

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

2.1.1 Latar Belakang Perlindungan Konsumen

Di masa era globalisasi ini dimana dunia teknologi maupun manusia itu sendiri sudah semakin maju, berinovatif, dan berusaha untuk melakukan perubahan supaya dapat menikmati hidup yang lebih baik.

Akan tetapi tidak semua hal yang membawa dampak yang baik misalnya banyak muncul berbagai jenis produk atau layanan jasa yang dijual kepada masyarakat luas di negara ini baik melalui promosi mulut ke mulut, iklan di media sosial ataupun penawaran langsung seperti door to door atau melalui telepon. Dan jika kita tidak teliti dalam menilai sebelum membeli produk barang atau jasa tersebut yang kita inginkan, berkemungkinan besar konsumen akan menjadi target obyek eksploitasi dari sang pelaku usaha yang tidak mempunyai moral dan etika dalam bertransaksi tanpa disadari konsumen menerima barang atau jasa tersebut dan menjadi rugi sepihak,

Pada masa tahun 1960-1970 negara yang pernah disebut sebagai negara adikuasa yaitu Amerika Serikat mengalami perkembangan ekonomi yang sangat signifikan sehingga muncul beberapa objek kajian

permasalahan yang muncul baik di aspek bidang perekonomian, sosial, politik, maupun hukum.

Salah satu objek kajian permasalahan yaitu mengenai perlindungan konsumen sehingga pada tahun tersebut pemerintah amerika serikat dan parlemennya sepakat untuk mengeluarkan beberapa peraturan dimana guna untuk melindungi para konsumen dan di dasari oleh hukum yang kuat dan jelas.

Di Inggris juga mengalami hal yang serupa pada abad ke-18 dimana dengan bertambahnya jumlah pabrik produksi maka di perkirakan akan memberikan suatu revolusi dalam perubahan pola kehidupan masyarakat menjadi lebih baik yang semula merupakan salah satu faktor pendorong peningkatan volume produksi barang atau jasa.

Akan tetapi perkembangan ini justru mengakibatkan perubahan terhadap hubungan antara penyedia produk dan pengguna produk di karenakan produk barang atau jasa yang beredar dan digunakan untuk memenuhi keperluan hidup masyarakat tersebut menjadi terlalu banyak pilihan dari segi kualitas, harga, dan lain-lain sehingga terjadi kesenjangan terhadap konsumen mengenai apakah aman untuk membeli produksi tersebut, apakah nilai mata uang yang di keluarkan sepadan dengan kualitas barang atau jasa tersebut, kondisi ini justru mengakibatkan konsumen dalam posisi yang lemah.

Adanya gerakan upaya perlindungan konsumen yang timbul di Indonesia dikarenakan terjadi kasus yang serupa dengan apa yang terjadi

di Amerika Serikat. Oleh karena itu maka terbentuklah sebuah Yayasan pada tanggal 11 Mei 1973 bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia di singkat dengan sebutan (YLKI) yang biasanya berfungsi atau berperan sebagai pelopor advokasi konsumen di Indonesia.

YLKI merupakan suatu lembaga organisasi swadaya masyarakat yang berfungsi sebagai tempat perlindungan kepada konsumen jadi aktifitas keseharian yaitu membantu konsumen yang membutuhkan, mewakili para konsumen, menjadi mediator penyelesaian permasalahan yang timbul, dan meningkatkan martabat pada kepentingan konsumen.

Pada saat awal berdirinya YLKI didasarkan pada rasa kehati-hatian terhadap promosi dari produk-produk dalam negeri, sehingga seorang dari YLKI yang bernama Lasmidjah Hardi menyelenggarakan exhibition Pekan Swakarya dimana berbagai jenis produk dalam negeri akan meluncurkan promosi terhadap produk mereka.

YLKI membuat suatu rancangan bersama Badan Pembinaan Hukum Nasional yang di singkat sebagai BPHN dalam membuat undang-undang perlindungan konsumen namun ternyata tidak membuahkan hasil. dikarenakan pemerintah menolak adanya rancangan tersebut dimana khawatir jika dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut akan berdampak menghambat pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Pada masa perawalan tahun 90-an, barulah di tanggapi secara serius Undang-Undang mengenai perlindungan konsumen oleh pemerintah, Mengapa demikian? Dikarenakan pada saat itu pemerintah menyadari

bahwa sudah terjadinya banyak kasus penindasan terhadap konsumen seiring dengan perkembangan ekonomi yang lagi melaju sehingga undang-undang perlindungan konsumen akan di kembangkan dan di pantau melalui kementerian perdagangan.

Pada masa tahun 90an akhir, Undang-undang Perlindungan Konsumen akhirnya terbentuk setelah diperjuangkan oleh lembaga konsumen dan Departemen Perdagangan, dibalik keberhasilan terbentuknya undang-undang perlindungan konsumen bukan sepenuhnya di karenakan oleh lembaga konsumen dan departemen melainkan adanya dukungan besar dari lembaga keuangan internasional yang di kenal sebagai IMF (International Monetary Fund). IMF mendesak bahwa pentingnya suatu negara memiliki undang-undang perlindungan konsumen oleh karena itulah maka terbentuk UU perlindungan konsumen tersebut. Pada dasarnya perlindungan konsumen dapat disebut sebagai perlindungan hak setiap manusia baik pelaku usaha ataupun pembeli mereka adalah setara derajatnya dalam mata hak asasi manusia maupun hukum.

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen ini sesuai dengan judulnya sebenarnya sebagian besar aspek terpenting dalam undang-undang ini mengenai bagaimana untuk menjaga, mengatur, dan mengingatkan pelaku usaha agar tidak melakukan sesuatu yang dapat merugikan pihak konsumen oleh karena itu undang-undang ini disebut sebagai undang-undang perlindungan konsumen.

Terdapat dua jenis hukum yang memiliki kata konsumen di dalamnya yaitu Hukum perlindungan konsumen dan hukum konsumen dimana kedua bidang hukum ini sulit dan tidak dapat dipisahkan ataupun ditarik batasan relasinya. Menurut seorang pakar yang bernama Az Nasution menyatakan sebagai berikut bahwa sebenarnya hukum perlindungan konsumen merupakan suatu bagian dalam kamus hukum konsumen dimana terdapat asas-asas atau kaidah-kaidah lebih ke berfungsi mengatur, dan juga melindungi kepentingan konsumen. Di bandingkan dengan hukum konsumen dimana sebagai dasar keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan interaksi atau permasalahan yang muncul pada berbagai pihak ataupun satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa di dalam pergaulan hidup.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini pun memiliki segi positif dan negative.

Mari kita lihat segi positifnya apa saja, berikut di bawah ini:

1. Dengan ditetapkan undang-undang ini dalam arti segala permasalahan yang ada terhadap konsumen dengan penyedia barang atau jasa bisa di terselesaikan melalui proses ranah hukum.
2. Konsumen dan penyedia barang atau jasa memiliki posisi yang seimbang dihadapan hukum tidak di pandang latar belakang, status

sosial dan lain-lain, yang salah tetap salah dan akan dikenakan sanksi sesuai yang sudah di tetapkan.

Sekarang mari kita mengevaluasi dampak negatif dari Undang-Undang perlindungan Konsumen, berikut di bawah ini:

1. Walaupun sudah ada undang-undang yang melindungi baik konsumen maupun penyedia barang atau jasa akan tetapi masih saja ada permasalahan yang tidak dapat di selesaikan, masih saja ada yang belum tercakupi atau terliputi oleh undang-undang tersebut sehingga perlu di kembangin terus menerus.
2. Secara umum atau pada dasar nya menunjukkan dengan adanya undang-undang perlindungan konsumen kedudukan penyedia barang atau jasa itu seimbang dengan konsumen di mata hukum akan tetapi itu cuman dari penampakan luar nya saja, untuk mencapai posisi seimbang konsumen atau pun penyedia barang atau jasa mesti saling mengenali dan mengerti undang-undang yang sudah di tetapkan.
3. Indonesia adalah negara yang besar akan tetapi perlindungan hukum untuk yang membutuhkan masih terbatas, dimana untuk pengajuan pengaduan belum terjangkau di semua tempat, walaupun terjangkau prosedur panjang dan perlu biaya untuk proses pengadilan alhasilnya bagi pihak yang dirugikan pun melepas kehendaknya.

2.1.2 Pengertian Perlindungan Konsumen

Kata konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yakni *consumer*, atau dalam bahasa Belanda "*consument*", "*konsument*", konsumen secara harfiah adalah seseorang yang memerlukan membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh. Pengertian tentang konsumen secara yuridis telah diletakan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, seperti UU No.8 Tahun 1999 Tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 1 merumuskan sebagai berikut: "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".

1

Dalam keseharian kerap sering kali menyebutkan bahwa yang di maksud dengan konsumen adalah pembeli (Inggris; *buyer*, Belanda; *koper*), padahal pengertian konsumen menurut hukum bukan hanya pembeli saja , bila jika kita simak secara cermat pengertian konsumen sebagaimana terdapat di dalam Pasal 1 butir 2 UUPK, menyebutkan bahwa tidak terdapat kata pembeli, melainkan sebagai pemakai yang di definisikan tidak menunjukkan bahwa membeli suatu barang dan jasa dalam rumusan. Terdapat juga bahwa Pengertian konsumen tidak sebatas pada hasil dari suatu transaksi jual beli. Hubungan konsumen dengan pelaku

¹ Miru Ahmadi dan Yodo Sutarman, 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, hlm 1

usaha tidak hanya sebatas pada hubungan suatu perjanjian atau transaksi jual beli saja, melainkan lebih dan pada hal tersebut seseorang dapat disebut sebagai konsumen.

Sesuai dengan peraturan perundang-undangan, perlindungan konsumen adalah tindakan atau upaya yang menjamin dan melindungi konsumen dalam naungan hukum yang berlaku.

Demi terwujudnya perlindungan atas hak-hak konsumen maka diperkuat dengan undang-undang khusus yaitu undang-undang perlindungan konsumen. Dengan adanya undang-undang tersebut maka dapat memberikan suatu kenyamanan dan kepastian bagi konsumen terhadap pelaku usaha agar tidak bertindak sewenang-wenang menindas hak para konsumen alhasil merugikan para konsumen. Dengan diadanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya maka konsumen menduduki dalam posisi yang seimbang, dalam arti mereka pun dapat menggugat atau menuntut jika terjadi penindasan hak-hak atau merasa dirugikan oleh pelaku usaha.

Dari penjelasan definisi di atas maka muncul kerangka umum tentang sendi-sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen yang kurang lebih menjadi berikut dibawah ini:

1. Status atau Kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha pada ranah mata hukum.
2. Hak Konsumen atas penggunaan barang dan jasa.
3. Kewajiban Pelaku usaha yang wajib terpenuhi.

4. Perlindungan konsumen memberi kondisi ekonomian berkembang sehat.
5. Keterbukaan dalam promosi barang atau jasa.
6. Peran dan pengawasan pemerintah perlu di ikut sertakan.
7. Masyarakat juga perlu berperan serta.
8. Perlindungan konsumen memerlukan perkembangan dan atau perubahan flexible menyesuaikan pada berbagai bidang.
9. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.²

Isi dari sebuah hukum perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas dimana paling utamanya adalah perlindungan terhadap berbagai macam kerugian yang terjadi saat penggunaan barang dan atau jasa tersebut oleh konsumen. Walaupun perlindungan ini tampaknya lebih mengutamakan untuk para konsumen akan tetapi tidak dapat menunjukkan bahwa kepentingan pelaku usaha telah diabaikan. Karena bagaimanapun dalam suatu interaksi atau transaksi jual beli barang atau jasa melibatkan kedua pihak oleh karena itu perlindungan terhadap pelaku usaha itu juga ada undang-undang pelindungannya biar dapat di bilang adil bagi semua pihak dan menciptakan kelancaran dan keharmonisan dalam bertransaksi.

2.1.3 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Agar proses penegakkan perlindungan konsumen dapat berjalan diperlukan penerapan asas-asas yang berbentuk hukum. Dalam peraturan

² Happy Susanto, *hak –hak dan konsumen* hal. 4-5

perundang-undangan perlindungan konsumen yang berlaku terdapat beberapa prinsip ataupun asas-asas yang mengatur di dalamnya, dimana menyebutkan bahwa perlindungan konsumen berdasarkan atas keamanan, keselamatan, keadilan, manfaat, keseimbangan, dan kepastian hukum. Berikut di bawah ini adalah penjelasan lebih detail tentang asas perlindungan konsumen sebagai berikut:

1. Asas manfaat: menyatakan bahwa dalam upaya pelaksanaan atau penyelenggaraan perlindungan konsumen tidak boleh menempatkan salah satu pihak yang mendapatkan manfaat dan kerugian diberikan ke pihak lain, justru manfaat wajib didapatkan oleh kedua pihak yang bersangkutan.
2. Asas Keadilan: dimaksudkan perlindungan tidak hanya diberikan kepada konsumen saja melainkan pelaku usaha juga dapat mendapatkan perlindungan dimana tidak selalu menentukan bahwa konsumen yang selalu dirugikan ada kemungkinan juga pelaku usaha dapat dirugikan dikarenakan oleh ulah konsumen yang tidak memenuhi kewajibannya dalam bertransaksi. Maka perlindungan konsumen bersifat adil dan memberikan perlindungan kepada kedua pihak yaitu konsumen dan pelaku usaha dalam menuntut hak dan kewajiban masing-masing pihak.
3. Asas keseimbangan: dimaksudkan adalah peraturan perlindungan konsumen dapat memberikan manfaat pada pelaku usaha dan konsumen agar kepentingan dapat diwujudkan sesuai hak dan kewajiban masing-masing secara seimbang.

4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen: tujuannya untuk memberikan jaminan hukum kepada konsumen agar konsumen dapat merasakan kenyamanan, kepastian, aman dan terlindungi dalam penggunaan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas kepastian hukum: negara ikut serta dalam upaya perlindungan konsumen dengan membentuk dan memberikan suatu kepastian hukum bagi pelaku usaha dan juga konsumen agar dapat menaati hukum tidak melupakan hak dan kewajiban masing-masing pihak.

2.1.4 Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan keseimbangan antara produsen dan konsumen sehingga menciptakan suatu perekonomian yang sehat dan dinamis untuk kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.

Tujuan perlindungan konsumen diatur dalam pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu sebagai berikut :

- a) *"Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.*
- b) *Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.*
- c) *Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.*
- d) *Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.*
- e) *Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.*

- f) *Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.”*

2.1.5 Prinsip-prinsip Hukum Perlindungan Konsumen

Pada sebuah kajian hukum perlindungan konsumen terdapat berbagai macam prinsip tanggung jawab di dalamnya, dengan memilih prinsip tanggung jawab yang benar dapat membantu penyelesaian kasus-kasus pelanggaran hak konsumen yang terjadi dengan cepat akan tetapi diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis prinsip seperti apa yang cocok, siapa yang harus bertanggung jawab, dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait. Pada umumnya prinsip-prinsip tanggung jawab yang terdapat dalam hukum perlindungan konsumen yang berlaku dapat dipecahkan sebagai berikut di bawah ini:

a) Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan

Tanggung jawab atas kesalahan/kelalaian (*fault liability*) adalah prinsip tanggung jawab yang subjektif, dimana seseorang atau pelaku usaha di mintai pertanggung jawabannya karena ada unsur kesalahan yang timbul oleh perbuatannya.

Prinsip ini cukup umum di temukan dalam hukum pidana maupun perdata sebagai buktinya terdapat pada kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1365, 1366, dan 1367 lebih tepatnya.

Pasal 1365 KUHP, bagi yang mengerti pasal ini mengetahui bahwa pasal ini secara umum di kenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum dimana terdapat empat unsur pokok yang harus terpenuhi sebagai berikut di bawah ini :

- a) Adanya unsur kesalahan.
- b) Adanya perbuatan.
- c) Adanya kerugian yang diderita.
- d) Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Yang di maksud sebagai kesalahan adalah terdapat unsur yang timbul bertentangan dengan hukum. Dimana dalam cakupan hukum tidak hanya berisi tentang undang-undang, tetapi juga terdapat tentang norma-norma masyarakat. Ketentuan di atas konsisten dengan teori umum hukum acara. Yakni asas audi ey altern partern atau prinsip persamaan kedudukan di antara semua pihak dalam gugatan. Disini hakim harus memberi para pihak beban yang seimbang dan sesuai sehingga mereka memiliki kesempatan yang sama untuk memenangkan gugatan tersebut.

b) Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggung Jawab

Pada prinsip ini menyebutkan bahwa status tergugat di posisikan sementara dalam keadaan bersalah dan selalu di anggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), supaya tergugat dapat terbebas dari posisi tersebut maka terlebih dahulu harus membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah. Tergugat di perbolehkan untuk melampirkan bukti-bukti untuk membuktikan bahwa diri nya tidak bersalah, tindakan tersebut

terdapat dalam suatu teori yang disebut sebagai pembuktian terbalik (omkering van bewijslast. Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga menggunakan system pembuktian terbalik ini, sebagaimana diidentifikasi dalam pasal 19, 22, dan 23 (lihat ketentuan pasal 28 UUPK).

Alasan dari teori pembalikan beban pembuktian adalah bahwa seorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan dapat membuktikan sebaliknya hal ini tentu bertentangan dengan asas hukum praduga tidak bersalah (*presumption of innocence*) yang lazim dikenal dalam hukum. Namun, jika diterapkan dalam kasus konsumen akan tampak, prinsip ini cukup relevan. Jika digunakan teori ini, maka yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan itu ada dipihak pelaku usaha yang digugat. Terdakwa ini yang harus menunjukkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah. Tentu saja konsumen tidak berarti dapat mengajukan gugatan sewenang-wenang. Posisi konsumen sebagai penggugat selalu terbuka untuk digugat kembali oleh pelaku usaha, jika ia gagal menunjukkan kesalahan terdakwa.

c) Prinsip Praduga Untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption nonliability principle*) hanya dikenal dalam konteks transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan seperti itu biasanya secara common sense dapat dibenarkan, contoh dalam penerapan prinsip ini adalah hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin/tas tangan, yang biasanya dibawa dan dipantau oleh penumpang (konsumen). Dalam hal ini,

pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat dianggap bertanggung jawab. Prinsip ini menyatakan bahwa terdakwa selalu bertanggung jawab, sampai ia dapat terbukti bahwa tidak bersalah.

d) Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Kendati demikian ada pula para ahli yang membedakan kedua terminology di atas. Ada pendapat yang mengatakan, *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai factor yang menentukan. Namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeure*. Sebaliknya, *absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualian.

Menurut R.C.Hoerber, biasanya prinsip tanggung jawab mutlak ini diterapkan karena , (1) konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks; (2) diasumsikan produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu. Pada harga produknya; (3) asas ini dapat memaksa produsen lebih hati-hati. Prinsip tanggung jawab mutlak ini dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk “menjerat” pelaku usaha, khususnya produsen barang, yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Penerapan *strict liability* tersebut

didasarkan pada alasan bahwa konsumen tidak dapat berbuat banyak untuk memproteksi diri dari resiko kerugian yang diebabkan oleh produk cacat.

e) Prinsip Tanggung Jawab Dengan Pembatasan

Prinsip ini sangat disenang oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan ini sangat merugikan konsumen bila di tetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan sKonsumen seharusnya pelaku usaha tidak boleh sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawab. Jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan.

Beberapa prinsip perlindungan konsumen yang di sebut diatas bertujuan untuk memberikan layanan hukum kepada konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha. Tujuan dari pengaturan ini tentu saja untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen yang dirugikan oleh ulah perbuatan pelaku usaha.

2.1.6 Penyelesaikan Sengketa

Dalam dunia perdagangan kadang kala akan terjadi perselisihan antar konsumen dengan pelaku usaha dimana tidak mencapai suatu kesepakatan bersama atau pun tidak terpenuhi kebutuhan masing-masing pihak dan bisa juga ada salah satu pihak yang telah di rugikan. Agar dapat menyelesaikan perselisihan sengketa tersebut maka diperlukan bantuan hukum untuk

menyelesaikan sengketa tersebut. Mengenai penyelesaian sengketa menurut seorang pengamat yaitu **Ahmad Miru** menyatakan bahwa: “Penyelesaian sengketa dalam dunia bisnis diharapkan sedapat mungkin tidak merusak hubungan bisnis selanjutnya dengan siapa dia pernah terlibat dalam suatu sengketa”.

Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur penyelesaian sengketa sebagai berikut:

- 1) *“Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.*
- 2) *Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.*
- 3) *Penyelesaian sengketa diluar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.*
- 4) *Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa. Apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau para pihak yang bersengketa.”*

Tidak selalu pertikaian atau konflik mengenai perlindungan konsumen akan di tujukan ke pengadilan, dimana dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tertera bahwa penyelesaian konflik dapat dilaksanakan di luar pengadilan, yaitu melalui suatu lembaga bernama BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen).

Dalam Pasal 52 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tercatat dan menjelaskan bahwa tugas dan wewenang BPSK meliputi berikut di bawah ini :

- 1) “Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- 2) Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- 3) Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- 4) Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini;
- 5) Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis ,dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- 6) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- 7) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- 8) Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini;
- 9) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- 10) Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;

- 11) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- 12) Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- 13) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini”.

2.2 Tinjauan Umum Tentang Konsumen

2.2.1 Pengertian Konsumen

Kata konsumen bila di terjemahkan ke bahasa inggris yaitu *consumer* (inggris-america), atau *consument/konsument* (Belanda). *Consumer* atau *consument* itu bergantung dalam posisi dimana ia berada. Pengertian menurut harafiah sebuah kata *consumer* bermakna pada setiap orang yang memanfaatkan suatu barang demi memenuhi kebutuhan yang di perlukan.

Didalam kamus Besar Inggris-Indonesia mengartikan bahwa sebuah kata “consumer” bearti sebagai pelaku pemakai suatu barang atau pengguna. *consumer* adalah seseorang yang memakai suatu barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik penggunaan tersebut bagi kepentingan diri sendiri keluarga, orang lain ataupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Unsur-unsur definisi konsumen :

- 1) Setiap orang

Subyek yang dikatakan sebagai konsumen adalah setiap orang yang statusnya menggunakan atau menggunakan barang dan/atau jasa. Dalam

pemahaman konsumen itu tidak sebatas pada individu, namun konsumen termasuk entitas bisnis.

2) Pemakai

Menurut bunyi penjelasan dari “pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kata “pemakai” menekankan , konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*)”.

3) Barang atau Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, dan dimanfaatkan oleh konsumen. Sementara itu, jasa diartikan sebagai layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen”.

4) Yang tersedia dalam masyarakat

Barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat harus tersedia di dalam masyarakat sebagaimana yang telah diatur dalam “pasal 9 ayat 1 huruf e Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”

5) Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain

Memahami pentingnya memiliki elemen perdagangan konsumen yang ditunjukkan untuk kepentingan diri sendiri, orang lain, keluarga, dan organisme lainnya.

6) Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

Hal ini untuk mempertegas kembali bahwa pengertian konsumen dalam “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yakni konsumen akhir”.

2.2.2 Hak-hak Konsumen

Tahun 1962 di Amerika Serikat dimana pada masa itu dijabat oleh presiden John F. Kennedy berpidato dalam rapat kongres menyinggung soal perlunya suatu regulasi yang melindungi hak para konsumen. Beliau mengatakan bahwa terdapat 4 (empat) macam hak konsumen yang membutuhkan perlindungan, sebagai berikut di bawah ini:

- a) Hak atas memperoleh suatu keamanan (*the right of safety*)
- b) Hak atas memilih (*the right choose*)
- c) Hak atas memperoleh informasi yang jelas dan benar (*the right to be informed*)
- d) Hak atas untuk didengarkan (*the right to be heard*)

Keempat hak dasar yang di sebut di atas telah diakui secara global atau internasional. Dikarenakan demikian terdapat berbagai organisasi-organisasi konsumen mulai ikut bergabung dalam sebuah asosiasi internasional yang di panggil The International Organization of Consumers Union (IOCU) sejak 1995 dan sekarang sudah berubah namanya menjadi

Consumers International (CI). Dalam momentum tersebut Consumers International mengeluarkan hak-hak baru yaitu hak konsumen atas penuntutan kompesasi, hak konsumen atas mendapatkan suatu pendidikan, dan hak atas penuntutan lingkungan yang sehat dan sejahtera.

“Hak Konsumen dalam pasal 4 UUPK 8/1999, yaitu:

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

- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.”³

2.2.3 Kewajiban Konsumen

“Kewajiban konsumen dalam pasal 5 UUPK 8/1999, yaitu : Hak tentu tidak dapat dipisahkan dari kewajiban konsumen menurut pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah :

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan produser pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Tidak bisa dipungkiri bahwa seringkali konsumen tidak memperoleh manfaat yang maksimal atau bahkan dirugikan dari mengkonsumsi suatu barang/atau jasa.
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Tidak jarang pula konsumen tidak beritikad baik dalam bertransaksi atau mengkonsumsi barang. Hal ini tentu saja sangat merugikan khalayak umum dan secara tidak langsung si konsumen merasa telah di merampas hak-hak orang lain.
- c) Membayar secara nilai tukar yang disepakati. Ketentuan ini sudah jelas berupa uang dan barang.
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya patut diartikan sebagai tidak berat sebelah dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.”

³ Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Pasal 4.

2.3 Tinjauan Umum Tentang Pelaku usaha

2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah seseorang atau badan usaha hukum perseroan terbatas atau persekutuan komanditer atau pun badan usaha nonhukum yang melakukan kegiatan produksi, distribusi, transaksi jual beli di wilayah republik indonesia dan mempengaruhi perekonomian setempat

Sedangkan Menurut pasal 1 butir 3 mengatakan :

“Bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan dalam berbagai bidang ekonomi”.

2.3.2 Ruang Lingkup Pelaku Usaha

Menurut Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) mengenai ruang lingkup yang terlibat pada pelaku usaha adalah sebagai berikut di bawah ini:

- 1) Investor, yaitu seorang pelaku usaha dimana posisi nya sebagai penyedia dana dalam arti menyuntikan dana kepada suatu perusahaan yang membutuhkan dukungan agar dapat beroperasi lancar maupun berkembang lebih besar.
- 2) Produsen, yaitu seorang pelaku usaha yang mendirikan suatu pabrik dan memproduksi suatu barang yang di sebut sebagai produk kemudian akan di jualkan ke pasaran.

- 3) Distributor, yaitu seorang pelaku usaha yang berprofesi perantara dalam menyalurkan produk yang hendak di jual dari pelaku usaha utama atau yang disebut sebagai produsen ke pada masyarakat luas.

2.3.3 Hak-Hak Pelaku Usaha

Bukan cuman konsumen saja mempunyai hak untuk menuntut yang terbaik bagi mereka sendiri, sebenarnya bagi para pelaku usaha juga mempunyai haknya tersendiri dalam berniaga seperti dalam pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan hak-hak pelaku usaha berikut di bawah ini:

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

2.3.4 Kewajiban Pelaku Usaha

Seorang pelaku usaha yang baik dan sukses dapat di cerminkan dari perbuatannya dalam berusaha dimana selalu memenuhi kewajibannya sebagai pelaku usaha dan selalu memberi kan yang terbaik untuk konsumennya. Apa saja yang meliputi kewajiban pelaku usaha dalam berusaha dapat di kita simak bersama sebagai berikut di bawah ini:

- a) *”Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;*
- b) *Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;*
- c) *Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;*
- d) *Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;*
- e) *Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;*
- f) *Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;*
- g) *Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”.*⁴

⁴ Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Pasal 7

2.3.5 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pelaku usaha tidak hanya berpikir mendapatkan untung ataupun kelancaran usahanya tapi juga harus memenuhi kewajibannya yaitu tanggung jawab terhadap pengguna akhir barang mau pun jasa nya. Akan tetapi kadang kala kewajiban tersebut terbelakangi sehingga konsumen kehilangan hak nya dalam penggunaan barang dan jasa tersebut oleh karena itu agar pelaku usaha selalu memenuhi kewajiban nya maka pertama adalah pengadaaan peraturan mengenai pentingnya tanggung jawab pelaku usaha baik produsen, distributor, maupun reseller atas kemungkinan terjadinya kecelakaan saat penggunaan produk barang atau jasa tersebut.

Terdapat sebuah istilah hukum yaitu Tanggung Jawab Produk dikutip dari terjemahan bahas inggris Product Liability yang berarti suatu perilaku baik dari produsen, distributor, reseller dan lain-lain bertanggung jawab terhadap keselamatan konsumen bila terjadi kecelakaan atau cedera saat menggunakan barang dan jasa tersebut..

Bila dibahas lebih dalam bahwa Tanggung jawab produk bagi para produsen, distributor, reseller, dan sales merupakan strict liability yang berarti tanggung jawab multak dimana sudah dari dasarnya atau secara logikanya bila konsumen mengalami kerugian yang dapat membahayakan nyawa mereka saat menggunakan produk tersebut maka secara otomatis para pelaku usaha wajib dan harus melakukan pertanggung jawaban terhadap konsumen itu.

Berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen diatur tentang tanggung jawab pelaku usaha yang berbunyi :

Pasal 19

- a) *”Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;*
- b) *Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;*
- c) *Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi;*
- d) *Pemberian ganti rugi sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak mengharuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian tidak jelas mengenai adanya unsur kesalahan;*
- e) *Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen”.*

Substansi Pasal 19 ayat (1) menurut **Ahmadi Miru** dan **Sutarman Yodo** dalam karangan buku ciptanny menyebutkan tanggung jawab pelaku usaha, meliputi berikut di bawah ini:

- (a) *” Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian;*
- (b) *Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;*
- (c) *Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen”.*⁵

Begitu juga hukum tentang perlindungan konsumen oleh bapak **Gunawan Widjaja** dan bapak **Ahmad Yani**, beliau menyebutkan bahwa:

⁵ Buku hukum perlindungan konsumen penerbit RajaGrafindo Persada (RajawaliPress) hal,308

Pasal 19 berbunyi tentang pengaturan pertanggung jawaban pelaku usaha (produsen) dan pelaku penyalur (distributor) secara umum, mewajibkan memberikan kompensasi terhadap apa yang dialami oleh konsumen akibat dari penggunaan barang atau jasa yang telah dibeli ternyata malfungsi atau pun cacat, sehingga setelah menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut konsumen mengalami kerugian atas fisik maupun non fisik.

Kompensasi dapat diberikan kepada konsumen berupa pengembalian uang ataupun menukar kembali produk yang berfungsi apabila produk yang dibeli berupa makanan maka biaya perobatan dan perawatan juga ditanggung di mana sudah sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 24

- 1) *“Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila;*
 - a. *Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut*
 - b. *pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.*
- 2) *Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.”*

Adanya pengaturan Pasal 24 ayat (1) tersebut maka Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, dalam bukunya mengemukakan bahwa:

“pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain akan tetap bertanggung jawab atas tuntutan ganti kerugian dan/atau gugatan

konsumen sekalipun tidak memiliki hubungan kontraktual dengan konsumen yang bersangkutan”

Sesuai dengan bunyi pertanggung jawaban yang dimaksud oleh pasal di atas adalah secara garis besar pelaku usaha utama yang menjualkan produknya ke pelaku usaha lain (distributor) setelah itu produknya di edarkan ke masyarakat dan di beli oleh konsumen bila suatu saat terdapat produk yang cacat dan di beli oleh konsumen tersebut, maka konsumen dapat melakukan pengaduan dan pihak pelaku usaha utama wajib bertanggung jawab atas pengaduan tersebut dan memberikan kompensasi sesuai perjanjian berserta perundang-undangan yang berlaku.

2.3.6 Larangan Pelaku Usaha

Agar dapat menjaga atau melindungi hak-hak konsumen dari penindasaan atas kelakuan pelaku usaha maka UU No.8 Tahun 1999 Tentang Pelindungan Konsumen singkat menjadi ”UUPK” dimana telah mengklasifikasikan tipe-tipe pelanggaran secara umum dan garis besar telah di bagikan menjadi tiga pembagian dimana sudah perna di jabarkan pada Bab IV pasal 8 sampai dengan pasal 17, berikut di bawah ini adalah tiga pembagian pelanggaran:

1. ”Larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi (pasal 8)
2. Larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran (pasal 9 – 16)
3. Larangan bagi pelaku usaha periklanan” (pasal 17)

Dalam ketentuan Pasal 8 ayat (1) UUPK menyebutkan bahwa dilarang bagi pelaku usaha untuk memproduksi atau diperjualkan barang atau jasa yang termasuk dalam 10 larangan di bawah ini :

- a. "Tidak memilikdan memenuhi standar yang di ditetapkan persyrtan dan ketentuannya dalam peraturan perundang-undangan;
- b. Nilai jumlah digit berat bersih, isi bersih atau berat netto tidak sesuaidengan jumlah yang sudah diterterakan dalam label atau packing barang tersebut;
- c. Tidak memenuhi jumlah ukuran, takaran, timbangan dan jumlah perhitungan sesuai dengan ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak menyatakan denga benar sesuai kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana pada label, etiket atau keterangan barang tersebut;
- e. Tidak memenuhi sesuai ketentuan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu yang telah di terterakan pada label atau cetakan keterangan barang tersebut;
- f. Kegunaan dan kualitas yangdisebutkan pada label keterangan atau dalam catatan penjualan barang tersebut sama sekali tidak cocok ataupun tidak memenuhi dengan yang telah di janjikan;
- g. Tanggal kadaluarsa atau tanggal batas penggunaan mengkonsumsi barang tersebut ternyata tidak sesuai dengan apa yang telah di cantumkan pada kemasan tersebut;

- h. Mencantumkan label "Halal" pada kemasan atau deskripsi produk akan tetapi pada kenyataannya tidak memproduksi secara sesuai ketentuan "halal" tersebut;
- i. Nama produk, berat/isi/netto produk, ukuran produk, aturan pemakaian, tanggal produksi, komposisi, dan yang terpenting mencantumkan nama dan alamat pelaku usaha begitu juga keterangan lain menurut ketentuan wajib di cetakan atau di tetapkan pada bungkus produk tersebut.
- j. Produk yang di impor atau di produksi dalam negeri wajib menerjemahkan dan mencatumkan informasi dan petunjuk penggunaan barang menggunakan bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan".

Setelah menjelaskan 10 larangan pada ayat (1) sekarang kita membahas tentang ayat (2) dan (3). Dimana ayat (2) juga memberikan larangan kepada para pelaku usaha untuk di perdagangkan atau mengedarkan produk yang memenuhi larangan sebagai berikut di bawah ini sebagai berikut:

- a. Barang yang sudah rusak atau tak layak di pakai,
- b. Barang yang cacat yang dapat membahayakan pengguna,
- c. Serta tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

Kalau ayat 3 menyatakan bahawa pelaku usaha tidak boleh atau dilarang keras untuk memperdagangkan barang atau produk yang

meliputi obat-obat farmasi dan makanan yang sudah kadaluarsa secara garis besar yaitu produk yang akan di konsumsi oleh makhluk hidup dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

Selanjutnya produk atau barang yang di produksi dimana akan di edarkan atau di perdagangkan juga ada syarat dan larang yang wajib di patuhi oleh pelaku usaha. Ketentuan ini diatur di Pasal 9 sampai dengan 16 dalam perundang-undangan perlindungan konsumen.

Pasal 9 UUPK berbunyi pelaku usaha di larang menawarkan, mengiklankan, atau mempromosikan suatu barang dan jasa secara tidak sesuai dengan kenyataanya ;

1. "Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
2. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
3. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
4. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
5. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
6. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
7. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
8. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;

9. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
10. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
11. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.”

Kemudian pada Pasal 10 UUPK berisi tentang suatu larangan penawaran bagi pelaku usaha yang sedang menawarkan barang atau jasa untuk diperdagangkan kepada konsumen, sama seperti pasal 9 cuman perbedaan di ruang lingkupnya saja berikut di bawah ini adalah larangan tersebut:

1. ”Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
2. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
5. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.”

Pasal 11 UUPK secara garis besar mengatur tentang produk yang akandi perjualkan atau di edarkan menggunakan sistem promosi obral atau melewati perlelangan.

Sedangkan Pasal 12 UUPK berbunyi untuk mengingatkan kepada pelaku usaha untuk tidak mengeluarkan promosi, mengiklankan penawaran produknya yang memberikan potongan harga pada

kurungan waktu tertentu dan juga jumlah produk yang akan di berikan potongan harga atau diskon. Bila sudah di promosi kan atau di iklankan pelaku usaha harus melaksanakan sesuai tersebut ketika ada konsumen yang ingin beli, bila tidak sesuai maka akan di sebut sebagai penipuan dalam arti pelaku usaha tidak memiliki itikad baik dalam berusaha cuman berkepentingan sendiri dan ingin profit.

Selanjutny Pasal 13 UUPK berbunyi hampir sama dengan pasal nomer 12 cuman ada sedikit perbedaan, yaitu barang atau jasa yang di tawarkan oleh pelaku usaha baik melalu periklanan, promosi, dan lain-lain dengan cara mengiming-iming kepada pembeli akan di berikan bonus tambahan bila membeli produk nya saat sesudah di beli tidak mendapatkan bonus tersebut seperti yang di iming-imingkan.

Kalau Pasal 14 UUPK berbunyi atas larangan yang berkaitan dengan undian. Pada Pasal 15 UUPK menjelaskan tentang larangan untuk para pelaku usaha agar tidak melakukan penawaran dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat mengakibatkan ketidak nyamanan baik fisik atau non fisik terhadap konsumen.

2.4 Tinjauan Umum Tentang Usaha Jasa Pakaian/Laundry

Jasa atau bahasa inggris nya yang di sebut sebagai Service adalah suatu perilaku atau tindakan yang ditawarkan ke pihak yang membutuhkan dimana apa yang di tawarkan itu adalah suatu keahlian seseorang di bidang tertentu dan menghabiskan waktu dan tenaga untuk memenuhi kemauan pihak yang membutuhkan.

Dari beberapa penjelasan pengertian jasa di atas maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya arti jasa itu mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Sesuatu walaupun tidakberwujud bukan suatu barang, tetapi bisa memenuhi kebutuhan pembeli jasa;
- b. Proses pengerjaan jasa dapat di bantu dengan menggunakan alat bantuan, bisa juga tanpa alat bantuan tergantung jenis jasa yang di gunakan pada bidang tertentu ;
- c. Tidak merubah status kepemilikan barang si pembeli jasa walaupun barang di serahkan ke penyedia jasa itu bersifat sementara saja;
- d. Terdapat interaksi perundingan kesepakatan antara penyedia jasa dengan pengguna jasa;

Sebuah kata jasa memiliki beberapa makna dan ruang lingkup, yang paling umum kita ketahui makna dari kata jasa yaitu suatu sikap seseorang melakukan sesuatu atau memberikan sesuatu untuk orang lain guna mendapatkan balasan timbal balik berupa suatu imbalan materil yaitu uang,

Menurut Richard Sihite dalam bukunya Laundry dan Dry Cleaning mengartikan Laundry yaitu proses pencucian menggunakan media pembasahannya dengan air, dalam arti bahwa teksit tersebut akan basah terkena air.

Kata laundry diambil dari bahasa Inggris bila diartikan yaitu penatu, binatu, cucian, pakaian kotor. Terdapat juga istilah dan ejaan lain seperti Launder; Laundered; menyuruh mencuci, Laundress; tukang cuci.

Laundry sudah dianggap menjadi suatu pelayanan jasa dan dikategorikan sebagai bidang cuci mencuci baik mencuci boneka, pakaian, selimut, sprei, gordena, dan lain-lain. Konsumen atau pengguna jasa sebelum menggunakan jasa tersebut terlebih dahulu memilih jenis paket cucian yang diinginkan dan membayar sesuai apa yang ditetapkan oleh pihak penyedia jasa untuk mencapai suatu kesepakatan dan waktu proses penyucian sampai serah terima biasanya ditentukan oleh penyedia jasa dan waktu penyerahan selalu berbeda-beda dikarenakan beberapa faktor.

Jenis-jenis laundry ada 7 (tujuh) macam yaitu:

1. Jasa Laundry Kiloan (perorangan/keluarga);

Menyediakan tiga jenis jasa pada paket tipe ini yaitu Hanya cuci, Hanya Setrika, dan komplit (cuci dan setrika).

2. Jasa Laundry Member atau Bulanan

Bila mengambil paket member atau bulanan akan mendapatkan potongan atau diskon pada biaya yang dikenakan serta bonus-bonus lainnya, konsumen dapat memilih juga tiga jenis jasa laundry yang diinginkan yaitu Penyucian komplit (cuci dan setrika), hanya cuci dan hanya Setrika.

3. Jasa Hard Cleaning Karpet dan Bed cover

4. Paket Laundry Borongan Seragam Karyawan Perusahaan

5. Jasa Laundry 1(satu) Hari Siap.
6. Dry Cleaning Special Treatment untuk Bahan Jas, Kebaya ,dll
7. Paket Laundry untuk Hotel,SPA&Massage, Salon Kecantikan.

2.5 Konsep Pendekatan

Pada dasarnya masyarakat diberi kebebasan untuk melakukan perjanjian terhadap pihak manapun, termasuk di dalamnya melakukan perjanjian untuk melakukan sesuatu atau berbuat sesuatu. Termasuk di dalamnya melakukan perjanjian pencucian pakaian atau laundry yang dahulu dikenal sebagai kegiatan binatu.

Jasa laundry merupakan suatu bentuk jasa pelayanan yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mencuci pakaian sehingga pakaian konsumen kembali bersih dan rapi dengan imbalan jasa berupa pembayaran harga yang diberikan oleh konsumen yang menggunakan jasa laundry tersebut.

Masyarakat selaku konsumen tentu saja berharap mendapatkan pelayanan terbaik, tetapi kemungkinan mengalami hal-hal yang kurang memuaskan dalam pelayanan jasa laundry bisa saja terjadi. Kejadian yang kurang memuaskan dalam pelayanan jasa laundry tentunya akan menyebabkan kerugian pada konsumen, hal ini akan menimbulkan tanggungjawab bagi pelaku usaha jasa laundry.

Tanggungjawab merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang maupun badan usaha yang telah melakukan perjanjian terhadap pihak lain yang mana dalam perjanjian. Pertanggungjawaban dilakukan sebagai bentuk apresiasi oleh pihak pertama sebagai pelaku usaha dalam melakukan perjanjian, selalu ada hak dan kewajiban yang dilakukan oleh masing-masing pihak

bersangkutan yang melakuakn perjanjian. Demikian juga dengan perjanjian kerja pelayanan jasa laundry, dimana pelaku usaha bertanggungjawab untuk melakukan pekerjaan yang dipercayakan sedangkan pihak konsumen harus membayar nominal uang yang telah di sepakati sebagai imbalan atau jasa yang diberikan oleh pelaku usaha.

A. Bentuk Dasar Teori

Bentuk dasar teori yang saya gunakan di dalam kerja praktek adalah teori kualitatif karena penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang langsung terjun ke lapangan dimana peneliti mengumpulkan data-data di lapangan terlebih dahulu dan data tersebut dari subjek utama langsung yang berisi ungkapkan apa adanya sesuai dengan kondisi realita yang di alami oleh subjek utama dalam bentuk wawancara, setelah data sudah di dapatkan akan di gadengankan dengan teori yang sudah ada sebagai perbandingan dan akan menciptakan teori baru guna untuk mencapai penyelesaian kasus.hal ini menambah wawasan peneliti untuk bersosialisasi dengan para subjek penelitian dengan cara tanya jawab, dengan menggunakan pendekatan kualitatif peneliti belajar menjadi lebih jeli menangkap informasi dari para subjek penelitian dan ternyata meneliti suatu teori dan pengumpulan suatu data itu butuh kesabaran yang sangat dalam dikarenakan membutuhkan waktu yang panjang untuk penyelesaiannya sehingga pengalaman ini memberikan masukan berarti bagi saya di dalam kerja praktek.