang dikecualikan secara khusus,

mengingat sebagai undang-undang payung (*umbrella act*). UUPK seharusnya dapat mengatur hak-hak konsumen itu secara lebih komprehensif.[34]

Keberadaan Undang-undang Perlindungan Konsumen sekarang ini tidak hanya memberikan perlindungan kepada para konsumen saja, tetapi juga berusaha untuk memberikan perlindungan dan memenuhi hak yang seharusnya diterima oleh seorang pelaku usaha. Adanya kewajiban yang harus dilakukan oleh seorang konsumen merupakan penyeimbang (*balance*) kedudukan bagi seseorang pelaku usaha agar perlindungan konsumen dapat terwujud secara seimbang.

Kewajiban yang harus dilakukan oleh seorang konsumen merupakan tanggungjawab bagi dirinya sendiri untuk menciptakan perlindungan bagi dirinya sebagai konsumen. Jadi, yang memiliki tanggung jawab untuk melindungi para konsumen tidak hanya terletak pada pelaku usaha saja tetapi juga menjadi kewajiban bagi konsumen itu sendiri. Hal ini sebagaimana diatur dalam pasal 5 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan yang menyatakan bahwa setiap orang berkwajiban untuk ikut serta dalam memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan perorangan, keluarga dan lingkunannya.[35] Memelihara dan meningkatkan derajat kesehatan baik itu perorangan, keluarga maupun lingkunannya merupakan salah satu upaya untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dan menjadi kewajiban setiap orang untuk mewujudkannya

[34] Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. *Panca Hak Konsumen,* YLKI, Jakarta, 1985.
[35] Lihat ketentuan Pasal 5 UU Kesehatan

termasuk bagi konsumen itu sendiri. Sedangkan kewajiban yang dimiliki oleh seseorang konsumen terdiri dari lima hal, yaitu :[36]

1. **Bersikap kritis**

   Konsumen memiliki tanggung jawab untuk bertindak lebih waspada dan kritis terhadap harga, takaran dan mutu barang dan atau jasa yang akan dikonsumsi. Sikap kritis sangat diperlukan dan sedikit-demi sedikit harus ditumbuhkan sebagai suatu sikap hidup terutama sebelum mengkonsumsi suatu produk barang dan jasa sehingga terhindar dari akibat yang dapat merugikan diri sendiri.

2. **Berani bertindak**

   Konsumen harus memiliki sikap berani bertindak terhadap segala tindakan yang telah dilakukan oleh pelaku usaha guna melindungi dirinya sendiri, keluarga ataupun orang lain sehingga dapat memperoleh perlakuan yang adil. Keberanian bertindak seorang konsumen sebagai anggota masyarakat dan memiliki dampak yang baik terhadap perlindungan konsumen baik secara menyeluruh ataupun pada komoditas tertentu saja. Jadi adanya keberanian bertindak dari seorang konsumen akan semakin mendorong terciptanya harmonisasi dalam hubungan konsumen dan pelaku usaha maupun pemerintah sehingga sebagai seorang konsumen tidak hanya diperlakukan sebagai korban.

[36] Shidarta, *Op.Cit*, hlm. 12

a. Memiliki Kepedulian Sosial

Seorang konsumen dalam mengkonsumsi sebuah produk dan atau jasa hendaknya juga memperhatikan kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitarnya. Hal ini dimaksudkan untuk mencegah terjadinya kecemburuan sosial walaupun pada dasarnya konsumen memiliki kebebasan untuk memilih dalam mengkonsumsi. Oleh karena itu seorang konsumen harus memiliki kesadaran yang baik terhadap berbagai macam akibat yang mungkin timbul pada masyarakat sekelilingnya yang disebabkan dari pola konsumsi.

b. Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan Hidup

Seorang konsui\men selain memiliki hak atas lingkungan yang bersih dan sehat, juga memiliki kewajiban untuk menjaga lingkungan sekitarnya agar tetap terjaga kebersihan dan kesehatannya. Adanya pola konsumsi yang dimiliki seorang konsumen dapat menimbulkan akibat berupa rusaknya lingkungan alam sekitarnya sebagai akibat penggunaan barang dan atau jasa yang memiliki akses untuk terjadinya pencemaran alam sekitarnya misalnya penggunaan AC, parfum ber-*spray* atau kendaraan dengan pembakaran yang kurang sempurna serta membuang limbah atau sampah ke sungai. Oleh karena itu, adanya rasa tanggungjawab seseorang konsumen terhadap dampak pola konsumsinya pada lingkungan sekitarnya sangat diperlukan mengingat lingkungan sekitarnya merupakan

sumber daya yang sangat diperlukan bagi kelangsungan hidup generasi mendatang.

c. Memiliki Rasa Setia Kawan

Seorang konsumen harus memiliki rasa setia terhadap konsumen lainnya terutama untuk menciptakan perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen akan tercipta apabila masing-masing konsumen menggalang kekuatan secara bersama-sama dan hal ini didsarkan pada rasa tanggung jawab sosial untuk menciptakan kekuatan guna mempengaruhi dan memperjuangkan kepentingan konsumen. Selanjutnya tergalangnya kekuatan diantara konsumen akan menimbulkan akibat bagi pelaku usaha untuk memproduksi barang dan atau jasa yang akan memenuhi mutu dan persyaratan kesehatan dan keamanan yang telah ditentukan.

Adapun istilah lain yang agak dekat dengan konsumen adalah "pembeli" (*koper*). Istilah ini dapat dijumpai dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Pengertian konsumen jelas lebih luas daripada pembeli. Luasnya pengertian konsumen dilukiskan secara sederhana oleh mantan Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy dengan mengatakan, "*consumers by definition include us all*".[37]

[37] Mariam Darus Badrulzaman, "Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)," dalam BPHN, *Simposium Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Bina Cipta, Bandung, 1986, hlm.57

Pakar masalah konsumen di Belanda Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai, pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa: (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*).[38]

Dengan rumusan itu Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dengan konsumen pemakai terakhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedang-kan konsumen dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terkahir. Masalahnya, apakah pengertian konsumen hanya menyangkut orang atau termasuk bukan orang?

Di Perancis, berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang, konsumen diartikan sebagai "*the person who obtains goods or services for personal or family purpose*".[39]

Dari definisi itu terkandung dua unsur, yaitu (1) konsumen hanya orang, dan (2) barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya. Sekalipun demikian, makna kata "memperoleh" (*to obtain*) masih kabur, apakah maknanya hanya melalui hubungan jual-beli atau lebih luas daripada itu?

Doktrin di negara Perancis memberikan definisi konsumen sebagai : the *person whoi obtains goods or services for personal or family purposes.*[40] Undang-undang Jaminan Produk di Amerika Serikat sebagaimana dimuat dalam Magnusson-Moss Warranty, Federal Trade Commission Act 1975 mengartikan

---

[38] Hondious, "Konsumentenrecht," 1976, dalam Mariam Darus Badrulzaman, *Loc. Cit.*

[39] Tim FH UI & Depdagri, Rancangan Akademik Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen, tidak dipublikasikan, Jakarta, 1992, hlm.:57

[40] Tim Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Departemen Dalam Negeri, *Rancangan Akademik Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen,* Jakarta, 1992, hlm. 57

konsumen persis sama dengan ketentuan di Perancis. Demikian pula dengan rumusan dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata Belanda (NBW Buku VI, Pasal 236); walaupun terkesan lebih umum (karena dimuat dalam bab tentang syarat-syarat umum perjanjian), napas yang dikandung tetap kurang lebih sama. Dalam NBW itu konsumen dinyatakan sebagai orang alamiah. Maksudnya, ketika mengadakan perjanjian ia tidak bertindak selaku orang yang menjalankan profesi atau perusahaan.[41]

Di Spanyol, pengertian konsumen didefinisikan secara lebih luas, Yaitu: "*any individual or company who is the ultimate buyer or user of personal or real property, products, services or activities, regardless oh whether the seller, supplier or producer is a public or private entity, acting alone or collectively.*"[42] Konsumen diartikan tidak hanya individu (orang), tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir. Adapun yang menarik disini, konsumen tidak harus terikat dalam hubungan jual-beli sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli.

Hal yang agak berbeda dengan definisi itu dianut oleh Republik Rakyat Cina. Dalam Pasal 2 *Beijing Municipal Regulation on Protection of Consumer's Legal Rights and individuals who obtain, by paying the value consumer gods (hereafter as commodoties)* and commercial services (herafter as service) for the needs of living"[43]

---

[41] AZ. Nasution, *Op.Cit.*, hlm. 72
[42] Tim FH UI & Depdagri, *Op. Cit.*, hlm.:58
[43] *Ibid*

Consumer Protection Act of 1986, No. 68 dari negara India mirip, dengan rumusan dari peraturan yang berlaku di Republik Rakyat Cina, tetapi lebih sempit. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen India menyatakan,"Konsumen adalah setiap orang (pembeli) atas barang yang disepakati, menyangkut harga dan cara pembayarannya, tetapi tidak termasuk mereka yang mendapatkan barang untuk dijual kembali atau lain-lain keperluan komersial."[44]

Anak kalimat terakhir sama maknanya dengan kata-kata *"For the needs of living*" dalam rumusan ketentuan yang berlaku di Republik Rakyat Cina. Namun, Subjek dan Objek Peraturan di Indonesia ini dibatasi hanya pada orang pembeli dari suatu barang (tidak termasuk jasa).

Di Australia, ketentuannya ternyata kauh lebih moderat. Dalam *trade Practices Act 1974* yang sudah berkali-kali dirubah, konsumen diartikan sebagai, "seseorang yang memperoleh barang atau jasa tertentu dengan persyaratan harganya tidak melewati 40.000 dollar Australia." Artinya, sejauh tidak melewati jumlah uang diatas, tujuan pembelian barang atau jasa tersebut tidak dipersoalkan. Jika jumlah uangnya sudah melebihi 40.000 dollar, keperluannya harus khusus. Dalam rumusan peraturan tersebut dinyatakan, "*Where that price exceeded the prescribed amount-(1) the goods were of kind ordinarily acquired for personal, domestic or household use*

[44] Az. Nasution, Diktat Pengantar Hukum Konsumen, *Op.Cit.*, hlm.:4

or consumption or the goods consisted of a commercial rood vehicle, (2) the services were of kind ordinarily aquired for, domestic or household use or consumption."[45]

Rumusan-rumusan berbagai ketentuan itu menunjukkan sangat beragamnya pengertian konsumen. Masing-masing ketentuan memiliki kelebihan dan kekurangan. Untuk itu, dengan mempelajari perbandingan dari rumusan konsumen, kita perlu kembali melihat pengertian konsumen dalam Pasal 1 angka (2) UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sejumlah catatan dapat diberikan terhadap unsur-unsur defrinisi konsumen, yaitu[46] Konsumen adalah :

1. Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen bararti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/ atau jasa. Istilah "orang" sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya, orang individual yang lazim disebut *naturlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersersoon*). Hal ini berbeda dengan pengertian yang diberikan untuk "pelaku usaha" dalam pasal 1 angka (3) yang secara eksplisit membedakan kedua pengertian *persoon* diatas, dengan menyebutkan kata-kata: "Orang persorangan atau badan usaha". Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang

[45] R. Steinwall & L. Layton, Annotated Trade Practices Act 1974, Sydney, Butterworths. 1996, hlm. 35 – 36.

[46] Shidarta, *Op.Cit.*, hlm. 5-10

perseorangan.[47] Namun, konsumen harus mencakup juga badan usaha, dengan makna lebih luas daripada badan hukum.

Dalam Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak sehat, kata "orang" tidak digunakan. Dalam Undang-undang itu hanya ditemukan kata "pemakai" yang dapat diinterpretasikan baik sebagai orang persorangan maupun badan usaha.

UUPK tampaknya berusaha menghindari penggunaan kata "produsen" sebagai lawan dari kata "konsumen". Untuk itu, digunakan kata "pelaku usaha" yang bermakna lebih luas. Istilah terakhir ini dipilih untuk memberi arti sekaligus bagi kreditur (penyedia dana), produsen, penyalur, penjual, dan terminologi lain yang lazim diberikan. Bahkan, untuk kasus-kasus yang spesifik seperti dalam kasus periklanan, pelaku usaha ini juga mencakup perusahaan media, tempat iklan itu ditayangkan.

2. Pamakai

Sesuai dengan bunyi penjelasan Pasal 1 angka (2) UUPK, kata "pemakai" menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Istilah "pemakai" dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/ atau jasa yang tidak serta merta hasil dari

[47] AZ. Nasution, salah seorang penyusun draft RUU Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa konsumen yang dilindungi UUPK adalah manusia atau mahkluk lain yang menggunakan dan/ atau memanfaatkan barang dan atau jasa untuk kepentingan sendiri dan rumah tangga, tidak untuk tujuan komersial. Dari penjelasannya ini tetap masih tidak jelas, apakah "badan usaha" sengaja dikecualikan oleh penyusun UUPK. Lihat Az. Nasution, "Profil Undang-undang Perlindungan Konsumen", *Warta Konsumen* No. 6 (Juni 1999), hlm. 7

transaksi jual beli. Artinya, yang diartikan sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/ atau jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antar akonsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (*the privity of contract*).

Sebagai ilustrasi dari uraian itu dapat diberikan contoh berikut contoh berikut. Seseorang memperoleh paket hadiah atau parsel (*parcel*) pada hari ulang tahunnya. Isi paketnya makanan dan minuman yang dibeli si pengirim dari pasar swalayan.

Pertanyaannya, apakah penerima paket seorang kosnumen juga? Jika ia akan menggugat pasar swalayan itu, apakah ada dasar gugatannya cukup kuat baginya? Hal ini patut dipertanyakan. Jika menggunakan prinsip *the privaty of contract* tentu ada hubungan kontraktual antara penerima hadiah dan pihak pasar swalayan karena si pembeli parsel adalah orang lain. Dengan demikian, UUPK sudah selayaknya meninggalkan prinsip yang sangat merugikan konsumen.

Transaksi konsumen memiliki banyak sekali metode. Dewasa ini, sudah lazim terjadi sebelum suatu produk dipasarkan terlebih dahulu dilakukan pengenalan produk kepada konsumen. Istilahnya, *product knowledge*. Untuk itu, dibagikan sampel yang diproduksi khusus dan sengaja tidak diperjual belikan. Orang yang mengkonsumsi produk sampel juga merupakan konsumen. Oleh karen itu, wajib dilindungi hak-haknya.

Mengartikan konsumen secara sempit, seperti halnya sebagai orang yang mempunyai hubungan kontraktual pribadi (*in privaty of contract*) dengan 6rodusen atau penjual adalah cara pendefisian konsumen yang paling sederhana. Di Amerika Serikat, cara pandang seperti ini telah ditinggalkan, walaupun baru dilakukan pada awal abad ke-20. konsumen tidak lagi diartikan sebagai pembeli dari suatu barang dan/ atau jasa, tetapi termasuk bukan pemakai langsung, asalkan ia memang dirugikan akibat penggunaan suatu produk.

3. Barang dan/atau jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/ atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk saat ini "produk" sudah berkonotasi barang atau jasa. Semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang.[48] Dalam dunia perbankan, misalnya, istilah produk dipakai juga untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan.

UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. UUPK tidak menjelaskan perbedaan istilah-istilah "dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan".

Sementara itu jasa, juga diartikan sebagai layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

[48] H.C. Black, *Blak's Law Dictionary*, ed. 6, St. Paul, west Publishing Co. 1990. hlm. 1290.

Pengertian "disediakan bagi masyarakat" menunjukkan, jasa itu harus ditawarkan kepada masyarakat. Artinya, pihak yang ditawarkan harus lebih dari satu orang. Jika demikian halnya, layanan yang bersifat khusus (tertutup) dan individual, tidak tercakup dalam pengertian tersebut.

Kata-kata "ditawarkan kepada masayrakat" itu harus ditafsirkan sebagai bagian dari suatu transaksi konsumen. Artinya, seseorang yang karena kebutuhan mendadak lalu menjual rumahnya kepada orang lain, tidak dapat dikatakan perbuatannya itu sebagai transaksi konsumen. Si pembeli tidak dapat dikategorikan sebagai "konsumen" menurut UUPK.

4. **Yang Tersedia Dalam Masyarakat**

Barang dan/ atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran (lihat juga bunyi Pasal 9 Ayat (1) Huruf (e) UUPK. Dalam Perdagangan yang makin kompleks dewasa ini; syarat itu tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (*developer*) perumahan biasa mengadakan transaksi terlbih dahulu sebelum bangunannya jadi.

5. **Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lainnya.**

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain, unsur yang diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/ atau jasa itu

diperuntukkan bagi orang lain (diluar diri sendiri dan keluarganya), bahkan untuk makhluk hidup lain, seperti hewan dan tumbuhan. Dan sisi teori kepentingan setiap tindakan manusia adalah bagian dari kepentingannya. Oleh sebab itu, penguraian unsur itu tidak menambahkan makna apa-apa karena pada dasarnya tindakan memakai suatu barang dan/ atau jasa (terlepas ditujukan untuk siapa dan makhluk hidup lain), juga tidak terlepas dari kepentingan pribadi. Seseorang yang membeli makanan untuk kucing pemeliharaannya, misalnya, berkaitan dengan kepentingan pribadi orang itu untuk memiliki kucing yang sehat.

6. Barang dan/atau Jasa Itu Tidak Untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah biasa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen diberbagai negara. Secara teoritis hal demikian terasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen, walaupun dalam kenyataannya, sulit menetapkan batas-batas seperti itu, sebagai ilustrasi dapat diberikan contoh berikut: Seorang ibu rumah tangga membeli kompor elektrik dari sebuah toko. Karena sesuatu hal, kompor yang belum sempat dipakai itu dijualnya lagi kepada tetangganya. Ternyata, alat itu rusak dan tetangganya mengajuka keberataan terhadapnya. Apakah ibu yang membeli alat itu dan telah menjualnya lagi tersebut masih berhak disebut konsumen menurut kategori UUPK? Jika pemilik toko mengetahui, si telah menjual kompor itu kepada orang

lain, apakah pemilik toko dapat menolak gugatan si ibu tadi dengan alasan bahwa ibu itu bukan lagi sebagai konsumen akhir?

Disini tampak, rasa keadilan kita menuntut lain. Dengan demikian, seharusnya batasannya tidak perlu sekaku yangditetapkan dalam undang-undang. Jika kasus tadi dibawa ke pengadilan, hakim dapat melihat apakah ibu itu biasa melakukan pekerjaan jual-beli seperti itu. Seandainya transaksi tadi bukan merupakan bagian dari pekerjaan yang biasa dilakukan, hakim seharusnya dapat menentukan bahwa yang bersangkutan termasuk konsumen terakhir pula.

Dengan demikian menunjukkan bahwa batasan konsumen dalam UUPK dan hak-hak konsumen yang diadopsi didalamnya masih memerlukan pengujian-pengujian dilapangan.

Dan khususnya melalui peristiwa-peristiwa konkret yang diajukan ke pengadilan. Dengan berpedoman pada pasal 27 Undang-undang Nomo 14 tahun 1970 (jo. Undang-undang Nomor 35 Tahun 1999) tentang Pokok-pokok kekuasaan Kehakiman, sudah diamanatkan bahwa hakim wajib menggali, mengikuti dan memahami nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat.

B. Hak-Hak Dan Kewajiban Konsumen

Pengaturan perlindungan konsumen yaitu untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung dapat mendorong pelaku usaha di dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:[49]

a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari pratek usaha yang menipu dan menyesatkan;
e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan peraturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain.

Meskipun konsumen digelari sebagai raja yang sangat berkuasa dalam menentukan pilihan produk yang diminati, pada kenyataannya kekuasannya sangat terbatas, karena berbagai alasan di antaranya daya belinya seringkali tidak sesuai dengan yang diinginkan. Apa yang pada kenyataannya dibeli oleh konsumen, belum tentu sama dengan yang sebenarnya ingin dibelinya.

---

[49] Nurmadjito, *Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen dalam menghadapi Era Perdagangan Bebas,* Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 7.

Hal ini disebabkan salah satu karena kurangnya referensi terhadap produk yang dipasarkan, sehingga yang tersedia di pasaran seringkali tidak cukup digunakan untuk mengambil keputusan yang tepat digunakan untuk pertimbangan memilih. Kurangnya referensi, mengakibatkan konsumen tidak mempunyai keahlian maupun waktu untuk secara seksama menyelidiki tepat tidaknya mutu atau kualitas dan harga dari banyak macam produk yang ditawarkan.

Dalam konteks modern, konsumen justru mudah dipermainkan dan dijadikan korban manipulasi produk oleh pelaku usaha. Karena itu usaha mempunyai kewajiban moral untuk melindungi konsumen dan menghindari terjadinya kerugian yang diderita oleh konsumen atas produk yang dibelinya. Produk yang dihasilkan oleh produsen selaku pelaku usaha tidak selalu aman untuk kesehatan dan keselamatan, tidak jarang mengandung risiko tententu untuk konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan makna perlindungan konsumen sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka perlindungan kepada konsumen. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka perlindungan konsumen mencakup segala upaya yang dapat menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan konsumen tidak hanya ditegakkan melalui undang-undang saja, tetapi dapat juga melalui pendidikan dan

pelatihan yang diberikan kepada konsumen.[50] Pembinaan terhadap konsumen dimaksudkan agar konsumen dapat menjadi konsumen yang dapat.[51]

1. Dapat melindungi diri sendiri;
2. Menghayati dan mengamalkan Panca Konsumen
3. Menatati peeraaturan yang ditetapkan;
4. Jujur dan bertanggungjawab;
5. Tanggap terhadap segala macam permasalahan baik yang sudah ada, sedang, maupun yang belum dialaminya.

Konsumen sendiri menurut Az Nasution merupakan setiap orang yang mendapatkan barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadi, keluarga atau rumah tangga dan tidak untuk keperluan komersial.[52] Kemudian Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 mendefinisikan konsumen sebagai setiap orang yang memakai barang dan jasa yang tersedia dalam masayrakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup dan tidak untuk diperdagangkan.[53]

Pengertian konsumen dari kedua definisi tersebut adalah konsumen akhir, yakni pengguna barang atau jasa yang ada dalam masyarakat untuk kepentingan diri sendiri, keluarganya atau orang lain dan tidak untuk diperjual-belikan lagi kepada pihak lain.

---

[50] Perhatikan Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999

[51] Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Brosur Cara Terbaik memilih Barang dan Jasa, Lembar I.

[52] Az Nasution, *Op.Cit.*, hlm. 37

[53] Perhatikan Pasal 1 Butir 2 Undang-undang Nomor 8 tahun 1998

Ada delapan hak yang secara eksplisit dituangkan dalam Pasal 4 UUPK sementara satu hak terakhir dirumuskan secara terbuka, Hak-hak konsumen itu sebagai berikut:[54]

1. Hak atas kenyamanan, kemanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa ;
2. Hak untuk memili 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 mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian jika barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lain.

Di samping hak-hak dalam Pasal 4 juga terdapat hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, khususnya dalam pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan antinomi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen. Dan selain hak-hak yang disebutkan itu, ada juga hak untuk dilindungi dan akibat negatif persaingan curang.[55]

---

[54] Pasal 4 UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

[55] Shidarta, "Pengetahuan tentang Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dan Status Media Cetak serta Pelanggaran Hak-Hak Konsumen dalam Iklan", Program Studi Ilmu Hukum, Jurusan Ilmu-ilmu Sosial, Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 1994.

Hal ini berangkat dari pertimbangan, kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan tidak secara jujur, yang dalam hukum dikenal dengan terminologi "persaingan curang" (*unfair competition*). Sehingga pada akhirnya, jika semua hak-hak yang disebutkan itu disusun kembali secara sistematis (mulai dari yang diasumsikan paling mendasar), akan diperoleh urutan sebagai berikut:[56]

1. Hak Konsumen Mendapatkan Keamanan

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dan barang dan/ atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani maupun rohani. Hak untuk memperoleh keamanan ini penting ditempatkan pada kedudukan utama karena selama berabad-abad berkembang suatu falsafah berfikir bahwa konsumen (terutama pembeli) adalah pihak yang wajib berhati-hati, bukan pelaku usaha! Falsafah yang disebut icaveat emptor (let the buyer beware) ini, mencapai puncaknya pada abad ke-19 seiring dengan berkembangnya paham rasional-individualisme di Amerika Serikat. Dalam perkembangannya kemudian, prinsip yangmerugikan konsumen ini telah ditinggalkan.

Dalam barang dan/ atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha berisiko sangat tinggi terhadap keamanan konsumen, maka pemerintah selayaknya, mengadakan pengawasan secara ketat.

Satu hal yang juga sering dilupakan dalam kaitan dengan hak untuk mendapatkan keamanan adalah penyediaan fasilitas umum yang memenuhi syarat yang

[56] Shidarta, *Op.Cit.*, hlm.:22-34

ditetapkan. Di Indonesia, sebagian besar fasilitas umum, seperti pusat perbelanjaan, hiburan, rumah sakit, dan perpustakaan belum cukup akomodatif untuk menopang keselamatan pengunjungnya. Hal ini tidak saja bagi pengguna produk barang atau jasa (konsumen) yang berfisik normal pada umumnya, tetapi juga terlebih-lebih mereka yang cacat fisik dan lanjut usia. Akibatnya, besar kemungkinan mereka ini tidak dapat leluasa berjalan dan naik tangga ditempat-tempat umum karena tingkat resiko yangsangat tinggi.[57]

2. Hak Untuk Mendapatkan Informasi Yang Benar

Setiap produk yangdiperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti secara lisan kepada konsumen, melalui iklan diberbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).

Jika dikaitkan dengan hak konsumen atas keamanan maka setiap produk yang mengandung resiko terhadap keamanan konsumen, wajib disertai informasi berupa petunjuk pemakaian yang jelas. Sebagai contoh, iklan yang secara ideal diartikan sebagai sarana pemberi informasi kepada konsumen, seharusnya terbebas dari manipulasi data. Jika iklan memuat informasi tidak benar, maka perbuatan itu memenuhi kriteria kejahatan yang lazim disebut *frauulent*

[57] Memang sudah ada beberapa ketentuan yang memberi perhatian terhadap hal ini, misalnya dalam Keputusan Menteri Perhubungan nomor KM 71 Tahun 1999 tentang Aksesbilitas bagi Penyandang Cacat dan Orang Sakit pada Sarana dan Prasarana Perhubungan, namun tidak jelas sejauh mana sanksi dapat diterapkan bagi penyedia jasa perhubungan yang melanggar ketentuan itu.

misrepresentation. Bentuk kejahatan ini ditandai oleh (1) pemakaian pernyataan yang jelas-jelas salah (*false dtatement*) seperti menyebutkan diri terbaik tanpa indikator yang jelas, dan (2) pernyataan menyesatkan (*mislead*), misalnya menyebutkan adanya khasiat tertentu, padahal tidak.

Konsumen pada saat ini membutuhkan banyak informasi yang relevan dibandingkan dengan saat sekitar 50 tahun lalu. Alasannya, saat ini : (1) terdapat lebih banyak produk, merek dan tentu saja penjualnya (2) daya beli konsumen makin meningkat, (3) lebih banyak variasi merek yang beredar dipasaran, sehingga belum banyak diketahui semua orangt, (4) model-model produk lebih cepat berubah, (5) kemudahan transportasi dan komunikasi sehingga membuka akses yang lebih besar kepada bermacam-macam produsen atau penjual.[58]

Prof. Hans W. Micklitz, seorang ahli Hukum konsumes dari Jerman, dalam ceramah di jakarta, 26 – 30 Oktober 1998 membedakan konsumen berdasarkan hak ini ia menyatakan, sebelum kita melangkah lebih detail dalam perlindungan konsumen terlebih dahulu harus ada persamaan persepsi tentang tipe konsumen yang akan mendapatkan perlindungannya, menurutnya, secara garis besar dapat dibedakan dua tipe konsumen, yaitu konsumen yang terinformasi (*well informed*) dan konsumen yang tidak terinformasi. Ciri-ciri tipe pertama, antara lain (1) memiliki tingkat pendidikan tertentu (2) mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar, dan (3) lancar

[58] A.W. troelsstrup, *The Consumer in America Society*: Personal and Family Finance, ed. 5 ,New York: McGraw Hill, 1974, hlm. 515,

berkomunikasi. Dengan memiliki tiga potensi konsumen jenis ini mampu bertanggung jawab dan relatif tidak memerlukan perlindungan. Tipe konsumen kedua memiliki ciri-ciri antara lain: [59]

1. Kurang berpendidikan;
2. Termasuk kategori kelas menengah kebawah, dan
3. Tidak lancar berkomunikasi, konsumen jenis ini perlu dilindungi, dan khususnya menjadi tanggung jawab negara untuk memberikan perlindungan.

Selain ciri-ciri konsumen yang tidak terinformasikan karena hal-hal khusus, dapat juga dimasukkan kelompok anak-anak, orang tua dan orang asing (yang tidak dapat berkomunikasi dengan bahasa setempat) sebagai jenis konsumen yang wajib dilindungi oleh negara.

Informasi ini harus diberikan secara sama bagi semua konsumen (tidak diskriminatif). Dalam perdagangan yang sangat mengandalkan informasi, akses kepada informasi yang tertutup, misalnya dalam prakrik insider trading di bursa efek, dianggap sebagai bentuk kejahatan yang serius (dengan catatan, transaksi di bursa tidak termasuk transaksi konsumen).

Dengan penggunaan teknologi tinggi dalam mekanisme produksi barang dan/ atau jasa akan menyebabkan makin banyaknya informasi yang harus dikuasai oleh masyarakat konsumen. Adalah mustahil mengharapkan sebagaian besar konsumen memiliki kemampuan dan kesempatan akses informasi secara sama besarnya. Apa yang dikenal dengan *consumer ignorance* yaitu ketidak mampuan

[59] Shidarta, *Op.Cit.*, hlm.:24-25

konsumen menerima informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan dapat saja dimanfaatkan secara tidak sewajarnya oleh pelaku usaha. Itulah sebabnya, hukum perlindungan konsumen memberikan hak konsumen atas informasi yang benar, yang didalamnya tercakup juga hak atas informasi yang proporsional dan diberikan secara tidak diskriminatif.

3. Hak Untuk Didengar

Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen, untuk itu, konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut.

Dalam tata krama dan tata cara periklanan Indonesia disebutkan, bila diminta oleh konsumen, maka baik perusahaan periklanan, media, maupun pengiklan, harus bersedia memberikan penjelasan mengenai suatu iklan tertentu, pengaturan demikian, sekalipun masih berbentuk kode etik (*self-regulation*) akan mengarah kepada langkah positif menuju penghormatan hak konsumen untuk didengar.

Dalam Pasal 54 Undang-undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang penyiaran dinyatakan, lembaga penyiaran wajib meralat isi siaran dan/ atau berita jika diketahui terdapat kekeliruan atau terjadi sanggahan atas isi siaran dan/ atau berikta. Penyanggahan berita itu mungkin adalah konsumen dari produk tertentu. Ralat atau pembetulan wajib dilakukan dalam waktu selambat-lambatnya satu kali 24 jam berikutnya atau pada kesempatan pertama pada ruang mata acara

yang sama dan dalam bentuk serta cara yang sama dengan penyampaian isi siaran dan/ atau berita yang disanggah. Ketentuan dalam undang-undang Penyiaran itu jelas-jelas menujukkan hak untuk didengar, yang dalam doktrin hukum dapat diidentikan dengan hak untuk membela diri.

4. Hak Untuk Memilih

Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen berhak menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapatkan tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak membeli. Seandainya ia jadi membeli ia juga bebas menentukan produk yang mana yang akan dibeli.

Hak untuk memilih ini erat kaitannya dengan situasi pasar. Jika seseorang atau suatu golongan diberikan hak monopoli untuk memproduksi dan memasarkan barang atau jasa, maka besar kemungkinan konsumen kehilangan hak untuk membandingkan produk yang satu dengan produk yang lain.

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Praktek Larangan Monopoli dan persaingan usaha Tidak Sehat mengartikan monopoli sebagai penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Dampak dari praktik monopoli ini adalah adanya persaingan usaha tidak sehat yang merugikan kepentingan umum (konsumen.)

Jika monopoli ini diberikan kepada perusahaan yang tidak berorientasi pada kepentingan konsumen, akhirnya konsumen pasti didikte untuk mengkonsumsi

barang atau jasa itu tanpa dapat berbuat lain. Dalam keadaan seperti itu pelaku usaha dapat secara sepihak mempermainkan mutu barang dan harga jual.

Monopoli juga dapat timbil akibat perjanjian-perjanjian antarpelaku usaha yang bersifat membatasi hak konsumen untuk memilih. Dalam dunia usaha perdagangan dikenal apa yang disebut *market sharing agreements, quota agreements, price fixing agreement, resale price maintenance* dan sebagainya (dalam sejarah perdagangan dikenal sejak 1870 an).[60]

5. **Hak Untuk Mendapatkan Produk Barang dan/ atau Jasa Sesuai Dengan Nilai Tukar Yang Diberikan.**

Dengan hak ini berarti konsumen harus dilindungi dari permainan yang tidak wajar. Dengan kata lain, kuantitas dan kualitas barang dan/ atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayarkan sebagai penggantinya, namun dalam ketakbebasan pasar , pelaku usaha dapat mendikte pasar dengan menaikkan harga, dan konsumen menjadi korban dari ketiadaan pilihan. Konsumen dihadapkan pada konsisi : *take it or leave it.* Jika setuju silahkan beli, jika tidak setuju silahkan mencari tempat lain (padahal ditempat lain pun pasar sudah dikuasainya). Dalam siatuasi demikian, biasanya konsumen terpaksa mencari produk alternatif (bila masih ada), yang boleh jadi kualitasnya malahan lebih buruk.

---

[60] Sutan Remy Sjahdeini, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi para Pihak dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia,* Institut Bankir Indonesia, Jakarta, 1993, hlm.:33 – 37.

Akibat tidak berimbangnya posisi tawar-menawar antara pelaku usaha dan konsumen, maka pihak pertama dapat saja membebankan biaya-biaya tertentu yang sewajrnya tidak ditanggung konsumen. Praktik yang tidak terpuji ini lazim dikenal dengan istilah *externalities*.

6. Hak Untuk mendapatkan Ganti Kerugian

Jika konsumen merasakan, kuantitas dan kualitas barang dan/ atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau kesepakatan masing-masing pihak.

Untuk menghindar dari kewajiban memberikan ganti rugi, sering terjadi pelaku usaha mencantumkan klausula-klausula eksonerasi didalam hubungan hukum antara produsen/ penyalur produk dan konsumennya. Klausula seperti "barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan" merupakan hal yang lazim ditemukan pada toko-toko. Pencantuman secara sepihak demikian tetap tidak dapat menghilangkan hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi.

Dalam uraian tentang hak untuk didengar dikatakan, undang-undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang penyiaran mewajibkan lembaga penyiaran wajib mencantumkan ralat isi siaran dan/ atau berita yang disanggah pihak lain. Jika penyanggahan isi siaran itu konsumen, walaupun ralat dimuat, hak konsumen tidak berarti dengan sendirinya hilang. Lembaga penyiaran tidak terbebas dari

tanggung jawab atas tuntutan hukum yang diajukan oleh pihak yang merasa dirugikan.

7. Hak Untuk Mendapatkan Penyelesaian Hukum

Hak untuk mendapatkan ganti kerugian harus ditempatkan lebih tinggi daripada hak pelaku usaha (produsen/ penyalur produk) untuk membuat klausula eksonerasi secara sepihak. Jika permintaan yang diajukan konsumen dirasakan tidak mendapatkan tanggapan yang dari pihak 9pihak) terkait dalam hubungan hukum dengannya, maka konsumen berhak mendapatkan penyelesaian hukum, termasuk advokasi. Dengan kata lain, konsumen berhak menuntur pertanggung jawaban hukum dari pihak (pihak) yang dipandang merugikan karena mengkonsumsi produk itu.

Hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum ini sebenarnya meliputi juga hak untuk mendapatkan ganti kerugian, tetapi kedua hak tersebut tidak berarti identik. Untuk memperoleh ganti kerugian, konsumen tidak selalu harus menempuh upaya hukum terlbih dahulu. Sebaliknya, setiap upaya hukum pada hakikatnya berisikan tuntutan memperoleh ganti kerugian oleh salah satu pihak. Tentu ada beberapa karakteristik tuntutan yang tidak memperbolehkan tuntutan ganti kerugian ini, seperti dalam upaya *legal standing* LSM yang dibuka kemungkinannya dalam Pasal 46 ayat (1) huruf (c) UUPK.[61]

[61] Lihat Pasal 46 ayat (1) huruf c UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

8. Hak Untuk Mendapatkan Lingkungan Hidup yang Baik Dan Sehat

Hak konsumen atas lingkungan yang baik dan sehat merupakan hak yang diterima sebagai salah satu hak dasar konsumen oleh berbagai organisasi konsumen didunial. Lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungan hidupnya. Lingkungan hidup meliputi lingkungan hidup dalam arti fisik dan lingkungan non fisik.

Dalam Pasal 22 Undang-undang Nomor 23 tahun 1992 tentang Kesehatan dan Pasal 5 ayat (1) Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan sehat ini dinyatakan secara tegas.[62] Pasal 5 ayat (1) Undang-undang (1) Undang-undang Pengelolaan Lingkungan Hidup menyatakan, "Setiap orang mempunyai hak yang sama atas Lingkungan hidup yang baik dan sehat." Dalam ketentuan itu jelas bahwa lingkungan hidup, selain sehat juga harus baik. Rumusan ini tidak berbeda dengan undang-undang yang lama, yakni Undang-undang Nomor 4 tahun 1982 tentang ketentuan-ketentuan pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pengertian "Setiap Orang", selain mengacu pada manusia individual, juga kepada kelompok orang atau badan hukum.

Hak atas lingkungan yang baik dan sehat merupakan bagian dari hak-hak subjektif (*subjektive rights*) sebagai bentuk yang paling luas dari perlindungan seseorang. Ini berarti setiap pemilik hak dapat mengajukan tuntutan agar

[62] Pasal 22 Undang-undang Nomor 23 tahun 1992 tentang Kesehatan dan Pasal 5 ayat (1) Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan sehat ini dinyatakan secara tegas.

kepentingannya terhadap lingkungan yang baik dan sehat dapat dipenuhi. Steiger menjelaskan, tuntutan tersebut memiliki dua fungsi yang berbeda. Pertama, *the function of defense (Abwehrfunktion)*, yakni hak bagi individu untuk mempertahankan diri dari pengaruh lingkungan yang merugikannya. Kedua, *function of performance (Leistungs-funktion)*, yakni hak individu untuk menuntut dilakukannya suatu tindakan agar lingkungan dipulihkan atau diperbaiki. Fungsi-fungsi itu telah tertampung sejak lama dalam hukum positif Indonesia. Misalnya, fungsi yang pertama tertampung dalam pasal 20 ayat (1) Undang-undang Nomor 4 Tahun 1982 dan fungsi kedua Ayat (3)-nya.[63]

Desakan pemenuhan hak konsumen atas lingkungan hidup yang baik dan sehat mengemuka akhir-akhir ini. Misalnya, munculnya gerakan konsumen hijau (*green consumerism*) yang sangat peduli pada kelestarian lingkungan. Sementara itu, mulai tahun 2000 semua perusahaan yang berkaitan dengan hasil hutan, baru dapat menjual produknya dinegara-negara yang bergabung dengan *The International Tropical Timber Organization* (ITTO), jika telah memperole *ecolabeling certificate*. Ketentuan demikian sangat penting artinya, khususnya bagi produsen hasil hutan tropis, seperti Indonesia, karena praktis pangsa pasar terbesarnya adalah negara-negara anggota ITTO. Untuk itu, lembaga ekolabeling Indonesia (LEI) pada 1998 mulai melakukan audit atas sejumlah perusahaan

[63] Koesnadi Hardjasoemantri, *Hukum Tata Lingkungan,* cet 11, Gadjah Mada University Press, Yogjakarta, 1994, hlm.:119.

perkayuhan Indonesia agar dapat diberikan sertifikat ekolabeling yang disebut SNI 5000.

9. Hak Untuk Dilindungi Dari akibat Negatif Persaingan Curang

Persaingan curang atau dalam Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 disebut dengan "persaingan usaha tidak sehat" dapat terjadi jika seorang pengusaha berusaha menarik langganan atau klien pengusaha lain untuk memajukan usahanya atau memperluas penjualan atau pemasarannya, dengan menggunakan alat atau sarana yang bertentangan dengan itikad baik dan kejujuran dalam pergaulan perekonomian.[64]

Walaupun persaingan terjadi antara pelaku usaha dampak dari persaingan itu selalu dirasakan oleh konsumen. Jika persaingan sehat, konsumen memperoleh keuntungan. Sebaliknya, jika persaingan curang. Konsumen yang dirugikan itu boleh jadi tidak dirasakan dalam jangka pendek, tetapi cepat atau lambat, pasti terjadi. Contoh bentuk yang kerap terjadi dalam persaingan curang adalah praktik banting harga (*dumping*). Satu produsen yang kuat mencoba mendesak produsen saingannya yang lebih lemah dengan menurunkan harga jual dibawah ongkos produksi. Tujuannya untuk merebut pasar, dan akhirnya produsen saingannya akan berhenti berproduksi. Pada kesempatan berikutnya, dalam pasar monopolistis itulah harga kembali dikendalikana oleh si produsesn curang ini. Dalam posisi demikian, konsumen pula yang dirugikan.

---

[64] W. Pangaribuan Simanjuntak, "Aspek Yuridis dan Cara Penanggulangan Persaingan Curang", makalah, dibawakan pada *Temu Wicara nasional Penanggulangan Perbuatan Curang*, Yogyakarta, 6 dan 7 Oktober 1992, hlm. 1

Hak konsumen untuk dihindari dari akibat negatif persaingan curang dapat dikatakan sebagai upaya *pre empative* yang harus dilakukan, khususnya oleh pemerintah, guna mencegah munculnya akibat-akibat langsung yang merugikan konsumen. Itulah sebabnya, gerakan konsumen sudah selayaknya menaruh perhatian terhadap keberadaan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan hak ini, seperti yang ada pada saat ini, yaitu Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Dalam Undang-undang Nomor 5 tahun 1999 disebutkan adanya (1) perjanjian yang dilarang, dan (2) kegiatan yang dilarang. Termasuk dalam bentuk perjanjian yang dilarang adalah oligopoli, penetapan harga, pembagaian wilayah, pemboikotan, kartel, trust, oligopsoni, integrasi vertikal, perjanjian penutup, dan perjanjian dengan pihak luar negeri yang mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan atau persaingan tidak sehat. Sementara kegiatan yang dilarang mencakup monopoli, monopsoni, penguasaan pasar, dan persengkongkolan.

10. Hak Untuk Mendapatkan Pendidikan Konsumen

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia termasuk masalah yangbaru. Oleh karena itu, wajar bila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Kesadaran akan hak tidak dapat dipungkiri sejalan dengan kesadaran hukum masyarakat, makin tinggi tingkat kesadaran hukum masyarakat, makin tinggi penghormatannya pada hak-hak dirinya dan orang lain. Upaya pendidikan

konsumen tidak selalu harus melewati jenjang pendidikan formal tetapi dapat melalui media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat. Di Singapura, konsumen bahkan diajarkan untuk memecahkan masalahnya dengan cara menggugah kesadaran hukum warganya.

Dalam banyak hal, pelaku usaha terikat untuk memperhatikan hak konsumen untuk mendapatkan "pendidikan konsumen' ini. Pengertian "pendidikan" tidak harus diartikan sebagai proses formal yang dilembagakan. Pada prinsipnya makin kompleks teknologi yang diterapkan dalam menghasilkan suatu produk menuntut pula makin banyak informasi yang harus disampaikan kepada konsumen. Bentuk informasi yang lebih komprehensif dengan tidak semata-mata menonjolkan unsur komersialisasi, sebenarnya sudah merupakan bagian dari pendidikan konsumen. Produsen mobil misalnya dalam memasarkan produk dapat menyisipkan program-program pendidikan konsumen yang memiliki kegunaan praktis, seperti tata cara perawatan mesin, pemeliharaan ban, atau penggunaan sabuk pengaman.

C. Hak-Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam bertransaksi hubungan konsumen terkait dengan produsen. Draft European Convention on Product Liability in regerd to Personal Injury and Death merumuskian produsen sebagai produsen, yaitu membuat produk-produk jadi atau suku cadang dan mengasilkan produk-produk alami.[65] Jika pengertian produsen

[65] HE. Saefullah Wiradipraja, "Product Liability Tanggung Jawab Produsen di Perdagangan Bebas", *Jurnal Hukum Bisnis,* Volume 5, 1998, hlm. 35.

hanya terbatas pada penhasilan saja, dirasakan sangat sempit karena praktek dunia perdagangan tidak hanya menyangkut produsen sebagai penghasil barang, tetapi juga pihak lain yang menjadi peranatara.

Marian Darus Badrulzaman menyebut istilah produsen dengan istilah lain, yakni pengusaha. Pengusaha adalah setiap orang atau badan yang menjalankan usaha produksi, mjenawarkan dengan cara apapun barang pada konsumen.[66] Geraint Howells dan Thomas Wilhellson mendefinisikan produsen sebagai berikut :[67]

> *"The directive gives a broad definition of producer. This includes the manufacture, if established within the community, otherwise his representative will treated the producer. If neither are established in the community the importer will treated as the producer. Any person who present himself as the manufacturer by affixing to the product his name, trade mark or other distinctive mark and any person who reconditions a product is also treated as producer. Also included within the definition of producer are other professionals in the supply chain, insofar as their activities may affect the safety properties of a product on the market".*

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tidak menggunakan istilah produsen, tetapi pelaku usaha. Pelaku usaha sendiri adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum mapun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri mapun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggaraan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.[68]

---

[66] Marian Darus Badrulzaman, *Pembentukan Hukum nasional dan Permasalahannya,* Alumni, Bandung 1981, hlm 5.

[67] Geraint Howells dan Thomas Wilhellson, EC Costumer law,Dartmouth Publishing Co, England, 1997, hlm. 70, Dikutip dalam: Marian Darus Badrulzaman, *Pembentukan Hukum nasional dan Permasalahannya,* Alumni, Bandung, 1981.

[68] Perhatikan Pasal 3 Butir 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999.

Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 diberikan beberapa hak-hak dan kewajiban Pelaku usaha. Adapun hak seorang pelaku adalah:[69]

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapatkan perliodungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangankan, dan;
5. Hak-hak yang ditur dalam perundang undangan lainnya.

Kemudian di dalam menjalankan suatu usahannya, maka ada beberapa kewajiban pelaku usaha adalah:[70]

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahnya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

[69] Pasal 6 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
[70] Pasal 7 UU Nomor 8 tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen.

4. Menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasar ketentuan standar mutu barang atau jasa yang berlaku;
5. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan atau mencoba barang atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat atau diperdagangkan.
6. Memberikan kompesensi, ganti rugi, dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan; dan
7. Memberikan kompensasi ganti rugi dan atau penggantianb kerugian apabila barang dan jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban yang melekat pada pelaku usaha tersebut dimaksudkan untuk melindungi konsumen sebagai akhir dari produk dan atau jasa agar ia benar-benar mendapat perlindungan secara adil yang dimulai sejak awal proses produksi, distribusi sampai dengan penawaran di pasar. Keseluruhan kegiatan tersebut dilakukan pelaku usaha harus didasari itikad baik untuk memproduksi barang dan jasa yang memenuhi standar mutu barang danb jasa yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Standar mutu tersebut mengacu suatu *technical standart.* Menurut Carolyn Hotchkiss, *technical standat for goods may exist for varietyof reasons, including safety, environmental protection and health.*[71] Penetapan standar mutu barang dan jasa yang dihasilkan pelaku usaha dimaksudkan untuk memenuhi berbagai maacam alasan termasuk di dalamnya adalah alasan bahwa produk tersebut memenuhi syarat keamanan dan layak untuk dikomsumsi.

D. Penyelesaian Sengketa Konsumen

Pada tanggal 16 April 1985, Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) telah mengeluarkan Resolusi Nomor A/RES/39/248 tentang Pedoman Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*). Resolusi ini berangsur-angsur mulai membuka mata Pemerintah berbagai negara tentang praktek-praktek ketidakadilan yang dialami konsumen salah satu pelaku ekonomi yang secara empirik diakui keberadaannya, namun dinegasikan secara yuridis. Butir 3 e Resolusi ini mengetengahkan salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi (*legitimate needs*) bagi konsumen, yaitu: tersedianya penyelesaian ganti rugi yang efektif (*availability of effective consumer redress*). Lebih lanjut menurut Resolusi ini, terdapat 3 (tiga) agenda yang harus ditindak lanjuti Pemerintah masing-masing Negara, yaitu:[72]

---

[71] Carolyn Hotckiss, *International Law for Business*, McGraw-Hill Inc, New York, 1994, hlm. 235.

[72] Butir E.28-30 (Measures enabling consumers to obtain redress) Resolusi Majelis Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor A/RES/391248 tanggal 16 April 1985 tentang Pedoman Perlindungan Konsumen (Guidelines for Consumer Protection).

1. Pemerintah harus menetapkan perangkat-perangkat hukum dan adminstratif yang memungkinkan konsumen atau organisasi-organisasi terkait lainnya untuk memperoleh penyelesaian melalui prosedur-prosedur formal dan informal yang cepat (*expeditious*), adil (*fair*), murah (*inexpensive*), dan terjangkau (*accessible*) untuk menampung, terutama kebutuhan-kebutuhan konsumen berpenghasilan rendah (*the needs of low income consumers*);
2. Pemerintah harus mendorong semua pelaku usaha (*enterprises*) untuk menyelesaikan sengketa-sengketa konsumen dengan secara adil, murah dan informal, serta menetapkan mekanisme suka rela (*voluntary mechanisms*), termasuk jasa konsultasi (*advisory services*) dan prosedur penyelesaian informal (*in formal complaints procedures*) yang dapat membantu konsumen;
3. Tersedianya informasi penyelesaian ganti rugi dan prosedur penyelesaian sengketa lainnya bagi konsumen.

Sementara itu, di tingkat nasional, reformasi hukum menyangkut perlindungan konsumen baru dimulai pada tahap komponen hukumnya, sedangkan ketiga komponen lainnya, yaitu: aparat penegak hukum, masyarakat dan budaya hukum belum menampilkan perubahan perubahan yang berkeadilan sosial. Mayoritas pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen sangat kasat mata dijumpai dalam aktivitas keseharian (*daily activities*). Norma-norma perlindungan konsumen dalam sistem Undang-Undang perlindungan Konsumen (UUPK) "sebagai undang-undang payung" menjadi kriteria untuk mengukur dugaan adanya pelanggaran- pelanggaran

hak-hak konsumen. Begitu juga norma-norma (perlindungan konsumen) lainnya di luar Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang semula .menempatkan perhndungan konsumen sebagai "sampiran" belaka, bukan ditujukan sebagai sebagai instrumen (hukum) perlindungan konsumen. Norma-norma ini menjadi kriteria untuk mengukur dugaan adanya pelanggaran-pelanggaran hak konsumen. [73]

Budaya hukum[74] perlindungan konsumen sebagai suatu kebutuhan harus senantiasa disosialisasikan untuk menciptakan hubungan konsumen dan pelaku usaha dengan prinsip kesetaraan yang berkeadilan. Dalam konsep budaya hukum, terdapat 2 (dua) unsur:[75]

1. Nilai-nilai hukum keacaraan (*procedural legal values*) berkaitan dengan sarana-sarana penataan sosial dan pengelolaan perselisihan (*conflict management*). Di samping nilai-nilai ini adalah landasan budaya sistem hukum, nilai-nilai ini juga membantu menentukan "ruang sistem" yang diberikan kepada lembaga hukum, politik, agama, atau lembaga-lembaga lainnya yang berlainan di semba rang waktu dalam sejarah masyarakat;
2. Nilai-nilai hukum substantif, terdiri dari anggapan dasar mengenai distribusi dan penggunaan sumber daya dalam masyarakat, benar dan salah di segi social dan

---

[73] Soekanto berpendapat bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum, yaitu: 1) Faktor hukumnya 2) Faktor Penegak Hukum; 3) Faktor Sarana, 4) Faktor Masyarakat; 5) Faktor Kebudayaan. Soerjono Soekanto, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum (Pidato Pengukuhan Guru Besar,* 14 Desember 1983) (Cetakan Kesatu) (Jakarta: Rajawah, 1983, Cetakan. Kesatu), hlm. 4-5

[74] Unsur Budaya Hukum adalah: "Nilai-nilai dan sikap-SikaP anggota masyarakat yang berhubungan dengan hukum". Satjipto Rahardlo, *Hukum Masyarakat dan Pembangunan*, Cetakan Kesatu, Penerbit Alumni, Bandung, 1980, hlm. 36

[75] Daniel S. Lev, "Lembaga Peradilan dan Budaya Hukum', Dalam Daniel S. Lev, *Hukum dan Politik Di Indonesia (Cetakan kesatu),* Penerbit LP3ES, Jakarta, 1990, hlm.119-120

sebagainya. Anggapan-anggapan ini berubah-ubah dari waktu ke waktu mengikuti perubahan masyarakat itu sendiri. Unsur dinamis dalam konsep budaya hukum substantif dipenuhi dengan konsep-konsep tema ideology dalam gagasan-gagasan ekonomi, social, dan politik. Perilaku substaptif mencerminkan gagasan-gagasan ini.

Norma-norma (perlindungan konsumen) lainnya di luar Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) ini, dijadikan acuan dengan menempatkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) sebagai sistem perlindungan (hukum) terhadap konsumen. Konstruksinya, yaitu dengan merujuk Pasal 64 (Bab XIV Ketentuan Peralihan).[76] Melalui ketentuan tersebut dapat dipahami secara implisit bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan ketentuan khusus (*lex specialis*) terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang sudah ada sebelum Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), sesuai asas lex specialis derogat legi generali. Artinya, ketentuan d luar Undang-Undang perlindungan Konsumen (UUPK) tetap bertaku sepanjang tidak diatur secara khusus dalam undang-Undang perlindungan Konsumen (UUPK) dan/atau tidak bertentangan dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Melalui ketentuan peralihan ini, Undang Konsumen (UUK) tetap berlaku sepanjang Undang-Undang perlindungan Konsumen (UUPK) tidak menentukan lain.

[76] Pasal 64 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), berbunyi: "Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam undang-undang ini'

Pengelompokan Norma-norma perlindungan konsumen (Norma-norma Perlindungan Konsumen (PK)) dalam sistem Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), dapat dikemukakan sebagal berikut:[77]

1. Kegiatan produksi dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa (Pasal 8 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK));
2. Kegiatan penawaran, promosi dan periklanan barang dan/atau jasa (Pasal 9 ayat (1), ayat (2), dan ayat (3), Pasal 10, Pasal 12, Pasat 13 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 15, Pasal 16, serta Pasat 17 ayat (1) dan ayat (2) Undang- Undang Perlindungan Consumen (UUPK));
3. Kegiatan transaksi penjualan barang dan/atau jasa (Pasal 11, Pasal 14, serta Pasal 18 ayat (1), ayat (2), dan ayat (4) Undang Undang Perlindungan Konsumen (UUPK));
4. Kegiatan pasca transaksi penjualan barang dan/atau jasa (Pasal 25 dan Pasal 26 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)).

Norma-norma Perlindungan Konsumen (PK) tersebut menjadi prioritas advokasi hukum dengan menggunakan instrumen-instrumen hukum dirujuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), termasuk di dalamnya gugatan

---

[77] Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya,* Penerbit PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hal. 21. Lihat juga: Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi,* Penerbit PT. Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002, hlm. 33., UU Perlindungan Konsumen (UUPK) sendiri mengelompokkan norma-norma perlindungan konsumen dalam 2 (dua) bab, yaitu: Perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha (Bab IV Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)) dan Ketentuan Pencantuman Klausula Baku (Bab V Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)). Pengelompokan norma-norma tersebut belum menggambarkan mata rantai hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, dali mulai kegiatan proses produksi barang dan jasa sampai ke tangan konsumen, baik melalui transaksi ataupun peralihan lainnya yang dibenarkan hukum.

perwakilan/gugatan kelompok (*class action*) dan gugatan/hak gugat Ornop/LSM (*legal standing*) yang sama sekali baru dalam hukum acara di Indonesia. Dikatakan demikian karena semula para hakim menganggap jalur tersebut tidak dikenal dalam sistem hukum di Indonesia, padahal dalam sistem Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1970 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Kekuasaan Kehakiman, hakim adalah sebagai pembentuk hukum untuk mengisi kekosongan hukum sebelum Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) diundangkan pada waktu itu. [78]

Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak memberikan batasan apakah yang dimaksud dengan sengketa konsumen. Kata-kata 'sengketa konsumen" dijumpai pada beberapa bagian Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yaitu:[79]

1. Penyebutan sengketa konsumen sebagai bagian dari sebutan institusi administrasti negara yang mempunyai menyelesatkan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, dalam hal ini Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

---

[78] *Class actions* adalah gugatan perdata biasa yang diajukan oleh 1 (satu) orang (atau lebih) atas nama sejumlah orang lain yang mempunyai tuntutan yang sama terhadap tergugat. Orang yang menjadi wakil itu mewakili kepentingan hukum dia/mereka sendiri serta kepentingan anggota kelas yang lain. Dengan kata lain, wakil kelas maupun anggota kelas, keduanya adalah pihak korban atau pihak yang mengalami kerugian (injured parties). Lihat: Indonesian Centre for Environmental Law (ICEL), Yayasan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia (YLBHI) dan Public interest Advocacy Centre Australia, Gugatan Perwakilan Kelas (Class Actions) dalam Perkara Lingkungan Hidup: Sebuah Makalah Informasi, (Jakarta: November 1998), tanpa halaman. Menurut Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor I Tahun 2002 tanggal 26 April 2002 tentang Acara Gugatan Perwakitan Kelompok, gugatan perwakilan kelompok adalah suatu tata cara pengajuan gugatan dalam mana 1 (satu) orang atau lebih yang mewakili kelompok mengajukan gugatan untuk diri atau diri-diri mereka sendiri dan sekaligus mewakili sekelompok orang yang jumlahnya banyak, yang memiliki kesamaan fakta atau dasar hukum antara wakil kelompok dan anggota kelompok dimaksud. Peraturan Mahkamah Agung ini termuat dalam *Varia Peradilan*, 2002: 201, Tahun XVII, Juni 2002, hlm. 114-118

[79] Yusuf Shofie, Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UU Perlindungan Konsumen (UUPK), Teori Dan Praktek Penegakan Hukum, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 12

(BPSK) (Pasal 1 butir 11 Undang-Undang perlindungan Konsumen (UUPK) jo. Bab X Undang Undang Perlindungan Konsumen (UUPK))

2. Penyebutan sengketa konsumen menyangkut tata cara atau prosedur penyelesaian sengketa terdapat pada Bab X PenyeleSaian Sengketa. Pada Bab ini digunakan penyebutan sengketa konsumen secara konsisten, yaitu: Pasal 45 ayat (2) dan Pasal 48 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Dalam kosakata sengketa (*conflict; dispute*) mestinya tidak hanya bersifat merusak (*destructive*) dan merugikan (*harmful*), melainkan membangun (*constructive*) menarik/menantang (*challenging*) serta dinamis sebagai katalisator perubahan (*a catalyst for change*).[80]

Ada beberapa kata kunci untuk rnemahami pengertian sengketa konsumen" dalam kerangka Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dengan menggunakan metode penafsiran, yaitu:[81]

1. Batasan konsumen dan pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berikut dikutipkan batasan keduanya adalah bahwa:[82]

---

[80] Stewart mengatakan sebagai berikut 'Conflict is not only perceived as destructive and harmful and requiring resolution, but also as constructive challenging and dynamic acting as a catalyst for change" Lihat: Susan Stewart, *Conflict Resolution: A Foundation Guide"*, Winchester Waterside Press, 1998, hlm. 7. L. Chosen (1956) sebagaimana dikutip Christoper W. Moore, membedakan conflict menjadi 2 (dua) yaitu: (1) konflik yang tidak realistic (unrealistic conflict), yaitu: ketika para pihak bertindak seolah-olah mereka berkonflik, meskipun tidak ada kondisi objektif bagi kelanjutan konflik dan (2) konflik yang realistik (realistic conflict) merupakan betul-betul berasal dan konflik-konflik interest. Lihat: Christoper W. Moore, *The Mediation Process: practical Strategies for Resolving Conflict (Edisi Kedua)*, San Francisco: Jossey-Bass PubliShers, 1996, hlm. 162

[81] *Ibid.*, hlm. 12-16

[82] Pasal 1 butir 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

a. "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"; dan

b. Kemudian Bahwa:[83] "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 Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui penjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi

Konsumen dipastikan setiap orang atau individu pemakai barang dan/atau jasa untuk kepenluan sendiri, keluarga atau pihak lain. John F. Kennedy, mendiang mantan Presiden Amerika Serikat, mengatakan bahwa secara definisi (*by definition*) konsumen adalah kita semua; mereka adalah kelompok ekonomis (*economics group*) dalam perekonomian (*economy*) yang mempengarahui dan dipengaruhi oleh hampir setiap keputusan masalah-masalah ekonomi yang bersifat perdata dan publik (*public and private economic decision*).

[83] Pasal 1 butir 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Mereka satu-satunya kelompok penting dalam perekonomian yang secara efektif tidak terorganisir serta pandangan-pandangan mereka sering tidak didengar.[84] Sementara itu, dalam analusis Cohn Scott dan Julia Black terhadap pandangan Ralph t seorang tokoh gerakan perhmndungan konsumen (*the well-known consumer campaigner*) di Amerika Serikat bahwa konsumen adalah warga negara (*citizen*), terkait dengan partisipasi aktif setiap orang per seorangan dalam kehidupan sosial dan politik (*participation of individuals in social and political life*).[85]

Perlindungan yan diberikan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak hanya pada konsumen secara individu, melainkan juga di perluas pada makhluk hidup lain. Contoh makhluk hidup lain ini, yaitu: binatang peliharaan, seperti: ikan, ayam, kucing, anjing, burung dan

---

[84] John F. Kennedy: Consumers, by definition, includes us all. They are the largest economic group in the economy, affecting and affected by almost every public and private economic decision. Two-thirds of all spending in the economy is by consumers. But they are the only important group in the economy who are not effectively organized, whose views are often not heard . Lihat: 108 CONG. REC.4167, 4263 (1962) (message from President Kennedy to Congress concerning strength of programs to protect consumer interest) dalam "Consumer Dispute Resolution in Missouri: Missouri's need for a 'True' Consumer Onbudsman", *Journal of Dispute Resolution,* Vol. 1992 No. 1, hlm.68

[85] Scott dan Black menyoroti pernyataan Ralph Nader yang berbunyi: "There can be no daily democracy without daily citizenship. If we do not exercise our civic rights, who will? If we do not perform our civic duties, who can? The fibre of a just society in pursuit of happiness is a thinking active citizenry". Menurut Scott dan Black, Nader menggunakan pandangan kewarganegaraan (the idea of citizenhip) untuk meningkatkan gagasan konsumerisme (the notion of consumerism). Dan dengan meminta pemenuhan orang perseorangan atas pelayanan publik (public services), menggerakkan model konsumen yang melampaui pada masalah-masalah konsumsi belaka, serta berhak penuh atas partisipasi orang perseorangan dalam kehidupan sosial dan politik. Lihat: Cohn Scott dan Julia Black, *Cranston's Consumers and the Law (Edisi Ketiga)*, London Edinburg Dublin: Butterworths, 2000, hlm. 10. Bandingkan pula dengan pendapat Lowry dan Oughton yang menegaskan sebagai berikut: "Indeed, the American guru of consumerism, Ralph Nader, has taken the view that the term 'consumer' should be equated with the word 'citizen' and that consumer protection law should be regarded as an aspect of the protection of civic rights" Kursi dari penulis). Lihat: David Oughton dan John Lowry, *Textbook on Consumer Law (Cetakan Kesatu)*, London: Black Stones Ltd, 1997, hlm. 1

sebagainya. Namun ternyata batasan konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) ini tidak diperluas individu pihak ketiga (*bystander*) yang dirugikan atau menjadi korban akibat penggunaan atau pemanfaatan suatu produk barang atau jasa. lnvestor tanpa memperhatikan besar-kecilnya modal liquid dan non liquid yang ditanamkan serta instrumen-instrumen investasi yang digunakan bukanlah konsumen,[86] karena motif untuk mendapatkan keuntungan tertentu berupa uang dan! atau yang dapat dipersamakan dengan itu tidak dapatlah termasuk kategori barang dan/atau jasa yang dimaksudkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Yang sangat asasi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak mengakui badan hukum, seperti: Yayasan dan Perseroan Terbatas (PT) sebagai konsumen. Jika saja badan hukum diakui sebagai konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), maka esensi perlindungan hukum yang diberikan Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi kabur. Dalam arti bahwa masih dijumpai pernyataan sebagian pelaku usaha yang merasa berhak untuk mendapatkan perlindungan hukum berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK)), padahal yang terjadi sebenarnya sengketa

[86] Bandingkan dengan pendapat Az. Nasution, salah seorang ahli hukum perlindungan konsumen di Indonesia, yang berpendapat bahwa investortermasuk dalam batasan pelaku usaha, Ia menjelaskan bahwa investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan usaha, seperti: perbankan usaha leasing, 'tengkulak", dan penyedia dana lainnya. Lihat: Az. Nasution, "Perlindungan Konsumen: Tinjauan atas Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 - Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 42", *Jurnal Pusdikiat Mahkamah Agung Republik Indonesia* (Media Komunikasi dan Informasi Diklat), 2002: 2, Tahun I, April 2002, hlm. 44-53

di antara mereka sendiri sesama pelaku usaha. Sering argumentasi yang dikemukakan, yaitu: mereka telah membeli atau melakukan pembayaran. Misalkan, sengketa pengiriman barang komoditas dagang yang diasu ransikan, ternyata tidak dibayar klaim ganti ruginya oleh perusahaan asuransi, ketika barang tersebut rusaj atau tenggelam akibat kerusakan atau tenggelamnya kapal pengangkut. Contoh lain, pembelian sejumlah besar telur untuk kepentingan pembuatan cakes yang akan diperjualbeli kan, ternyata sebagian pecah pada waktu pengangkutan. Apa yang di nyatakan sebagai konsumen di situ sebenarnya adalah konsumen antara. Sengketa itu bukanlah sengketa .konsumen. Perlindungan hukum yang diberikan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) hanya berhak bagi individu konsumen akhir (*end usurs*);

2. Batasan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) pada Pasal 1 butir 11 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menunjukkan bahwa yang dimaksud dengan sengketa konsumen, yaitu:[87] sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha disitu, adalah:

   a. Set orang atau individu;

   b. Badan usaha yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum.

   Dan selengkapnya pasal tersebut berbunyi: "Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah Badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan

[87] Yusuf Shofie, *Penyelesaian Sengketa Konsumen*..... *Op.Cit.*, hlm. 16, Dan menurut Pasal 1 butir 11 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK).

sengketa antara pelaku usaha dan konsumen". Jadi, sengketa sesama pelaku usaha bukanlah sengeketa konsumen, karenanya ketentuan-ketentuan UU Perlindungan Konsumen (UUPK) tidak dapat digunakan oleh pelaku usaha.[88]

[88] Ibid.

BAB III.

PENERAPAN PEMBUKTIAN TERBALIK

BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999

TENTANG PERLINDUNGN KONSUMEN

BAB III.

PENERAPAN PEMBUKTIAN TERBALIK BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGN KONSUMEN

A. Tanggungjawab pelaku usaha atas kerugian yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan suatu produk yang cacat

Pelaku usaha sngat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai peanggan. Tanp dukukangan konsumen, tidak mungkin pelaku usaha dapat menjamin kelangsungan usahanya. Dan begitu juga sebaliknya, konsumen akan kebutuhannya sangat bergantung dari hasil produksi pelaku usaha. Saling ketergantungan karena kebutuhan tersebut dapat menciptakan suatu hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan sepanjang masa, sesuai dengan tingkat ketergantungan akan kebutuhan yang tidak terputus-putus.[89]

Tanggung jawab pelaku usaha dan penjual terhadap produk yang dihasilkannya dapat juga disebut dengan tanggung Jawab berdasarkan *Product Liability*. Pengertian tanggung jawab produk (*product liability*) masih tergolong baru dalam doktrin ilmu hukum di Indonesia. Terdapat beberapa pihak yang menterjemahkannya sebagai tanggung gugat produk". Pihak lainnya

[89] Husni Syahwali Dan Neni Sri Imaniyati (ed.), *Hukum Perlindungan Konsumen,* Penerbit Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 36

menterjemahkannya sebagai "tanggung jawab produk". Untuk memudahkan pembahasan mengenai hal ini, berikut beberapa pengertian atau rumusannya:

a. *Product Liability: A manufacturers or seller's tort liability for any damages or injuries suffered by a buyer, user, or bystander as a result of defective product. Product liability can be based on theory of negligence, strict liability, or breach of warranty.*

   Tanggung jawab produk adalah tanggung jawab pelaku usaha dan penjual atas perbuatan melawan hukum atas kerugian yang diderita oleh pembeli, pemakai (konsumen), atau pihak ketiga akibat produk-produk yang cacat. Tanggung jawab produk dapat didasarkan pada kelalaian, tanggung jawab mutlak, atau wanprestasi).[90]

b. *Oxford Dictionary of Law: Products liability are the liability of manufacturers and other persons for defective products. Under Consumer Protection Act 1987, passed to conform with the requirements of European Community Law, the producer of a defective product that causes death or personal injury or damage to property is strictly liable for the damage. A product is defective if its safety is not such as persons generally are entitled to expect. The persons liable for a defective products are:*

[90] Bryan A. Garner (ed), *Black's Law Dictionary,* 7th Edition, Book 2, West Group, St. Paul. Minnesota, 1999, hlm. 1225.

1. *The producer;*
2. *A person who holds himself out to be producer by putting his name or trade mark on the product;*
3. *A person who imports the product into the European Community; and*
4. *A supplier who fails to identify the producer or importer of the product.*

Jika diterjemahkan, Tanggung jawab produk adalah tanggung jawab pelaku usaha dan pihak lainnya atas suatu produk yang cacat. Di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen 1987, yang disetujui oleh Komunitas Hukum Eropa, produsen dari produk yang cacat bertanggung jawab secara langsung atas kerugian yang timbul. Suatu produk dikatakan cacat jika keamanan dari produk tersebut tidak sesuai dengan harapan masyarakat pada umumnya. Para pihak yang bertanggung jawab atas suatu produk yang cacat adalah: 1. Produsen; 2. Orang yang menyamakan dirinya sebagai produsen dengan mencantumkan nama atau merek miliknya pada produk tersebut; 3. Orang yang mengimpor produk tersebut ke dalam Komunitas Eropa; dan 4. Distributor yang tidak dapat mengidentifikasi produsen atau importir dan produk tersebut).[91]

Dengan demikian dapat diambil suatu pengertian bahwa *product liability* merupakan tanggung jawab produk atau tanggung jawab dari orang atau badan yang memproduksi produk tersebut. Tanggung jawab tersebut sehubungan dengan adanya

[91] Gunawan Wijaya Dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen,* Gramedia Pustaka, Jakarta, 2000, hlm. 60-61

produk yang cacat yang mengakibatkan kerugian bagi pihak lain, baik kerugian badaniah, mental, kematian, maupun harta benda (*property*).

Kemudian terdapat 2 (dua) tujuan utama yang dapat dikemukakan dari rezim *product liability*, yaitu:

a. Perlindungan Konsumen

Rezim ini melindungi konsumen dengan cara membebankan kewajiban kepada pelaku usaha untuk menciptakan keamanan dan jaminan mutu produknya untuk melindungi konsumen dari segala kerugian yang mungkin ditimbulkan oleh produk tersebut. Jika produk tersebut menimbulkan kerugian konsumen, maka pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian tersebut;

b. Pembebanan resiko yang wajar antara pelaku usaha dan konsumen

Sebelum rezim *product liability* muncul, kedudukan konsumen berada di bawah pelaku usaha, yang tercermin dari *adagium caveat emptor*

Selanjutnya terdapat 5 (lima) unsur yang menyebabkan terjadinya *product liability*, yaitu:

a. Produsen

Jika kita merujuk pada Pasal 8 ayat (1) UUPK,[92] maka kata "memproduksi" menunjuk pada pelaku usaha pabrikan (produsen), sedangkan kata memperdagangkan merujuk kepada pelaku usaha pabrikan (produsen), distributor, sub-distributor. Oleh sebab itu, subjek yang dapat diklasifikasikan sebagai produsen adalah:

[92] Pasal 8 ayat (1) UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

1) Pihak yang membuat produk jasa,
2) Penghasil bahan baku;
3) Pembuat suku cadang;
4) Setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen jalan mencantumkan namanya, suatu tanda pengenal, atau tanda lain pada produk tertentu;
5) Importir produk dengan maksud untuk dijual, disewakan, atau untuk bentuk distribusi yang lain dalam perdagangan; dan
6) Pemasok-pengecer (*supplier*).

Oleh sebab itu, UUPK menyatukan istilah dari produsen sampai pemasok ke dalam kategori produsen.

b. Konsumen

Subjek yang termasuk dalam kategori konsumen adalah mereka yang berkedudukan baik sebagai konsumen akhir (konsumen yang mengkonsumsi secara langsung produk yang diperolehnya) maupun sebagai konsumen antara (konsumen yang dapat dikaitkan untuk produksi suatu barang lebih lanjut).

c. Produk

Produk secara umum diartikan sebagai barang yang secara nyata dapat dilihat dan dipegang (*tangible goods*), baik yang bergerak maupun tidak bergerak. Namun, dalam kaitan dengan masalah tanggung jawab produk (*product liability*), produk bukan hanya berupa *tangible goods*, tetapi juga termasuk yang bersifat *intangible*

seperti listrik, produk alami (misalnya makanan binatang piaraan), tulisan (misalnya peta penerbangan yang diproduksi secara massal), atau perlengkapan tetap pada rumah. Selanjutnya, termasuk dalam pengertian produk tersebut tidak semata-mata suatu produk yang sudah jadi secara keseluruhan, tetapi juga termasuk komponen dan suku cadang.

d. Kerusakan (*defect*)

Secara umum, yang dimaksud dengan kerusakan adalah tergantung dari harapan masyarakat akan suatu produk. Jika suatu produk tidak memenuhi keselamatan dan keamanan yang diharapkan oleh seseorang, maka produk tersebut dianggap mengalami kerusakan dengan memperhatikan semua aspek, termasuk:

1) Produk tersebut tidak memenuhi maksud dan/atau tujuan dibuatnya suatu barang (*intended use*);
2) Mengalami *design defect* pada saat dibuatnya produk tersebut;
3) Mengalami *manufacturing defect* yang disebabkan karena kesalahan pada saat barang tersebut diproduksi; dan
4) Mengalami *warning defect*, yaitu kerusakan yang disebabkan karena tidak sempurnanya peringatan atau petunjuk yang harus dipahami sebelum konsumen menggunakan suatu produk.

e. Kerugian

Kerugian yang dimaksud di sini adalah kerugian yang benar-benar dialami oleh konsumen, misalnya penurunan derajat kesehatan, termasuk kesehatan mental,

kematian, dan kerusakan harta benda (selain dari produk yang bersangkutan) akibat dari (1) dilakukannya suatu perbuatan; atau (2) tidak dilakukannya suatu perbuatan oleh pelaku usaha, yang mana apabila perbuatan tersebut dilakukan, maka kerugian tidak akan timbul. Hal ini juga berlaku perbuatan tersebut tidak dilakukan, maka kerugian juga tidak akan timbul.

Berdasarkan sistem hukum yang ada, kedudukan konsumen sangat lemah, sehingga oleh sebab itu, dirasa perlu untuk menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) dalam hukum tanggung jawab produk. Diharapkan, dengan membenlakukan pninsip ini, pelaku usaha di Indonesia menyadari betapa pentingnya menjaga kualitas produk-produk yang dihasilkannya. Jika hal ini tidak dilaksanakan, maka konsumen akan dirugikan. Selain itu, pelaku usaha juga akan dirugikan karena adanya resiko yang harus ditanggungnya. Kemudian alasan mengpa prinsip tangung jawab mutlak (*strict liability*) diterapkan dalam hukum *product liability* adalah [93]

a. Di antara korban/konsumen di satu pihak dan pelaku usaha di pihak lain, beban kerugian (resiko) seharusnya ditanggung oleh pihak yang memproduksi atau mengeluarkan barang-barang di pasaran.
b. Diedarkannya barang-barang di pasaran, berarti pelaku usaha menjamin bahwa barang-barang tersebut aman dan pantas untuk dipergunakan. Jika terbukti tidak demikian, maka ia harus bertanggung jawab secara langsung.

[93] Husni Syawali Dan Neni Sri Imaniyati, *Op.Cit.*, hlm. 45

Selain itu, ada juga lasan-alasan lain yang memperkuat penerapan pnnsip *strict liability* tersebut yang didasarkan pada *Social Climate Theory*, yaitu:[94]

a. Manufacturer adalah pihak yang berada dalam posisi keuangan yang lebih baik untuk menanggung beban kerugian, dan pada setiap kasus yang mengharuskannya mengganti kerugian dia akan meneruskan kerugian tersebut dan membagi resikonya kepada banyak pihak dengan cara menutup asuransi yang preminya dimasukkan ke dalam perhitungan harga dari barang hasil produksinya. Hal ini dikenal dengan "*deep pockets theory*'.
b. Terdapatnya kesulitan dalam membuktikan adanya unsur kesalahan dalam suatu proses manufacturing yang demikian kompleks pada perusahaan besar (industri) bagi seorang konsumen/korban/penggugat secara individual.

Pengadilan juga memberikan patokan dalam menerapkan *strict liability* pada keadaan-kedaan tertentu dari *product liability* dengan menyatakan bahwa *product liability* tidak berfaku di antara para pihak yang:[95]

a. Merupakan transaksi dalam dunia perdagangan (tidak untuk dipakal sendiri);
b. Posisi ekonominya relatif memiliki kekuatan yang sama;
c. Mengadakan kesepakatan mengenai spesifikasi-spesifikasi dari produk tersebut; dan
d. Mengadakan negosiasi mengenai resiko atas kerugian.

---

[94] *Ibid,* **hlm.** 55
[95] *Ibid,* **hlm.** 55-56

Namun, memberlakukan pninsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) dalam hukum tentang *product liability* tidak berarti pihak pelaku usaha tidak mendapatkan perlindungan. Pihak pelaku usaha masih diberi kesempatan untuk membebaskan diri dari tanggung jawabnya dalam beberapa hal tertentu. Di samping itu, pihak pelaku usaha juga dapat mengasuransikan tanggung jawabnya sehingga secara ekonomis dia tidak mengalami kerugian yang tidak berarti. Oleh sebab itu, tidak benar jika ada yang berpendapat bahwa pemberlakuan hukum tentang tanggung jawab produk (*product liability*) yang disertai tanggung jawab mutlak (*strict liability*) hanya mementingkan konsumen semata-mata.[96]

Tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti kerugian terhadap konsumen muncul karena adanya pelanggaran dan kewajiban dan larangan yang berlaku bagi pelaku usaha sebagaimana diatur oleh UUPK. Kemudian tanggung jawab dan kewajiban pelaku usaha merupakan konsekuensi dan adanya hak-hak konsumen, sebagaimana telah disebutkan dalam Pasal 4 UUPK.[97] Dan selanjutnya kewajiban para pelaku usaha juga sudah disebutkan dalam Pasal 7 UUPK.[98]

Dengan demikian para pelaku usaha harus mematuhi larangan-larangan yang berlaku sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 8 UUPK. Pasal ini menyatakan sebagai berikut:[99]

---

[96] *Ibid*, hlm. 59-60
[97] Pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
[98] Pasal 7 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
[99] Pasal 8 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

(1). Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
g. tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;

i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;

j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

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

(3). Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

(4). Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta menanknya dan peredaran.

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen didasarkan adanya perikatan antara pelaku usaha dengan konsumen atau didasarkan pada perbuatan melawan hukum, yaitu:

1. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha karena Wanprestasi

Sehubungan dengan adanya perikatan antara pelaku usaha dengan konsumen, hubungan hukum tersebut menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-

masing pihak. Jika salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya, maka pihak tersebut dapat dikategorikan telah melakukan wanprestasi. Pasal 1243 KUH Perdata dan seterusnya mengatur ketentuan-ketentuan yang prinsipil mengenai ganti rugi yang dapat dituntut oleh kreditur dalam hal tidak dipenuhinya perikatan. Pasal 1243 KUH Perdata menyatakan demikian:[100]

"Penggantian biaya, rugi, dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan, apabila Si berutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya, tetap melalaikannya atau jika sesuatu yang hams diberikan atau dibuat lain hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya".

Selain jika besarnya ganti rugi sudah ditentukan oleh para pihak, hal tersebut disebutkan di dalam Pasal 1249 KUH Perdata[101] atau jika undang-undang secara tegas-tegas menentukan lain seperti disebutkan dalam Pasal 1250 KUH Perdata,[102] maka besarnya ganti rugi hams ditentukan sedemikian rupa sehingga keadaan harta kreditur (dalam hat ini adalah konsumen) adalah sama seperti jika seandainya debitur (dalam hal ini adalah pelaku usaha) memenuhi kewajibannya.[103] Dan menurut Pasal 1246 KUH Perdata, ganti rugi terdiri dan 2 (dua) faktor, yaitu:[104] a). kerugian yang nyata-nyata diderita; dan b). keuntungan yang seharusnya diperoleh.

---

[100] Pasal 1243 KUH Perdata

[101] Pasal 1249 KUH Perdata.

[102] Pasal 1250 KUH Perdata.

[103] Setiawan, Pokok-PokokHukum Perikatan, Penerbit PT. Binacipta, Bandung, 1994, hlm. 22.

[104] Pasal 1246 KUH Perdata

Kedua faktor tersebut dicakup dalam pengertian "biaya", "kerugian", dan "bunga "Biaya" adalah pengeluaran-pengeluaran nyata. kerugian' adalah berkurangnya kekayaan kreditur sebagai akibat dan ingkar janji, dan "bunga" adalah keuntungan yang seharusnya d kreditur jika tidak terjadi ingkar janji.

KUH Perdata hanya mengatur mengenai kerugian yang bersifat materiil saja, sedangkan kerugian immateniil tidak diatur. Biasanya kerugian immeterül ini timbul sehubungan dengan perbuatan melawan hukum, akan tetapi dapat juga timbul karena ingkar janji. Pitlo menyetujui ganti rugi yang bersifat immatenill dalam hal ingkar janji. Oleh sebab itu, akan lebih baik jika kerugian immateriil yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan produk cacat yang diproduksi oteh petaku usaha dalam hal adanya wanprestasi, dapat diganti oleh pelaku usaha, karena hat ini akan lebih melindungi konsumen.[105]

2. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha karena Perbuatan Melawan Hukum

Tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan perbuatan melawan hukum tidak mensyaratkan adanya hubungan langsung (*privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen. Perbuatan melawan hukum diartikan antara lain, melakukan suatu perbuatan yang melanggar kewajiban yang telah diatur oleh peraturan perundang-undangan. Jika perbuatan pelaku usaha menimbulkan kerugian pada konsumen dengan melanggar suatu ketentuan perundang-undangan, baik tertulis maupun tidak tertulis, maka hal itu berarti yang

[105] *Ibid,* hlm. 23

bersangkutan telah melakukan perbuatan melawan hukum, yaitu bertindak atau berbuat yang bertentangan dengan kewajiban hukumnya.

Perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha akan mengakibatkan kerugian pada pihak konsumen, oleh karena itu pelaku usaha wajib bertanggung jawab memberi ganti kerugian kepada konsumen sesuai dengan yang telah diatur dalam perundang-undangan. Kerugian yang disebabkan oleh perbuatan melawan hukum dapat berupa: (1) kerugian materiil, dan (2) kerugian idill/immaterlil. Kerugian materiil dapat terdiri dan kerugian-kerugian yang nyata-nyata diderita dan keuntungan yang seharusnya diperoleh. Hoge Raad berulang-ulang memutuskan bahwa Pasal 1243 KUH Perdata dan seterusnya yang mengatur mengenai ganti rugi dalam hal wanprestasi tidak dapat langsung diterapkan untuk kerugian yang ditimbulkan oleh perbuatan melawan hukum, akan tetapi penerapan secara analogis diperkenankan.[106]

Perbuatan melawan hukum pun dapat menimbulkan kerugian yang bersifat idiil/materiil, seperti ketakutan, sakit, dan kehilangan kesenangan hidup. Penentuan luasnya kerugian yang harus diganti umumnya harus dilakukan dengan menilai kerugian tersebut. Pada asasnya, pihak yang dirugikan harus sedapat mungkin ditempatkan dalam keadaan seperti keadaan jika tidak terjadi perbuatan melawan hukum.

[106] *Ibid,* hlm. 85

Prinsip tanggung jawab yang dianut di dalam Pasal 1365 KUH Perdata yang mengatur mengenai perbuatan melawan hukum adalah prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan (liability based on fault). Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawaban secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.[107] Dan setelah UUPK diberlakukan, maka pembuktian mengenai unsur kesalahan di dalam Pasal 1365 KUH Perdata dibebankan kepada pelaku usaha. Hal ini akan lebih memudahkan konsumen dalam hat pembuktian di persidangan. Namun, seperti yang telah penulis uraikan sebelumnya, asas pembuktian terbalik ini dalam prakteknya belum sepenuhnya dapat dilaksanakan.

3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan UUPK

Setelah UUPK diberlakukan, maka prinsip tanggung jawab yang dianut di dalam UUPK adalah prinsip tanggung jawab atas dasar praduga (*rebuttable presumption of liability principle*). Hal ini dapat dilihat dan Pasal 19 ayat (1) Jo. Pasal 28 UUPK. Pasal 19 ayat (1) UUPK menyatakan: Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan". UUPK mengatur lebih luas mengenai subjek yang dapat digugat untuk mengganti kerugian. Konsumen yang dirugikan tidak hanya dapat menggugat produsen, tetapi semua yang dinyatakan oleh UUPK sebagai pelaku usaha, termasuk di dalamnya

[107] Pasal 1365 KUH Perdata

perusahaan, importir, distributor, dan lainnya. Selanjutnya, Pasal 28 UUPK menyatakan: *"Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan* dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha".[108]

Jika kita melihat dan dua pasal yang telah disebutkan, maka dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha diduga telah melakukan kesalahan ketika timbul kerugian di pihak konsumen akibat menggunakan produk yang diproduksi oleh pelaku usaha tersebut. Konsumen yang dirugikan tidak perlu untuk membuktikan kesalahan pelaku usaha. Sebaliknya, pelaku usahalah yang dibebani pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Pelaku usaha akan membayar ganti rugi, kepada konsumen yang mengalami kerugian jika Ia tidak dapat membuktikan bahwa ia tidak melakukan suatu kesalahan. Namun, konsumen yang dirugikan tidak akan mendapat ganti rugi sedikitpun jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kerugian yang timbul bukan merupakan kesalahannya.

---

[108] Pasal 19 ayat (1) Jo. Pasal 28 UUPK. Pasal 19 ayat (1) UUPK menyatakan: Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan". UUPK mengatur lebih luas mengenai subjek yang dapat digugat untuk mengganti kerugian. Konsumen yang dirugikan tidak hanya dapat menggugat produsen, tetapi semua yang dinyatakan oleh UUPK sebagai pelaku usaha, termasuk di dalamnya perusahaan, importir, distributor, dan lainnya. Selanjutnya, Pasal 28 UUPK menyatakan: "Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha"

Untuk lebih jelasnya lagi maka tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen dalam UUPK diatur di dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 UUPK. Dalam isi Pasal yang mengatur secara tegas tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen adalah Pasal 19 UUPK yang berbunyi:[109]

(1). Pelaku usaha bertanggung jawab membebankan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;

(2). Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan yang sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku;

(3). Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;

(4). Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenal adanya unsur kesalahan;

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

[109] Pasal 19 UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan ketentuan Pasal 19 ayat (1) UUPK, pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberi ganti rugi kepada konsumen dikarenakan menggunakan produk yang cacat. Ketentuan ini tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen (Pasal 19 ayat (5) UUPK). Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud Pasal 19 UUPK ini merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha (Pasal 28 UUPK). Mengenal ganti kerugian, berdasarkan Pasal 19 ayat (2) UUPK dapat diberikan dalam bentuk pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sehingga ketentuan ini memberikan peluang lebih kecil bagi konsumen untuk mendapatkan ganti rugi yang semestinya karena pelaku usaha dapat memberikan ganti rugi berdasarkan salah satu pilihan dan ketentuan tersebut, yaitu: (1) pengembalian uang; atau (2) penggantian barang dan atau jasa yang sejenis atau setara nilainya; atau (3) perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan. Banyak pelaku usaha yang lebih senang untuk memberikan ganti rugi berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan atau jasa yang sejenis, padahal konsumen yang dirugikan tidak hanya mengalami kerugian senilai barang atau jasa tersebut. Konsumen juga mengalami kerugian dalam pengeluaran biaya perawatan kesehatan dan kerugian immateril lainnya.

B. Prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha terutama dalam kasus yang di alami oleh Takasu Masaharu dengan PT. Coca Cola

Penerapan ketentuan hukum acara perdata dalam masalah pembuktian memang seringkali dirasa sulit, terutama untuk kasus-kasus tertentu, seperti sengketa konsumen. Hal ini disebabkan karena konsumen merupakan masyarakat awam yang tidak mengetahui dan memahami seluk beluk mata rantai proses produksi. Tidak menutup kemungkinan adanya penerapan asas pembuktian terbalik yang membebankan pihak lawan untuk membuktikan bahwa Ia memang bersalah.

Masalah beban pembuktian perdata atas kesalahan pelaku usaha dalam UUPK diatur di dalam Pasal 28 yang menyatakan: "Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha". Dan jika terjadi gugatan di pengadilan, maka pihak konsumen cukup mendalilkan bahwa produsen telah melakukan pelanggaran hukum sehingga menimbulkan kerugian bagi pihak konsumen. Untuk itu pihak produsen harus membuktikan bahwa ía telah melakukan tindakan yang bérhati-hati sesuai dengan standar operasional dan produksi yang tepat. Walaupun UUPK pada dasarnya telah mengatakan bahwa beban pembuktian mengenai kesalahan telah dibebankan kepada pelaku usaha, kenyataannya pelaksanaan dari asas pembuktian terbalik tidak secara otomatis mempermudah usaha

para konsumen untuk mengajukan gugatan hukum kepada pelaku usaha dalam proses pengadilan

Kesulitan ini terutama berkaitan dengan jenis usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha terutama bila merupakan satu jenis usaha yang bersifat mata rantai. Kesulitan ini terutama dalam kaitannya menentukan pihak yang harus bertanggung jawab atas kerugian yang dilakukan oleh pelaku usaha. Konsumen yang dirugikan dalam metakukan gugatan kepada pelaku usaha mendasarkan kepada Pasal 1365 KUH Perdata. Unsur-unsur dari Pasal 1365 KUH Perdata adalah:[110] Produsen telah melakukan kesalahan (*fault*); Perbuatan produsen adalah perbuatan melawan hukum (*unlawful act*); Telah timbul kerugian (*damage*) pada konsumen; dan Terdapat hubungan kausalitas (sebab-akibat) antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang diderita konsumen.

Pasal 28 UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha harus membuktikan ada tidaknya unsur kesalahan. Hal ini berarti pelaku usaha harus membuktikan unsur pertama dari Pasal 1365 KUH Perdata, yaitu unsur kesalahan, sedangkan unsur kedua, ketiga, dan keempat dan Pasal 1365 KUH Perdata harus dibuktikan oleh konsumen sebagai penggugat

Sebuah kasus terjadi, yang bermula pada saat seseorang yang bernama Takashu Masaharu, seorang Warga Negara Jepang yang te tinggal di Indonesia selama 2 (dua) tahun, meminum tiga perempat dari satu botol Coca-Cola produk PT Coca-Cola. Akibat meminum minuman tersebut, perut Takashu Masaharu terasa

[110] Pasal 1365 KUH Perdata

panas, kemudian ia memeriksakan dirinya kepada dokter di suatu rumah sakit di Jakarta. Ternyata dalam botol minuman tersebut ditemukan potongan obat nyamuk bakar. Produk minuman tersebut temyata dikeluarkan oleh PT Coca-Cola distributor di bawah naungan PT Coca-Cola Amatil, dan bentuk pengemasan minuman tersebut diproduksi oleh Coca-Cola Bottling.

Kemudian lebih lanjut, Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, yang memeriksa dan mengadili perkara perdata dalam tingkat pertama, telah menjatuhkan putusan sebagai berikut dalam perkara antara: **Tn. TAKASU MASAHARU,** Warga negara Jepang, umur 34 tahun, alamat Ibaraki - Ken, Ryugasaki-shi 4255 Jepang, dalam hal ini diwakili Kuasa Hukumnya; IKE FARIDA, SH. dan ERIKA M. CHANDRA, SH. MH. Para Advokat pada kantor hukum Farida law office, berkedudukan di Wirausaha Building 8 Floor Suite 802 Jln. H.R. Rasuna Sahid Kay. C-S Jakarta Selatan., berdasarkan surat kuasa khusus tertanggal 1 Desember 2003 selanjutnya disebut **Penggugat; MELAWAN** PT. COCA COLA INDONESIA dalam hal ini diwakili oleh Direktur Utama PT. Coca - Cola Indonesia, dengan alamat di Wisma GKBI Lt. 8 JIn. Jenderal Sudirman No. 28 Jakarta 10210 sebagai **Tergugat I;**

1). PT. COCA COLA BOTTLING INDONESIA, dalam hal ini diwakili oleh Direktur Utama PT. Coca - Cola Bottling Indonesia., dengan alamat Jln. Teuku Umar Km. 46 Cibitung, sebagai Tergugat II.

2). PT. COCA COLA DISTRIBUTION INDONESIA dalam hal ini diwakili oleh Direktur utama PT. Coca - Cola Distribution Indonesia, dengan alamat Jln. Teuku Umar Km. 46 Cibitung sebagai Tergugat III;

3). Badan Pegnawasan Obat dan makanan, beralamat di Jln. Percetakan Negara No. 23 Jakarta 10560 sebagai Turut Tergugat I

4). Sdr. JUNAEDI, pedagang Rokok dan minuman Jln. R.C. Veterang Kelurahan Bintaro Kecamatan Pasanggrahan Jakarta Selatan, warung rokok dan minuman sebelah Toko Bangunan atau di samping Bank BCA Rt. 08/Rw. 12 no. 1. sebagai Turut Tergugat II;

Kemudian menimbang, bahwa Pihaknya dalam surat gugatannya tertanggal 1 April 2004 yang diterima dan didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan pada tanggal 1 April 2004 dibawah register No. 211/Pdt.G/2004/PN.jkt.Sel. mengajukan gugatan yang pada pokoknya berbunyi sebagai berikut:[111]

1) Bahwa pada tanggal 19 Oktober 2003 di sebuah warung nasi goreng di Jl. RC. Veteran Bintaro, dalam keadaan sangat dahaga dan dilandasi rasa percaya yang sangat besar terhadap standar mutu, keamanan dan kehigienisan dari produk minuman bermerek dagang coca-cola, maka Penggugat membeli minuman coca-cola botol ukuran 193 ml, yang langsung diminumnya dengan menggunakan sedotan hingga lebih dari 2/5 (dua per lima) bagian;

[111]Perkara Putusan Pengadilan Nomor: 211/Pdt.G/2004/PN.Jkt.Sel., DEMI KEADILAN BERDASARKAN KETUHANAN YANG MAHA ESA, Pengadilan Negeri tersebut; Setelah membaca berkas perkara yang bersangkutan dan setelah membaca pula putusan Sela No. 211/Pdt.G/2004/PN.Jkt.Sel. tanggal 19 Agustus 2004.

2) Bahwa kemudian Penggugat segera sadar akan rasa dan bau yang asing, yang tidak seperti biasanya rasa coca-cola tersebut, terlihat jelas terdapat sepotong obat nyamuk bakar didalam botol tepatnya di dasar botol tersebut, tak lama kemudian tenggorokan serta dada Penggugat didera rasa sakit dan panas yang berlebihan. Kepala berdenyut sakit serta perut bergejolak yang menimbulkan rasa mual dan nyeri, yang semakin lama semakin menjadi maka Penggugat segera dilarikan ke rumah sakit terdekat, yakni klinik remedika di daerah Bintaro Jakarta Selatan untuk mendapatkan pertolongan pertama;

3) Bahwa Penggugat telah berusaha untuk menyelesaikan masalah keracunan yang menimpa dirinya akibat meminum coca-cola tersebut dengan mengajukan keluhan kepada Para Tergugat. Namun hal ini tidak mendapatkan tanggapan secara serius dari Para Tergugat. Para Tergugat dalam hal ini diwakili Tergugat I dan Tergugat III hanya mengirimkan karyawannya sekedar berbasa basi tanpa ada penyelesaian yaitu hanya sekedar mengganti kerugian yang dialami Penggugat dengan 2 (dua) dus coca cola (berisi 24 coca cola) dan tawaran penggantian biaya klinik yang telah dikeluarkan oleh Penggugat;

4) Bahwa walaupun Para Tergugat telah mengakui adanya kesalahan yaitu cacat produk coca-cola dengan menyampaikan cara penyelesian sebagaimana tersebut pada angka 3 diatas, namun tanpa disertai permintaan maaf kepada Penggugat;

5) Bahwa walaupun demikian, Penggugat dilandasi itikad baik tetap mencoba sekali lagi untuk menyelesaikan permasalahan ini. Namun Para Tergugat tetap pada pendiriannya yakni tidak ingin bertanggung jawab atas adanya cacat produk yang dihasilkan serta akibat-akibat lainnya yang diderita oleh Penggugat;

6) Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Para Tergugat telah terang dan jelas tidak memiliki itikad baik untuk memenuhi kewajiban hukumnya selaku pelaku usaha, yakni menjamin dan bertanggung jawab atas keamanan dari produk yang dihasilkannya;

7) Bahwa secara umum dapat diketahui setiap obat nyamuk bakar mengandung racun jenis pestisida;

8) Bahwa dengan ditemukannya potongan obat nyamuk tersebut, dapat disimpulkan minuman coca-cola telah terkontaminasi oleh racun jenis Pestisida yang seharusnya digunakan sebagai bahan dasar untuk membunuh serangga, sehingga apabila masuk ke dalam tubuh manusia hal itu dapat mengancam dan mambahayakan kesehatan dan keselamatan jiwa;

9) Bahwa minuman coca-cola yang terkontaminasi oleh racun jenis pestisida telah masuk ke dalam tubuh Penggugat dalam jumlah yang sangat besar yakni lebih dari 77,2 ml (193 ml x 2/5);

10) Walaupun sebagian catatan telah dikeluarkan oleh dokter, namun hal itu tidak menjamin sepenuhnya bahwa tubuh Penggugat telah terbebas dari racun serta dampaknya terhadap kesehatan Penggugat. Dengan kata lain ada sebagian dari racun tersebut yang telah diserap oleh tubuh Penggugat yang dapat mengakibatkan berbagai macam penyakit, kelainan, kecacatan sementara atau permanen baik dimasa kini atau dimasa yang akan datang;

11) Bahwa akibat meminum coca-cola yang mengandung racun jenis pestisida, telah menimbulkan berbagai dampak lahir maupun batin yang sangat merugikan Penggugat yaitu:
   a) Mengalami kerontokan rambut;
   b) Mengalami mimpi buruk yang berkepanjangan bahkan hingga diajukannya surat gugatan ini;
   c) Mengalami Phobia (ketakutan yang sangat berlebihan) akan segala minuman dikemas, khususnya dalam kemasan botol, lebih spesifik lagi adalah minuman coca cola;
   d) Berkurangnya nafsu makan;
   e) Depresi dan stres yang berkepanjangan yang diakibatkan Penggugat mengetahui adanya bahaya baham beracun;
   f) Perubahan emosional khususnya terhadap keluarga Penggugat, yaitu isteri dan anak-anak Penggugat yang masih berumur BALITA;
   g) Terus menerus kehilangan konsentrasi kerja yang mengakibatkan Penggugat harus mengundurkan diri dari pekerjaannya.

12) Bahwa Para Tergugat telah melakukan pelanggaran atas:
   - Pasal 4 huruf a, d, h dan i Undang - Undang No. 8 Tahun 999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU PK) mengenai Hak-Hak Konsumen. Pasal 4 huruf a, d, h, dan I UU PK, selengkapnya berbunyi, bahwa Hak Konsumen adalah:
     a). Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
     d). Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
     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.

- Pasal 7 huruf b, d dan f jo Pasal 8 ayat (1) huruf a ayat (2) dan (4) UU PK. Pasal 7 huruf b, b dan f UU PK, selengkapnya berbunyi:Kewajiban pelaku usaha adalah:
  a). Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
  b). Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
  c). Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- Pasal 8 ayat (1) huruf a, ayat (2) dan ayat (4) UU PK, selengkapnya berbunyi:
  (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
  (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberi santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

13) Bahwa Para Tergugat selaku pelaku usaha atas barang bermerek dagang coca cola telah melakukan usahanya di Indonesia dengan cara melanggar hak-hak mutlak dan konsumen;

14) Bahwa Para Tergugat sudah sepatutnya dan seharusnya secara mutlak untuk menjamin keamanan dan standar mutu dari barang yang dihasilkan dan diperdagangkan di Indonesia, serta bertanggung jawab atas kerugian-kerugian yang ditimbulkan akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan para Tergugat. Sehingga jelaslah Para Tergugat telah melakukan **Perbuatan Melawan Hukum**.Bahwa kesehatan baik lahir dan batin seseorang merupakan harta yang paling berharga yang tidak dapat ditukar dengan apapun didunia ini. Siapapun orangnya termasuk Para Tergugat tidak menginginkan untuk menukar kesehatan jasmani dan rohaninya dengan meminum racun untuk menadapatkan sejumlah uang berapapun itu nilainya. Akan tetapi, bagaimanapun juga kejadian ini telah menimpa diri Penggugat, begitu pula dampak-dampak yang dialami yang sangat jelas dan nyata telah merugikan Penggugat sejak terjadinya peristiwa tersebut, maka wajarlah jika Penggugat meminta ganti rugi materiil dan immateriil, yang perinciannya sebagai berikut:

I. Kerugian Materiil

Ganti rugi materiil perinciannya sebagai berikut :

No	Keterangan	Jumlah
1	Biaya-biaya yang tlah dikeluarkan: Pemeriksaan, tindakan dokter, pembelian obat-obatan dan transportasi.	Rp. 1,000,000
2	Biaya General Check Up seumur hidup General checkup 2 x 1 tahun @ ¥ 100,000 Catatan: - usia Penggugat 34 tahun - rata-rata usia pria Jepang 72 tahun, perkiraan usia hidup Penggugat: 72 - 34 Tahun = 38 tahun jumlah keseluruhan adalah : 38 x 2 x ¥ 100,000	¥ 7,600,000
3	Biaya hidup minimum sebuah keluarga dengan 2 (dua) orang anak di Jepang adalah sebesar ¥ 3,842 ,000/tahun	¥ 145,996,000
4	Biaya pengacara	US$ 100,000
	Jumlah seluruhnya 1,2,3 dan 4: ¥ 164,793,369 atau US$ 1,473,447 Note: - kurs ¥ = Rp. 76 - kurs US$ = Rp. 8,500	¥ 164,793,396 atau US$ 1,473,447

II. Kerugan Imateriil:

Bahwa besarnya nilai kerugian imateriil lahir dan batin yang diderita, tidak dapat Penggugat rinci satu persatu dengan kata-kata namun jika Majelis Hakim Yang Terhormat mengijinkan Penggugat menyebutkan dengan angka, maka kerugian imateriil tidak kurang dari US$ 6,000,000 (enam juta Dolar Amerika) atau ¥ 671,052,630 (enam ratus tujuh puluh satu juta lima puluh dua ribu enam ratus tiga puluh Yen Jepang).

16) Bahwa sampai gugatan ini diajukan, tidak ada itikad baik dari Para Tergugat maka dalam hal ini menjadi dasar bagi Penggugat untuk meminta uang paksa (*dwangsom*), sebesar Rp. 1,000,000 (satu juta rupiah) per hari atas keterlambatan melaksanakan keputusan ini, untuk memaksa Para Tergugat melaksanakan kewajibannya;

17) Bahwa Para Tergugat tidak memiliki itikad baik sama sekali dimana terbukti dengan penyelesaian yang berlarut - larut sejak pertama kali Penggugat menghubungi Para Tergugat hingga gugatan mi diajukan. Sehingga beralasan kiranya apabila Penggugat mohon diletakkan sita jaminan atas harta benda Para Tergugat baik benda bergerak maupun benda tidak bergerak. Maka dengan ini kami memohon kepada Majelis Hakim untuk meletakkan sita jaminan atas sebidang tanah dan bangunan yang berada diatasnya yang terletak di Jalan Teuku Umar Km. 46, Cibitung Bekasi 17520 beserta asset yang berada diatasnya;

18) Bahwa Turut Tergugat I tidak melaksanakan tugasnya dengan baik, yakni sesuai dengan Keputusan Presiden No. 166 Tahun 2000 jo Keputusan Bersama Menteri Kesehatan Republik Indonesia dan Menteri Pendayagunaan Aparaur Negara Republik Indonesia Nomor 264A/MENKES/SKB/VII/2003 Nomor 02/SKB/M.PAN/7/ 2003 mengenai Tugas, Fungsi dan Kewenangan dibidang Pengawasan Obat dan Makanan dan melanggar Pasal 6 Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan yang pada intinya menyatakan bahwa Pemerintah bertugas mengatur, membina dan mengawasi penyelenggaraan upaya kesehatan, sehingga mengakibatkan Penggugat menderita keracunan;

Akibat kerugian yang dideritanya, Takashu Masaharu menuntut ganti kerugian kepada PT Coca-Cola secara keseluruhan. Takashu Masaharu diwakili oleh Ike Farida selaku kuasa hukumnya menuntut ganti kerugian sebesar JPN 164.793.369 juta ditambah US $ 1.473.447. ditambah lagi gugatan immaterlil sebesar US $ 6 juta. Selain gugatan tersebut, Takashu Masaharu pun menuntut pihak Coca-Cola untuk membuat pemyataan maaf di 10 stasiun TV dan 10 stasiun radio, media cetak nasional dan internasional, serta majalah kesehatan dan juga majalah wanita.

Pada persidangan yang pertama pada hari Senin tanggal 17 Mel 2004, Majelis Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Selatan menyarankan kepada kedua belah pihak untuk menempuh jalur mediasi terlebih dahulu sesuai dengan saran dari Mahkamah Agung. Kedua belah pihak sepakat untuk menempuh jalur mediasi yang diwakili oleh Roki Panjaitan selaku mediator. Jalur mediasi yang ditempuh oleh kedua belah pihak tersebut mengalami kegagalan. Pihak Coca-Cola diwakili oleh Panji Prasetyo selaku kuasa hukumnya menginginkan agar botol coca-cola yang pernah diminum penggugat dibawa dalam proses mediasi ini. Namun dalam mediasi tersebut temyata pihak Takashu Masaharu tidak dapat memenuhi permintaan dari pihak PT Coca-Cola.

Menurut kuasa hukum penggugat, pihaknya merasa kesulitan untuk mendapatkan barang bukti berupa botol Coca-Cola tersebut, dikarenakan barang tersebut telah berada di pihak kepolisian untuk dijadikan barang bukti. Dalam rencana agenda mediasi tersebut kedua belah pihak semestinya melakukan tukar-menukar barang bukti. Pihak penggugat telah siap dengan alat bukti yang berupa hasil lab dari kejadian penggugat akibat meminum Coca-Cola, tetapi pihak Coca-Cola merasa tidak puas dengan bentuk barang bukti tersebut. Pada akhirnya kedua belah pihak sepakat untuk melanjutkan kasus ini di meja persidangan.

Dalam putusannya tertanggal 19 Januari 2005, Majelis Hakim Pengadilan Negeri Jakarta Selatan menolak gugatan penggugat dan menghukum penggugat membayàr biaya yang timbul dalam perkara tersebut sebesar Rp. 539.000,-.

Pertimbangan Majelis Hakim antara lain, tidak dilakukan pemeriksaan laboratorium terhadap darah, urine dan muntahan, hanya memeriksa tekanan darah dan keluhan pasien, dalam hal ini Takashu yang mengaku keracunan setelah mengonsumsi Coca-Cola berobat nyamuk.

Dan jika kita melihat pada contoh kasus yang terjadi di atas, maka pihak Coca-Cola tidak melakukan kewajibannya seperti tercantum dalam Pasal 7 butir 4 UUPK, yaitu kewajiban untuk menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku.

Dalam kasus ini jelas sekali bahwa pihak Coca-Cola juga melakukan pelanggaran atas larangan bagi pelaku usaha seperti tercantum dalam Pasal 8 ayat (1) huruf a dan Pasal 8 ayat (2) UUPK, yaitu larangan memperdagangkan barang yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan, serta larangan memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud. Oleh sebab itu, pihak Coca-Cola dapat dimintakan pertanggungjawaban atas kerugian yang diderita Takashu Masaharu karena pihak Coca-Cola tidak melaksanakan kewajibannya serta melakukan pelanggaran atas larangan bagi pelaku usaha.

Hal ini dapat kita lihat dari contoh kasus. Takashu Masahani ditawarkan oleh Coca-Cola ganti kerugian berupa penggantian 2 (dua) krat Coca-Cola. Jika dibandingkan dengan kerugian yang dialami oleh Takashu, maka ganti kerugian yang ditawarkan oleh pihak Coca-Cola sangat tidak memadai. Karena kerugian materiil yang diderita Takashu berupa kerugian yang nyata-nyata diderita dan hilangnya keuntungan yang diharapkan yaitu kerugian berupa perawatan kesehatan. Sedangkan beberapa kerugian immateril yang diderita oleh Takashu berupa pengurangan kesenangan hidup yaitu mengundurkan diri dan pekerjaannya karena stress. Ia juga mengalami fobia terhadap semua minuman botol.

Ganti kerugian pada dasarnya harus berpegang pada asas bahwa ganti kerugian yang harus dibayar sedapat mungkin membuat pihak yang mengalami kerugian dikembalikan pada kedudukan semula seandainya tidak terjadi kerugian. Oleh sebab itu, seharusnya pihak Coca-Cola memberikan ganti kerugian untuk mengembalikan kondisi Takashu Masaharu pada kondisinya semula.

Dan apabila, dalam kasus ini benar-benar diterapkan prinsip *strict liability* dianut di dalam UUPK, maka ganti kerugian ini tetap dapat diberikan sebagian apabila pihak Coca-Cola dapat membuktikan bahwa kerugian yang dialami oleh Takashu Masaharu disebabkan oleh kesalahannya sendiri (*contributory negligence*) atau pihak Coca-Cola dapat menunjukkan hal-hal yang membebaskan dirinya dan unsur kesalahan.

Konsep *strict liability* idealnya dapat digunakan oleh hakim sebagai pengambil keputusan. Pasal 28 ayat (1) UU Nomor 4 Tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman menyatakan sebagai berikut: "Hakim wajib menggali, mengikuti, dan memahami nilai-nilai hukum dan rasa keadilan yang hidup dalam masyarakat". Sekalipun *strict liability* belum dianut dalam tata hukum Indonesia, bila perasaan hukum dan keadilan masyarakat menghendaki lain, kiranya berdasarkan pasal ini hakim dapat melaksanakan kewajibannya untuk menggali nilai-nilai hukum dan rasa keadilan masyarakat.

C. Kelemahan prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan produk yang cacat

Masyarakat menghendaki agar dirinya lebih terlindungi dalam mengkonsumsi suatu produk. Masyarakat sebagai konsumen pada saat ini tidak dapat berbuat banyak untuk melindungi diri mereka sendiri dan resiko kerugian/kerusakan yang serius yang disebabkan oleh kecacatan produk yang mereka bell, dan makin kompleks produk tersebut, makin sedikit kesempatan yang tersedia bagi konsumen untuk menjaga diri dan kecacatan. Selain itu, dengan diedarkannya produk di pasaran, berarti pelaku usaha menjamin bahwa produk tersebut aman dan pantas untuk dipergunakan. Jika terbukti tidak demikian, maka ia harus bertanggung jawab secara langsung, karena

pelaku usaha adalah pihak yang berada dalam posisi keuangan yang lebih baik untuk menanggung beban kerugian.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 (UUPK) menganut beban pembuktian terbalik dalam proses pembuktian di pengadilan. Hal ini diatur telah di dalam Pasal 28 UUPK. Ketentuan ini menyatakan bahwa beban pembuktian dialihkan kepada pelaku usaha. Menurut ketentuan ini, selama pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut bukan merupakan kesalahan yang terletak pada pihaknya, maka demi hukum pelaku usaha bertanggung jawab dan wajib mengganti kerugian yang diderita tersebut. Bunyi selengkapnya dan Pasal 28 UUPK adalah:

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

Dalam hal ini, maka konsumen yang menggugat pelaku usaha berdasarkan kualifikasi perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUH Perdata)[112] sering dihadapkan pada beban pembuktian yang berat karena harus membuktikan 4 (empat) unsur perbuatan melawan hukum, adapun keempat unsur tersebut adalah:

1. Pelaku usaha telah melakukan kesalahan (*fault*);
2. Perbuatan pelaku usaha adalah perbuatan melawan hukum (*unlawful act*);
3. Telah timbul kerugian (*damage*) pada konsumen; dan
4. Terdapat hubungan kausalitas (sebab-akibat) antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang diderita konsumen.

[112] Pasal 1365 KUH Perdata

Sulitnya bagi konsumen membuktikan keempat unsur Pasal 1365 KUH Perdata tersebut, merupakan suatu kelemahan dalam prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan produk yang cacat, sebab harus didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu sebagai berikut:[113]

1. Secara sosial, ekonomi kedudukan konsumen lebih lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha, walaupun di mata hukum semua memiliki kedudukan yang sama. Pelaku usaha lebih mudah mendapatkan pengacara untuk membela kepentingan-kepentingannya dalam menghadapi gugatan konsumen, termasuk dalam membuktikan dalil-dalilnya lewat keahlian para ahli dan berbagai bidang sesuai dengan produk yang dihasilkannya. Konsumen akan sulit membuktikan unsur ada tidaknya kesalahan/kelalaian pelaku usaha dalam proses produksi, distribusi dan penjualan yang menyebabkan kerugian kepada konsumen karena konsumen umumnya tidak terlibat dalam proses pembuatan produk tersebut. Oleh karena itu pelaku usahalah yang harus membuktikan unsur "tidak lalai" dalam proses produksi, distribusi dan pemasaran produknya terhadap konsumen.
2. Prinsip kesejajaran kedudukan. Pelaku usaha dan konsumen tidak dengan sendirinya membawa konsekuensi konsumen harus membuktikan semua unsur perbuatan melawan hukum.

[113] Yusuf Shofie, *Op.Cit.*, hlm. 251 -252.

UUPK diciptakan untuk melindungi kepentingan konsumen beritikad baik. Hal ini tersirat dalam huruf dipertimbangan UUPK yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Akan tetapi, konsumen pada umumnya tidak mengetahui tentang proses pembuatan produk barang dan/atau jasa. Konsumen juga tidak mengetahui yang dilakukan oleh pelaku usaha. Selain itu, pembuktian bukanlah sesuatu yang mudah dan murah. Oleh sebab itu, konsumen tidak mudah untuk membuktikan adanya kesalahan dan cacat pada produk yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha.

Ketentuan tentang beban pembuktian dalam hukum acara perdata merupakan suatu bagian yang sangat penting dan menentukan dapat tidaknya suatu tuntutan perdata (gugatan) dikabulkan, karena pembebanan pembuktian yang salah oleh hakim dapat mengakibatkan seseorang yang seharusnya memenangkan perkara menjadi pihak yang kalah hanya karena tidak mampu membuktikan sesuatu yang sebenarnya menjadi haknya.

Pasal 28 UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha harus membuktikan ada tidaknya unsur kesalahan. Hal ini berarti pelaku usaha harus membuktikan unsur pertama dan Pasal 1365 KUH Perdata, yaitu unsur kesalahan, sedangkan unsur kedua, ketiga, dan keempat dan Pasal 1365 KUH Perdata harus dibuktikan oleh konsumen sebagai penggugat. Sehingga penerapan sistem pembuktian terbalik dalam proses

pembuktian di pengadilan belum sepenuhnya dapat dilaksanakan. Hal ini disebabkan karena penerapan asas pembuktian terbalik dalam perkara perdata merupakan sesuatu hal yang baru di Indonesia. Hakim pada saat memimpin sidang di perkara perdata menggunakan ketentuan pembuktian berdasarkan Pasal 163 HIR dan Pasal 1865 KUH Perdata, yang intinya adalah setiap pihak yang mendalilkan adanya suatu kesalahan make pihak yang mendalilkan tersebut haruslah dapat membuktikan kesalahan tersebut.

Sebelum UUPK diciptakan, peraturan yang mengatur mengenai asas pembuktian terbalik dalam perkara perdata hanya UU Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pelestarian Lingkungan Hidup (UUPLH). Kasus yang menyangkut sengketa lingkungan hidup juga sangat minim, sehingga pembuktian terbalik dalam perkara perdata sangat jarang dilakukan di dalam persidangan. Oleh sebab itu, para pelaksana hukum, seperti hakim dan pengacara, belum memiliki aturan main" yang baku dalam pelaksanaan asas pembuktian terbalik di perkara perdata.

Prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha terutama dalam kasus yang di alami oleh Takasu Masaharu dengan PT. Coca Cola dan kelemahannya dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan produk yang cacat. Takashu Masaharu (penggugat) dikalahkan dalam persidangan karena ia tidak mampu memberikan bukti bahwa keracunan yang dialaminya adalah akibat meminum Coca-Cola yang berisi obat nyamuk. Pertimbangan hakim dalam kasus ini adalah tidak dilakukannya pemeriksaan laboratorium terhadap darah, urine

dan muntahan, hanya memeriksa tekanan darah dan keluhan pasien, dalam hal ini Takashu yang mengaku keracunan setelah mengonsumsi Coca-Cola berobat nyamuk.

Di dalam Pasal 28 UUPK dinyatakan bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha. Seharusnya, pihak yang membuktikan bahwa penggugat mengalami keracunan adalah pelaku usaha, dalam kasus ini yaitu Coca-Cola sebagai tergugat. Pembuktian itu dapat berupa pemeriksaan laboratorium terhadap darah, urine dan muntahan penggugat.

Hakim Traynor dalam putusannya mengenai kasus Escola v. Coca Cola *Bottling Co. of Fresno* (1944), di mana dalam kasus ini seorang pramusaji wanita cedera akibat botol Coca Cola yang meledak, menyatakan bahwa penerapan *strict liability* adalah karena doktrin *res ipsa loquitur*, sehingga tidak perlu dilakukan pembuktian lagi. Hakim Traynor berpendapat bahwa penggugat dalam kasus ganti rugi akibat produk yang merugikan konsumen harus dapat menggugat berdasarkan strict liability dan pelaku usaha. Oleh sebab itu, doktrin ini merupakan fundamen dan adanya tanggung jawab mutlak (*strict liability*).[114]

Jika kita mengacu kepada doktrin *res ipsa loquitur* yang merupakan dasar dan penerapan tanggung jawab mutlak (*strict liability*), maka fakta-fakta yang ada dapat berbicara dengan sendirinya (*the thing speaks for it self*). Fakta yang dapat kita lihat dan contoh kasus yang telah diberikan di bab sebelumnya, Takashu mengalami keracunan setelah meminum sebotol Coca-Cola yang mengandung obat nyamuk.

[114] Johannes Gunawan, *op. cit.*, him. 22-23.

Fakta ini telah "berbicara" kepada kita bahwa keracunan yang dialami oleh Takashu diakibatkan ia meminum sebotol Coca-Cola yang telah terkontaminasi zat-zat yang ada di dalam obat nyamuk.

Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mengawasi proses produksi sehingga produk yang dipasarkan merupakan produk yang aman untuk dikonsumsi Hal ini sejalan dengan prinsip tanggung jawab mutlak, yaitu tanggung jawab yang didasarkan atas pelanggaran dan tugas utama untuk membuat sesuatu menjadi aman, tanpa melihat apakah pelaku usaha telah melakukan kelalaian maupun kesengajaan, yang dapat menimbulkan kerugian pada konsumen.

Masyarakat menghendaki agar kerugian yang diderita akibat menggunakan suatu produk yang cacat harus digantikan secara langsung oleh pelaku usaha yang memproduksi dan memasarkan produk tersebut. Pelaku usaha adalah pihak yang berada dalam posisi keuangan yang lebih baik untuk menanggung beban kerugian. Selain itu, dengan diedarkannya produk di pasaran, berarti pelaku usaha menjamin bahwa produk tersebut aman dan pantas untuk dipergunakan. Jika terbukti tidak demikian, maka Ia harus bertanggung jawab secara langsung.

Dasar pemikiran yang lain atas penerapan tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen adalah perkembangan ilmu dan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan manusia juga membawa potensi bahaya dan resiko tinggi pada proses produksi, baik karena sifatnya (angkutan, industri, dan sebagainya) maupun bahan yang digunakan. Pada kegiatan ini unsur kelalaian sulit dibuktikan,

karena tingkat kemungkinan terjadinya peristiwa yang menimbulkan bahaya sulit diprediksi dan dihindarkan dengan upaya yang biasa.

Oleh sebab itu, prinsip pembuktian terbalik akan lebih maju jika doktrin *res ipsa loquitur* dan prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) diharapkan diintrodusir ke dalam UUPK dan ke dalam doktrin perbuatan melawan hukum (Pasal 1365 KUH Perdata) untuk lebih melindungi konsumen. Terlebih lagi, *strict liability* sudah sangat umum diterapkan dalam ketentuan hukum perlindungan konsumen di negara lain.

Penerapan strict liability yang sudah dianut oleh banyak negara lain akan membawa pengaruh pada sistem tanggung jawab dalam hukum nasional, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam pelaksanaan hukum nasional di Indonesia. Sudah saatnya prinsip *strict liability* dipertimbangkan untuk diterapkan di dalam UUPK di negara kita. Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen dapat dilakukan dengan cara mengadopsi ketentuan dalam hukum lingkungan yang telah menganut prinsip tanggung jawab mutlak.

Pelaku usaha dapat dibebaskan, baik seluruhnya atau sebagian, jika pelaku usaha dapat membuktikan hal-hal seperti berikut, yaitu:[115]

1. Adanya keadaan terpaksa di luar kemampuan pelaku usaha; dan
2. Pihak yang menderita kerugian atau pihak ketiga turut menyebabkan terjadinya kerugian tersebut.

[115] Ketentuan dalam Pasal 35 ayat (2) UU Nomor 23 tahun 1997 tentang Undang-Undang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH).

Adapun hal-hal yang dapat membebaskan pelaku usaha dan tanggung jawab untuk mengganti kerugian yang diderita oleh konsumen apabila dipenuhi syarat-syarat sebagai berikut: [116]

1. Merupakan transaksi dalam dunia perdagangan (tidak untuk dipakai sendiri);
2. Posisi ekonomi para pihak relatif memiliki kekuatan yang sama;
3. Para pihak mengadakan kesepakatan mengenai spesifikasi-spesifikasi dart produk tersebut; dan
4. Mengadakan negosiasi mengenai resiko atas kerugian.

Besarnya nilai ganti rugi yang dapat dibebankan terhadap pelaku usaha yang produknya menimbulkan kerugian terhadap konsumen dapat ditetapkan sampai batas tertentu. Sampai batas tertentu dalam hal ini berarti ditentukan keharusan asuransi bagi usaha dan/atau kegiatan yang bersangkutan atau telah tersedia dana perlindungan konsumen menurut penetapan peraturan perundang undangan yang berlaku.[1]

Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak tidak berarti pihak pelaku usaha tidak mendapatkan perlindungan. Pihak pelaku usaha masih diberi kesempatan untuk membebaskan din dart tanggung jawabnya dalam beberapa hal tertentu. Di samping itu, pihak pelaku usaha juga dapat mengasuransikan tanggung jawabnya sehingga secara ekonomis dia tidak mengalami kerugian yang tidak berarti. Oleh sebab itu, tidak benar jika ada yang berpendapat bahwa pemberlakuan hukum tentang tanggung jawab produk (*product liability*) yang disertai tanggung jawab mutlak (strict liability)

[116] Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati (ed), *Op.Cit.*, hlm. 55-56.
[1] Hal ini didasarkan atas ketentuan dalam Penjelasan Pasal 35 ayat (1) UUPLH.

hanya mementingkan konsumen semata-mata. Dengan demikian maka penerapan tanggung jawab mutlak memerlukan hal-hal sebagai berikut:

1. Dikembangkannya sarana dan tata cara penyelesaian ganti kerugian yang dapat menunjang pelaksanaan asas tanggung jawab, termasuk batas maksimum yang dapat dijatuhkan pada pelaku usaha yang te menimbulkan kerugian pada konsumen; dan
2. Dikembangkan kemampuan pejabat tinggi untuk mengambil keputusan yang dapat membantu memberikan kriteria dan rumusan yang jelas, sehingga mudah dipahami para pelaksana hukum tentang berlakunya asas tanggung jawab mutlak dalam bidang perlindungan konsumen.

Pemerintah dalam pelaksana hukum harus melakukan upaya di atas untuk merealisasikan penerapan prinsip *strict liability* dalam peraturan perlindungan konsumen di Indonesia, sehingga konsumen akan lebih terlindungi dalam menggunakan suatu produk.

BAB IV.

KESIMPULAN

BAB IV.

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

1. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang diderita oleh konsumen akibat menggunakan produk cacat yang diproduksi dan diedarkan oleh pelaku usaha. Ganti rugi yang diberikan 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 peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tanggung jawab pelaku usaha ini timbul dan adanya perikatan antara konsumen dengan pelaku usaha atau perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha yang dapat membuktikan bahwa kerugian yang dialami konsumen bukan karena kesalahannya, tidak bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Tanggungjawab pelaku usaha ini berdasarkan Pasal 19 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).
2. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menganut beban pembuktian terbalik dalam proses pembuktian di pengadilan. Hal ini diatur telah di dalam Pasal 28 UUPK. Ketentuan ini menyatakan bahwa beban pembuktian dialihkan kepada pelaku usaha dan menurut ketentuan ini, selama pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa

kesalahan tersebut bukan merupakan kesalahan yang terletak pada pihaknya, maka demi hukum pelaku usaha bertanggung jawab dan wajib mengganti kerugian yang diderita tersebut. Dan menurut Pasal 28 UUPK bahwa Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

3. Sebagai konsumen yang menggugat pelaku usaha sering dihadapkan pada beban pembuktian yang berat karena harus membuktikan 4 (empat) unsur perbuatan melawan hukum yang tercantum dalam Pasal 1365 KUHPerdata, yaitu:

   1). Pelaku usaha telah melakukan kesalahan (*fault*);
   2). Perbuatan pelaku usaha adalah perbuatan melawan hukum (*unlawful act*);
   3). Telah timbul kerugian (*damage*) pada konsumen; dan
   4). Terdapat hubungan kausalitas (sebab-akibat) antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang diderita konsumen.

   Sulitnya bagi konsumen membuktikan keempat unsur Pasal 1365 KUH Perdata tersebut, merupakan suatu kelemahan dalam prinsip beban pembuktian terbalik dalam sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan produk yang cacat, sebab harus didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu sebagai berikut:

   a. Secara sosial, ekonomi kedudukan konsumen lebih lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha, walaupun di mata hukum semua memiliki kedudukan yang sama. Pelaku usaha lebih mudah mendapatkan pengacara untuk membela kepentingan-kepentingannya dalam menghadapi gugatan konsumen, termasuk dalam membuktikan

dalil-dalilnya lewat keahlian para ahli dan berbagai bidang sesuai dengan produk yang dihasilkannya. Konsumen akan sulit membuktikan unsur ada tidaknya kesalahan/kelalaian pelaku usaha dalam proses produksi, distribusi dan penjualan yang menyebabkan kerugian kepada konsumen karena konsumen umumnya tidak terlibat dalam proses pembuatan produk tersebut. Oleh karena itu pelaku usahalah yang harus membuktikan unsur "tidak lalai" dalam proses produksi, distribusi dan pemasaran produknya terhadap konsumen;

b. Prinsip kesejajaran kedudukan. Pelaku usaha dan konsumen tidak dengan sendirinya membawa konsekuensi konsumen harus membuktikan semua unsur perbuatan melawan hukum.

2. Saran

1. Pemerintah agar menindak tegas pelaku usaha yang menyalahi dan melanggar standar-standar yang telah ditentukan dalam suatu proses produksi dan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen (UUPK). Dengan demikian pemerintah hendaknya lebih meningkatkan pengawasan terhadap kualitas setiap produk yang diproduksi dan diedarkan pelaku usaha, sehingga pelaku usaha tidak lagi mengutamakan kuantitas guna mendapatkan keuntungan usaha, akan tetapi kualitas dari produknya juga tetap haru dijaga dengan baik.
2. Tanggungjwab produk *(product liability)* yang disertai dengan *prinsip strict liability* sangat penting sekali diterapkan dalam perlindungan konsumen akibat menggunakan suatu produk yang cacat. Untuk itu, disarankan kepada pemerintah agar mengupayakan diterapkannya prinsip ini dalam UU Perlindungan Konsumen (UUPK).

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku

A.W. troelsstrup, ***The Consumer in America Society: personal and Family Finance, ed. 5,*** New York: McGraw Hill, 1974.

Agus Brotosusilo, "**Hak-hak Produsen dalam Hukum Perlindungan Konsumen",** *Hukum dalam pembangunan Nomor 5 Tahun XVII,* Jakarta, 1992.

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

....., "**Profil Undang-undang Perlindungan Konsumen",** *Warta konsumen* No. 6 (Juni 1999).

Bagir Manan, "**Perspekstif Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia",** Makalah Pada Seminar Nasional *Perlindungan Konsumen Dalam Era Pasar Bebas,* Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 15 Maret 1997.

Bryan A. Garner (ed), ***Black's Law Dictionary***, 7th Edition, Book 2, West Group, St. Paul, Minnesota, 1999.

Carolyn Hotckiss, ***International Law for Business,*** McGraw-Hill Inc, New York, 1994.

Christoper W. Moore, ***The Mediation Process: practical Strategies for Resolving Conflict (Edisi Kedua),*** San Francisco: Jossey-Bass PubliShers, 1996.

Daniel S. Lev, "**Lembaga Peradilan dan Budaya Hukum",** Dalam Daniel S. Lev, *Hukum dan Politik Di Indonesia (Cetakan kesatu),* LP3ES, Jakarta, 1990.

David Oughton dan John Lowry, ***Textbook on Consumer Law (Cetakan Kesatu)***, London: Black Stones Ltd, 1997.

Dahlan dan Sanusi Bintang, ***Pokok-pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis,*** Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

Geraint Howells dan Thomas Wilhellson, EC., ***Costumer law***, Dartmouth Publishing Co, England, 1997, hlm. 70, Dikutib dalam: Marian Darus Badrulzaman, ***Pembentukan Hukum nasional dan Permasalahannya*** Alumni, Bandung, 1981.

Gunawan Wijaya Dan Ahmad Yani, ***Hukum Tentang Perlindungan Konsumen,*** Gramedia Pustaka, Jakarta, 2000.

H.C. Black, ***Blak's Law Dictionary, ed. 6,*** St. Paul: west Publishing Co. 1990.

HE. Saefullah Wiradipraja, "**Product Liability tanggung jawab Produsen di Perdagangan Bebas",** *Jurnal Hukum Bisnis*, Volume 5, 1998.

Husni Syahwali Dan Neni Sri Imaniyati (ed.), ***Hukum Perlindungan Konsumen,*** Mandar Maju, Bandung, 2000.

John F. Kennedy, **"Consumer Dispute Resolution in Missouri: Missouri's need for a 'True' Consumer Onbudsman",** *Journal of Dispute Resolution*, Vol. No. 1, 1992.

Koesnadi Hardjasoemantri, ***Hukum Tata Lingkungan, cet 11,*** Gadjah Mada University Press, Yogjakarta, 1994.

M.J. Leder, ***Consumer Law***, Plymouth, Macdonald and Evans, 1980.

Mariam Darus Badrulzaman, ***Pembentukan Hukum nasional dan Permasalahannya,*** Alumni, Bandung 1981.

....., "**Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)",** ***dalam BPHN, Simposium Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen,*** Penerbit PT. Bina Cipta, Bandung, 1986.

Nurmadjito, **"Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen dalam Menghadapi Era Perdagangan Bebas"**, (dalam Erman Rajagukguk et. Al., *Hukum Perlindungan Konsumen*), Mandar Maju, Bandung, 2000.

R. Lowe, ***Commercial Law,*** ed. 6, London: Sweet & Maxwell, 1983.

R. Steinwall & L. Layton, ***Annotated Trade Practices Act 1974,*** Sydney: Butterworths, 1996.

Satjipto Rahardlo, ***Hukum Masyarakat dan Pembangunan (Cetakan Kesatu),*** Alumni Bandung, 1980.

Soerjono Soekanto, "**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum (Pidato Pengukuhan Guru Besar**, 14 Desember 1983) (Cetakan Kesatu)", Rajawali, Jakarta, 1983.

Sutan Remy Sjahdeini, ***Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi para Pihak dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia,*** Institut Bankir Indonesia, Jakarta, 1993.

Shidarta, ***"Pengetahuan tentang Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dan Status Media Cetak serta Pelanggaran Hak-Hak Konsumen dalam Iklan",*** Program Studi Ilmu Hukum, Jurusan Ilmu-ilmu Sosial, Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 1994.

Setiawan, ***Pokok-PokokHukum Perikatan,*** Binacipta, Bandung, 1994.

Susan Stewart, ***Conflict Resolution: A Foundation Guide"***, Winchester Waterside Press, 1998.

....., ***Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia***, PT. Grasindo, Jakarta, 2000.

....., ***Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia***, PT. Gramedia Widiasarana Indonsia, Jakarta, 2004.

Tim Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan Departemen Dalam Negeri, ***Rancangan Akademik Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen,*** Jakarta, 1992.

W. Pangaribuan Simanjuntak, "**Aspek Yuridis dan Cara Penanggulangan Persaingan Curang",** *makalah, dibawakan pada Temu Wicara nasional Penanggulangan Perbuatan Curang,* Yogyakarta, 6 dan 7 Oktober 1992).

Yusuf Shofie, ***Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya,*** Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000.

....., ***Pelaku Usaha, Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi,*** Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002

Yusuf Shofie, ***Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UU Perlindungan Konsumen (UUPK), Teori Dan Praktek Penegakan Hukum,*** Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.

Zoemrotin K Sosilo, ***Penyambung Lidah Konsumen,*** Cetakan Pertama, Puspa Swara, Jakarta 1996.

B. Literatur/Majalah/Jurnal Hukum

Az. Nasution, "**Perlindungan Konsumen: Tinjauan atas Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 - Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 42",** *Jurnal Pusdikiat Mahkamah Agung Republik Indonesia*, Media Komunikasi dan Informasi Diklat, 2002, Tahun I, April 2002.

Normin S Pakpahan, **"Pokok-pokok Kerangka Kerja Acuan Pembuatan Rancangan Undang-undang tentang Persaingan",** *Jurnal Hukum Bisnis,* Volume 4 Jakarta, 1998.

Peristiwa: "**Penemuan Ekor Cicak Di Botol Fanta**", *Majalah Nova,* Edisi No. 931/XVIII-Januari 2006.

Staf Bidang Pengaduan dan Hukum Yasasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merujuk tiga kasus yang terjadi di atas yaitu menjelaskan banyak faktor yang menyebabkan produk makanan dan minuman yang memiliki kejanggalan, Peristiwa: "Penemuan Ekor Cicak Di Botol Fanta", *Majalah Nova,* Edisi No. 931/XVIII-Januari 2006.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. *Panca Hak Konsumen,* YLKI, Jakarta, 1985.

C. Peraturan Perundang-Uandangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. (KUHPerdata)

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHPidana)

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD)

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Perkara Putusan Pengadilan Nomor: 211/Pdt.G/2004/PN.Jkt.Sel

Putusan Sela No. 211/Pdt.G/2004/PN.Jkt.Sel. tanggal 19 Agustus 2004.