

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 dalam Pembukaan alinea ke-4 menyebutkan bahwa salah satu tujuan terbentuknya Negara Kesatuan Republik Indonesia adalah ‘...melindungi segenap bangsa Indonesia... ‘. Tujuan tersebut mengandung implikasi bahwa, Negara wajib melindungi segala kepentingan terutama yang terkait dengan hak dari warga negaranya. Hak tersebut tidak terbatas pada hak yang melekat yang bersifat umum, tetapi juga hak yang bersifat khusus, yang berakibat pada terampasnya hak warganegara yang disebabkan karena aktivitas transaksi dengan pihak lain. Selanjutnya dalam pasal 27 ayat 2, dalam UUD 1945 juga dinyatakan bahwa “Setiap warga negara berhak mendapatkan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”. Penghidupan yang layak tersebut mengandung makna bahwa setiap warga negara berhak untuk mendapatkan pelayanan yang memadai sesuai dengan harkat dan martabat manusia, dengan tidak mengurangi hak-hak kemanusiaan.

Dengan semakin terbukanya pasar bebas, yang diakibatkan adanya arus globalisasi dan juga perkembangan teknologi informasi, telah menyebabkan semakin berkembangnya aneka variasi barang dan jasa yang beredar, kegiatan bisnis, baik bisnis barang maupun jasa, baik dalam bentuk maupun caranya. Dilihat dari bentuknya, transaksi tidak hanya barang yang secara fisik nampak, namun juga transaksi yang tidak berwujud barang, tetapi jasa. Bisnis dan transaksi jasa telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Barang dan jasa yang diperjualbelikan tidak hanya terbatas barang kebutuhan pokok, melainkan hampir semua jenis kebutuhan. Dilihat dari caranya, model bisnis dan transaksi juga tidak lagi hanya dilakukan secara tatap muka, dimana antara orang yang membutuhkan dengan yang dibutuhkan bertemu dan bertatap muka, tetapi telah menggunakan teknologi yang lebih maju, yaitu dengan menggunakan model transaksi *on-line*, internet.

Seiring dengan perkembangan model bisnis tersebut, maka berkembang pula resiko bisnis yang ditanggung oleh konsumen maupun penyedia barang/jasa sebagai akibat yang timbul dalam suatu transaksi. Barang dan jasa yang ditransaksikan juga diduga banyak yang tidak sesuai dengan ketentuan, sehingga merugikan konsumen dan menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Kegiatan Bisnis memang penuh dengan resiko terutama berupa kerugian. Kerugian tersebut dapat terjadi pada penyedia barang dan jasa maupun pengguna atau pembeli barang dan jasa. Bagi penyedia barang atau jasa, apabila dalam bisnis terjadi kerugian, maka merupakan resiko yang harus diambil. Demikian pula sebaliknya apabila terjadi keuntungan, maka hal tersebut adalah wajar terjadi. Namun sebaliknya, apabila kerugian terjadi pada konsumen yang diakibatkan karena kualitas barang dan jasa yang dibeli tidak sesuai yang diharapkan oleh konsumen, maka hal tersebut perlu mendapat perhatian.

Konsumen merupakan pihak yang telah mengeluarkan biaya untuk membeli barang atau jasa, sehingga seorang konsumen berhak mendapatkan pelayanan atau barang sesuai dengan yang disepakati, yaitu sesuai dengan harga dan kualitas yang dijanjikan oleh penyedia barang dan jasa. Apabila seorang atau kelompok konsumen tersebut bersepakat untuk membeli atau menyewa suatu barang, maka ia berhak untuk mendapatkan barang dengan jumlah dan kualitas yang sesuai dengan harga yang ia sepakati. Demikian pula apabila seorang atau sekelompok konsumen bersepakat membeli atau menyewa suatu jasa, maka ia berhak untuk mendapatkan kualitas jasa yang telah disepakati bersama. Apabila dalam prakteknya konsumen ternyata mendapatkan jumlah dan kualitas barang atau jasa yang tidak sesuai dengan yang disepakati, maka konsumen adalah dirugikan.

Secara umum kerugian yang menimpa pada konsumen dapat disebabkan oleh beberapa hal (bagi konsumen barang): *Pertama*, kerugian yang disebabkan karena kualitas barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang diharapkan, yang disebabkan karena penjual barang tidak menyadari tentang kualitas barang yang dijual, misalnya, konsumen yang membeli suatu barang tertentu, tetapi tidak lama berselang setelah barang diterima ternyata cepat rusak. Kondisi tersebut disebabkan oleh beberapa hal antara lain: (a) Barang yang diperjualbelikan tidak ada jaminan, atau jaminannya terlalu pendek, sehingga ketika ada kerusakan barang tersebut tidak dapat dikembalikan. (b) Penyedia barang tidak memberikan informasi secara jelas

dan transparan tentang kualitas barang yang dijual, sehingga konsumen menderita kerugian ketika barang yang dibeli tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Kedua, kerugian oleh konsumen yang disebabkan karena penyedia barang dan jasa dengan sengaja memasang jebakan dan rayuan dengan kualitas barang atau jasa yang kualitasnya disamarkan. Penyedia barang dan jasa tidak jujur dan transparan terhadap kualitas barang dan jasa yang diperjualbelikan, sehingga konsumen sering merasa tertipu. Cara ini dilakukan oleh penyedia barang atau jasa untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa mempedulikan terhadap kerugian yang diderita konsumen. Beberapa modus yang dilakukan antara lain: (a) Penjual/penyedia barang sengaja menjual barang-barang yang palsu (kelihatannya seperti asli) sehingga konsumen tertipu atas kualitas barang tersebut. (b) Penjual barang melakukan promosi dan rayuan terhadap para konsumen, sehingga konsumen tergiur dengan rayuan para penyedia/penjual barang. Kerugian terjadi ketika barang yang sudah terlanjur diperoleh/dibeli tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Ketiga, Kerugian yang dialami konsumen yang disebabkan karena kecurangan yang sengaja dilakukan oleh penjual/penyedia suatu barang dan atau jasa. Modus ini secara umum dilakukan oleh penjual/penyedia barang dengan cara mengurangi jumlah barang yang dijual, mengurangi volume barang yang dijual dan mengurangi berat barang yang dijual. Dengan perilaku tersebut, maka konsumen dirugikan karena tidak memperoleh barang yang tidak sesuai dengan jumlah, volume atau ukuran yang seharusnya diterima oleh konsumen.

Bagi konsumen yang bertransaksi dengan perusahaan yang bergerak dalam penjualan jasa, juga memiliki potensi untuk dirugikan. Jenis perusahaan tersebut antara lain, perusahaan *leasing*, perusahaan jasa perbankan dan perkreditan, perusahaan jasa investasi dan perusahaan lain yang sejenis. Berkembangnya dan maraknya perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa *leasing* dan investasi, semakin memiliki potensi yang besar untuk konsumen dirugikan dalam proses transaksi, maupun akibat transaksi yang dilakukan.

Konsumen dari perusahaan *leasing*, memiliki potensi untuk dirugikan ketika informasi terkait dengan prosedur, proses dan sistem jasa yang ditawarkan tidak banyak dipahami oleh para konsumen. Kondisi tersebut di tambah lagi dengan

adanya penawaran yang gencar, yang bisanya disertai dengan janji-janji dan *iming-iming* yang menggiurkan bagi konsumen, sehingga konsumen menjadi tidak menyadari sepenuhnya terhadap resiko atas hak dan kewajiban sebagai konsumen dalam bidang *leasing*. Kerugian tersebut terutama bila para nasabah/konsumen berusaha untuk melunasi hutang yang dimilikinya lebih awal dari jatuh temponya. Konsumen sering tidak memahami secara detail tentang sistem perhutangan jasa yang dilakukan, sehingga banyak konsumen yang merasa dirugikan dengan sistem yang diterapkan. Kondisi tersebut terjadi karena banyak konsumen/nasabah yang tidak memahami dan membaca secara detail tentang ketentuan dan sistem yang diberlakukan. Demikian pula, adanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang investasi sering memperdaya masyarakat untuk masuk menjadi nasabah, yang tidak jarang bahwa para nasabah dan konsumen tidak menyadari terhadap konsekuensi, hak dan kewajiban yang harus dilakukan ketika menjadi nasabah.

Dari beberapa modus dan model penjualan yang dilakukan seperti di atas, bagaimana pun konsumen selalu menjadi pihak yang dirugikan. Konsumen sering sulit untuk mendapatkan kualitas barang sesuai dengan yang semestinya diterima. Di satu sisi banyak konsumen yang tidak menyadari bahwa dirinya telah dirugikan, di sisi lain banyak juga konsumen yang tidak berdaya karena tidak mengetahui tentang apa yang harus diperbuat ketika dirinya dirugikan.

Berdasarkan atas kondisi tersebut, pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang tersebut bertujuan untuk: (a) meningkatkan kesadaran 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, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen; (4) menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; (5) menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; (6) meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa

yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang/atau jasa, kesehatan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Dua tahun berselang, selanjutnya diterbitkan Peraturan Pemerintah No. 58 tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen. Dalam Penjelasan Umum Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa pembinaan perlindungan konsumen yang diselenggarakan oleh pemerintah adalah sebagai upaya untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilakukannya kewajiban masing-masing sesuai dengan asas keadilan dan asas keseimbangan kepentingan.

Secara yuridis, kedua peraturan diatas telah mengatur secara umum hal-hal yang terkait dengan perlindungan konsumen secara terpusat. Seiring dengan pemberian otonomi yang lebih besar kepada daerah, melalui desentralisasi urusan pemerintahan kepada daerah, pelayanan perlindungan kepada masyarakat seharusnya menjadi semakin baik. Hal ini sesuai dengan penjelasan yang tercantum dalam pasal 12 UU No 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah disebutkan bahwa, ‘... pemberian otonomi kepada daerah diarahkan untuk mempercepat terwujudnya kesejahteraan bagi masyarakat melalui peningkatan pelayanan, pemberdayaan dan peran serta masyarakat...’. Selanjutnya dalam pasal 12 UU No 23 tahun 2014, ayat (1), salah satu urusan wajib yang diserahkan terkait dengan ‘pelayanan dasar adalah, ketertiban, ketentraman dan perlindungan kepada masyarakat’. Dengan adanya ketentuan tersebut, Pemerintah Daerah Provinsi, Kabupaten dan Kota, memiliki kewenangan untuk menyelenggarakan dan melaksanakan urusan terkait dengan standarisasi dan perlindungan konsumen di daerah. Atas dasar ketentuan tersebut, tugas untuk melindungi masyarakat sebagai konsumen, merupakan bagian tanggung jawab yang tidak dapat dihindari. Pemerintah daerah sebagai bagian dari pemerintahan nasional, juga berkewajiban untuk ikut serta melindungi warga masyarakatnya dari kerugian-kerugian yang diderita, yang disebabkan oleh adanya proses transaksi dalam jual beli maupun dalam bidang lainnya.

Perlindungan konsumen merupakan salah satu masalah yang cukup mendasar (*substansial*) dalam konstelasi pembangunan nasional disebuah negara, termasuk

Indonesia. Hal tersebut memerlukan satu pengaturan yang sarat dengan perhatian dari berbagai stratifikasi social (lapisan masyarakat), dan juga tingkatan pemerintahan, agar lebih menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, yaitu masyarakat pengguna produk barang dan jasa di wilayah Kabupaten/Kota. Pengaturan tentang perlindungan konsumen tidak hanya berada pada tingkatan pengaturan yang sifatnya nasional dan makro, melainkan pula perlu pengaturan pada tingkat daerah atau mikro. Perbedaan karakteristik dan kondisi wilayah dalam kesatuan Negara Republik Indonesia, menjadikan pengaturan perlindungan konsumen pada tingkat daerah menjadi penting.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka keberadaan PERDA guna memberikan kepastian hukum mutlak dimiliki oleh setiap kabupaten/kota. Oleh karena itu, sudah pada saatnya Pemerintah Kabupaten Batang untuk membuat rancangan peraturan daerah yang terkait dengan upaya perlindungan konsumen, sebagai wujud dari perlindungan terhadap masyarakatnya.

Penyusunan naskah akademik ini mengacu kepada Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, di mana naskah akademik adalah naskah hasil penelitian atau pengkajian hukum dan hasil penelitian lainnya terhadap suatu masalah tertentu, dipertanggungjawabkan secara ilmiah mengenai suatu Rancangan Undang-Undang, Rancangan Peraturan Daerah Provinsi, atau Rancangan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota sebagai solusi terhadap permasalahan dan kebutuhan hukum masyarakat.

B. Identifikasi Masalah

Konsumen sebagai pihak pengguna akhir dalam kegiatan bisnis baik dalam usaha barang maupun jasa, sering dihadapkan pada permasalahan pada kurang kesesuaian kualitas antara yang diharapkan dengan yang diterimanya, atau kondisi yang ditawarkan dengan yang seharusnya diterima. Hal tersebut menjadi permasalahan yang perlu mendapatkan perhatian, khususnya dari pemerintah sebagai pihak yang memiliki kewenangan untuk melakukan pengaturan, pencegahan dan

sekaligus penindakan terhadap pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh pihak pelaku usaha sebagai penyedia barang dan jasa.

Ragam jenis pelanggaran yang sering dilakukan oleh pelaku usaha dapat diidentifikasi dalam bentuk antara lain:

1. Ketidaksesuaian kualitas barang dan atau jasa antara apa yang ditawarkan pelaku usaha dengan apa yang diterima oleh konsumen.
2. Pelanggaran terhadap perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha atas apa yang telah dijanjikan dalam dokumen jual beli.
3. Tidak adanya keterangan yang jelas dalam kemasan produk yang dijual oleh pelaku usaha kepada konsumen, sehingga konsumen tidak mendapatkan informasi yang jelas tentang produk yang ditawarkan dan atau diperjualbelikan.
4. Ketidaksesuaian ukuran, dan berat timbangan antara yang tertera pada label dengan kenyataan yang ada.
5. Ketidaksesuaian antara apa yang dipromosikan/diiklankan dan atau dijanjikan dengan apa yang senyatanya terjadi pada barang dan jasa.
6. Terjadinya tindak kekerasan dan atau pemaksaan terhadap konsumen, terutama dalam proses penagihan, pada pelaku usaha yang bergerak dalam bidang leasing.
7. Menawarkan barang-barang yang sudah kadaluarsa kepada konsumen.

Permasalahan di atas, menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan peraturan daerah tentang perlindungan konsumen

C. Tujuan Penulisan Naskah Akademik

Tujuan penyusunan Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis Rancangan Peraturan Daerah terkait perlindungan konsumen di Kabupaten Batang;
2. Untuk mengetahui pertimbangan atau landasan filosofis, sosiologis, yuridis mengenai pembentukan Rancangan Peraturan Daerah terkait perlindungan Konsumen di Kabupaten Batang;

3. Untuk mengetahui sasaran yang akan diwujudkan dari pembuatan peraturan rancangan peraturan daerah tentang perlindungan konsumen di Kabupaten Batang;
4. Memberikan kerangka regulasi terkait perlindungan terhadap masyarakat sebagai konsumen barang dan jasa yang diperjualbelikan di wilayah di Kabupaten Batang;
5. Memberikan kerangka regulasi dalam usaha memberdayakan masyarakat Konsumen agar terhindar dari kerugian baik material dan non material dari proses transaksi jual beli barang dan atau/jasa di wilayah Kabupaten Batang;
6. Memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum kepada masyarakat sebagai konsumen di Kabupaten Batang.

D. Metode Penulisan Naskah Akademik

Pendekatan yang digunakan dalam penulisan naskah akademik adalah pendekatan yuridis empiris dan yuridis normatif, yuridis empiris dimaksudkan untuk melihat permasalahan terkait transaksi jual beli baik berupa barang dan/atau jasa yang dapat menimbulkan sisi kerugian, khususnya bagi masyarakat konsumen.

Sedangkan pendekatan yuridis normatif yaitu pengkajian studi dokumen terhadap peraturan perundang-undangan dan berbagai kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen di Kabupaten Batang dan laporan hasil dari berbagai pertemuan, *Focus Group Discussion* (FGD), *public hearing* dan sebagainya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

- a. Data primer yaitu data yang bersumber dari hasil wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) dengan pihak-pihak terkait, penyebaran kuesioner, survey lapangan serta diskusi intensif dengan narasumber terkait dan kalangan terbatas melalui *Focus Group Discussion* (FGD).
- b. Data sekunder, yaitu data yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tertier, yang meliputi: Undang-undang, Peraturan Pemerintah dan

peraturan perundang-undangan lain yang berkaitan dengan kebijakan di bidang perlindungan konsumen serta dokumen lain yang menunjang. Data tersebut diperoleh melalui studi dokumen atau studi pustaka.

Dengan pendekatan metodologi di atas, maka output yang dapat tersusun dokumen naskah akademik yang komprehensif, baik dari sisi teknokratik maupun pada partisipasi publik.

BAB II

KAJIAN TEORITIS DAN PRAKTIS EMPIRIS

A. Kajian Teoritis

Dalam bagian ini akan jelaskan tentang perlindungan konsumen berdasarkan kajian teoritis dan kajian praktis. Kajian teoritis dimaksudkan untuk memberikan dasar dan landasan argumen teoritis tentang pentingnya perlindungan konsumen. Sedangkan kajian praktis dimaksudkan untuk memberikan informasi tentang kasus-kasus dan praktek-praktek perlindungan konsumen dalam proses bisnis dan transaksi.

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda).¹ Secara harfiah, pengertian tersebut mengandung makna "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang".² Dalam Kamus Bahasa Inggris-Indonesia, memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.³

Pengertian konsumen sebagai pemakai dapat ditinjau dari Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) No. 39/248 Tahun 1985 tentang ‘*Guidlines for Consumer Protection*’, yang mengartikan konsumen sebagai ‘pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan pribadi, keluarga, dan/atau rumah tangganya, tidak untuk diperdagangkan kembali. Selanjutnya Amerika Serikat mengemukakan pengertian "konsumen" yang berasal dari *consumer* berarti "pemakai", namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai "korban pemakaian produk yang cacat", baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati

¹CelinaTriSiwiKristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm. 22

²Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran*, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 7

³John M. Echols & Hasan Sadili, *Kamus Inggris- Indonesia*, Jakarta, Gramedia, 1986. Hal 124)

pula oleh korban yang bukan pemakai.⁴ Perancis berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang mengartikan konsumen sebagai *"the person who obtains goods or services for personal or family purposes"*. Pengertian ini hampir sama dengan yang dikemukakan oleh Wiliam (1960) bahwa Konsumen adalah *"purchaser of product or service"*⁵, Selanjutnya, Kotler (2000) mendefinisikan Konsumen sebagai 'semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi'⁶. Di Amerika Serikat pengertian konsumen meliputi korban produk yang cacat yang bukan hanya meliputi pembeli, tetapi juga korban yang bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pemakai.⁷

Dari definisi di atas terkandung dua unsur, yaitu (1) konsumen hanya orang; dan (2) barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.⁸ India juga mendefinisikan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen India yang 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."⁹

Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni :¹⁰

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersil); bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa capital yang berupa bahan baku, bahan penolong atau

⁴Celina TriSiwi Kristiyanti, *Op. Cit.*, hlm. 23

⁵Applebourn, William, *Studyng Costemer Behavior in Retail Stores, The Journal of Marketing, USA*.p.172-178

⁶Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: Prenhallindo

⁷SembiringA ; *Menyoal Tentang Perlindungan Terhadap Konsumen, 2010*

⁸Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2006*, hlm.3

⁹*Ibid.*, hlm.4

¹⁰Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Diadit Media, Jakarta, 2001*, hlm. 13 dalam Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit.*, hlm. 25

komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen.

- c. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).

Definisi konsumen juga dijelaskan dalam Pasal 1 angka 2 UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengartikan konsumen sebagai “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 diperdagangkan¹¹.”

Menurut Sidharta¹², perlindungan konsumen mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Konsumen adalah setiap orang sebagai pemakai

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah "orang" mencakup bukan hanya ‘orang individual’ yang lazim disebut *natuurlike person* tetapi juga badan hukum (*rechtspersoon*). Dengan demikian, pengertian konsumen tidak dibatasi hanya sebatas pada orang perseorangan, tetapi juga mencakup badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum.¹³

- b. Konsumen sebagai Pemakai

Penggunaan kata ‘pemakai’ digunakan karena UU Perlindungan Konsumen sebagai konsumen akhir (*end user*)¹⁴. Pembatasan makna sebagai pemakai akhir karena pengertian pemakai adalah luas, yaitu dapat dimaknai ‘semua orang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa baik dalam hubungan kontraktual atau tidak.

¹¹UU No 9 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen

¹²Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta, Grasindo, 2000. hal.2,

¹³Zakyah Eryunica, *Op.cit.* hal 23

¹⁴*Ibid.*

c. Barang dan/atau jasa

UU Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai sebagai benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, benda yang dapat dihabiskan maupun yang tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.¹⁵

d. Barang dan / atau jasa tersebut tersedia dalam masyarakat

Barang dan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia dipasaran. Namun, di era perdagangan sekarang ini, syarat mutlak itu tidak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (*developer*) perumahan telah biasa mengadakan transaksi konsumen tertentu seperti *futurestrading*¹⁶ dimana keberadaan barang yang diperjualbelikan bukan sesuatu yang diutamakan.

e. Barang dan/atau jasa tersebut digunakan bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain.

Unsur ini mengandung pengertian bahwa barang dan/atau jasa yang digunakan adalah untuk kepentingan diri sendiri, dan ini merupakan manifestasi dari teori kepentingan (pribadi) terhadap pemakaian suatu barang dan/ atau jasa¹⁷

f. Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, keluarganya, atau pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya (keperluan *non-komersial*).

¹⁵*Ibid. Hal.24*

¹⁶*Ibid*

¹⁷*Ibid.*

Dari batasan tentang unsur konsumen tersebut, maka konsumen dimaknai sebagai pengguna terakhir, tanpa melihat apakah si konsumen adalah pembeli dari barang dan/atau jasa tersebut.¹⁸ Hal ini sejalan dengan pendapat, Hondius yang menyimpulkan, ‘konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa (pengertian konsumen dalam arti sempit).¹⁹

Kesimpulan tersebut sejalan dengan beberapa definisi yang terdapat dalam naskah akademis diantaranya, *pertama*, definisi yang tercantum dalam Naskah Akademik Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN), yang mendefinisikan konsumen sebagai: ‘pemakai akhir dari barang, digunakan untuk keperluan diri sendiri atau orang lain, dan tidak diperjual belikan’²⁰. *Kedua*, Definisi yang digunakan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, yaitu ‘pemakai barang dan jasa tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri, keluarga, orang lain, dan tidak untuk diperdagangkan kembali’. *Ketiga*, Naskah Akademik dari Fakultas Hukum UI mendefinisikan konsumen sebagai ‘setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan’²¹

Dari paparan di atas, maka definisi konsumen dalam peraturan daerah ini menggunakan definisi yang digunakan oleh UU No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, oranglain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

¹⁸AbdulHalimBarkatulah, *Op.Cit.*, hlm.8

¹⁹Shidarta, *Loc.Cit.*, hlm.3

²⁰Nasution, *Naskah Akademis Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: BPHN 1980-1981. Hlm. 13

²¹Fakultas Hukum UI, *Rancangan Akademik tentang Perlindungan konsumen*, Jakarta, Mei 1992, lapi 1. Hal 1

2. Mengapa Konsumen Perlu Dilindungi

Bila menyimak surat pembaca di media cetak, banyak sekali keluhan dari konsumen yang merasa dirugikan. Misalnya soal layanan listrik PLN, *delay* pesawat, layanan barang/jasa yang buruk, mutu barang yang tidak bagus, dan lain sebagainya. Semua itu adalah persoalan yang kerap kali muncul di Indonesia. Maka inilah realitas ketertindasan konsumen dalam menghadapi pilihan-pilihan barang/jasa harus mereka konsumsi. Ironisnya, keluhan yang disampaikan kebanyakan hanya lewat surat pembaca di media massa. Cara ini terlalu sederhana dan tidak menyelesaikan masalah. Cara lain yang lebih kreatif adalah langsung mengadu ke pengurus harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) atau lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

Pengertian Perlindungan Konsumen

Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu samalain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.²² Namun, ada pula yang berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen. Hal ini dapat kita lihat bahwa hukum konsumen memiliki skala yang lebih luas karena hukum konsumen meliputi berbagai aspek hukum yang di dalamnya terdapat kepentingan pihak konsumen dan salah satu bagian dari hukum konsumen ini adalah aspek perlingkungannya, misalnya bagaimana cara mempertahankan hak-hak konsumen terhadap gangguan pihak lain.²³

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh

²² Az.Nasution *Ibid.*, hlm. 11

²³ Az.Nasution *Ibid.*, hlm. 12

optimisme. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UU Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa *Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen*. Kepastian hukum untuk member perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.²⁴

Adapun tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab.²⁵ Pengaturan tersebut adalah:

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

Umar Purba mengemukakan kerangka umum tentang sendi-sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen yaitu sebagai berikut :²⁶

- a. Pelaku usaha mempunyai kewajiban;
- b. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha;
- c. Konsumen mempunyai hak;
- d. Pengaturan tentang perlindungan konsumen berkontribusi pada pembangunan nasional;

²⁴HappySusanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm.4

²⁵AbdulHalimBarkatulah, *Op.Cit.*, hlm. 18

²⁶AbdulHalimBarkatulah, *Op.Cit.*, hlm. 18

- e. Perlindungan konsumen dalam iklim bisnis yang sehat
- f. Keterbukaan dalam promosi barang atau jasa;
- g. Pemerintah perlu berperan aktif;
- h. Masyarakat juga perlu berperan serta;
- i. Perlindungan konsumen memerlukan terobosan hukum dalam berbagai bidang;
- j. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.

Dengan adanya Undang-Undang No.8 Tahun1999 tentang Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang dan mereka dapat menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.³⁰ Purba menguraikan konsep perlindungan konsumen sebagai berikut:³¹

"Kunci Pokok Perlindungan Konsumen adalah bahwa konsumen dan pengusaha (produsen atau pengedar produk) saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pengusaha".

3. Hak Konsumen Merupakan Hak Asasi

Mengingat betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan persepsi bahwa hak-hak konsumen merupakan Generasi Keempat Hak Asasi Manusia yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi dalam perkembangan umat manusia dimasa yang akan datang. Dimana persoalan hak asasi manusia tidak cukup hanya dipahami dalam konteks hubungan kekuasaan yang bersifat vertikal, tetapi mencakup pula hubungan-hubungan kekuasaan yang bersifat horisontal, antar kelompok masyarakat, antar golongan rakyat atau masyarakat, dan bahkan antar satu kelompok masyarakat di suatu negara dengan kelompok masyarakat di Negara lain. Hak konsumen dalam artian yang luas ini dapat disebut sebagai dimensi baru hak asasi manusia yang tumbuh dan harus dilindungi dari kemungkinan penyalahgunaan atau tindakan sewenang-wenang

dalam hubungan kekuasaan yang bersifat horizontal antara pihak produsen dengan konsumennya.²⁷

Pengertian konseptual hak asasi manusia itu dalam sejarah instrumen hokum internasional setidaknya telah melampaui tiga generasi perkembangan. Generasi pertama, yaitu pemikiran mengenai konsepsi hak asasi manusia yang sejak lama berkembang dalam wacana para ilmuwan sejak era *enlightenment* di Eropa, meningkat menjadi dokumen-dokumen hukum internasional yang resmi. Puncak perkembangan generasi pertama hak asasi manusia ini adalah pada peristiwa penandatanganan naskah *Universal Declaration of Human Rights* Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada tahun 1948 setelah sebelumnya aide-ide perlindungan hak asasi manusia itu tercantum dalam naskah-naskah bersejarah di beberapa negara, seperti di Amerika Serikat dengan *Decalaration of Independence*, dan di Perancis dengan *Decalaration of Rights of Man and of the Citizen*.

Dalam konsepsi generasi pertama ini elemen dasar konsepsi hak asasi manusia itu mencakup soal prinsip integritas manusia, kebutuhan dasar manusia, dan prinsip kebebasan sipil dan politik. Pada perkembangan selanjutnya yang biasa disebut sebagai hak asasi manusia.

Generasi Kedua adalah konsepsi hak asasi manusia untuk mengejar kemajuan ekonomi, social dan kebudayaan, termasuk hak atas pendidikan, hak untuk menentukan status politik, hak untuk menikmati ragam penemuan-penemuan ilmiah, dan lain-lain sebagainya. Puncak perkembangan kedua ini tercapai dengan ditandatanganinya *International Convention Economic, Social and Cultural Rights* pada tahun 1996.

Kemudian muncul pula konsepsi baru hak asasi manusia yang mencakup pengertian mengenai hak untuk pembangunan atau *rights to development*. Hak atas atau untuk pembangunan ini mencakup persamaan atau kesempatan untuk maju yang berlaku bag isegala bangsa, dan termasuk hak setiap orang yang hidup sebagai bagian dari kehidupan bangsa tersebut. Hak untuk atau atas

²⁷SemiringA ;SudahSaatnyaHakKonsumenMerupakanHakFundamental,2010

pembangunan ini antara lain meliputi hak untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan, dan hak untuk menikmati hasil-hasil pembangunan tersebut, menikmati hasil-hasil dari perkembangan ekonomi, sosial dan kebudayaan, pendidikan, kesehatan, distribusi pendapatan, kesempatan kerja, dan lain-lain sebagainya. Konsepsi baru mulai berkembang tahun 1986 dan oleh para ahli disebut sebagai konsepsi hak asasi manusia Generasi Ketiga.

Setiap pelanggaran terhadap hak asasi manusia mulai dari generasi pertama sampai ketiga selalu melibatkan peran pemerintah yang biasa dikategorikan sebagai *crime by government* yang termasuk kedalam pengertian *political crime* (kejahatan politik) sebagai lawan dari pengertian *crime against government* (kejahatan terhadap kekuasaan). Karena itu yang selalu dijadikan sasaran perjuangan hak asasi manusia adalah kekuasaan refresif Negara terhadap rakyatnya. Dalam perkembangannya, sebagaimana diuraikan di atas dimensi-dimensi hak asasi manusia itu berubah makin kompleks sifatnya. Dimana persoalan hak asasi manusia tidak cukup hanya dipahami dalam konteks hubungan kekuasaan yang bersifat vertikal, tetapi mencakup pula hubungan-hubungan kekuasaan yang bersifat horisontal, antarkelompok masyarakat, antara golongan rakyat atau masyarakat, dan bahkan antar satu kelompok masyarakat di suatu negara dengan kelompok masyarakat di negara lain. Konsepsi baru inilah diperkenalkan dengan sebutan sebagai konsepsi Generasi Keempat.²⁸

Di Indonesia hingga kini, perjuangan, perlindungan, dan penegakan HAM masih terfokus pada masalah politik dan keamanan sehingga aspek lain dari HAM belum tersentuh sebagaimana mestinya. Bahkan secara umum perlindungan dan penegakan HAM di Indonesia masih setengah hati.

Salah satu aspek HAM yang hingga kini belum tersentuh secara baik dalam perlindungan dan penegakan HAM adalah perlindungan konsumen. Implikasinya semakin mengawatirkan karena akselerasi pemberdayaan masyarakat di bidang konsumen dan HAM masih sangat kurang dilaksanakan.

²⁸ *Ibid*

Sementara para produsen lebih mementingkan keuntungan perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat dan mengabaikan kepentingan konsumen.²⁹

Dasar hukum dari apa yang dikemukakan di atas sebenarnya dapat dilihat pada Pembukaan UUD 1945 yang menyatakan bahwa: "*Negara melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa*" adalah komitmen moral yang berdimensi kemanusiaan. Komitmen moral ini harus dijabarkan lebih luas oleh pemerintah untuk memenuhi tuntutan perlindungan HAM setiap warganegara dalam berbagai aspek kehidupan. Jadi bukan hanya perlindungan dan penegakan HAM dalam lingkup hak-hak dibidang politik dan keamanan secara sempit. Sebagaimana dinyatakan di atas salah satu aspek yang hingga kini belum tersentuh secara memadai oleh perlindungan dan penegakan HAM adalah aspek pembangunan dibidang ekonomi, baik secara luas maupun secara khusus dibidang konsumen.

Pembangunan ekonomi mencakup berbagai sektor pembangunan yang saling terkait. Salah satu bentuk keterkaitan tersebut, pembangunan di bidang ekonomi sangat berkaitan dengan persoalan HAM.

Bila kita mengkhususkan lagi, maka dimensi ekonomi yang masih kurang tersentuh selama ini baik dalam kajian teoritis apalagi dalam praktik adalah perlindungan konsumen dari perspektif HAM.

Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kegiatan ekonomi merupakan kegiatan manusia yang bersifat asasi, yakni menyangkut pemenuhan kebutuhan hidup yang sangat mendasar bagi manusia. Dalam kaitan ini, konsumen adalah manusia yang mengkonsumsi barang dan jasa. Dengan demikian bila soal pemenuhan kebutuhan pangan dan sandang manusia menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, maka tepatlah bila kita katakan bahwa perlindungan konsumen adalah bagian dari HAM. Pengabaian terhadap perlindungan konsumen dengan sendirinya bermakna

²⁹ Ahkamlayadi, *Hak Asasi Manusia dan Perlindungan Konsumen*, 2002

pelanggaran terhadap HAM, baik dalam tataran masyarakat secara keseluruhan maupun manusia secara individu.

4. Konsepsi Awal Hak Konsumen

Secara historis hak-hak dasar konsumen pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy "Presiden yang pertama kali mengangkat martabat konsumen" saat menyampaikan pidato revolusioner di depan kongres (*US Congress*) pada tanggal 15 Maret 1962 tentang hak konsumen, yang diberi judul *A Special Message of Protection the Consumer Interest*. Dalam masyarakat internasional lebih dikenal dengan "*Declaration of Consumer Right*". Presiden John F.Kennedy menyebut empat hak dasar konsumen atau *the four consumer basic rights* yaitu: (1) *the right to safety* (hak atas keamanan); (2) *the right to choose* (hak untuk memilih); (3) *the right to be informed* (hak mendapatkan informasi); (4) *the right to be heard* (hak untuk didengar pendapatnya).³⁰

Kemudian muncul beberapa hak konsumen selain itu, yaitu hak ganti rugi, hak pendidikan konsumen, hak atas pemenuhan kebutuhan dasar dan hak atas lingkungan yang sehat. Selanjutnya, keempat hak tersebut merupakan bagian dari Deklarasi Hak-hak Asasi Manusia yang dicanangkan PBB pada tanggal 10 Desember 1948, masing-masing pada pasal 3, 8, 19, 21 dan pasal 26, yang oleh Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union-JOCU*) ditambahkan empat hak dasar konsumen lainnya, hak untuk memperoleh kebutuhan hidup, hak untuk memperoleh ganti rugi, hak untuk memperoleh pendidikan konsumen, hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.³¹

Masyarakat Ekonomi Eropa (*Europese Economische Gemeenschap* atau *EEG*) juga menyepakati lima hak dasar konsumen, yaitu: hak perlindungan kesehatan dan keamanan (*reëht op beseherming Vanzijn gezend heiden*

³⁰GunawanWijayadanAYani,2001,HukumTentangPerlindunganKonsumen,Jakarta: Gramedia,hal27

³¹SembiringA,Loc.cit

Veiligheid), hak perlindungan kepentingan ekonomi (*reeht op beseherming Vanzijn economisehe belangen*), hak mendapat ganti rugi (*reeht op schade Vergoeding*), hak atas penerangan (*reeht op Voorlichting en Vorming*), hak untuk didengar (*reeht om te worden gehord*).

Dua decade kemudian setelah Kennedy menyampaikan pidato, pada tanggal 15 Maret 1983, maka Hari Hak Konsumen dirayakan untuk pertama kali, dan setelah perjalanan panjang gerakan konsumen sejak pidatonya, hak konsumen akhirnya diterima secara prinsip oleh pemerintah seluruh dunia dalam Sidang Majelis Umum PBB (*UN General Assembly*) tanggal 9 April 1985. Pengakuan hak konsumen dilakukan melalui adopsi *UN guidelines for Consumers Protection*. Lobi yang konsisten oleh kelompok konsumen berdasar *guidelines* tersebut merupakan kesinambungan untuk meningkatkan dan memperkuat perlindungan hukum bagi kelanjutan gerakan konsumen di dunia, baik di negara berkembang maupun di negara maju. Usai Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy sesudah itu, L.B. Johnson, menambahkan perlu dikembangkan konsep *product warranty and product liability*.

Konsumen sebagai pihak yang terlibat dalam proses transaksi dan sebagai pihak yang menerima dan memperoleh barang dan jasa dan juga manfaat, tentu memiliki hak dan kewajiban. Hak konsumen terkait dengan persyaratan kualitas dan kuantitas yang terkait dengan jenis barang yang diperoleh. Seorang konsumen perlu memiliki pengetahuan tentang hak-haknya terkait dengan barang dan jasa yang berhak diperoleh, agar supaya tidak dirugikan atau dimanfaatkan oleh penyedia barang dan atau jasa. Pemahaman tentang hak-hak konsumen dimaksudkan agar jika ketika seorang konsumen mendapatkan perlakuan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal itu. Konsumen dapat melindungi diri dan bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya tinggal diam saja ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha. Secara umum dikenal 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :³²

³² *Shidarta, Op.Cit., hlm. 19*

1. Hak untuk mendapatkan keamanan(*the right to safety*)

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dan barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani terlebih terhadap barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang berisiko sangat tinggi. Untuk itu diperlukan adanya pengawasan secara ketat yang harus dilakukan oleh pemerintah.

2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar baik secara lisan, melalui iklan diberbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Hal ini bertujuan agar konsumen tidak mendapat pandangan dan gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa.

3. Hak untuk memilih (*the right to choose*)

Konsumen berhak untuk menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi suatu produk. Ia juga tidak boleh mendapat tekanan dan paksaan dari pihak luar sehingga ia tidak mempunyai kebebasan untuk membeli atau tidak membeli.³³

4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi. Ini disebabkan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen.³⁴ Untuk itu konsumen harus mendapatkan haknya bahwa kebutuhan dan keluhannya bias didengarkan, baik oleh pelaku usaha yang bersangkutan maupun oleh lembaga-lembaga perlindungan konsumen yang memperjuangkan hak-hak konsumen.³⁵

³³*Ibid.*, hlm. 27

³⁴*Ibid.*, hlm. 26

³⁵HappySusanto, *Op. Cit.*, hlm. 25

Selain keempat hak diatas, hak-hak konsumen juga diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu sebagai berikut :

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

Hak-hak konsumen yang telah disebutkan di atas dapat diuraikan sebagai berikut :³⁶

1. Hak atas keamanan dan keselamatan

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila memakai suatu produk.

2. Hak untuk memilih

³⁶AhmadiMirudanSutarmanYodo,HukumPerlindunganKonsumen-CetakanPertama, Rajawali Pers,Jakarta, 2004,hlm. 45

Hak ini dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak ini, konsumen berhak memutuskan untuk membeli atau tidak suatu produk termasuk juga untuk memilih baik kualitas maupun kuantitas jenis produk yang dipilihnya. Hak ini dimiliki oleh konsumen hanya jika ada alternative pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika suatu produk dikuasai secara monopoli oleh suatu produsen pelaku usaha atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain (barang maupun jasa), maka dengan sendirinya hak untuk memilih tidak berfungsi.

3. Hak untuk memperoleh informasi

Hak atas informasi yang benar dan jelas dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk. Informasi tersebut diantaranya adalah mengenai manfaat kegunaan produk, efek samping atas penggunaan produk, tanggal kadaluwarsa, serta identitas produsen dari produk tersebut. Informasi tersebut dapat disampaikan secara lisan maupun secara tertulis, baik yang dilakukan dengan mencantumkan pada label yang melekat pada produk maupun melalui iklan-iklan yang disampaikan oleh produsen pelaku usaha, baik melalui media cetak maupun media elektronik. Informasi ini dapat memberikan dampak signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi pelaku usaha yang memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan konsumen dan pelaku usaha.

4. Hak untuk didengar

Hak ini adalah hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang

memadai, atau berupa pengaduan atas kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu produk atau berupa pernyataan pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen. Hak ini disampaikan baik secara perorangan maupun kolektif, baik yang disampaikan secara langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu, misalnya YLKI.

5. Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut

Hak ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan suatu produk melalui jalur hukum.

6. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen

Hak ini dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan maupun keterampilan yang diperlukan agar dapat terhindar dari kerugian akibat penggunaan produk. Dengan adanya pendidikan bagi konsumen diharapkan konsumen dapat lebih kritis dan teliti dalam memilih suatu produk yang dibutuhkan.

7. Hak untuk diperlakukan secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

Maksud hak ini adalah hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya.

8. Hak untuk memperoleh ganti kerugian

Hak ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen baik yang berupa kerugian materi maupun kerugian yang menyangkut diri konsumen. Hak ini dapat diselesaikan secara damai (diluar pengadilan) maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.

9. Hak untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya.

Hak ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari akibat permainan harga secara tidak wajar oleh pelaku usaha. Karena dalam keadaan tertentu konsumen dapat saja membayar harga suatu barang atau jasa yang jauh lebih tinggi daripada kegunaan atau kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang diperolehnya.

Selain memperoleh hak tersebut, konsumen juga mempunyai kewajiban. Ketentuan kewajiban konsumen dapat kita lihat dalam Pasal 5 UU Perlindungan Konsumen, yaitu :

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

Di Indonesia persaingan curang ini diatur dalam UU No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, juga dalam pasal 382 KUHP. Dengan demikian jelaslah bahwa konsumen dilindungi oleh hukum, hal ini terbukti telah diaturnya hak-hak konsumen yang merupakan kewajiban pelaku usaha dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, termasuk didalamnya juga diatur tentang segala sesuatu yang berkaitan apabila hak konsumen, misalnya siapa yang melindungi konsumen (bab VII), bagaimana konsumen memperjuangkan hak-haknya (bab IX, X, dan XI). Dengan demikian, secara eksplisit konsumen dilindungi oleh hukum, hal ini terbukti telah diaturnya hak-hak konsumen yang merupakan kewajiban pelaku usaha dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, termasuk di dalamnya juga diatur tentang segala sesuatu yang berkaitan apabila hak konsumen, misalnya siapa yang melindungi konsumen (bab VII), bagaimana konsumen memperjuangkan hak-haknya (bab IX, X, dan XI).

5. Hak Pelaku Usaha

Undang-undang Perlindungan Konsumen tidak hanya mengatur tentang hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen, melainkan juga hak-hak dan kewajiban-kewajiban pelaku usaha. Pasal 1 ayat (3) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan pengertian ‘pelaku usaha adalah setiap 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’. Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Untuk menciptakankenyamanan berusaha bagi para pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, kepada pelaku usaha diberikan hak sebagaimana yang diatur dalam Pasal 6 UUPK.

Hak Pelaku Usaha adalah :

- a. Hak untuk menerima pembayaran 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 beriktikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hokum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/ataujasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sebagai konsekuensi dari hak konsumen, maka kepada pelaku usaha dibebankan pula kewajiban-kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, yakni :

- a. berktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

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

B. Kajian Praktis

Pelaksanaan perlindungan Konsumen di Kabupaten Batang pada saat ini belum dilakukan secara intensif, karena secara struktural, pemerintah Kabupaten Batang tidak atau belum memiliki kewenangan legal untuk melakukan kegiatan perlindungan konsumen. Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, juga tidak mengamanatkan kepada pemerintah daerah untuk melakukan secara sistematis dan administratif melakukan perlindungan konsumen. Namun demikian sebagian tugas perlindungan keonsumen terdapat pada Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah.

Di lapangan, upaya perlindungan kosumen di Kabupaten Batang secara aktif sudah dilakukan oleh oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), terdapat dua LPKSM yang terdaftar, yaitu Komite Nasional Perlindungan Konsumen dan Pelaku Usaha Indonesia (KOMNAS PKPU) dan Lembaga Konsumen Garuda. Walaupun LPKSM diberi kewenangan untuk melakukan advokasi terhadap konsumen yang mengalami permasalahan dalam proses transaksi dan bisnis, namun

karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki, proses perlindungan konsumen di Kabupaten Batang belum dapat berjalan secara maksimal.

BAB III

EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT

Dalam membentuk Peraturan Daerah tentang Perlindungan Konsumen, perlu melakukan evaluasi dan analisis terhadap beberapa peraturan perundang-undangan yang terkait, baik secara vertikal maupun secara horisontal. Analisis peraturan perundang-undangan juga dilakukan terhadap peraturan daerah apabila telah ada peraturan yang terkait dengan peraturan daerah yang akan disusun. Beberapa peraturan perundang-undangan yang dievaluasi dan analisis antara lain:

1. Undang-Undang Dasar 1945

Dalam Pembukaan Undang-undang Dasar 45 alinea keempat, disebutkan bahwa, "...Pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap Bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum...." Kalimat pertama pengertian sebagai negara hukum formal. Sedangkan kalimat kedua mengandung pengertian negara hukum material. Selanjutnya dalam pasal 28 ayat 1, disebutkan bahwa "...Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan sama di depan hukum...". Pasal tersebut mengandung makna bahwa kenyamanan dan bebas dari kerugian yang diakibatkan dari perbuatan pihak lain merupakan hak dari setiap warga negara. Negara memiliki kewajiban untuk memberikan perlindungan kepada seluruh rakyat Indonesia dalam segala hal, termasuk di dalamnya atas perlakuan oleh pihak lain dalam kegiatan bisnis yang merugikan masyarakat. Ketika ada anggota masyarakat yang dirugikan oleh anggota masyarakat lain, maka negara berkewajiban untuk melindungi warga masyarakat lain yang dirugikan.

2. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya perlindungan konsumen secara substansial telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang ini menjadi dasar dan rujukan bagi peraturan pelaksanaan perlindungan konsumen pada semua lini dan sektor. UU ini menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa; hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya.

Dengan demikian pengaturan yang terkait dengan perlindungan konsumen tidak boleh bertentangan dengan undang-undang ini. Tujuan utama dari undang-undang perlindungan konsumen adalah untuk :

1. Mendorong pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggungjawab dalam menjalankan usahanya
2. Meningkatkan daya tawar konsumen terhadap pelaku dunia usaha.

Dalam Undang-Undang ini telah secara seimbang mengatur tentang hak dan kewajiban baik konsumen maupun pelaku usaha. Pasal 4, telah mengatur tentang hak konsumen, yang antara lain meliputi:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selanjutnya Pasal 6 mengatur tentang hak pelaku usaha yang meliputi :

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

Terkait dengan kewajiban konsumen, tercantum dalam Pasal 5, yang berisi antara lain:

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

Sedangkan kewajiban pelaku usaha tercantum dalam Pasal 7, yang isinya antara lain:

- 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 penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

3. UU No. 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;

Dalam pasal 5 ayat (1) mencantumkan bahwa “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama”. Selanjutnya pasal 6 menyebutkan bahwa “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama. Pasal-pasal tersebut menegaskan bahwa para pelaku usaha dilarang untuk mengadakan persekongkolan terkait dengan usahanya yang mengakibatkan kerugian pada konsumen, akibat penetapan harga yang merugikan konsumen.

4. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/Pojk.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan

Secara prinsip, peraturan Otoritas Jasa Keuangan bertujuan untuk melindungi konsumen dari kegiatan pelaku usaha jasa keuangan. Sebagai upaya perlindungan konsumen, dalam pasal 3 disebutkan bahwa “Pelaku Usaha Jasa Keuangan berhak untuk memastikan adanya itikad baik konsumen dan mendapatkan informasi dan/atau dokumen mengenai konsumen yang akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan”. Selanjutnya dalam pasal 4, diatur secara tegas tentang kewajiban dari pelaku jasa keuangan yang antara lain ayat: (1) Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib menyediakan dan/atau menyampaikan informasi mengenai produk dan/atau layanan yang akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan; (2) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dituangkan dalam dokumen atau sarana lain yang dapat digunakan sebagai alat bukti; (3) Informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib:

- a. disampaikan pada saat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai hak dan kewajibannya;
- b. disampaikan pada saat membuat perjanjian dengan konsumen; dan
- c. dimuat pada saat disampaikan melalui berbagai media antara lain melalui iklan di media cetak atau elektronik.

Selanjutnya dalam pasal 5 disebutkan bahwa Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib menyampaikan informasi yang terkini dan mudah diakses kepada konsumen tentang produk dan/atau layanan. Pasal 9 juga menyebutkan “Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib memberikan pemahaman kepada konsumen mengenai hak dan kewajiban konsumen”. Dan pada Pasal 10 ayat (1), dinyatakan bahwa “Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib memberikan informasi mengenai biaya yang harus ditanggung konsumen untuk setiap produk dan/atau layanan yang disediakan oleh Pelaku Usaha Jasa Keuangan”.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa perlindungan bagi konsumen yang melakukan transaksi dengan pelaku usaha jasa keuangan telah terlindungi secara hukum.

5. Undang-Undang No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

Dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah pasal 11 menyatakan bahwa urusan pemerintahan konkuren yang menjadi kewenangan daerah terdiri dari urusan pemerintahan wajib, dan urusan pemerintahan pilihan. Sedangkan urusan yang terkait perlindungan konsumen menurut Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 merupakan urusan pemerintahan pilihan bidang perdagangan, seperti yang tercantum dalam pasal 12 ayat (3). Sebagai urusan yang bersifat pilihan berarti urusan perlindungan konsumen bukan merupakan urusan yang harus dilaksanakan oleh daerah. Hal ini sesuai dengan makna secara harfiah tentang urusan pilihan seperti yang tercantum dalam pasal satu nomor 15, dinyatakan bahwa “Urusan pemerintahan pilihan adalah urusan pemerintahan yang wajib diselenggarakan oleh daerah sesuai dengan potensi yang dimiliki daerah”. Sedangkan masalah Perlindungan Konsumen merupakan bagian dari urusan ‘Perdagangan’. Oleh karena itu, masalah perlindungan konsumen akan sangat tergantung kepada bagaimana pemerintah daerah menganggap bahwa urusan perdagangan menjadi urgen atau tidak.

Sesuai dengan Lampiran Undang-Undang No. 32 Tahun 2014, yang tertulis dalam matrik pembagian urusan pemerintah konkuren antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah provinsi dan daerah kabupaten/kota huruf DD tentang pembagian urusan pemerintahan bidang perdagangan, nomor 5 disebutkan bahwa pelaksanaan Perlindungan Konsumen, pengujian mutu barang dan pengawasan barang dan /atau jasa menjadi urusan provinsi, sedangkan daerah kabupaten/kota dalam urusan perlindungan konsumen hanya pelaksanaan metrologi legal berupa tera, tera ulang dan pengawasan. Berdasarkan pada klausul tersebut, maka ketika pemerintah provinsi (yaitu Provinsi Jawa Tengah) tidak mengambil Urusan Perlindungan Kousnumen menjadi urusan pilihannya, maka Pemerintah Kabupaten yang berada di wilayahnya tidak memiliki kewajiban untuk ikut serta dalam pelaksanaan perlindungan konsumen.

Di sisi lain, apabila urusan Perlindungan Kounsman dianggap penting oleh Pemerintah Kabupaten, maka sebenarnya dapat saja urusan tersebut dijadikan sebagai urusan pilihan walaupun pemerintah provinsi tidak mengambilnya sebagai urusan pilihan. Untuk melakukan hal ini, maka pemerintah kabupaten harus terlebih dahulu menyusun peraturan daerah terkait dengan penetapan urusan-urusan yang menjadi kewenangannya.

6. Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/1/PBI/2014 Tentang Perlindungan Konsumen Jasa Sistem Pembayaran

Dalam hubungan antara penyelenggara dengan konsumen kerap kali konsumen berada pada pihak yang lemah. Ketidakseimbangan hubungan antara penyelenggara dengan konsumen tersebut antara lain disebabkan karena terdapatnya *asymmetric information dan power imbalances*, rendahnya kualitas pelayanan kepada konsumen, penyalahgunaan data pribadi konsumen, dan kurang efektifnya mekanisme penyelesaian sengketa antara penyelenggara dengan konsumen.

Perlindungan konsumen diciptakan dengan mengakomodasi prinsip perlindungan konsumen yang berlaku sebagai standar internasional, yang meliputi prinsip keadilan dan keandalan, transparansi, perlindungan data pribadi, serta penanganan dan penyelesaian pengaduan konsumen secara efektif. Penerapan prinsip-prinsip tersebut oleh penyelenggara diharapkan dapat menciptakan keseimbangan hubungan antara penyelenggara dengan konsumen, sehingga dapat mendukung terciptanya iklim usaha, industri dan sistem pembayaran yang sehat.

Beberapa ketentuan dalam Peraturan Bank Indonesia tersebut adalah terkait Ruang lingkup peraturan Bank Indonesia dalam pasal 2, mencakup Perlindungan Konsumen dalam kegiatan jasa Sistem Pembayaran yang meliputi:(a) penerbitan instrumen pemindahan dana dan/atau penarikan dana; (b) kegiatan transfer dana; (c) kegiatan alat pembayaran dengan menggunakan kartu; (d) kegiatan uang elektronik; (e) kegiatan penyediaan dan/atau penyetoran Uang Rupiah.

Untuk mendudukan posisi yang sama antara penyelenggara jasa keuangan dan konsumen, diatur pula tentang hak memperoleh informasi dalam Pasal 4, yang

menyebutkan “Penyelenggara berhak untuk memastikan itikad baik konsumen dan mendapatkan informasi dan/atau dokumen mengenai konsumen yang akurat, jujur, jelas, dan tidak menyesatkan”. Selanjutnya pada Pasal 5 disebutkan bahwa (1) Penyelenggara wajib memberikan kesetaraan akses kepada setiap konsumen; (2) Untuk memberikan kesetaraan penyelenggara wajib memiliki mekanisme dan prosedur pemberian layanan akses kepada konsumen; (3) Selain memiliki mekanisme dan prosedur pemberian layanan akses sebagaimana dimaksud pada ayat (2), penyelenggara juga wajib memiliki mekanisme dan prosedur pemberian layanan akses kepada konsumen berkebutuhan khusus.

7. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia, No.62/M-DAG/PER/12/2009 tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang

Dalam rangka untuk melindungi konsumen dari informasi yang tidak benar terkait dengan produk atau barang yang diperjual belikan oleh pelaku usaha, maka Peraturan Menteri tentang Kewajiban Pencatuman label dapat membantu konsumen untuk memahami tentang produk yang diperjualbelikan. Hal ini seperti yang tertulis dalam Pasal 2 ayat (1) yang menyebutkan bahwa ‘Pelaku usaha yang memproduksi atau mengimpor barang untuk diperdagangkan di pasar dalam negeri sebagaimana tercantum dalam Lampiran Peraturan Menteri tersebut wajib mencantumkan label dalam Bahasa Indonesia. Selanjutnya dalam ayat (3) disebutkan bahwa label yang tertulis sekurang-kurangnya menggunakan Bahasa Indonesia yang jelas dan mudah dimengerti.

BAB IV

LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS DAN YURIDIS

A. Landasan Filosofis

Landasan filosofis disusunnya naskah akademik ini adalah pancasila atau *rechtsidee*, yaitu konstruksi pikir yang mengarahkan hukum kepada suatu hal yang dicita-citakan. Menurut Rudolf Stamler, *rechtsidee* berfungsi sebagai *leitsern* atau bintang pemandu bagi terwujudnya cita-cita sebuah masyarakat³⁷. Falsafah atau pandangan hidup suatu bangsa berisi nilai moral dan etika dari bangsa tersebut. Moral dan etika pada dasarnya berisi nilai-nilai yang baik dan yang tidak baik. Nilai yang baik adalah nilai yang wajib dijunjung tinggi, di dalamnya ada nilai kebenaran, keadilan dan kesusilaan dan berbagai nilai lainnya yang dianggap baik. Pengertian baik, benar, adil dan susila tersebut menurut takaran yang dimiliki bangsa yang bersangkutan. Hukum dibentuk tanpa memperhatikan moral bangsa akan sia-sia diterapkan tidak akan dipatuhi. Semua nilai yang ada di bumi Indonesia tercermin dari Pancasila, karena merupakan pandangan hidup, cita-cita bangsa, falsafah, atau jalan kehidupan bangsa (*way of life*).

Falsafah hidup berbangsa, merupakan suatu landasan untuk membentuk hukum suatu bangsa, dengan demikian hukum yang dibentuk harus mencerminkan falsafah suatu bangsa. Sehingga dalam penyusunan naskah akademik harus mencerminkan moral dari daerah yang bersangkutan. Kaidah- kaidah filsafati secara normatif dituangkan ke dalam asas-asas penyusunan peraturan perundang-undangan.

³⁷Rudolf Steammler dalam Roscoe Pound, *Hukum dan Kedudukannya Dalam Masyarakat*, Terj. Budiarto, Jogjakarta: Radjagrafindo, 1996, hal.11 18

Berlakunya undang-undang dalam arti materiil, dikenal adanya beberapa asas. Asas-asas itu dimaksudkan, agar perundang-undangan mempunyai akibat yang positif, apabila benar-benar dijadikan pegangan dalam penerapannya, walaupun untuk hal itu masih diperlukan suatu penelitian yang mendalam, untuk mengungkapkan kebenarannya. Terhadap setiap sila yang terdapat dalam Pancasila, problem mengenai peredaran barang palsu memiliki keterkaitan dengan tiap-tiap silanya, yaitu: Ketuhanan Yang Maha Esa dalam sila pertama diatur mengenai kewajiban kita sebagai sesama umat manusia yang percaya akan adanya Tuhan untuk saling membina kerukunan antar manusia. Kerukunan tercipta apabila setiap hak dan kewajiban masyarakat seimbang dan tidak adanya konflik antara sesama umat beragama. Apabila kita melihat permasalahan mengenai peredaran barang palsu, hal ini sangat tidak mencerminkan adanya kerukunan yang seharusnya tercipta antar sesama manusia. Para produsen maupun pengedar barang palsu bertindak tanpa berlandaskan prinsip ketuhanan sehingga menyebabkan perbuatannya cenderung ke arah yang negatif. Sehingga diperlukan suatu aturan yang bersifat memaksa mereka untuk memperbaiki tindakan negatif tersebut demi terpenuhinya kerukunan antar sesama manusia ciptaan Tuhan.²⁾ ‘Kemanusiaan Yang Adil dan Beradab’. Sila kedua mengatur mengenai keharusan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan serta pembelaan terhadap kebenaran dan keadilan. Nilai-nilai tentang kemanusiaan harus diterapkan pada setiap tindakan agar tercipta kondisi yang baik. Begitu pula dalam melakukan pekerjaan, sudah seharusnya etika bekerja yang berlandaskan nilai-nilai kemanusiaan diimplementasikan. Apabila nilai-nilai akan kemanusiaan tersebut diperhatikan dengan baik maka sudah pasti nilai kebenaran dan keadilan terpenuhi. Namun pada faktanya masih ada pihak yang sengaja melakukan kegiatan dalam penyediaan barang dan jasa, kurang memperhatikan terhadap kepentingan pengguna atau masyarakat konsumen, atau melakukan kecurangan dalam proses transaksi. Realitas ini jelas kurang mencerminkan adanya nilai-nilai kemanusiaan sehingga tidak terpenuhinya kebutuhan akan kebenaran dan keadilan. Dari kasus kerugian yang sering dialami oleh masyarakat sebagai konsumen yang terjadi di Kabupaten Batang, maka rasa keadilan bagi pemilik masyarakat tidak terpenuhi. Apa yang menjadi haknya justru tidak dapat dipenuhi oleh para penjual barang dan jasa. Kejujuran dan keadilan yang belum sepenuhnya terlaksana ini harus segera

dikembalikan kepada hakikatnya sehingga tidak ada lagi hak masyarakat yang dilanggar. Dengan dibuatnya Rancangan Peraturan Daerah ini diharapkan mampu untuk melindungi hak- hak masyarakat sebagai konsumen, dan sekaligus juga untuk memberikan kesempatan kepada pelaku bisnis dalam bidang barang dan jasa untuk secara jujur dan bijaksana dalam melayani konsumen. Walaupun juga tidak menutup kemungkinan, banyak konsumen yang sengaja tidak melaksanakan kewajiban sebagai konsumen, ketika dalam proses transaksi

Kita sebagai warga negara Indonesia wajib untuk turut serta dalam kepentingan negara. Terciptanya kondisi usaha yang sehat merupakan salah satu kepentingan negara, sehingga demi nama baik bangsa dan negara maka dengan dibentuknya Rancangan Peraturan Daerah ini merupakan salah satu bentuk kontribusi untuk menjaga persatuan Bangsa Indonesia. Selain berlandaskan Pancasila, landasan filosofis yang lainnya terdapat pada pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia (UUD NRI 1945). Pada alinea keempat dijelaskan tujuan dari bangsa Indonesia adalah untuk melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, sehingga disusunnya Rancangan Peraturan Daerah ini merupakan salah satu upaya untuk mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia. Seperti yang termuat pada pembukaan UUD NRI 1945 dengan berlandaskan nilai-nilai yang termuat dalam Pancasila.

B. Landasan Sosiologis

Landasan sosiologis dapat diartikan sebagai norma yang dituangkan di dalam suatu peraturan perundang-undangan yang mencerminkan suatu kebutuhan masyarakat terhadap suatu peraturan yang sesuai dengan realitas kehidupan masyarakat setempat. Oleh sebab itu, agar peraturan yang disusun sesuai dengan kondisi yang ada di masyarakat, diperlukan suatu penelitian langsung di dalam masyarakat, agar gagasan-gagasan yang akan dirumuskan dalam peraturan tersebut, dalam pelaksanaannya nantinya dapat berjalan dengan efektif.

Peraturan perundang-undangan harus sesuai dengan keyakinan umum atau kesadaran hukum masyarakat. Suatu peraturan perundang-undangan harus

mempunyai landasan sosiologis apabila ketentuan-ketentuan sesuai dengan keyakinan umum atau kesadaran hukum masyarakat. Hukum dibuat harus dapat dipahami masyarakat sesuai dengan kenyataan yang dihadapi masyarakat. Dengan demikian dalam penyusunan rancangan peraturan daerah harus sesuai dengan kondisi masyarakat yang bersangkutan. Pelanggaran norma yang berlaku mengendurkan jiwa ketaatan hukum secara meluas kepada masyarakat, sehingga ancaman sanksi belum bisa menjadi tolak ukur kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku.

Bentuk ketaatan hukum yang "terbukti kebenarannya" atau "terdukung" secara otoritatif (*gesteunde naleving*) dan "pemeliharaan hukum preventif" (*preventieverrechtszorg*), yang bertujuan menghilangkan ketidakpastian hukum dan mencegah, sejauh mungkin, sengketa di kelak kemudian hari. Dengan cara ini isi-isi yang khusus dan validitas dari hubungan-hubungan hukum (yang baru) sesungguhnya diuji oleh orang-orang yang berpengetahuan hukum dan pemegang otoritas hukum. Kerja sama (atau keterlibatan) yang terang-terangan dari mereka itu, atau persetujuan diam-diam belaka, barangkali tidak memiliki ketegasan dan sifat dramatik seperti halnya dengan keputusan akibat konflik dan argumen, namun hal tersebut tetap berada dalam lingkungan pengendalian yang sah dan sanksi hukum yang berkewenangan. Tatanan dan praktik yang lama tidak dapat dengan mudah begitu saja digantikan dengan yang baru. Hal itulah yang menyebabkan bahwa masyarakat dalam transisi itu sekaligus merupakan masyarakat yang bergolak. Demikian halnya dengan dunia pemikiran hukum, secara dialektis terjadi pemikiran baru yang selalu berujung pada perubahan. Di samping itu, Satjipto Rahardjo juga menegaskan bahwa hukum bukan suatu institusi yang selesai, tetapi sesuatu yang diwujudkan secara terus menerus. Negara hukum dan institusi hukum adalah proyek yang ada dalam proses penyelesaian. Satjipto Rahardjo menambahkan bahwa pemahaman hukum secara legalistik positivistic dan berbasis peraturan (*rule basis*) tidak mampu menangkap kebenaran, karena memang tidak mau melihat atau mengakui hal itu. Dalam ilmu hukum yang legalistik-positivistic, hukum sebagai institusi pengaturan yang kompleks telah direduksi menjadi sesuatu yang sederhana,

linier, mekanistik, dan deterministik, terutama untuk kepentingan profesi³⁸. Permasalahan yang terjadi juga terkait dengan efektivitas hukum landasan sosiologis terhadap upaya untuk melindungi masyarakat dari praktek-praktek bisnis yang terjadi di pasar, dimana masyarakat sebagai konsumen sering menjadi pihak yang dirugikan, walaupun dalam beberapa kasus ada juga pelaku bisnis yang dirugikan akibat ulah dari konsumen. Kasus-kasus yang mencuat dan banyak diadukan oleh masyarakat terkait dengan perilaku pelaku bisnis yang merugikan konsumen, seperti dalam piutang kredit, *leasing* kendaraan bermotor dan kualitas barang yang diperjualbelikan, dan pemalsuan merek. Permasalahan tersebut tentu sangat meresahkan masyarakat, padahal telah ada peraturan perundangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen, yakni UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Berdasarkan hal tersebut maka terdapat kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein*. Kesenjangan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor³⁹, seperti: Pertama, kurangnya pengetahuan masyarakat Batang dalam proses transaksi dan jual beli dalam sistem yang modern. Banyak masyarakat yang tidak tahu banyak tentang seluk beluk dalam transaksi modern. Kedua, adanya faktor ekonomi, para penyedia barang dan jasa yang ingin memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan cara mengelabui konsumen. Pengelabuan tersebut dapat dilakukan dengan cara tidak memberikan informasi yang sejujurnya tentang kualitas produk barang dan jasa yang diperjualbelikan. Ketiga, konsumen kurang teliti dan cerdas dalam proses transaksi, sehingga kurang cermat dalam memilih barang dan jasa yang dikehendaki. Pada umumnya konsumen atau pembeli menginginkan suatu produk yang memiliki *brand* tapi dengan harga yang murah. Atas dasar persepsi tersebut, maka penjual berlomba-lomba untuk menjual barang yang berkualitas rendah, tetapi dengan kemasan yang

³⁸Holleman, JF. *Kasus-kasus Sengketa dan Kasus-Kasus Di Luar Sengketa Dalam Pengkajian Mengenai Hukum Kebiasaan dan Pembentukan Hukum Dalam Antropologi Hukum, Sebuah Bunga Rampai, Penyunting Ihrom.TO. Edisi Pertama. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta. 1993. Hal 73*

³⁹Dimiyati, Khudzaiyah. *Teorisasi Hukum Studi Tentang Perkembangan Pemikiran Hukum Di Indonesia 1945-1990, Cetakan Kedua. Muhammadiyah University Press. Surakarta. 2004. Hal 167-21)*

menarik. Kasus seperti ini termasuk dalam pemalsuan *brand* atau merek barang yang dijual di Kabupaten Batang.

Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan suatu peraturan yang dapat memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen yang seringkali mengalami kerugian akibat transaksi tersebut. Dengan adanya suatu peraturan tentang perlindungan konsumen, diharapkan dapat meminimalisir kerugian yang dialami oleh konsumen.

C. Landasan Yuridis

Konsumen dan produsen merupakan para pihak yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis. Ketergantungan diantara dua pihak tersebut yang menunjang suatu kehidupan perekonomian. Hubungan hukum antara produsen/penyedia barang dan atau jasa dengan konsumen atas suatu produk merupakan hubungan hukum yang selalu berkesinambungan⁴⁰. Hal ini dapat ditinjau dari aktivitas kedua belah pihak dalam kegiatan perekonomian. Penyedia barang/penjual membutuhkan dan bergantung pada kepercayaan konsumen sebagai pelanggan atas produk yang diperjual belikan⁴¹. Adanya kepercayaan konsumen membuat bisnis usaha produsen akan selalu terjamin. Selain itu, konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya tergantung terhadap para penjual sebagai penyedia barang dan/atau jasa. Dalam dunia bisnis, khususnya dalam kegiatan perdagangan/jual beli, maka anggota masyarakat dapat dikelompokkan ke dalam 2 (dua) bagian, yaitu : *Pertama*, Penjual/Penyedia barang dan/atau jasa. *Kedua*, Konsumen, adalah orang yang membutuhkan barang dan /atau jasa, guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

Seiring dengan perkembangan perekonomian masyarakat dan juga tingkat kesejahteraan masyarakat, yang dibarengi dengan perkembangan teknologi global, kebutuhan masyarakat terhadap barang dan atau jasa semakin luas dan variatif⁴². Hal ini tentunya mendorong bagi penyedia barang dan jasa atau juga produsen untuk mengikuti *trend* dari kebutuhan masyarakat tersebut. Dalam kondisi yang demikian,

⁴⁰Zakiah Eryunica, *Tinjauan Yuridis pertanggung jawaban Produsen Atas Penyataan Kadaluarsa Pada Produk Makanan dan Minuman Berdasarkan Undang-Undang No 8 tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen*, Tesis Magister Universitas Indoneisa, Jakarta, 2006 . Hal 17

⁴¹Ibid.

⁴²Ibid hal.17

maka berlaku hukum ekonomi, dimana setiap ada kebutuhan terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakan oleh masyarakat, biasanya para produsen dan penyedia barang atau jasa mengusahakan untuk memenuhinya. Kondisi tersebut juga dapat terjadi sebaliknya, dimana produsen barang/atau jasa secara simultan mengikuti perkembangan teknologi dan masyarakat, sehingga menawarkan produk barang dan atau jasa baru terhadap masyarakat.

Dalam proses pemenuhan kebutuhan barang dan/atau jasa oleh penyedia barang/produsen kepada konsumen, tersebut sering terjadi ketidakseimbangan dalam proses pemenuhannya. Ketidak seimbangan tersebut dapat tercermin dari besarnya deviasi dan perbandingan antara barang yang disediakan dengan yang dibutuhkan. Dalam kondisi dimana jumlah barang dan/atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka konsumen sering mendapatkan keuntungan, karena selain dapat memperoleh harga yang lebih murah, tetapi juga kesempatan untuk memilih barang dan/atau jasa yang sesuai dengan keinginannya. Sebaliknya apabila jumlah barang dan/atau jasa yang tersedia hanya terbatas, maka produsen atau penyedia barang dan /atau jasa memiliki keuntungan bisa mengendalikan harga barang dan atau jasa tersebut. Dalam posisi ketidakseimbangan tersebut konsumen sering dikorbankan oleh produsen atau penjual. Terdapat paling tidak dua kelompok konsumen, yaitu *pertama*, konsumen yang sering mendapatkan barang atau/jasa yang tidak sesuai dengan kualitas yang diinginkan atau dijanjikan. Dalam kelompok ini, konsumen dalam hal menerima barang tersebut dapat saja tidak menyadari terhadap kualitas barang yang diterimanya, disebabkan karena keterbatasan pengetahuan yang dimilikinya. *Kedua*, konsumen yang menyadari bahwa barang atau jasa yang diterimanya tidak sesuai dengan apa yang diinginkan atau harga yang dikeluarkan, namun konsumen sering tidak berdaya menghadapi ulah dan perbuatan para penyedia barang atau jasa. Terhadap kondisi konsumen kelompok kedua tersebut, dapat disebabkan oleh beberapa hal antara lain, konsumen memang sangat membutuhkan barang atau jasa tersebut dan tergantung terhadap barang tersebut; konsumen tidak tahu kemana harus mengadu dan melaporkan kecurangan yang dilakukan penyedia barang atau jasa, Konsumen memiliki pengetahuan yang rendah; dan kondisi konsumen yang memiliki keterbatasan ekonomi. Tindakan kenakalan dan kecurangan yang dilakukan oleh

penyedia barang tersebut sepertinya sulit untuk dihilangkan dan terus menerus terjadi.

Kesadaran untuk memberikan kedudukan yang seimbang antara konsumen dan penyedia barang melahirkan adanya usaha advokasi terhadap konsumen, yang selanjutnya diformulasikan dalam konsep 'perlindungan konsumen'. Upaya perlindungan konsumen dimaksudkan untuk melakukan perlindungan konsumen, sehingga memberikan kepastian hukum terhadap konsumen dan mencegah secara sewenang-wenang dari penyedia barang atau jasa, sehingga konsumen dapat memanfaatkan barang dan atau jasa dengan aman dan mendapatkan manfaat dan keuntungan secara maksimal.⁴³

Menurut Nasution, hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan masyarakat.⁴⁴ Sedangkan menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1, perlindungan konsumen adalah segala usaha yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Dengan demikian hukum perlindungan konsumen adalah asas, kaidah-kaidah hukum yang memberikan kepastian hukum untuk melindungi konsumen.⁴⁵

Dengan adanya hukum atau peraturan tentang perlindungan konsumen maka kedudukan konsumen dan penyedia barang dan/atau jasa dapat disejajarkan. Konsumen sebagai pihak yang menerima barang atau jasa, apabila merasa dirugikan atau mendapat perlakuan yang sewenang-wenang dari penyedia barang atau jasa dapat melakukan upaya hukum, untuk menuntut hak sesuai dengan yang semestinya. Dengan kedudukan yang seimbang tersebut, maka praktek-praktek atau perbuatan kecurangan yang dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen dapat diminimalisir. Sebaliknya, penyedia barang dan/atau jasa tidak akan menjaga kualitas barang dan juga perilakunya terhadap konsumen.

⁴³Lukman, Dauri, *Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen, Thesis, Universitas Indonesia, 2010. Hal. 62*

⁴⁴Nasution, Az, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar, cet 2, Jakarta, Diadit Media, 2002. Hal 23*

⁴⁵Lukman Dauri, *Loc.cit, 63*

Berdasarkan analisa mengenai peraturan perundang-undangan yang relevan sebagaimana pada bab II, maka pembentukan Peraturan Daerah Kabupaten Batang mengenai Perlindungan Konsumen mempunyai landasan yuridis sebagai berikut:

1. Pasal 18 ayat (6) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1965 Tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Batang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1965 Nomor 52, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2757);
3. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Kensemnen (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara 3821);
4. Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Tahun 2014 Nomor 244, tambahan Lembaran Negara 5587), Sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No 2 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No 2 Tahun 2014 tentang Pemerintahan atas Undang-undang No 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah Menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonsia Nomor 24, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5657, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No 9 tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, lembaran Negara No 58, tambahan Lembara Negara Republik Indonesia Nomor 5679)
5. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82,Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234);
6. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512);
7. Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2000 tentang Standardisasi Nasional (Lembaran Negara Repblik Indonesia Tahun 2000 Nomor 199, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4020);

8. Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Tahun 2001103, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4126);
9. Peraturan Pemerintah No. 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (Lembaran Negara Tahun 2001 Nomor 104, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4127);
10.

Peraturan

Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
11.

Peraturan Presiden

Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Lembaga Jasa Keuangan);
12.

Peraturan Otoritas

Jasa Keuangan Nomor 1/Pojk.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan);
13.

Peraturan Bank

Indonesia Nomor 16/ 1 /PBI/2014 Tentang Perlindungan Konsumen Jasa Sistem Pembayaran);
14. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2014 tentang Pembentukan Produk Hukum Daerah (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 32);
15. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 62/M-DAG/PER/12/2009, tentang Kewajiban Pencatuman Label Pada Barang;
16. Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 6/MPP/Kep/2/1998 tentang Penyelenggaraan Kemetrolagian sebagaimana telah diubah dengan keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 251/MPP/Kep/6/1999;
17. Peraturan Keputusan Menperindag Nomor: 32/MPP/Kep/10/2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat;
18. Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 19/M-IND/PER/5/2006 tentang Standardisasi, Pembinaan dan Pengawasan Standar Nasional Indonesia Bidang Industri;

19. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 14/M-DAG/PER/3/2007 tentang Standardisasi jasa Bidang Perdagangan dan Pengawasan Standar Nasional Indonesia Wajib Terhadap Barang dan Jasa yang diperdagangkan sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 30/M-DAG/Per/7/2007;
20. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/Garansi Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Telematika dan Elektronika;
21. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang Ketentuan dan Tata cara Pengawasan Barang dan/Atau jasa;
22. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 62/M-DAG/PER/12/2009 tentang Kewajiban Pencatuman Label Barang;
23. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa;
24. Peraturan Daerah Kabupaten Batang Nomor 2 Tahun 2005 Tentang Penyidik Pegawai Negeri Sipil (Lembaran Daerah Kabupaten Batang Tahun 2005 Nomor 2 Seri E Nomor 1);
25. Peraturan Daerah Kabupaten Batang Nomor 1 Tahun 2008 tentang Urusan Pemerintahan yang Menjadi Wewenang Pemerintah Kabupaten Batang (Lembaran Daerah Kabupaten Batang Tahun 2008 Nomor 1 Seri E).

BAB V
JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN UMUM, DAN RUANG LINGKUP
MATERI MUATAN PERATURAN DAERAH

A. Jangkauan dan Arah Pengaturan Mengenai Pelindungan Konsumen di Kabupaten Batang

Pembentukan suatu Rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Konsumen sebagai sasaran yang hendak dicapai. Perda ini diarahkan pada perlindungan kedua belah pihak yaitu masyarakat sebagai konsumen dan juga pengusaha sebagai penyedia barang dan jasa untuk konsumen. Bagi masyarakat konsumen, Perda ini dimaksudkan untuk melakukan perlindungan atas praktek-praktek yang merugikan konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha sebagai penyedia barang dan jasa. Demikian pula perda ini diharapkan dalam memberikan pembelajaran bagi masyarakat agar cerdas dalam melakukan transaksi sehingga tidak mudah untuk mengalami kerugian.

Bagi dunia usaha, sebagai penyedia barang dan jasa, Perda ini juga merupakan upaya pembinaan agar tidak melakukan praktek-praktek yang merugikan pihak konsumen. Para pelaku usaha diharapkan untuk melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan etika dan ketentuan yang tidak merugikan konsumen. Sebagai konsekuensi dari peraturan ini, maka Perda ini memberikan sanksi bagi para pelaku usaha yang melakukan pelanggaran, yang mengakibatkan kerugian pihak lain. Pemberian sanksi juga dapat dikenakan kepada konsumen, mengingat tidak semua perbuatan pelanggaran yang terjadi selama ini juga dilakukan oleh sebagian konsumen. Perda ini juga diarahkan untuk mendorong untuk mengedapankan praktek-praktek bisnis yang jujur tanpa adanya pihak-pihak yang merasa saling ditipu.

Perda ini juga lebih mengarahkan kepada peran pemerintah daerah sebagai pembina dan pengawas dalam kegiatan bisnis. Upaya ini perlu dilakukan agar pemerintah daerah sebagai otorisator di daerah lebih aktif dalam ikut serta melindungi masyarakat dari praktek-praktek bisnis yang merugikan masyarakat konsumen.

Kebutuhan hukum masyarakat Batang terkait dengan masih belum berperannya institusi pemerintah daerah secara aktif dalam upaya perlindungan konsumen. Undang-undang No 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, masih belum mengakar dan merambah sampai pada tataran masyarakat di daerah. Pemerintah Daerah /Kabupaten belum dilibatkan dalam upaya perlindungan konsumen. Kendala ini juga terkait dengan pengaturan tentang urusan-urusan pemerintah daerah yang didasarkan pada UU Nomor 24 tahun 2014 tentang ‘Pemerintah Daerah’, dalam *lampiran I*, bahwa tugas perlindungan konsumen diserahkan kepada Pemerintah Propinsi, sedangkan lingkup tugas Pemerintah Daerah hanya pada tugas ‘tera’ terhadap alat ukur timbangan dan meteran.

B. Ketentuan Umum

Ketentuan Umum merupakan satu ketentuan yang berisi tentang:

- a. Batasan pengertian atau definisi.
- b. Singkatan atau akronim yang digunakan dalam Peraturan Daerah.
- c. Hal-hal lain yang bersifat umum yang berlaku bagi pasal-pasal berikutnya antara lain ketentuan yang mencerminkan asas, maksud dan tujuan.

Dalam rancangan Peraturan Daerah tentang Perlindungan Konsumen Kabupaten Batang, substansi Ketentuan Umum meliputi:

1. Bupati adalah Bupati Batang.
2. Pemerintah Daerah adalah Bupati dan Perangkat Daerah Sebagai Unsur Penyelenggara Pemerintahan Daerah.
3. Dinas adalah Satuan Kerja Perangkat Daerah yang diberi wewenang dalam Perlindungan Konsumen.
4. Kepala Dinas adalah Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Batang.
5. Penyidik Pegawai Negeri Sipil yang selanjutnya disingkat PPNS adalah Penyidik Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Batang.

6. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk member perlindungan kepada konsumen.
7. 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.
8. Pelaku Usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hokum maupun bukan badan hokum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah Kabupaten Batang baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
9. **Pelaku Usaha Jasa Pembiayaan** 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 Kabupaten Batang untuk melakukan Sewa Guna Usaha, Anjak Piutang, dan Konsumen.
10. Sewa Guna Usaha (*Leasing*) adalah kegiatan dalam bentuk penyediaan barang modal baik secara Sewa Guna Usaha dengan hak opsi (*Finance Lease*) maupun Sewa Guna Usaha tanpa hak opsi (*Operating Lease*) untuk digunakan oleh Penyewa Guna Usaha (*Lessee*) selama jangka waktu tertentu berdasarkan pembayaran secara angsuran.
11. 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.
12. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
13. 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.
14. Impor adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
15. 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.

16. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang selanjutnya disebut LPKSM adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah Daerah yang mempunyai kegiatan menerima pengaduan dan menangani perlindungan konsumen di Kabupaten.
17. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah Badan non Pemerintah yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen serta berkedudukan di ibu kota provinsi.

C. Materi Muatan Peraturan Daerah

Materi Muatan Peraturan Daerah Perlindungan Konsumen berisi tentang aturan atau norma, baik berupa norma kewenangan maupun norma perilaku. Norma kewenangan merupakan aturan yang memberikan kewenangan kepada Pemerintah Kabupaten Batang untuk melakukan pelayanan atas aduan-aduan yang dilakukan oleh masyarakat terkait, pembinaan terhadap konsumen dan juga lembaga swadaya masyarakat perlindungan konsumen dan pengawasan terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen. Sedangkan norma perilaku merupakan aturan yang berisi perintah, larangan atas upaya perlindungan konsumen. Sistematika muatan materi Peraturan Daerah tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- BAB I : Ketentuan Umum
- BAB II : Azas dan Tujuan
- BAB III : Ruang Lingkup
- BAB IV : Hak Dan Kewajiban
- BAB V : Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha
- BAB VI : Ketentuan Pencatuman Klausula Baku
- BAB VII : Tanggung Jawab Pelaku Usaha
- BAB VIII : Pembinaan Dan Pengawasan
- BAB IX : Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat
- BAB X : Penyelesaian Sengketa

BAB XI : Penyidikan

BAB XII : Sanksi

BAB XIII : Penutup

BAB IV

PENUTUP

A. Simpulan

Cakupan muatan materi yang akan diatur dalam peraturan ini sangat luas, yaitu semua aktivitas kegiatan usaha yang meliputi kegiatan dalam usaha perdagangan barang dan jasa, usaha jasa pembiayaan dan usaha periklanan, baik yang dilakukan oleh perorangan maupun oleh usaha bersama. Ketiga kegiatan usaha tersebut memiliki potensi yang dapat merugikan konsumen apabila tidak dilakukan pengaturan secara cermat. Seiring dengan perkembangan kegiatan usaha, kegiatan usaha jasa pembiayaan yang berkembang pesat memiliki potensi tinggi yang banyak menyumbangkan terhadap tindakan pelanggaran yang dilakukan oleh para pelaku usaha jasa pembiayaan yang dapat berakibat pada kerugian konsumen. Hal tersebut didukung dengan kondisi masyarakat yang masih awam dan kurang paham tentang seluk beluk usaha jasa pembiayaan, dan juga nafsu untuk memiliki barang secara cepat. Namun demikian, bukan berarti sektor usaha yang lain tidak penting.

Secara umum, materi-materi tersebut telah terwadahi dalam UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan perundangan lain seperti Peraturan dari Otoritas Jasa Keuangan 1/POJK.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan. Sebagai peraturan perundangan yang dibuat pada level daerah Kabupaten, maka pengaturan tentang perlindungan konsumen lebih bersifat teknis dan operasional.

B. Saran

Agar Pelaksanaan penyusunan Peraturan Daerah tentang Pelindungan Konsumen dapat berjalan secara baik, maka diperlukan mekanisme dan prosedur yang transparan dalam pembahasan. Sebagai Peraturan Daerah inisiatif dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Batang, maka dalam pembahasan juga lebih partisipatif dan melibatkan semua *stakeholders* dari Peraturan Daerah ini. Oleh

karena itu perlu disusun jadwal yang jelas dan kegiatan yang rinci untuk setiap tahapannya.

DAFTAR PUSTAKA

Literatur:

- Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran*, Nusa Media, Bandung, 2008
- Ahkam Layadi, *Hak Asasi Manusia dan Perlindungan Konsumen*, 2002
- Anonim, 1992, Rancangan Akademik tentang Perlindungan Konsumen, Fakultas Hukum UI, Jakarta, Mei 1992, lapi 1. Hal 1
- Applebourn, William, *Studyng Costemer Behavior in Retail Stores, TheJournal of Marketting, USA.p.172-178*
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009
- Husin Syawali, Nemi Sri Imamyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit CV. Mandar Maju, Cetakan pertama, Tahun 2000
- John M. Echols & Hasan Sadili, 1986, *Kamus Inggris- Indonesia*, Jakarta, Gramedia,
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: Prenhallindo
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen-Cetakan Pertama*, Rajawali Press, Jakarta.
- _____, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan kedua, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Nasution, AZ, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Media, Jakarta,
- _____, Naskah Akademis Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta: BPHN 1980-1981. Hlm. 13
- Sembiring A., 2010, *Menyoal Tentang Perlindumgan Terhadap Konsumen*, 2010
- _____, 2010, *Sudah Saatnya Hak Konsumen Merupakan Hak Fundamental*
- Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta, Grasindo, 2000
- _____, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia Edisi Revisi 2006*, GramediaWidiasarana Indonesia, Jakarta
- Susanto, Happy, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta
- Wijaya, Gunawan dan A Yani, 2001, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia,

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1965 *Tentang Pembentukan Daerah Tingkat II Batang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1965 Nomor 52, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 2757)*

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Kesenjangan* (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara 3821)

Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang *Pemerintahan Daerah* (Lembaran Negara Tahun 2014 Nomor 244, tambahan Lembaran Negara 5587)

Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang *Pembentukan Peraturan Perundang-undangan* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5234)

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang *Perdagangan* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512)

Peraturan Pemerintah Nomor 102 Tahun 2000 tentang *Standardisasi Nasional* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 199, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4020)

Peraturan Pemerintah 58 Tahun 2001 tentang *Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen* (Lembaran Negara Tahun 2001 Nomor 103, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4126)

Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang *Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat* (Lembaran Negara Tahun 2001 Nomor 104, Tambahan Lembaran Negara 4127)

Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang *Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota* (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737)

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2014 tentang *Pembentukan Produk Hukum Daerah* (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 32)

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 62/M-DAG/PER/12/2009, tentang *Kewajiban Pencantuman Label Pada Barang*

Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 6/MPP/Kep/2/1998 tentang *Penyelenggaraan Kemetrolagian* sebagaimana telah diubah dengan

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 251/MPP/Kep/6/1999

Peraturan Menperindag Nomor: 32/MPP/Kep/10/2001 tentang *Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat*

Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 19/M-IND/PER/5/2006 tentang *Standardisasi, Pembinaan dan Pengawasan Standar Nasional Indonesia Bidang Industri*

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 14/M-DAG/PER/3/2007 tentang *Standardisasi Jasa Bidang Perdagangan dan Pengawasan Standar Nasional Indonesia Wajib Terhadap Barang dan Jasa yang Diperdagangkan* sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 30/M-DAG/Per/7/2007

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang *Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/Garansi Purna Jual dalam Bahasa Indonesia bagi Produk Telematika dan Elektronika*

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang *Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa*

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 62/M-DAG/PER/12/2009 tentang *Kewajiban Pencatuman Label Barang*

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 *Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa*