

# Hukum Perlindungan Konsumen



# Hukum Perlindungan Konsumen

Eli Wuria Dewi, S.H.



GRAHA ILMU

**HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN**, oleh *Eli Wuria Dewi, S.H.*

Hak Cipta © 2015 pada penulis



GRAHA ILMU

Ruko Jambusari 7A Yogyakarta 55283

Telp: 0274-882262; 0274-889398; Fax: 0274-889057;

E-mail: [info@grahailmu.co.id](mailto:info@grahailmu.co.id)

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit.

ISBN: 978-602-262-478-3

Cetakan Pertama, tahun 2015

Semua informasi tentang buku ini, silahkan scan QR Code di cover belakang buku ini

---

# KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahiwabarakatuh,*

**A**lhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya, serta tidak lupa kita panjatkan Shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku "*Hukum Perlindungan Konsumen*", ini dengan baik. Buku ini ditulis dengan maksud dan tujuan agar dapat membantu para pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya untuk lebih jauh memahami tentang penerapan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan oleh para pelaku bisnis dalam kehidupan masyarakat. Buku yang membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen ini membahas mengenai Hukum Perlindungan Konsumen secara Garis Besar, Perlindungan Konsumen dalam Hukum Positif Indonesia, Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berkaitan dengan Kerugian Konsumen, Permasalahan-permasalahan Terkait dengan Hukum Perlindungan Konsumen, Lembaga-lembaga yang Berperan dalam Upaya Hukum Perlindungan Konsumen, dan juga Ketentuan-Ketentuan Mengenai Sanksi dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Semoga hasil karya yang penulis tuangkan dalam buku ini dapat membantu dan memberikan kemudahan bagi para pembaca untuk memahami tentang Hukum Perlindungan Konsumen baik di dalam teori maupun praktek. Penulis sangat menyadari bahwa tulisan dalam buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis berharap kepada para pembaca untuk senantiasa dapat memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun. Selanjutnya semoga semua bantuan yang telah disumbangkan oleh semua pihak dalam penyusunan buku ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, serta pihak-pihak yang memerlukannya, sebagai dasar dan pengembangan ilmu pengetahuan.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahiwabarakatuh.*

Yogyakarta, 10 Juni 2015

Eli Wuria Dewi

---

# DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>KATA PENGANTAR</b>   | <b>v</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b>   | <b>vii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>  | <b>1</b>   |
| A. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen   | 1          |
| B. Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen                                    | 9          |
| C. Hubungan Antara Konsumen dan Pelaku Usaha                                      | 15         |
| D. Istilah-istilah Umum yang Terdapat dalam<br>Hukum Perlindungan Konsumen        | 30         |
| <b>BAB II PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM HUKUM<br/>POSITIF DI INDONESIA</b>          | <b>35</b>  |
| A. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Positif<br>Indonesia                         | 35         |
| B. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia                                 | 51         |
| <b>BAB III TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA BERKAITAN<br/>DENGAN KERUGIAN KONSUMEN</b> | <b>57</b>  |
| A. Pengertian Pelaku Usaha  | 57         |
| B. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha   | 59         |
| C. Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha                                      | 62         |
| D. Tanggung Jawab Pelaku Usaha  | 66         |

|               |   |            |
|---------------|---|------------|
| E.            | Prinsip-prinsip Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen   | 70         |
| <b>BAB IV</b> | <b>PERMASALAHAN-PERMASALAHAN TERKAIT DENGAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN</b>                                     | <b>79</b>  |
| A.            | Permasalahan Iklan atau Promosi   | 80         |
| B.            | Permasalahan Keamanan Pangan  | 88         |
| C.            | Permasalahan Pernyataan Halal dalam Label   | 96         |
| <b>BAB V</b>  | <b>LEMBAGA-LEMBAGA YANG BERPERAN DALAM UPAYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN</b>                                    | <b>105</b> |
| A.            | Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)  | 106        |
| B.            | Badan Perlindungan Konsumen Nasional  | 108        |
| C.            | Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)   | 111        |
| D.            | Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)  | 119        |
| <b>BAB VI</b> | <b>KETENTUAN-KETENTUAN MENGENAI SANKSI DALAM UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN</b> | <b>123</b> |
| A.            | Sanksi Administrasi   | 123        |
| B.            | Sanksi Pidana   | 125        |
| C.            | Sanksi Perdata  | 131        |
| D.            | Upaya Penyelesaian Sengketa dalam Hukum Perlindungan Konsumen   | 133        |
|               | <b>DAFTAR PUSTAKA</b>   | <b>165</b> |
|               | <b>LAMPIRAN</b>   | <b>169</b> |

# BAB I

---

## PENDAHULUAN

### A. PENGERTIAN HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pembangunan serta perkembangan perekonomian pada umumnya terhadap berbagai kemajuan yang terjadi pada bidang teknologi, industri, ekonomi maupun perdagangan, mengakibatkan semakin banyak permasalahan yang terjadi di negara kita, khususnya adalah permasalahan mengenai perlindungan konsumen di dalam bidang perindustrian dan perdagangan nasional yang telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh berbagai bentuk kemajuan teknologi, telekomunikasi dan informatika telah memperluas terhadap ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa yang melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/ atau jasa yang ditawarkan menjadi bervariasi baik berupa produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kondisi yang demikian pada satu pihak memang cenderung menguntungkan bagi konsumen, hal tersebut dikarenakan kebutuhan konsumen akan barang dan/ atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan mereka untuk dapat memilih berbagai macam jenis kualitas produk

barang dan/ atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Akan tetapi kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, bahkan konsumen berada pada posisi yang lemah, karena sebagian besar konsumen cenderung dijadikan objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh para pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan melalui iklan di media cetak maupun media online, serta penerapan perjanjian standar yang terkadang cenderung sangat merugikan konsumen di dalam menawarkan serta memperdagangkan produk barang dan/ atau jasa.

Oleh karena itu berkaitan dengan permasalahan perlindungan konsumen, maka seluruh permasalahan maupun kasus-kasus mengenai sengketa konsumen penyelesaiannya dapat dilaksanakan melalui jalur litigasi (pengadilan) ataupun non litigasi (penyelesaian sengketa di luar pengadilan), sebagaimana terdapat di dalam peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen yang mengatur mengenai hak-hak konsumen yang harus dilindungi oleh undang-undang tersebut. Adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau yang sering disebut dengan UUPK dimaksudkan agar dapat menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah maupun lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat (LPKSM) untuk dapat melakukan pemberdayaan konsumen melalui pembinaan maupun pendidikan terhadap para konsumen.<sup>1</sup> Upaya pemberdayaan yang dilakukan melalui pembinaan dan pendidikan konsumen ini sangat penting karena bukan hal yang mudah mengharapkan kesadaran dari para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usaha mereka, yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Berkaitan dengan prinsip tersebut, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar dari pelaku usaha dalam menjalankan usahanya hanya menggunakan modal pas-pasan atau kecil, akan tetapi selalu mengharapkan keuntungan yang