

BAB II

TINJAUAN UMUM TERHADAP HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN SERTA IKLAN YANG MENYESATKAN

A. Tinjauan Umum Terhadap Hukum Perlindungan Konsumen

1. Sejarah dan Perkembangan Undang-Undang perlindungan konsumen.

Pada tanggal 20 April 1999 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), telah diundangkan dan mulai diberlakukan setahun, setelah diundangkan terhitung sejak 20 April 2000, hingga kini belum banyak perbaikan menyangkut hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen. Secara politis perlunya perlindungan hukum bagi konsumen secara umum sudah dinyatakan dalam Garis-Garis Besar Haluan Negara (GGBHN) antara lain : melalui Ketetapan MPR RI Nomor II Tahun 1993, meskipun keduanya memakai istilah yang agak berbeda dimana GBHN 1998 memakai istilah *menjamin kepentingan konsumen* (GBHN 1993, Bab IV, bagian Ekonomi sub perdagangan, huruf b) dan GBHN ¹1993, memakai istilah *melindung kepentingan konsumen* (GBHN 1993, BAB IV Bagian F Nomer 8). Yang oenting dari isi GBHN di atas adalah bahwa sudah saatnya konsumen lebih diperhatikan kepentingannya supaya tidak selalu di pihak dirugikan.¹ Mengingat dalam kenyataannya pada umumnya konsumen selalu berada di

¹ Janus Sidabook, 2006, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Cet. I, PT. CITRA ADITYA BAKTI, Jakarta, h.4.

pihak yang dirugikan, begitu banyak dapat di baca berita-berita yang mengungkapkan perbuatan curang produsen yang menimbulkan kerugian materiil maupun moril bagi konsumen.

Sejak berlakunya Undang-Undang perlindungan konsumen pada 20 April 2000, hingga dikeluarkannya sejumlah peraturan perundang-undangan pelaksanaan Undang-Undang perlindungan konsumen (UUPK) belum banyak perubahan sikap pelaku usaha terhadap konsumen. Hampir semua komoditas terdapat pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen.

2. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum (perlindungan) konsumen merupakan cabang hukum yang baru namun bercorak universal. Sebagian besar perangkatnya diwarnai hukum asing namun jika diteliti dari hukum positif yang sudah ada di Indonesia ternyata dasar – dasar yang menopang sudah ada sejak dulu yang termasuk dalam hukum adat. Hukum perlindungan konsumen lahir dari kesadaran masyarakat sebagai konsumen akan perlunya perlindungan terhadap diri mereka dari pelaku usaha yang menjadikan konsumen sebagai objek aktivitas bisnis untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya melalui kiat promosi, cara penjualan serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Menurut Az. Nasution dalam bukunya yang berjudul “Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar” membedakan antara hukum konsumen dengan hukum perlindungan konsumen. Menurut beliau, hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur

hubungan dan masalah penyediaan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas – asas dan kaidah – kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.

B. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian consumer atau cosument, secara harfiah adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan untuk tidak diperdagangkan. Sedangkan pengertian 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 Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama – sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Penjelasan pasal 1 ayat (3) Undang – undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa yang termasuk pelaku usaha dalam pengertian diatas adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor, dll.

C. Hak-hak dan Kewajiban konsumen

1. Hak-hak konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Hak-hak konsumen yang diatur dalam pasal 4 Undang-undang perlindungan konsumen yaitu:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa, mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang dan/atau jasa.
- 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-undang lainnya.

Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman dan yang memberi keselamatan. Oleh karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen harus menjamin keamanan, dan keselamatan konsumen dari kecurangan pelaku usaha yang sudah banyak merugikan para konsumen. disamping itu pelaku usaha juga harus memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur jika terdapat penyimpangan yang merugikan konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, pelakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi. Bagi konsumen tidak dikehendaki adanya produk yang dapat mencelakakan dan mencendrai konsumen karena itu produsen wajib mencantumkan label produknya sehingga konsumen dapat mengetahui adanya unsur-unsur yang dapat membahayakan keamanan dan keselamatan konsumen.

2. Pendapat hak-hak konsumen dari berbagai sumber

Menurut Presiden Amerika Serikat *JHON F. KENNEDY* dalam pidatonya di depan kongres Amerika Serikat pada tanggal 15 Maret 1962 bahwa hak konsumen yang perlu dilindungi secara hukum yaitu

- a. Hak memperoleh keamanan (the right to safety)
- b. Hak memilih (the right choose)
- c. Hak mendapat informasi (the right to be informed)
- d. Hak untuk didengar (the right to be heard)²

² Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen, penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal 39

Menurut pedoman perlindungan bagi konsumen yang dikeluarkan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui resolusi PBB Nomor 39/248 pada 9 April 1985 tentang bagian II prinsip-prinsip umum Nomer 3 dikemukakan bahwa kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan konsumen dapat dilindungi oleh setiap Negara adalah

- a. Perlindungan dari barang-barang yang berbahaya bagi kesehatan dan keamanan konsumen.
- b. Perlindungan kepentingan-kepentingan ekonomis konsumen.
- c. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi sehingga mereka dapat memilih sesuatu yang sesuai dengan kebutuhan.
- d. Pendidikan konsumen.
- e. Tersedianya ganti rugi bagi konsumen.
- f. Kebebasan dalam membentuk lembaga konsumen atau lembaga lain yang sejenis dan memberikan kesempatan bagi lembaga-lembaga tersebut untuk mengemukakan pandangan mereka dalam proses pengambilan keputusan.³

Pendapat ini berkat perjuangan Organisasi Konsumen Sedunia atau yang disebut IOCU (*International Organization of Consumers Union*).

Sementara itu masyarakat Ekonomi Eropa juga menetapkan hak-hak dasar konsumen yang perlu mendapatkan perlindungan di dalam perundang-undang negara Eropa yaitu :

- a. Hak perlindungan kesehatan
- b. Hak perlindungan kepentingan ekonomi

³Ibit., hal 39

- c. Hak mendapat ganti rugi
- d. Hak untuk didengar

3. Kewajiban konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Selain memperoleh hak konsumen juga harus diwajibkan untuk:

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

Dengan adanya kewajiban, konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan. Menyangkut kewajiban konsumen beritikad baik hanya bertujuan pada transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Kewajiban konsumen sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha, adalah sudah biasa dan sudah semestinya. Sedangkan mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut merupakan adanya kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang perlindungan konsumen, sebab kewajiban ini adalah mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa.

D. Hak-hak dan kewajiban pelaku usaha :

Untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen maka Undang-Undang perlindungan konsumen juga memberikan hak kepada pelaku usaha dalam pasal 6 untuk :

- a. Hak untuk menerima bayaran 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 rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Menyangkut hak pelaku usaha yang disebut pada huruf a, b, c dan d, sesungguhnya merupakan hak-hak yang lebih berhubungan dengan pihak aparat pemerintah dan/atau badan penyelesaian sengketa konsumen.⁴

Kewajiban pelaku usaha dalam pasal 7 Undang – undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

⁴Ibit, hal 51

- b. Memberikan informasi yang jelas, benar dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, 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. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu dan memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Menurut Undang-undang perlindungan konsumen ayat 1 angka 3 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pengertian pelaku usaha dalam ayat 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen cukup luas karena meliputi grosir, leveransir, pengecer, dan sebagainya. Cukup luasnya pengertian pelaku usaha dalam Undang-undang perlindungan konsumen tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam masyarakat Eropa terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasikan sebagai pelaku usaha adalah pembuat produk jadi, penghasil bahan baku, dan pembuat suku cadang. Setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli pada produk tertentu. Pengertian pelaku usaha yang bermakna luas tersebut akan memudahkan konsumen menuntut ganti kerugian, konsumen yang dirugikan akibat pengguna produk tidak kesulitan dalam menemukan kepada siapa tuntutan diajukan, karena banyak pihak yang dapat digugat, namun akan lebih baik lagi seandainya Undang-undang perlindungan konsumen, tersebut memberikan rincian sebagaimana rincian dalam *Directive*, sehingga konsumen dapat lebih mudah lagi untuk menentukan kepada siapa ia akan mengajukan gugatan jika ia dirugikan akibat pengguna produk.

Dalam pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha dilarang untuk :

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa:
 - a) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- b) Tidak sesuai dengan berat bersih, isibersih atau netto, jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c) Tidak sesuai ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, 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 atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
- h) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dcantumkan pada 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 secara lengkap dan benar atas barang yang 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.

Dalam pasal 8 Undang-undang perlindungan konsumen, pelaku usaha dilarang memproduksi barang dan/atau jasa dan dilarang untuk memperdagangkan barang dan/atau jasa yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang untuk memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

a) Pengertian barang

Dalam pasal 1 angka 4 Undang-undang perlindungan konsumen

Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

a) Pengertian jasa

Dalam pasal 1 angka 5 Undang-undang perlindungan konsumen

Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

b) Pengertian promosi

Dalam Pasal 1 angka 6 Undang-undang perlindungan konsumen

Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.

E. Periklanan dan Perlindungan Konsumen

Pasal 20 nomor 8 Tahun 1999 Undang-undang tentang perlindungan konsumen :

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

Dalam pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 bahwa pelaku usaha:

1. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :
 - a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.
 - b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa.
 - c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.
 - d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.

- e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizinyang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.

Pasal 17 ini merupakan pasal yang secara khusus ditunjukkan pada perilaku pelaku usaha periklanann, yang mengelabui konsumen melalui iklan yang diproduksinya. Banyak konsumen yang merasa dirugikan oleh iklan yang menyesatkan apalagi iklan yang melebih-lebilikan produk yang diiklankan itu karena Peranan pemasaran sangat besar dalam meningkatkan penjualan produk barang dan/atau jasa. Apalagi dalam era perdagangan bebas, kita dituntut untuk memproduksi barang dan / atau jasa yang kompotitif dipasaran nasional maupun internasional. Itu berarti para pengusaha/produk dituntut lebih bersikap kreatif dalam penjualan produknya. Dalam mewujudkan produk yang kompetitif dipasaran tersebut, peran iklan, diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi pengusaha pengiklan (produksen, distributor, supplier, retailer), sekaligus juga bagi konsumen (akhir) suatu barang dan/atau jasa yang diiklankan.

Pelaku usaha dilarang untuk mencantumkan klausula baku di mana sudah ditentukan dalam Undang-undang perlindungan konsumen Pasal 18 yaitu:

- (1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/ atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/ atau perjanjian apabila:
 - a) Menyatakan pengalihan tanggungjawab pelaku usaha;
 - b) Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;

- c) Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/ atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
- d) Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e) Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
- f) Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa;
- g) Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/ atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
- h) Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Dalam pasal angka 10 Undang-undang perlindungan konsumen.

Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha

yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

F. Tanggung Jawab Pelaku Usaha.

Dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pelaku usaha harus bertanggung jawab memberikan ganti rugi terhadap konsumen, yang diatur dalam pasal 19 UU PK :

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan 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 ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya 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.

Dalam substansi pasal 19 ayat 1 dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi;

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran dan;
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Tanggung jawab produk/produksi adalah tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawahnya dalam peredaran, yang menimbulkan/menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.

Tanggung jawab produk/produksi dapat didefinisikan sebagai berikut.

- a. Tanggung jawab meliputi baik tanggung jawab kontraktual/berdasarkan suatu perjanjian, maupun tanggung jawab perundang-undangan berdasarkan perbuatan melanggar hukum.
- b. Para produsen; termasuk produsen/pembuat grosser, leveransir dan pengecer.
- c. Pruduk semua benda bergerak atau tidak bergerak/tetap.
- d. Yang dibawah produsen kedalam peredaran yang telah ada dalam peredaran karena tindakan produsen.
- e. Menimbulkan kerugian segala kerugian yang ditimbulkan/disebabkan oleh produk dan kerusakan atau musnahnya pruduk.

- f. Cacat yang melekat pada produk, kekurangan pada produk yang menjadi penyebab timbulnya kerugian.

G. Pengertian Iklan

Iklan adalah salahsatu metode komunikasi pemasaran yang paling banyak dipakai oleh perusahaan tmtuk mengkomunikasikan suatu produk atau jasa. Iklan bertujuan untuk menyampaikan informasi (to inform), membujuk (to persuade), mengingatkan (to remind) atau menguatkan (reinforce).

a) Macam - Macam Iklan

Secara teoritis iklan dapat di bagi dua (2) macam yaitu:

1. Iklan standar

Yaitu : iklan yang ditata secara khusus untuk keperluan memperkenalkan barang dan atau jasa pelayanan untuk konsumen melalui media. Iklan ini memegang peran penting dalam memberikan informasi kepada konsumen tentang produk tertentu. Tujuan iklan tersebut merangsang motif dan minat para konsumen sehingga konsumen mengambil sikap terhadap barang dan/atan jasa dan jasa yang ditawarkan.

2. Iklan layanan

Yaitu : masyarakat adalah iklan yang bersifat non profit, tapi umumnya bertujuan memberikan informasi dan penerangan serta pendidikan kepada masyarakat

*dalam rangka pelayanan dengan mengajak berpartisipasi atau bersifat positif terhadap pesan yang disampaikan.*⁵

b) Iklan yang menyesatkan yaitu.

1. **Bait advertising**, adalah suatu iklan yang menarik, tetapi penawaran disampaikan tidak jujur untuk menjual produk karena periklan tidak bermaksud menjual barang yang diiklankan. Tujuannya agar konsumen mengganti membeli barang yang diiklankan dengan barang jualan lainnya yang biasanya lebih mahal atau lebih menguntungkan pengiklan.⁶
2. **Blind advertising** adalah iklan yang cenderung membujuk konsumen untuk berhubungan dengan pengiklan namun tidak menyatakan tujuan utama iklan tersebut untuk menjual barang dan atau jasa, dan tidak menyatakan identitas pengiklan.⁷
3. **False advertising** adalah jika representasi tentang fakta dalam iklan adalah salah, yang diharapkan untuk membujuk pembelian barang yang diiklankan, serta dibuat atas dasar tindakan kecurangan atau penipuan.⁸

Dalam Undang-Undang perlindungan konsumen dikatakan bahwa pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamk diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakan

⁵ Ibid, hal 104

⁶ Ibid, hal 105

⁷ Ibid

⁸ Ibid

kewajiban konsumen dan pelaku usaha pembinaan perlindungan konsumen tersebut meliputi upaya untuk:

- a) Terciptanya iklan usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen.
- b) Berkembangan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- c) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan dibidang perlindungan konsumen .⁹

Undang-Undang perlindungan konsumen juga mengakui adanya hak-hak konsumen untuk membentuk organisasi atau lembaga atau badan, serta fungsi, tugas susunan organisasi maupun keanggotaan, yang dapat dibentuk berdasarkan Undang-Undang tentang perlindungan konsumen.

H. Badan - badan Konsumen

1. Badan perlindungan konsumen Nasional (BPKN)

Pengertian BPKN di dalam Pasal 1 angka 11 Undang-undang perlindungan konsumen. *Badan perlindungan konsumen nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.*

Tugas BPKN dalam Pasal 34 Undang-undang perlindungan konsumen

1. Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam pasal 33 badan perlindungan konsumen nasional mempunyai tugas:

⁹Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, 2003, **Hukum Tentang Perindungan Konsumen** ,PT. Gramedia Pustaka Utara, Jakarta, hal 90

- a. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan dibidang perlindungan konsumen.
- b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen.
- c. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa juga menyangkut keselamatan konsumen.
- d. Mendorong perkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- e. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen, dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen.
- f. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha.
- g. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

2. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Dalam Pasal 45 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999

- 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 di luar 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 pihak yang bersengketa.

Membentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). UUPK mengamanatkan untuk membentuk kedua badan dimaksud. BPKN adalah sebuah badan untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. Badan ini di ibukota negara, dan bila dipandang perlu dapat dibentuk perwakilannya di Ibukota Propinsi Tingkat I. Adapun fungsinya adalah memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Unsur - unsur BPKN terdiri dari unsur Pemerintah, Pelaku usaha, LPKSM, akademi dan tenaga ahli dengan jumlah anggota sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang.

BPSK adalah sebuah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Badan ini dibentuk di setiap Kabupaten/Kota, beranggotakan sedikitnya 3 (tiga) orang dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang dari unsur-unsur yang terdiri dari Pemerintah, adapun tugas dan wewenang BPSK antar lain melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha dengan cara mediasi atau

konsiliasi atau arbitrase. Selain itu juga memberikan konsultasi perlindungan pengaduan baik tertulis atau tidak tertulis dan melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa konsumen.

3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)

Dalam UUPK pasal 44 ayat (3), dikatakan bahwa lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat mempunyai tugas yang meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- a. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukannya;
- c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
- d. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atas pengaduan konsumen;
- e. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.