



**PERAN YAYASAN LEMBAGA PEMBELAAN DAN
PERLINDUNGAN KONSUMEN JAWA TENGAH SEBAGAI
LPKSM DALAM MENYELESAIKAN SENGKETA
KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR
8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Elesa Andrea N.S

8111410187

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul “Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah Sebagai LPKSM Dalam Menyelesaikan Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” oleh Pembimbing siap untuk diajukan pada sidang skripsi.

Hari/tanggal : Kamis / 23 April 2019

Mengetahui,
Pembantu Dekan I Bidang Akademik
Fakultas Hukum Universitas Negeri
Semarang



Drs. Sutadi, S.H., M.Si
NIP.196711161993091001

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Andry Setiawan, S.H., M.H
NIP.197403202006041001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi dengan judul “Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah Sebagai LPKSM Dalam Menyelesaikan Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” yang ditulis oleh Elesya Andrea N.S, NIM 8111410187 ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang pada:

Hari/tanggal : Selasa / 5 Mei 2015

Ketua



Dharmanto Satlan, M.H.
NIP. 19530825498203 1 003

Sekretaris,

Drs. Suhadi, S.H., M.Si.
NIP. 19671116 199309 1 001

Penguji Utama

Nurul Fibrianti, S.H., M.Hum
NIP. 198302122008012008

Penguji I

Ubaidillah Kamal, S.Pd., M.H
NIP. 197505041999031001

Penguji II

Andry Setiawan, S.H., M.H
NIP. 197403202006041001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya (penelitian dan tulisan) sendiri, bukan buatan orang lain, dan tidak menjiplak karya ilmiah orang lain, baik seluruhnya atau sebagian. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 2015



Elesya Andrea N.S
NIM. 8111410187

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Apa saja yang kamu minta dan doakan, percayalah bahwa kamu telah menerimanya, maka hal itu akan diberikan kepadamu” (Markus 11:24)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- Kedua orang tuaku tercinta, Haposan Siburian dan Hotmaida Hutapea
- Kakak dan kedua adikku tercinta, Lasma Esther Aveyana Siburian, Samuel Maysan Siburian, dan Julio Sabel Siburian
- Debora Manullang terkasih
- Sahabat-sahabatku tersayang
- Teman-teman Imabies dan Almamaterku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkatNYA kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah Sebagai LPKSM Dalam Menyelesaikan Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”.

Penulis juga tidak lupa untuk mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih, terutama kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman.,M.Hum selaku Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Sartono Sahlan.,M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Suhadi, S.H.,M.Si selaku Pembantu Dekan Bidang Akademik Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
3. Drs. Herry Subondo.,M.Hum selaku Pembantu Dekan Bidang Administrasi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
4. Ubaidillah Kamal.,S.Pd.,M.H selaku Pembantu Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
5. Dosen dan Staf Akademik Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

6. Indung Wijayanto.,S.H.,M.H selaku Dosen Wali yang selalu memberikan bimbingan dan saran dalam menyelesaikan studi.
7. Andry Setiawan, S.H.,M.H selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, memberi kritik, dan saran dalam menyelesaikan skripsi.
8. Drs. HM. Faishal selaku Direktur YLPPK JATENG yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
9. Kedua orang tuaku yang senantiasa memberikan kasih sayang, tiada henti mendoakan dan memberi dukungan.
10. Kakak dan Kedua adikku, serta semua keluarga yang selalu memberi doa dan dukungan.
11. Debby yang selalu memberikan waktu, perhatian, serta semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
12. Teman-teman Imabies dan teman satu almamater yang memberikan semangat dan membantu dalam setiap proses penulisan ini.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Harapan penulis, kiranya skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan masukan bagi setiap pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Semarang, 2015

Elesa Andrea N.S
NIM.8111410187

ABSTRAK

Andrea, Elesya N.S. 2015. *Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.* Skripsi, Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Andry Setiawan, S.H.,M.H.

Kata kunci: Peran LPKSM, sengketa konsumen, Perlindungan Konsumen

Konsumen dengan segala keterbatasannya yang ada sering membeli produk yang tidak sebagaimana diharapkan dan menderita kerugian akibat membeli produk tersebut. Seiring berjalannya waktu untuk membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa dan agar dapat membantu konsumen dalam menyelesaikan sengketa dengan pelaku usaha muncul Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang dibentuk oleh masyarakat itu sendiri. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ini berfungsi sebagai penerima aspirasi atau keluhan konsumen yang dirugikan dan untuk menangani masalah penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen. Adapun perumusan masalah yang diteliti adalah Bagaimana Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Penulis menggunakan Pendekatan yuridis sosiologis dengan jenis penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan data primer dan sekunder. Validitas data menggunakan triangulasi data dengan mengajukan berbagai macam-macam variasi pertanyaan, pengecekan dilakukan dengan berbagai macam sumber data, berbagai metode dimanfaatkan untuk dapat melakukan pengecekan kepercayaan data.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penulis menyimpulkan, Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai wujud dari LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen yakni sebagai pihak yang melakukan upaya perdamaian bagi konsumen dan pelaku usaha yang memiliki sengketa, meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri tidak mengatur mengenai tugas dan kewenangan dari YLPPK Jawa Tengah selaku LPKSM untuk menyelesaikan sengketa konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Peran	12
2.2 Tinjauan Umum Tentang Konsumen	
2.2.1 Pengertian Konsumen	12

2.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen	14
2.3 Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha	
2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha.....	19
2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	21
2.4 Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen	25
2.5 Gerakan Perlindungan Konsumen	28
2.5.1 Lembaga dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.....	33
2.6 Tinjauan Umum Tentang Sengketa Konsumen	
2.6.1 Sengketa atau Konflik.....	34
2.6.2 Pengertian Sengketa Konsumen	36
2.7 Tinjauan Umum Tentang Sumber Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen	42
2.8 Tinjauan Umum Tentang Penyelesaian Sengketa Konsumen	45
2.9 Tinjauan Umum Tentang LPKSM.....	53
2.9.1 Pengertian Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.....	53
2.9.2 Tugas dan Wewenang LPKSM.....	54
2.10 Kerangka Berpikir	57

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	58
3.2 Jenis Penelitian.....	59
3.3 Fokus Penelitian	59
3.4 Lokasi Penelitian	60
3.5 Sumber Data Penelitian	

3.5.1 Sumber Data Primer.....	60
3.5.2 Sumber Data Sekunder	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data	62
3.6.1 Teknik Wawancara	63
3.6.2 Teknik Dokumentasi.....	64
3.7 Validitas Data	64
3.8 Analisis Data	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen (YLPPK) Jawa Tengah.....	67
4.1.1.1 Latar Belakang Lahirnya Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen (YLPPK) Jawa Tengah sebagai LPKSM	67
4.1.1.2 Visi dan Misi YLPPK Jawa Tengah.....	72
4.1.1.3 Tujuan dan Usaha YLPPK Jawa Tengah.....	72
4.1.1.4 Lokasi YLPPK Jawa Tengah.....	74
4.1.2 Peran Yayasan Lembaga Pembelaan Dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai LPKSM Dalam Menyelesaikan Sengketa Konsumen.....	75
4.1.2.1 Hambatan Yang Dialami Yayasan Lembaga Pembelaan Dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah Dalam Menyelesaikan Sengketa Konsumen.....	87

4.2 Pembahasan

4.2.1 Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen

Jawa Tengah sebagai LPKSM Dalam Menyelesaikan Sengketa

Konsumen..... 90

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan 96

5.2 Saran 97

DAFTAR PUSTAKA xvi

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR SINGKATAN

ADR	: Alternative Dispute Resolution
BPHN	: Badan Pembinaan Hukum Nasional
BPSK	: Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen
ISEI	: Ikatan Sarjan Ekonomi Indonesia
KPPK	: Komisi Pembelaan dan Perlindungan Konsumen
LBH	: Lembaga Bantuan Hukum
LP2K	: Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen
LPKSM	: Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat
TDLPK	: Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen
UUPK	: Undang-Undang Perlindungan Konsumen
WTO	: World Trade Organization
YLBKI	: Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia
YLKI	: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia
YLPPK	: Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen

DAFTAR BAGAN

Bagan :	Halaman
Bagan 2.9 Kerangka Berpikir	57
Bagan 4.1 Struktur Organisasi YLPPK Jawa Tengah.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat izin penelitian dari Fakultas Hukum

Lampiran 2 Surat Laporan Selesai Bimbingan Skripsi

Lampiran 3 Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Lampiran 4 Surat keterangan telah melakukan penelitian dari YLPPK JATENG

Lampiran 5 Struktur Organisasi YLPPK JATENG

Lampiran 6 Instrumen Penelitian

Lampiran 7 TDLPK YLPPK JATENG

Lampiran 8 Formulir Pengaduan Konsumen

Lampiran 9 Daftar Kegiatan YLPPK Jawa Tengah

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan perekonomian nasional telah menghasilkan variasi produk barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Perkembangan dunia usaha yang saat ini begitu cepat tidak lepas dari adanya peran dan kegiatan-kegiatan usaha yang berkaitan dengan perdagangan, baik itu perdagangan barang dan/atau jasa. Wujud dari perkembangan tersebut ditandai dengan beredarnya barang dan/atau jasa yang dipasarkan secara bebas, baik produk dalam negeri maupun produk luar negeri. Selain itu adanya faktor pendukung seperti kemajuan ilmu pengetahuan, kecanggihan teknologi serta perkembangan komunikasi dan informatika juga turut mendukung perluasan ruang gerak transaksi barang dan/atau jasa.

Dampak positif yang dirasakan konsumen ialah kemudahan untuk menjatuhkan pilihan terhadap barang dan/atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya. Pada sisi lain tidak tertutup kemungkinan munculnya dampak negatif yang dirasakan konsumen dengan beredarnya produk yang tidak memenuhi syarat kesehatan dan keamanan konsumen. Kondisi dan fenomena tersebut dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang. Fenomena yang tidak seimbang menempatkan konsumen cenderung dijadikan objek aktivitas bisnis dari pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya melalui iklan, promosi, cara penjualan serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Kelemahan konsumen dibandingkan dengan pelaku usaha dapat terlihat pada faktor ekonomi, pengetahuan, psikologis, maupun pendidikan. Menurut hasil penelitian BPHN (Badan dan Pembinaan Hukum Nasional), faktor-faktor penyebab lemahnya konsumen juga dapat muncul karena hal-hal sebagai berikut (Intan Nur Rahmawanti 2014:44) :

1. Masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya.
2. Belum terkondisinya masyarakat konsumen karena masyarakat belum tahu hak-hak dan kemana hak-haknya disalurkan jika mendapatkan kesulitan atau kekurangan dari standar barang atau jasa yang sewajarnya.
3. Belum terkondisinya masyarakat konsumen menjadi masyarakat yang mempunyai kemauan menuntut hak-haknya.
4. Proses peradilan yang ruwet dan waktu yang berkepanjangan.
5. Posisi konsumen yang lemah.

Dalam pola sosial yang terjadi, faktor-faktor tersebut ditambahkan dalam wujud sebagai berikut :

1. Politik pembangunan di negara kita lebih meleluasakan pelaku usaha, berupa melonggarkan norma-norma hukum dalam penerapan dan penataan hukum konsumen.
2. Tidak konsistennya badan peradilan atas putusan-putusannya, kerap terjadi perbedaan putusan-putusan pengadilan dalam kasus-kasus serupa.
3. Sistem hukum kita masih belum banyak menjamah dan merumuskan kebijakan untuk melindungi konsumen.
4. Tarik-menarik berbagai kepentingan diantara para pelaku ekonomi yang bukan konsumen, pihak mana memiliki akses kuat dalam pelbagai lini, tidak

terkecuali kepada pengambil keputusan. Figur ini secara sosiologis berada diluar jangkauan hukum. (Intan Nur Rahmawanti 2014:44)

Faktor penyebab lemahnya konsumen dapat berasal dari sisi hukum, dapat pula dari kondisi sosial yang berkembang. Penyebab lemahnya konsumen dari sisi hukum, garis besarnya adalah belum adanya kesadaran konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen. Kelemahan ini sudah semakin tereliminasi seiring berkembangnya teknologi informasi yang memungkinkan setiap orang mengakses informasi dan mempublikasikanya kepada siapapun. Perkembangan teknologi informasi tersebut tidak lantas membuat konsumen sangat kuat melainkan tetap harus berada pada koridor aturan komunikasi yang tepat, jika tidak konsumen dapat terjerat kepada kasus diluar sengketa konsumen itu sendiri, misalnya pencemaran nama baik.

Konsumen dengan segala keterbatasannya yang ada sering membeli produk yang tidak sebagaimana diharapkan sehingga menderita kerugian akibat membeli produk tersebut. Kerugian konsumen tersebut merupakan akibat dari pemakaian produk si pelaku usaha maka pelaku usaha harus bertanggung jawab akan kerugian tersebut. Pelaku usaha yang menimbulkan kerugian terhadap konsumen, membuat masyarakat atau konsumen yang menjadi korban tidak tahu kemana harus mengadakan keluhan apabila mereka mengalami kerugian. Lemahnya posisi konsumen tersebut diantara lain disebabkan oleh perangkat hukum yang ada belum bisa memberikan rasa aman. Peraturan perundang-undangan yang ada kurang memadai untuk secara langsung melindungi kepentingan konsumen terlebih penegakan hukum (*Law enforcement*) itu sendiri dirasakan kurang tegas.

Dibutuhkan lembaga khusus yang dapat melindungi konsumen baik yang dibentuk oleh swadaya masyarakat maupun yang dibentuk oleh pemerintah, dimana

lembaga tersebut berfungsi melindungi konsumen dari perbuatan pelaku usaha yang tidak beritikad baik. Mengingat secara mendasar konsumen membutuhkan perlindungan hukum yang memadai, yang memberikan jaminan bahwa ia berada pada posisi yang sederajat dengan pelaku usaha. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang disingkat BPSK ialah salah satu Lembaga yang dibentuk untuk menangani penyelesaian sengketa konsumen yang mengenai tugas dan wewenangnya diatur dalam Pasal 52 huruf (a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, menyatakan bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dapat melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi.

Seiring berjalannya waktu untuk membantu konsumen Indonesia agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa dan agar dapat membantu konsumen dalam menyelesaikan sengketa dengan pelaku usaha muncul Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang dibentuk oleh masyarakat itu sendiri. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ini berfungsi sebagai penerima aspirasi atau keluhan konsumen yang dirugikan dan untuk menangani masalah penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha.

Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam menyelesaikan sengketa konsumen sebenarnya tidak diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen namun diatur lebih lanjut dalam anggaran dasar Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) tersebut. Pasal 1 angka (3) Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat menentukan bahwa Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya

Masyarakat (LPKSM) adalah Lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

Hadirnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) diharapkan dapat membantu konsumen dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha yang menimbulkan kerugian bagi konsumen yang dalam hal ini adalah peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Provinsi Jawa Tengah yaitu Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah (YLPPK Jawa Tengah).

Berdasarkan uraian singkat diatas mendorong dilakukan pengkajian lebih dalam mengenai Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang dituangkan dalam bentuk tulisan dengan judul **PERAN YAYASAN LEMBAGA PEMBELAAN DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN JAWA TENGAH SEBAGAI LPKSM DALAM MENYELESAIKAN SENGKETA KONSUMEN DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang membahas mengenai Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen, maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa permasalahan, yaitu :

1. Adanya perkembangan kegiatan-kegiatan usaha yang berkaitan dengan perdagangan baik itu perdagangan barang dan/atau jasa.
2. Perkembangan kegiatan usaha ditandai dengan beredarnya beribu-ribu barang dan/atau jasa yang dipasarkan secara bebas oleh pelaku usaha.

3. Beredarnya banyak produk yang tidak memenuhi syarat kesehatan dan keamanan konsumen.
4. Adanya ketidakseimbangan dimana konsumen cenderung dijadikan objek aktivitas bisnis dari pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.
5. Konsumen terkadang tidak mengetahui kemana tempat untuk mengadu keluhan yang dialami.
6. Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen.
7. Upaya-upaya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam menyelesaikan sengketa konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Penulis membuat pembatasan masalah agar masalah yang akan di bahas tidak meluas sehingga dapat mengakibatkan ketidakjelasan pembahasan masalah, maka penulis akan membatasi masalah yang akan dikaji secara kompleks dan tidak meluas yaitu sebagai berikut :

1. Kepastian Hukum dari Pemerintah yang memberikan perlindungan terhadap konsumen dan memberikan jaminan bahwa konsumen berada pada posisi yang sederajat dengan pelaku usaha .
2. Peran dari Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya masyarakat dalam menyelesaikan sengketa konsumen.
3. Hambatan yang dialami Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam menyelesaikan sengketa konsumen.
4. Upaya yang dilakukan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam menyelesaikan sengketa konsumen.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa permasalahan yang perlu dikaji, yakni :

1. Bagaimana Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ?

1.5 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian adalah untuk mendalami berbagai aspek tentang permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah diatas. Secara khusus tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Mengetahui Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat, yang dapat dijadikan acuan bagi konsumen dan pelaku usaha dalam menyelesaikan sengketa pada Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Peneliti mengahrapkan dapat memberikan kegunaan dari dua sisi, yaitu :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk menambah wawasan dibidang hukum perlindungan konsumen, khususnya mengenai

Penyelesaian sengketa konsumen di Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan nantinya dapat memberikan pengetahuan kepada konsumen dan pelaku usaha betapa efektifnya menyelesaikan sengketa di Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan serta pengetahuan bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa yang ingin mengetahui peraturan perundangan dan peraturan lain yang menjadi dasar dan terkait dengan penyelesaian sengketa konsumen melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika adalah gambaran singkat secara menyeluruh dari suatu karya ilmiah, yang dalam hal ini adalah penulisan skripsi. Adapun sistematika ini bertujuan untuk membantu para pembaca dengan mudah memahami skripsi ini. Penulisan skripsi ini terdiri dari tiga bagian yaitu: bagian pendahuluan, bagian isi dan bagian akhir skripsi. Bagian awal skripsi berisi tentang halaman judul, halaman pengesahan, motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi dan daftar lampiran. Bagian isi skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu:

a. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal skripsi mencakup halaman sampul depan, halaman judul, abstrak, halaman pengesahan, motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar lampiran.

b. Bagian Isi Skripsi

Bagian isi skripsi mengandung lima (5) bab yaitu, pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan serta penutup.

1. BAB I PENDAHULUAN

Penulis dalam bab ini, menguraikan latar belakang, perumusan dan pembatasan masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori, berisi tentang teori yang memperkuat penelitian seperti teori dan hal-hal yang berkenaan dengan itu.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang : pendekatan penelitian yang digunakan, spesifikasi penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, instrument penelitian serta keabsahan data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang metode yang dipakai dalam membuat skripsi ini. Metode yang dipakai penulis dalam menyusun skripsi ini adalah metode penelitian yuridis sosiologis.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran dari pembahasan yang diuraikan

c. Bagian Akhir Skripsi

Bagian akhir dari skripsi ini sudah berisi tentang daftar pustakan dan lampiran. Isi daftar pustaka merupakan keterangan sumber literatur yang digunakan dalam penyusunan skripsi. Lampiran dipakai untuk mendapatkan data dan keterangan yang melengkapi uraian skripsi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Peran

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian peran adalah perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat.

2.2 Tinjauan Umum Tentang Konsumen

2.2.1 Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *consumer*, secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula kamus bahasa Inggris-Indonesia yang memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen. Kamus umum bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan dari produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya (Zulham 2013:15).

Inosentius Samsul menyebutkan konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh dari cara lain, seperti pemberian, hadiah dan undangan. Mariam Darus Badrul Zaman mendefinisikan konsumen dengan cara mengambil alih pengertian yang digunakan oleh kepustakaan Belanda, yaitu: "semua individu yang menggunakan barang dan jasa secara konkrit dan riil" (Zulham 2013:16).

Para ahli hukum pada umumnya sepakat bahwa arti konsumen adalah pemakai terakhir dari benda dan/atau jasa yang diserahkan kepada mereka oleh

pengusaha. Sedangkan Menurut Az Nasution, konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk keperluan kebutuhan komersial (Az Nasution 1995:73).

Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai, pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa (*uitendelijke gebruiker van goederen en diensten*). Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai terakhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen dalam arti sempit hanya mengacu kepada konsumen pemakai terakhir (Shidarta 2006:3).

Berdasarkan dari beberapa pengertian konsumen yang telah dikemukakan di atas, maka konsumen dapat dibedakan kepada tiga batasan, yaitu :

1. Konsumen dalam arti umum yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara (*intermediate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
3. Konsumen akhir (*ultimate consumer / end user*), adalah, setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.

Konsumen akhir inilah yang dengan jelas diatur perlindungannya dalam UUPK Pasal 1 angka 2 yang berbunyi “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”. Selanjutnya apabila digunakan istilah konsumen dalam penelitian ini, yang dimaksud adalah konsumen akhir (Zulham 2013:18).

2.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak dan Kewajiban Konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Menyebutkan Hak Konsumen adalah :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa 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.

Sembilan butir hak konsumen diatas, menunjukkan bahwa masalah kenyamanan, kemanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Selanjutnya, untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya akan nyaman, aman, maupun tidak membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi (Abdul Halim Barakatullah 2010:34).

Hak-hak dalam Undang-Undang perlindungan konsumen diatas merupakan penjabaran dari pasal-pasal yang bercirikan negara kesejahteraan yaitu Pasal 27 ayat 2 dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia. Betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan pemikiran yang berpendapat bahwa hak-hak konsumen merupakan "generasi keempat hak asasi manusia", yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi manusia dalam perkembangan dimasa-masa yang akan datang.

Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 UUPK lebih luas dari pada hak-hak dasar konsumen sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J.F.Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962 yaitu terdiri atas :

a. Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*)

Aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pemasar barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Pada posisi ini, intervensi, tanggungjawab dan peranan pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan dan keamanan konsumen sangatlah penting. Karena itu pula, pengaturan dan regulasi perlindungan konsumen sangat dibutuhkan untuk menjaga konsumen dari perilaku produsen yang nantinya dapat merugikan dan membahayakan keselamatan konsumen.

b. Hak memilih (*the right to choose*)

Bagi konsumen, hak memilih merupakan hak prerogatif konsumen apakah ia akan membeli atau tidak membeli suatu barang dan/atau jasa. Oleh karena itu oleh karena itu, tanpa ditunjang oleh hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, tingkat pendidikan yang patut, dan penghasilan yang memadai, maka hak ini tidak akan banyak artinya. Apalagi dengan meningkatnya teknik penggunaan pasar, terutama lewat iklan, maka hak untuk memilih ini lebih banyak ditentukan oleh faktor-faktor diluar diri konsumen.

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

Hak ini mempunyai arti yang sangat fundamental bagi konsumen bila dilihat dari sudut kepentingan dan kehidupan ekonominya. Setiap keterangan mengenai sesuatu barang yang akan dibelinya atau akan mengikat dirinya, haruslah diberikan selengkap mungkin dan dengan penuh kejujuran. Informasi baik secara langsung maupun secara umum melalui berbagai media komunikasi seharusnya disepakati bersama agar tidak menyesatkan konsumen.

d. Hak untuk didengar (*The right to be heard*)

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa pentingnya harus diperhatikan dan tercermin dalam kebijakan pemerintah, termaksud turut didengar dalam pembentukan kebijakan tersebut. Selain itu, konsumen juga harus didengar setiap keluhan dan harapannya dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dipasarkan produsen. (Zulham 2013:48)

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 ditambahkan empat hak dasar konsumen lainnya, yaitu:

- a. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup
- b. Hak untuk memperoleh ganti rugi
- c. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen
- d. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat

Selain memperoleh hak tersebut, sebagai *balance* konsumen juga mempunyai beberapa kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 5 UUPK.

Kewajiban Konsumen, adalah :

- 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 yang sesuai dengan nilai tukar yang disepakati ;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Itu dimaksudkan agar konsumen sendiri dapat memperoleh hasil yang optimum atas perlindungan dan/atau kepastian hukum bagi dirinya.

2.3 Tinjauan Umum Tentang Pelaku Usaha

2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha

Secara umum pelaku usaha dapat diartikan sebagai orang yang melakukan usaha bisnis yang tujuan utamanya mencari keuntungan. Istilah pelaku usaha terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Pasal 1 butir 3 menyatakan "Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi".

Berdasarkan pengertian tersebut penjelasan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa pengertian pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. pelaku usaha dapat diartikan pula pengusaha yaitu setiap orang atau badan usaha yang menghasilkan barang untuk dipasarkan/diserahkan kepada konsumen. Pengusaha terdiri dari pengusaha perantara (importir, eksportir, pedagang, distributor, agen/grosir dan retail/toko), dan produsen (pabrik yang langsung memproduksi barang, yang mengetahui sepenuhnya proses produksi barang sejak tahap perencanaan sebelum produk dibuat, berupa penelitian laboratorium, persiapan bahan baku, tahap pembuatan dan terakhir tahap setelah selesai dibuat). Bahkan termasuk pengertian produsen adalah pengusaha pabrikan yang menghasilkan produk setengah jadi, memontir, dan mengassembling, barang yang kemudian dipasarkan (M.Ali Mansyur 2007:33).

Sebagian besar pelaku usaha bentuk asalnya adalah perkumpulan yang tidak mempunyai kepribadian tersendiri. Perkumpulan tersebut memenuhi unsur sebagai berikut : 1. Kepentingan bersama, 2. Kehendak bersama, 3. Tujuan bersama, dan 4. Kerjasama. Selanjutnya perkumpulan dapat berbentuk perorangan dan badan hukum. (M.Ali Mansyur 2007:3).

Menurut Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) pelaku usaha meliputi (Rahmawanti, 2014:9) :

1. Investor : adalah setiap penyedia dana untuk digunakan baik oleh pelaku usaha atau konsumen.
2. Produsen : adalah setiap pembuat barang dan atau jasa dari barang atau jasa lain.
3. Distributor : adalah setiap pelaku usaha, pengedar, atau penjual barang dan atau jasa.

Pengertian pelaku usaha yang bermakna luas tersebut, akan memudahkan konsumen menuntut ganti kerugian. Konsumen yang dirugikan akibat penggunaan produk tidak begitu kesulitan dalam menemukan kepada siapa tuntutan diajukan, karena banyak pihak yang dapat digugat, namun akan lebih baik lagi seandainya UUPK tersebut memberikan rincian sebagaimana dalam *Directive*, sehingga konsumen dapat lebih mudah lagi untuk menentukan kepada siapa ia akan mengajukan tuntutan jika ia dirugikan akibat penggunaan produk. Pasal 3 *Directive* ditentukan bahwa :

1. Produsen berarti pembuat produk akhir, produsen dari setiap bahan mentah, atau pembuat dari suatu suku cadang dan setiap orang yang memasang nama, mereknya atau suatu tanda pembedaan yang lain pada produk, menjadikan dirinya sebagai produsen ;

2. Tanpa mengurangi tanggung gugat produsen, maka setiap orang yang mengimpor suatu produk untuk dijual, dipersewakan, atau untuk *leasing*, atau setiap bentuk pengedaran dalam usaha perdagangannya dalam masyarakat Eropa, akan dipandang sebagai produsen dalam arti *Directive* ini, dan akan bertanggung gugat sebagai produsen ;
3. Dalam hal produsen suatu produk tidak dikenal identitasnya, maka setiap leveransir/supplier akan bertanggung gugat sebagai produsen, kecuali ia memberitahukan orang yang menderita kerugian dalam waktu yang tidak terlalu lama mengenai identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk kepadanya. Hal yang sama akan berlaku dalam kasus barang/produk yang di impor, jika produk yang bersangkutan tidak menunjukkan identitas importir sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (2), sekalipun nama produsen dicantumkan. (Ahmadi Miru 2011:9)

2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Secara bersamaan, pelaku usaha juga memiliki hak-hak yang harus dilindungi dan juga kewajiban yang harus dipenuhi dari pelaku usaha tersebut. Hak dan kewajiban pelaku usaha tersebut diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

1. 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 mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam 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.

Sementara itu, kewajiban pelaku usaha itu sendiri diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu :

2. Kewajiban Pelaku usaha, adalah :

- 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 diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga menetapkan Larangan-larangan bagi pelaku usaha yang berujung pada kerugian konsumen. Upaya untuk menghindarkan akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa, maka dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen menentukan berbagai larangan yang tidak boleh dilakukan oleh Pelaku Usaha sebagai berikut:

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :

1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau manjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/jasa tersebut.
5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
6. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
8. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label.

9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
10. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud. Pelaku usaha juga dilarang untuk memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat, bekas atau tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar sehingga, bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran tersebut, dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

2.4 Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

Indonesia sebagai negara berkembang, yang industrinya baru mengalami tahap permulaan, perkembangan hukum perlindungan konsumennya belum berkembang sebagaimana di negara-negara maju. Hal ini disebabkan karena lazimnya perkembangan perlindungan konsumen merupakan akibat dari perkembangan industri suatu negara, yaitu industrialisasi massal.

Lambannya perkembangan perlindungan konsumen di negara berkembang yang perkembangan industrinya baru pada tahap permulaan karena sikap pemerintah pada umumnya masih melindungi kepentingan industri yang merupakan faktor yang esensial dalam perkembangan suatu negara. Akibat dari perlindungan kepentingan industri pada negara berkembang termasuk Indonesia tersebut, maka ketentuan-ketentuan hukum yang bermaksud untuk memberikan

perlindungan kepada konsumen atau anggota masyarakat kurang berfungsi karena tidak diterapkan secara ketat.

Walaupun telah lahir UUPK yang sudah lama dinanti-nantikan tersebut, namun belum mencapai perkembangan sebagaimana di negara maju. Sebagai contoh, ganti kerugian yang dapat diberikan kepada konsumen yang mengalami kerugian hanya meliputi kerugian yang langsung dialami oleh konsumen karena mengonsumsi suatu produk (hanya kerugian karena rusaknya produk) dan tidak meliputi akibat (kerugian harta benda) yang ditimbulkannya, lebih-lebih pada keuntungan yang tidak diperoleh (kehilangan keuntungan yang diharapkan) akibat penggunaan produk. Pembatasan ganti kerugian tersebut diatur dalam Pasal 19 UUPK, sebagai berikut:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau pengembalian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perkembangan tersebut adalah wajar karena perkembangan industri di Indonesia juga belum semaju dengan negara-negara Eropa dan Amerika yang sedemikian maju. Sebelum lahirnya UUPK telah banyak ketentuan hukum yang telah memberikan perlindungan kepada konsumen, dan ketentuan tersebut masih tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus atau bertentangan dengan UUPK. Perlindungan hukum terhadap konsumen tersebut meliputi bidang hukum privat maupun hukum publik, yang tentu saja masing-masing bidang tersebut

masih dapat dibagi lagi dalam beberapa bagian, namun uraian berikut tidak lagi dirinci /dipisahkan antara masing-masing subbagian tersebut.

Perlindungan konsumen dalam bidang hukum privat paling banyak ditemukan dalam B.W., khususnya dalam buku III tentang perikatan, seperti ketentuan tentang wanprestasi (Pasal 1234 sampai Pasal 1252) serta ketentuan tentang perikatan yang lahir karena perjanjian (Pasal 1352 sampai Pasal 1369), terutama perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 sampai Pasal 1369. Di samping itu, dalam Pasal 1370 juga ditegaskan tentang kemungkinan menuntut ganti kerugian oleh orang-orang yang berada dalam tanggungan si korban, apabila ia meninggal akibat kesengajaan atau kelalaian orang lain. Demikian pula jika tindakan tersebut hanya menimbulkan cacat bagi si korban, tuntutan ganti kerugian juga dimungkinkan (Pasal 1371).

Dengan demikian, secara umum, tuntutan ganti kerugian atas kerugian yang dialami oleh konsumen sebagai akibat penggunaan produk, baik yang berupa kerugian materi, fisik maupun jiwa, dapat didasarkan pada beberapa ketentuan yang telah disebutkan, yang secara garis besar hanya ada dua kategori, yaitu tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi dan tuntutan ganti kerugian berdasarkan perbuatan melawan hukum.

2.5 Gerakan Perlindungan Konsumen

Perhatian terhadap perlindungan konsumen, terutama di Amerika Serikat (1960an-1970an) mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan menjadi objek kajian di bidang ekonomi, politik dan hukum. Banyak sekali artikel dan buku yang ditulis berkenaan dengan gerakan ini. Di Amerika Serikat bahkan pada era tahun-tahun tersebut berhasil di undangkan banyak sekali peraturan dan dijatuhkan putusan-putusan hakim yang memperkuat kedudukan konsumen.

Fokus gerakan perlindungan konsumen (konsumerisme) dewasa ini sebenarnya masih parallel dengan gerakan pertengahan abad ke 20. Di Indonesia, gerakan perlindungan konsumen menggemakan gerakan serupa di Amerika Serikat. YLKI yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia berdiri pada kurun waktu itu, yakni 11 Mei 1973. Gerakan di Indonesia ini termasuk cukup responsif terhadap keadaan, bahkan mendahului Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB Nomor 2111 Tahun 1978 tentang Perlindungan Konsumen.

Secara umum, sejarah gerakan perlindungan konsumen dapat dibagi dalam 4 tahapan.

1. Tahapan I (1881-1914)

Kurun waktu ini titik awal munculnya kesadaran masyarakat untuk melakukan gerakan perlindungan konsumen. Pemicunya, hysteria massal akibat novel karya Upton Sinclair berjudul *The Jungle*, yang menggambarkan cara kerja pabrik pengolahan daging di Amerika Serikat yang tidak memenuhi syarat-syarat kesehatan.

2. Tahapan II (1920-1940)

Pada kurun waktu ini muncul pula buku berjudul *Your Money's Worth* karya Chase dan Schlink. Karya ini mampu menggugah konsumen atas hak-hak mereka dalam jual-beli pada kurun waktu ini muncul slogan *Firedeal best buy*.

3. Tahapan III (1950-1960)

Pada dekade 1950an muncul keinginan untuk mempersatukan gerakan perlindungan konsumen dalam lingkup internasional. Dengan di prakarsai oleh wakil-wakil gerakan konsumen dari Amerika Serikat, Inggris, Belanda, Australia dan Belgia, pada 1 April 1960 berdirilah *Internasional Organization of Consumer*

Union. Semula organisasi ini berpusat di Den Haag, Belanda, lalu pindah ke London, Inggris, pada 1993. 2 tahun kemudian IOCU mengubah namanya menjadi *Consumer International (CI)*.

4. Tahapan IV (Pasca-1965)

Pasca-1965 sebagai masa pematangan gerakan perlindungan konsumen, baik di tingkat regional maupun internasional. Sampai saat ini di bentuk 5 kantor regional, yakni di Amerika Latin dan Karibia berpusat di Chile, Asia Pasifik berpusat di Malaysia, Afrika berpusat di Zimbabwe, Eropa Timur dan Tengah berpusat di Inggris, dan Negara-negara maju juga berpusat di London, Inggris.

Dilihat dari sejarahnya, gerakan perlindungan konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 20 tahun lalu, yakni dengan berdirinya suatu lembaga swadaya masyarakat (*nongovernmental organization*) yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Setelah YLKI, kemudian muncul beberapa organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988 dan pada 1990 bergabung sebagai anggota *Consumers International (CI)*. Diluar itu, dewasa ini cukup banyak lembaga swadaya masyarakat serupa berorientasi pada kepentingan pelayanan konsumen, seperti Yayasan Lembaga Bina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung dan perwakilan YLKI diberbagai provinsi di Tanah air. (Celina Tri Siwi Kristiyanti 2008:15)

YLKI muncul dari sekelompok kecil anggota masyarakat yang diketuai oleh Lasmidjah Hardi, yang semula justru bertujuan mempromosikan hasil produksi Indonesia. Ajang promosi yang diberi nama pekan swakarya ini menimbulkan ide bagi mereka untuk mendirikan wadah bagi gerakan perlindungan konsumen di Indonesia. Ide ini dituangkan dalam anggaran dasar yayasan dihadapan notaris

G.H.S.Loemban Tobing,S.H. dengan akta nomor 26, 11 mei 1973. Yayasan Ini sejak semula tidak ingin berkonfrontasi dengan produsen (pelaku usaha) apalagi dengan pemerintah. Hal ini dibuktikan benar YLKI, yakni dengan menyelenggarakan pecan promosi swakarya II dan III yang benar-benar dimanfaatkan oleh kalangan produsen dalam negeri. Dalam suasana kerja sama ini kemudian lahir motto yang dicetuskan oleh Ny.Kartina Soejono Prawirabisma bahwa YLKI bertujuan melindungi konsumen, menjaga martabat produsen dan membantu pemerintah.

YLKI memiliki cabang-cabang diberbagai provinsi dan mempunyai pengaruh yang cukup besar karena didukung oleh media massa. Beberapa harian besar nasional, seperti Media Indonesia dan Kompas, secara rutin menyediakan kolom khusus untuk membahas keluhan-keluhan konsumen. Demikian juga dalam berbagai pertemuan ilmiah dan pembahasan peraturan perundang-undangan YLKI dianggap sebagai mitra yang Representatif. Hasil-hasil penelitian YLKI yang dipublikasikan di media massa juga membawa dampak terhadap konsumen. Perhatian produsen terhadap publikasi demikian juga terlihat dari reaksi-reaksi yang diberikan, baik berupa koreksi maupun bantahan. Hal ini menunjukkan dalam perjalanan memasuki dasawarsa ketiga, YLKI mampu berperan besar Khususnya dalam gerakan menyadarkan konsumen akan hak-haknya.

Jika dibandingkan dengan perjalanan panjang gerakan konsumen diluar negeri khususnya di Amerika Serikat, YLKI cukup beruntung karena tidak harus memulainya dari nol sama sekali. Pengalaman menangani kasus-kasus yang merugikan konsumen di Negara-negara yang lebih maju dapat dijadikan studi yang bermanfaat sehingga Indonesia tidak perlu lagi harus mengulang kesalahan yang serupa demikian pula dengan kasus-kasus kegagalan advokasi konsumen.

Gerakan konsumen di Indonesia, termasuk yang diprakarsai YLKI mencatat prestasi besar setelah naskah akademik UUPK berhasil dibawa ke DPR, selanjutnya rancangannya disahkan menjadi Undang-undang. Keberadaan YLKI juga sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran atas hak-hak konsumen. Lembaga ini tidak sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan, dan menerima pengaduan, tetapi sekaligus juga mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan. (Celina Tri Siwi Kristiyanti 2008:16)

Selama ini upaya hukum individual dari konsumen untuk menggugat produsen baik swasta maupun pemerintah, tidak banyak membuahkan hasil. Sementara itu gugatan masal yang mewakili masyarakat luas, masih belum dikenal dengan baik oleh para penegak hukum di Indonesia. Untuk mewakili gugatan-gugatan masyarakat, YLKI dapat menggunakan Lembaga Hukum gugatan kelompok. Namun, walaupun ada preseden yang mengakui eksistensi gugatan kelompok tersebut, banyak hakim yang masih ragu untuk menerimanya.

Perkembangan baru dibidang perlindungan konsumen terjadi setelah pergantian tampuk kekuasaan di Indonesia yaitu tatkala Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disahkan dan di undangkan pada 20 april 1999. UUPK ini masih memerlukan waktu 1 tahun untuk berlaku efektif. UUPK dihasilkan dari inisiatif DPR yang notabene hak itu tidak pernah digunakan sejak orde baru berkuasa pada tahun 1966. Tanpa mengurangi penghargaan terhadap upaya terus-menerus yang digalang oleh YLKI, andil terbesar yang “memaksa” kehadiran UUPK ini adalah juga karena cukup kuatnya tekanan dari dunia internasional. Setelah pemerintah RI mengesahkan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1994 tentang *agreement stablishing the world trade organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia), maka ada kewajiban bagi Indonesia

untuk mengikuti standar-standar hukum yang berlaku dan diterima luas oleh negara-negara anggota WTO, salah satu diantaranya adalah perlunya eksistensi UUPK. (Celina Tri Siwi Kristiyanti 2008:18)

2.5.1 Lembaga dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

1. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen menurut Pasal 1 Angka 11 adalah “Badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen”.

2. Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional menurut Pasal 1 Angka 12 adalah “Badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen”.

3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat menurut Pasal 1 Angka 9 adalah “Lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen”.

2.6 Tinjauan Umum Tentang Sengketa Konsumen

2.6.1 Sengketa atau Konflik secara umum

Sengketa atau konflik dapat berasal dari berbagai sumber pemicu. Istilah konflik berasal dari bahasa inggris *conflict* dan *dispute* yang berarti perselisihan, percekocokan atau pertentangan. Perselisihan atau percekocokan tentang sesuatu terjadi antara dua orang atau lebih. Konflik muncul karena adanya perbedaan kepentingan yang tidak dapat dikomunikasikan dengan baik. Konflik nyaris tak

dapat terpisahkan dari setiap individu baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. (Intan Nur Rahmawanti 2014:33).

Dalam buku *Black Law Dictionary*, bentuk-bentuk konflik disebutkan sebagai berikut :

1. *Conflicting evident*, adalah konflik yang muncul dari pengajuan bukti dari penggugat, tergugat, terdakwa, atau jaksa yang tidak dapat didamaikan.
2. *Conflict of authority*, adalah sebuah keputusan diantara dua atau lebih pengadilan (pengadilan umum atau tingkat akhir) atas beberapa penerapan atau aturan hukum, kemungkinan juga termasuk perbedaan antara yang berwenang dalam suatu hal.
3. *Conflict of interest*, adalah istilah yang digunakan sehubungan dengan pejabat publik dan kepercayaan diantara mereka untuk hal-hal atau kepentingan pribadi atau kepentingan diantara mereka. Masalah etika sehubungan dengan itu dilindungi oleh undang-undang di sebagian yurisdiksi dan oleh undang-undang pada tingkat federal kode etik profesi yang ditetapkan standar untuk potensial kepentingan aktual antara pengacara dan klien. Umumnya, apabila digunakan untuk menyarankan diskualifikasi seorang pejabat publik dari melakukan tugasnya disumpah, istilah konflik kepentingan mengacu pada bentrokan antara kepentingan umum dan kepentingan berupa uang pribadi dari individu yang bersangkutan.
4. *Conflict of law*, adalah inkonsistensi atau perbedaan antara hukum Negara yang berbeda atau Negara yang timbul dalam kasus orang yang telah memperoleh hak, kewajiban yang timbul, melukai kontrak rusak, atau dibuat dalam wilayah dua atau lebih yurisdiksi.

5. *Conflict of personal law*, merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan konflik dalam keadaan tertentu yang timbul dari penerapan hukum untuk kelompok ras dan agama dengan memiliki hukum mereka sendiri.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konflik atau perkecokan adalah adanya pertentangan atau ketidaksesuaian antara para pihak yang akan dan sedang mengadakan hubungan atau kerja sama. Bentuk konflik akan dapat terlihat baik konflik kepentingan, hukum, sosial, atau konflik dalam kegiatan bisnis atau perdagangan. Perselisihan dalam kegiatan bisnis dapat dilihat pada tahap sebelum perjanjian disepakati, misalnya mengenai objek perjanjian, harga barang, dan isi perjanjian, dan pada waktu pelaksanaan perjanjian, misalnya ada salah satu pihak yang tidak dapat menjalankan perjanjian yang telah disepakati atau tidak dapat melaksanakan kewajibannya. (Intan Nur Rahmawanti 2014:33)

2.6.2 Pengertian Sengketa Konsumen

Konsumen dengan segala keterbatasannya yang ada sering membeli produk yang tidak sebagaimana diharapkan dan menderita kerugian dari produk pelaku usaha. Media cetak sering menjadi tempat masyarakat dalam mengadukan berbagai keluhan dari rasa ketidakpuasan masyarakat terhadap produk tertentu sampai ke pelayanan jasa tertentu yang tidak memadai atau mengecewakan. Rasa ketidakpuasan tersebut dapat berkembang menjadi konflik yang dialami oleh masyarakat sebagai konsumen tersebut.

Hubungan pelaku usaha dengan konsumen sesungguhnya merupakan hubungan yang saling ketergantungan, sebagaimana jelas dikatakan Purwahid Patrik yang dikutip langsung oleh M.Ali Mansyur (2007:148):

“hubungan pelaku usaha dengan konsumen sesungguhnya merupakan hubungan yang saling ketergantungan artinya antara pelaku usaha

dengan konsumen saling membutuhkan, saling mengisi sesuai dengan kondisi masing-masing. Namun dalam kenyataannya kadang hubungan tersebut tidak semulus dengan apa yang diharapkan, artinya munculah konflik/sengketa dengan berbagai sebab yang mengawalinya, kemudian berkepanjangan karena tidak langsung atau seketika dapat diselesaikan diantara para pihak (konsumen dengan pelaku usaha). Dalam konteks sengketa konsumen-pelaku usaha, sengketa/perselisihan terjadi berkaitan dengan hak dan kewajiban diantara kedua belah pihak yang tidak ditunaikan sebagaimana mestinya, terutama menyangkut obyek dari perjanjian yang mereka buat apapun wujud prestasinya, berbuat sesuatu, memberi sesuatu, dan tidak berbuat sesuatu”

Sengketa konsumen dengan pelaku usaha dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen tidak didefinisikan secara jelas tentang apa yang dimaksud dengan sengketa konsumen-pelaku usaha. Joni Emerzon memberikan pengertian konflik/perselisihan adalah adanya pertentangan atau ketidaksesuaian antara pihak yang akan dan sedang mengadakan hubungan atau kerjasama. (Joni Emerzon 2001 : 21)

Keputusan Memperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 memberikan definisi sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian atau kerusakan, pencemaran, dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa.

Konflik atau sengketa antara konsumen dan pelaku usaha pada umumnya didasarkan kepada hal-hal yang tidak dikehendaki bahkan tidak diduga oleh konsumen sebelumnya. Dari berbagai macam penyebab timbulnya sengketa, secara terperinci sengketa konsumen terkait lima hal, sebagai berikut :

1. Barang yang tidak standar

Barang yang tidak standar adalah barang yang tidak memenuhi ketentuan spesifikasi teknis, dibakukan, termasuk tata cara dan metode yang disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-

syarat keselamatan, keamanan, dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa yang akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya. Standar nasional Indonesia yang selanjutnya disebut sebagai SNI adalah standar yang ditetapkan oleh BSN (Badan Standarisasi Nasional) yang berlaku secara nasional. SNI wajib adalah pemberlakuan SNI secara wajib diseluruh Indonesia yang ditetapkan oleh menteri teknis terkait. Untuk tahun 2013 pemerintah menargetkan 500 SNI wajib untuk semua produk baru yang terkonsentrasi pada 11 sektor, diantaranya sektor industri, perdagangan, pertanian, dan perikanan.

Dengan banyaknya produk china yang beredar di pasaran dan hampir merajai sektor-sektor industri barang di Indonesia, pemerintah belum dapat memberikan sanksi tegas, melainkan hanya imbauan kepada untuk teliti dalam membeli dan tidak membeli produk yang belum memenuhi standar nasional. Sebagai contoh, kabel listrik harus memenuhi standar yang diwajibkan standar SNI sehingga kabel listrik yang tidak memenuhi standar tidak boleh diproduksi apalagi diperdagangkan.

2. Informasi yang mengelabui

Ada perlindungan konsumen dilihat dari sisi perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang memberikan informasi atas barang atau jasa yang ditawarkan untuk diperdagangkan dengan tidak lengkap, tidak benar, tidak jelas dan tidak jujur. Sebagai contoh, dalam sebuah tayangan iklan dinyatakan, jika anda ingin anak anda cerdas dan jenius berikanlah susu merek x yang mempunyai kelebihan dibandingkan susu merek lain

3. Cara menjual yang merugikan

Ada juga perlindungan konsumen dilihat dari sisi perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam hal cara menjual barang atau jasa (obral, undian, lelang, dan cara paksaan) dengan mengelabui atau menyesatkan konsumen. Contohnya, sebuah toko menyebarkan brosur yang menyatakan bahwa produk yang dijual didiskon 30%, tapi ternyata harga barang tersebut telah dinaikan sebelumnya 30%.

4. Cedera janji (wanprestasi)

Ada perlindungan konsumen dilihat dari sisi perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana yang tercantum dalam perjanjian yang telah disepakati dan atau ditandatangani. Untuk menentukan apakah perbuatan pelaku usaha yang merugikan konsumen baik di lihat dari sisi kerugian materi maupun kerugian kesehatan, dapat digugat ke badan peradilan yang berwenang.

5. Klausul baku

Terakhir, ada juga perlindungan konsumen dilihat dari sisi perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha untuk mencantumkan klausul baku (ada 8 daftar klausul baku menurut UUPK yang dilarang) dalam setiap perjanjian atau dokumen yang merugikan konsumen. Sebagai contoh, dalam karcis parkir tertera kalimat yang berbunyi “jika kendaraan rusak atau hilang, pengelola parkir tidak bertanggung jawab”.

Bentuk parameter perbuatan yang dilarang menurut UUPK dalam praktiknya sangat memungkinkan adanya perkembangan. Bentuk cedera janji atau informasi yang mengelabui dapat dilakukan oleh pelaku usaha baik secara terang-terangan maupun tersembunyi dari setiap transaksi dengan konsumen. Sebagai

konsumen, anda hendaknya selalu berwaspada dan bersikap kritis ketika mengetahui ada indikasi perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha. Jangan sampai karena merasa tidak enak dan selalu berprasangka baik, nantinya anda mengalami kesulitan. (Intan Nur Rahmawanti 2014:40)

Sengketa konsumen terjadi karena 2 (dua) kemungkinan :

1. Wanprestasi (cidera janji),

Pelaku usaha yang melakukan wanprestasi bentuk-bentuknya dapat berupa, debitur/pelaku usaha tidak memenuhi prestasi sebagaimana mestinya. Pelaku usaha tidak memenuhi prestasi sebagai akibat dari wanprestasi maka pelaku usaha/debitur membayar ganti kerugian, benda yang dijadikan obyek dari perikatan sejak saat tidak dipenuhinya kewajiban menjadi tanggung jawab dari debitur dan jika perikatan itu merupakan perikatan timbal balik kreditur/pembeli dapat minta pembatalan (Pemutusan) perjanjian. (M.Ali Mansyur 2007:149)

2. Perbuatan Melanggar Hukum

Perbuatan melanggar hukum diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata di Pasal 1365 yang menyatakan: “setiap orang bertanggung jawab tidak saja untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena kelalaiannya atau kurang hati-hatinya.

Berbeda dengan tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada perikatan yang lahir dari perjanjian (karena terjadi wanprestasi), tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada perbuatan melanggar hukum tidak perlu didahului dengan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, sehingga tuntutan ganti kerugian dapat dilakukan oleh setiap pihak yang dirugikan, walaupun tidak pernah terdapat hubungan perjanjian pelaku usaha dengan konsumen.

Untuk dapat menuntut ganti kerugian, maka kerugian tersebut harus merupakan akibat dari perbuatan melanggar hukum. Hal ini berarti bahwa untuk dapat menuntut ganti kerugian, harus dipenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Ada perbuatan melanggar hukum
- b. Ada kerugian
- c. Ada hubungan kualitas antara perbuatan melanggar hukum dan kerugian
- d. Ada kesalahan. (Purwahid Patrik 1994:13)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada Pasal 45 (1) dinyatakan bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum. Dalam penjelasan pasal tidak disebutkan pengertian sengketa konsumen itu sendiri.

2.7 Tinjauan Umum Tentang Sumber Hukum Penyelesaian Sengketa Konsumen

Disamping Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hukum perlindungan konsumen juga “ditemukan” di dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sebelumnya telah diuraikan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen berlaku setahun sejak disahkannya (tanggal 20 April 2000). Dengan demikian dan ditambah dengan ketentuan Pasal 64 (ketentuan peralihan) Undang-Undang ini, berarti untuk “membela” kepentingan konsumen, masih harus dipelajari semua peraturan perundang-undangan umum yang berlaku. Tetapi peraturan perundang-undangan umum yang berlaku memuat juga berbagai kaidah menyangkut hubungan dan masalah konsumen. Sekalipun

peraturan perundang-undangan ini tidak khusus diterbitkan untuk konsumen atas perlindungan konsumen, setidaknya-tidaknya ia merupakan sumber juga dari hukum konsumen dan/atau hukum perlindungan konsumen. (Celina Tri Siwi Kristiyanti 2008:49-50). Beberapa diantaranya sebagai berikut :

a. Undang-Undang Dasar 1945 dan Ketetapan MPR

UUD 1945, dalam pembukaan alinea ke 4 yang berbunyi “kemudian daripada ini untuk membentuk suatu pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia”. Pasal 27 ayat (2) UUD 1945 yang berbunyi “Tiap warga Negara berhak atas penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”. Tap MPR 1993 berbunyi meningkatkan pendapatan produsen dan melindungi kepentingan konsumen.

b. Peraturan Perundang-undangan lainnya

Peraturan perundang-undangan yang memuat berbagai kaidah yang menyangkut konsumen, juga terdapat dalam hukum perdata, hukum dagang, serta kaidah-kaidah keperdataan yang termuat dalam peraturan perundang-undangan lainnya, baik hukum perdata tertulis maupun perdata yang tidak tertulis. Misalnya :

- 1) KUHPperdata, terutama dalam buku kedua, ketiga, dan keempat yang memuat berbagai kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan konsumen dan penyedia barang atau jasa konsumen yaitu Pasal 1457 KUHPperdata dan Pasal 1548 KUHPperdata.
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Dagang/KUHD : buku kesatu dan kedua mengatur tentang hak-hak dan kewajiban yang terbit dari jasa perasunrasian dan pelayaran yaitu Pasal 510 KUHD yang menyebutkan

bahwa setiap pemegang konsumen berhak untuk menuntut penyerahan barang yang tersebut didalamnya dimana kapal tersebut berada.

- 3) Kaidah-kaidah yang menyangkut perlindungan konsumen juga terdapat diluar KUHPerdara, KUHD, maupun KUHPidana misalnya:
- a. UU. RI. No.7 Tahun 1976 tentang Farmasi
 - b. UU. RI. No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian
 - c. UU. RI. No. 15 Tahun 1985 tentang ketenagalistrikan
 - d. UU. RI. No. 16 Tahun 1985 tentang Rumah Susun
 - e. UU. RI. No. 13 Tahun 1992 tentang Perkeretaapian
 - f. UU. RI. No. 14 Tahun 1992 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan
 - g. UU. RI. No. 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan
 - h. UU. RI. No. 7 Tahun 1996 tentang Undang-Undang Pangan
 - i. UU. RI. No. 23 Tahun 1997 Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup
 - j. UU. RI. No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat
 - k. UU. RI. No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

2.8 Tinjauan Umum Tentang Penyelesaian Sengketa Konsumen

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 45 ayat 2 “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.

- a. Penyelesaian Sengketa melalui Lembaga Peradilan (Litigasi)

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu kepada ketentuan peradilan umum yang berlaku di Indonesia. Lembaga peradilan merupakan benteng terakhir bagi pencari keadilan, karena sudah tidak mungkin

lagi diselesaikan dengan cara dibawah tangan. Dulu sebelum mengenal hukum tertulis, cara yang ditempuh untuk menyelesaikan sengketa berdasarkan kebiasaan informal (hukum adat setempat) namun setelah berkembang kearah cara formal melalui lembaga peradilan berdasarkan hukum tertulis. Karena masyarakat makin meninggalkan cara-cara kebiasaan dan beralih ke cara-cara hukum, warga masyarakat berangsur-angsur menggunakan cara penyelesaian sengketa yang diakui oleh pemerintah, sebab dianggap cara itu lebih memberikan keadilan dan kepastian hukum. Misalnya di Amerika serikat, para pihak banyak menyelesaikan sengketa/konflik, baik sengketa publik dan swasta maupun sosial dan pribadi melalui litigasi dihadapan badan peradilan umum. Demikian Halnya di Indonesia penyelesaian kasus melalui peradilan sangat dominan. Bahkan klausula-klausula yang ditentukan dalam kontrak atau perjanjian selalu diikuti dengan kata-kata “kalau terjadi perselisihan diselesaikan dengan musyawarah, apabila tidak tercapai kesepakatan diselesaikan di pengadilan”.(Joni Emerson 2001:2)

Memang penyelesaian melalui peradilan akan lebih baik, apabila hakim yang memproses bertindak netral dan jujur maka pihak-pihak yang bersengketa akan dengan senang hati menyerahkan persengketaannya kepada lembaga litigasi tersebut. Hanya saja penyelesaian melalui peradilan biasanya biayanya mahal dan sangat menyita waktu serta dapat membangkitkan perselisihan yang lebih jauh lagi.

Penyelesaian perkara melalui peradilan terikat oleh ketentuan-ketentuan hukum normatif, baik hukum formil maupun hukum materil. Hukum materil sebagaimana terjelma dalam Undang-Undang atau yang bersifat tidak tertulis, merupakan pedoman bagi warga masyarakat tentang bagaimana orang

selayaknya berbuat atau tidak berbuat didalam masyarakat. Pedoman atau kaidah yang ada pada hakikatnya bertujuan untuk melindungi kepentingan orang. Bagaimana agar hukum materil dapat dilaksanakan, siapakah yang harus melaksanakan, jawabnya setiap orang wajib melaksanakan hukum, pelaksanaan hukum bukanlah monopoli orang tertentu saja seperti sarjana hukum, pejabat dan penegak hukum. Sedangkan hukum formil (hukum acara) diperuntukan menjamin ditaatinya hukum materil. Hukum acara mengatur bagaimana caranya menjamin ditaatinya hukum materil dengan perantaraan hakim. Kaitan sengketa konsumen dengan pelaku usaha yang masuk dalam lingkup hukum perdata, bagaimana cara menjamin pelaksanaan hukum perdata materil, tentunya hukum acara perdata yang mengaturnya juga tentang bagaimana cara mengajukan tuntutan hak, memeriksa serta memutuskan dan pelaksanaannya dari putusannya.

Penyelesaian perkara melalui peradilan yang diakhiri dengan putusan hakim, sesungguhnya bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum dan mencegah terjadinya "*eigenrichting*" atau tindakan menghakimi sendiri. Tindakan menghakimi sendiri merupakan tindakan untuk melaksanakan hak menurut kehendaknya sendiri yang bersifat sewenang-wenang, tanpa persetujuan dari pihak lain yang berkepentingan, sehingga akan menimbulkan kerugian. Oleh karena itu tindakan menghakimi sendiri tidak dibenarkan dalam hal kita hendak memperjuangkan atau melaksanakan hak kita.

b. Penyelesaian sengketa konsumen di Luar Pengadilan (non litigasi)

Teori Hukum yang relevan dalam hal menyelesaikan sengketa diluar pengadilan yakni Teori Rekayasa sosial "*Law as a tool of social engineering*" dari Roscoe Pound, yang menyatakan bahwa hukum sebagai alat untuk

memperbarui (merekayasa) masyarakat. (Darji Darmodiharjo dan Shidarta 2004:130)

Penyelesaian sengketa diluar pengadilan diatur dalam Pasal 47 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Yaitu : “Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk “menjamin” tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”.

Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan atau yang lebih dikenal dengan *Alternative Dispute Resolution (ADR)* dapat ditempuh dengan berbagai cara. ADR tersebut dapat berupa arbitrase, mediasi, konsiliasi, minitral, *summary jury trial*, *settlement conference* serta bentuk lainnya. Sedangkan dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, arbitrase dibedakan dari alternatif penyelesaian sengketa, karena yang termasuk dalam alternatif penyelesaian sengketa hanya konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan penilaian ahli. (Ahmadi Miru 2011:233)

c. Penyelesaian sengketa melalui LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat)

Proses Penyelesaian sengketa melalui LPKSM dapat dipilih dengan cara mediasi, konsiliasi dan arbitrase. Para pihak yang bersengketa/bermasalah dalam prosesnya dapat bersepakat memilih cara penyelesaian tersebut. Hasil proses penyelesaiannya dituangkan dalam bentuk kesepakatan (*agreement*) secara tertulis, yang wajib ditaati oleh kedua belah pihak dan peran LPKSM hanya sebagai mediator, konsiliator dan arbiter. Penentuan butir-butir

kesepakatan mengacu pada peraturan yang dimuat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang lainnya yang mendukung.

d. Penyelesaian sengketa melalui BPSK

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen merupakan sesuatu lembaga khusus yang dibentuk diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999), yang tugas utamanya adalah menyelesaikan sengketa atau perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha. (Ahmadi Miru 2011:159)

Pasal 23 UUPK menyatakan : “Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4) dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen”.

Pasal 19 ayat (1) UUPK berbunyi : “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

Pasal 19 ayat (2) UUPK berbunyi : “Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengambilan uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku”.

Pasal 19 ayat (3) UUPK berbunyi : “Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi”.

Pasal 19 ayat (4) UUPK berbunyi : “Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya

tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan”.

Ketentuan Pasal 23 UUPK diatas, memuat 2 hal penting yang terkait dengan cara penyelesaian sengketa konsumen-pelaku usaha yakni :

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan alternatif penyelesaian melalui badan di luar sistem peradilan yang disebut BPSK, selain melalui Pengadilan Negeri yang daerah hukumnya meliputi tempat kedudukan konsumen.
2. Pilihan penyelesaian sengketa konsumen dengan pelaku usaha bukanlah suatu pilihan yang eksklusif, yang tidak dapat tidak harus dipilih, pilihan penyelesaian sengketa melalui BPSK adalah paralel atau sejajar dengan pilihan penyelesaian sengketa melalui badan peradilan.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) akan dibentuk pada Dati II di seluruh Indonesia (Pasal 49 UUPK), Badan ini beranggotakan dari berbagai unsur yaitu pemerintah, konsumen dan pelaku usaha (Pasal 20 UUPK). Anggota setiap unsur direkomendasikan antara 3-5 orang, yang pengangkatannya dilakukan oleh menteri teknis terkait. Tugas pokok dari badan ini antara lain memberikan mediasi, arbitrase atau konsiliasi, memberikan konsultasi perlindungan konsumen, memberikan kontrol terhadap pencantuman klausula baku, melaporkan kepada penyidik umum, memanggil pelaku yang diduga melakukan pelanggaran, memanggil dan mnghadirkan saksi serta mnerima pengaduan baik lisan maupun tertulis. Yang lebih penting lagi badan ini diharuskan mampu memberikan sanksi administrasi terhadap pelaku usaha yang telah melanggar ketentuan UUPK (Pasal 52 UUPK). (M.Ali Mansyur 2007:160)

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dalam rangka menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen harus membentuk majelis yang beranggotakan sedikitnya 3 (tiga) orang, dan dibantu oleh seorang panitera. Putusan majelis bersifat final dan mengikat, dan majelis wajib memutus perkara selambat-lambatnya 21 hari (dua puluh satu hari) kerja sejak gugatan diterima (Pasal 55). Sayangnya terhadap semua putusan yang bersifat final dan mengikat itu (Pasal 54 ayat 3), dapat diajukan keberatan kepada pengadilan negeri oleh para pihak yang bersengketa dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari setelah menerima pemberitahuan adanya keputusan itu. Sebaliknya apabila putusan itu diterima dan pelaku usaha tidak mengajukan sesuatu keberatan dalam jangka waktu 7 (tujuh hari) Pasal 56 ayat 1, maka kepada pengadilan negeri ditempat konsumen dapat diajukan permohonan penetapan eksekusi putusan tersebut (Pasal 57). Selanjutnya pengadilan yang menerima keberatan para pihak harus memutus perkara itu dalam jangka waktu 21 (dua puluh satu) hari sejak keberatan diterima (Pasal 58 ayat 1) dan selanjutnya dalam jangka waktu 14 (empat belas) hari sejak putusan disampaikan, para pihak dapat mengajukan kasasi kepada mahkamah agung, dan mahkamah agung harus memutus perkara dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) hari sejak permohonan kasasi. Dalam keseluruhan beracara di BPSK memberikan harapan, karena jangka waktunya yang lebih kurang 100 (seratus) hari telah mempunyai kekuatan hukum tetap (M.Ali Mansyur 2007:162).

Penyelesaian sengketa konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat ditempuh dengan jalur nonlitigasi. Penyelesaian dengan menggunakan jalur nonlitigasi ini dapat ditempuh melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Adapun proses penyelesaian sengketa konsumen ini dapat ditempuh dengan cara seperti berikut.

a. Mediasi

Berdasarkan Pasal 1 ayat 10 Kepmen No.350/2001 disebutkan bahwa mediasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan dengan perantaraan BPSK sebagai penasihat dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak. Artinya, mediasi merupakan suatu proses penyelesaian sengketa dengan melibatkan pihak ketiga yang netral agar bisa membantu para pihak yang sedang bersengketa untuk dapat menyelesaikan masalah tersebut.

b. konsiliasi

berdasarkan pasal 1 ayat 9 Kepmen No.350/2001 disebutkan bahwa konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mempertemukan para pihak yang bersengketa, dengan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak. Fungsi konsiliator disini agar dapat mengusulkan solusi penyelesaian sengketa, tetapi tidak berwenang untuk memutuskan perkara tersebut.

c. arbitrase

berdasarkan pasal 1 ayat 11 Kepmen No. 350/2001, disebutkan bahwa arbitrase adalah proses penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan. Dalam hal ini, para pihak yang bersengketa menyerahkan sepenuhnya penyelesaian sengketa kepada BPSK. (Intan Nur Rahmawanti 2014:77-78)

2.9 Tinjauan Umum Tentang LPKSM

2.9.1 Pengertian Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Pengertian Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat atau LPKSM dalam Pasal 1 angka (9) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu : “Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya

Masyarakat adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen”.

Pengakuan pemerintah terhadap LPKSM bukanlah tanpa syarat, LPKSM harus terdaftar pada pemerintah kabupaten/kota dan bergerak dibidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya. Pendaftaran tersebut hanya dimaksudkan sebagai pencatatan dan bukan merupakan perizinan. Demikian pula, bagi LPKSM yang membuka kantor perwakilan atau cabang didaerah lain, cukup melaporkan kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada pemerintah kabupaten/kota setempat dan tidak perlu melakukan pendaftaran ditempat kedudukan kantor perwakilan atau cabang tersebut (Zulham 2013:138).

Walaupun Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dikatakan sebagai lembaga non pemerintah, tetapi bukanlah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang selama ini diketahui “Independen”, mengingat Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang dimaksud dalam Undang-Undang ini harus didaftarkan dan mendapat pengakuan Pemerintah, dengan tugas-tugas yang masih harus diatur dengan Peraturan Pemerintah (Ahmadi Miru 2011:214).

Jika dicermati secara seksama, ketentuan peraturan pemerintah dimaksudkan hanya sebagai alat kontrol bagi pemerintah, dan tidak memberikan pengaruh apapun bagi independensi LPKSM. Karena, tentu saja pendaftaran LPKSM bertujuan untuk menjamin ketertiban, kepastian, dan keterbukaan LPKSM dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen. Kehadiran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam suatu Negara sangat penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Hal ini juga didasarkan pada

pengetahuan konsumen yang masih terbatas, kurangnya waktu dan dana yang dimiliki oleh konsumen. (Zulham 2013:138)

2.9.2 Tugas dan Wewenang LPKSM

Berkaitan dengan implementasi perlindungan konsumen, Undang-undang Perlindungan Konsumen mengatur tugas dan wewenang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagaimana tertuang dalam Pasal 44 ayat (3), yaitu Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat meliputi:

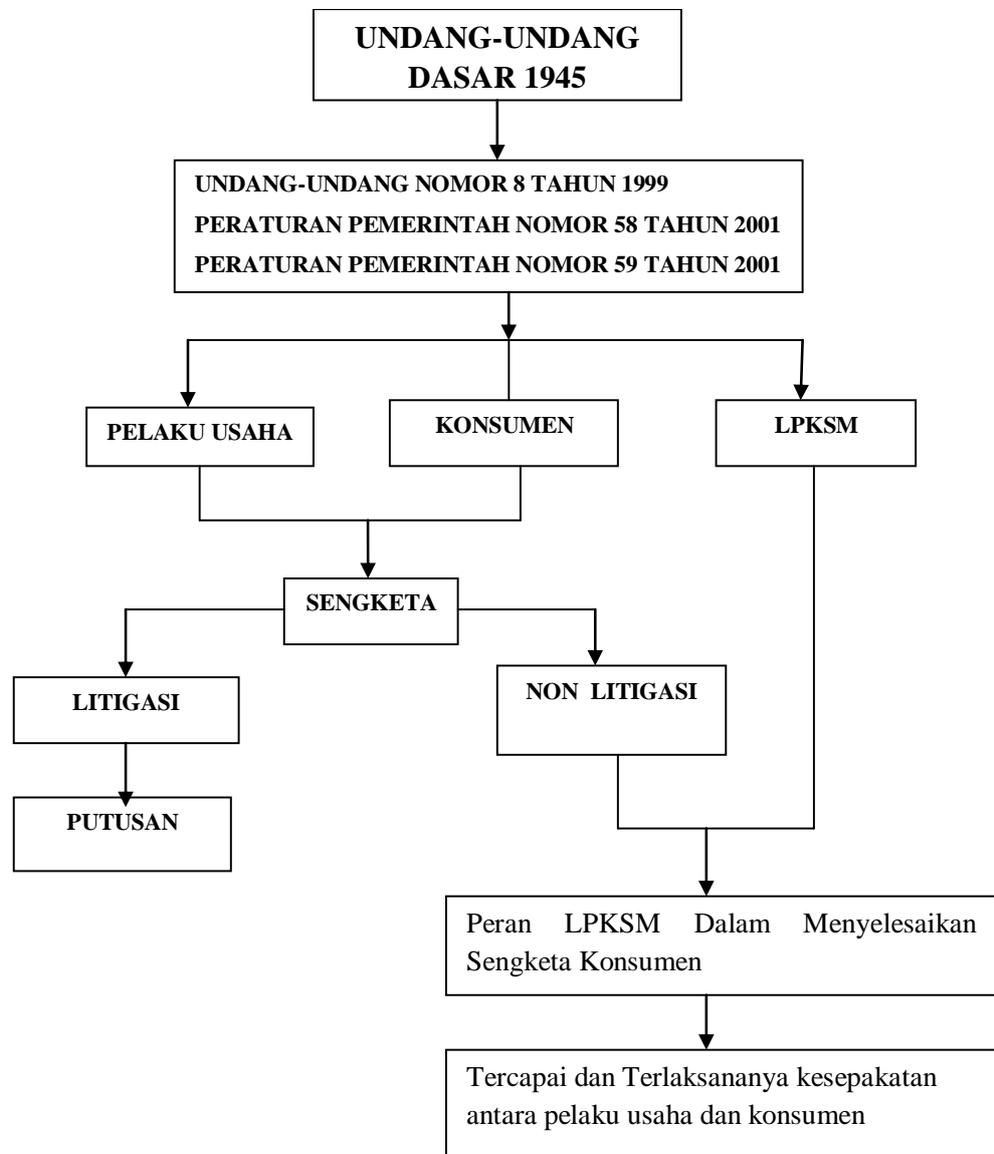
- a. Menyebar informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya.
- c. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.
- d.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

Pada ayat (4) menjelaskan, yaitu: “Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam peraturan pemerintah.” Adapun aturan mengenai LPKSM diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan dan aturan-aturan, antara lain :

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1985 tentang Organisasi massa (ormas)
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
3. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2001 tentang Yayasan

4. Peraturan pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat
5. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
6. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.302/MPP/Kep/10/2001 tentang Pendaftaran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)
7. Permendagri Nomor 33 Tahun 2012 tentang Pedoman Pendaftaran Organisasi Kemasyarakatan di Lingkungan Kementrian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.

2.10 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian (*research*) berarti pencarian kembali. Pencarian yang dimaksud adalah pencarian terhadap pengetahuan yang benar (ilmiah), karena hasil dari pencarian ini akan dipakai untuk menjawab permasalahan tertentu. Dengan kata lain penelitian (*research*) merupakan upaya pencarian yang amat bernilai edukatif; ia melatih kita untuk selalu sadar bahwa di dunia ini banyak yang kita tidak ketahui, dan apa yang kita coba cari, temukan, dan ketahui itu tetaplah bukan kebenaran mutlak. Oleh sebab itu, masih perlu diuji kembali. (Amiruddin dan Zainal: 2006:19)

Soerjono Soekanto menjelaskan penelitian hukum adalah suatu penelitian ilmiah yang mempelajari suatu gejala hukum tertentu dengan menganalisisnya atau melakukan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan yang timbul dari gejala yang bersangkutan (Fajar dan Acmad, 2013:27).

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan pendekatan Yuridis Sosiologis yakni mempunyai objek kajian mengenai prilaku masyarakat. Perilaku masyarakat yang dikaji adalah prilaku yang timbul akibat berinteraksi dengan sistem norma yang ada. Interaksi ini muncul sebagai bentuk reaksi masyarakat atas diterapkannya sebuah ketentuan perundangan positif dan bisa pula dilihat dari perilaku masyarakat sebagai bentuk aksi dalam mempengaruhi pembentukan sebuah ketentuan hukum positif (Mukti Fajar 2013:51).

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor yang dimaksud “penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati” (Moleong 2007:4).

Jenis penelitian kualitatif dipilih karena tipikal penelitian adalah penelitian hukum terapan dengan mengidentifikasi hukum dan efektifitasnya secara holistik.

Menurut Moleong: “Menyelesaikan metode kualitatif akan lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan ganda. Metode ini menggunakan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong 2007:9-10)”.

3.3 Fokus Penelitian

“Fokus pada dasarnya merupakan masalah yang bersumber pada pengalaman penelitian maupun memperolehnya melalui pengetahuan dari kepustakaan ilmiah atau kepustakaan lainnya (Moleong 2007:97). Fokus penelitian kualitatif sebenarnya adalah masalah itu sendiri. Sesuai dengan pokok permasalahan maka yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini adalah bagaimana Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana seseorang melaksanakan penelitian. Tujuan ditetapkannya lokasi penelitian yaitu untuk mengetahui dengan

jelas tentang obyek penelitian. Adapun lokasi penelitian yang dipilih adalah Yayasan Lembaga Pembelaan & Perlindungan Konsumen Jawa Tengah yang berlokasi di Jalan Kangguru Raya Nomor 11 Semarang.

3.5 Sumber Data

Sumber data memerlukan subyek dari mana data dapat diperoleh, adapun yang menjadi sumber data pada penelitian ini adalah :

3.5.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian hukum adalah data yang diperoleh terutama dari hasil penelitian sosiologis, yaitu penelitian yang dilakukan langsung di dalam masyarakat (Fajar dan Achmad, 2013:156). Untuk memperoleh data ini digunakan metode wawancara pengamatan dan pencatatan data sebagai dokumen di Yayasan Lembaga Pembelaan & Perlindungan Konsumen Jawa Tengah. Data-data tersebut diperoleh dari jawaban informasi dan narasumber yang terkait.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian hukum adalah data yang diperoleh dari hasil penelaahan kepustakaan atau penelaahan terhadap berbagai literatur atau bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah atau materi penelitian yang sering disebut sebagai bahan hukum. Data sekunder terdiri dari 3 (tiga) bahan hukum yaitu sebagai berikut:

1) Bahan Primer

Bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang terdiri atas peraturan perundang-undangan, yurisprudensi atau keputusan pengadilan, perjanjian internasional atau traktat yang terkait dengan permasalahan penelitian ini, yaitu :

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- b. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
- c. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2011 tentang Bantuan Hukum
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
- f. Standar Operasional Prosedur Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah.

2) Bahan sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu semua publikasi tentang hukum yang merupakan dokumen yang tidak resmi (Zainudin Ali, 2009:54). Publikasi tersebut terdiri atas buku-buku teks yang membicarakan suatu dan / atau beberapa permasalahan hukum, termasuk skripsi, tesis, dan disertasi hukum, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum dan komentar-komentar atas putusan hakim. Bahan Hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari buku-buku atau literatur yang berkaitan atau membahas tentang Penyelesaian sengketa konsumen.

3) Bahan Tersier

Bahan hukum tersier juga merupakan bahan hukum yang dapat menjelaskan baik bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder yang dapat dipergunakan untuk melengkapi penelitian ini.

3.6 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

3.6.1 Teknik Wawancara

Menurut Esterberg (2002) mendefinisikan wawancara adalah pertemuan 2 orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu (Sugiyono 2013:72).

Pelaksanaan teknik wawancara dibagi dalam 2 golongan besar antara lain (ashsofa 2010:96) :

1. Wawancara tidak berencana

Dalam wawancara tidak berarti peneliti tidak mempersiapkan dulu pertanyaan yang akan diajukan tetapi peneliti tidak terlampau terikat pada aturan-aturan yang ketat. Dengan pedoman wawancara sebagai alatnya yang memuat pokok-pokok yang ditanyakan. Pedoman wawancara ini diperlukan untuk menghindari keadaan kehabisan pertanyaan.

2. Wawancara berencana

Sebelum melakukan wawancara, sudah mempersiapkan daftar pertanyaan (kuesioner) yang lengkap dan teratur. Dalam hal ini pertanyaan yang telah disusun oleh pewawancara hanya dibacakan dan pokok-pokok pembicaraan tidak boleh menyimpang dari yang sudah ditentukan.

Wawancara ini dilakukan secara langsung dengan pihak-pihak mediator terkait yang berwenang dan berkompeten dalam menyelesaikan sengketa konsumen yang bernaung dalam Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah.

3.6.2 Teknik Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (sugiyono 2013:282). Teknik dokumentasi tersebut dilakukan dengan cara mencatat dokumen atau arsip-arsip yang mempunyai keterkaitan dan dibutuhkan pada penelitian ini serta untuk dapat mencocokkan dan melengkapi studi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Sehingga peneliti dapat mendalami permasalahan yang sedang diteliti serta data yang akurat bisa didapatkan. Dokumentasi yang digunakan oleh peneliti adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001, dan Anggaran dasar YLPPK Jateng.

3.7 Validitas Data

Validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang oleh peneliti dapat dilaporkan. Dengan demikian, data valid merupakan data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada obyek penelitian (sugiyono 2013:117). Untuk menetapkan validitas data penelitian dilapangan salah satunya menggunakan teknik triangulasi.

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Sugiyono 2013:125). Dalam penelitian ini peneliti dalam menguji kredibilitas data menggunakan teknik triangulasi sumber, dimana triangulasi ini dilakukan dengan cara mengecek dan membandingkan data-data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Dengan demikian peneliti dapat mengecek terhadap penemuannya dengan cara sebagai berikut:

1. Mengajukan berbagai macam-macam variasi pertanyaan
2. Pengecekan dilakukan dengan berbagai macam sumber data
3. Berbagai metode dimanfaatkan untuk dapat melakukan pengecekan kepercayaan data (Moleong 2007:331-332).

3.8 Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif ini dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus sampai data jenuh. Pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali (Sugiyono 2013:87).

Setelah data-data sudah cukup, maka mengadakan penyajian data lagi yang disusun dengan sistematis, sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir yang dilakukan berdasarkan data tersebut. Menurut Miles dan Huberman untuk menganalisis data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut (sugiyono 2013:91) :

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.

2. Penyajian Data

Penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan pembahasan oleh peneliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Peran Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah sebagai wujud dari LPKSM dalam menyelesaikan sengketa konsumen yakni sebagai pihak yang melakukan upaya perdamaian bagi konsumen dan pelaku usaha yang memiliki sengketa, Meskipun Undang-Undang Perlindungan Konsumen sendiri tidak mengatur mengenai Tugas dan kewenangan dari YLPPK Jawa Tengah selaku LPKSM untuk menyelesaikan sengketa konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk Pemerintah

Diharapkan adanya pembaharuan terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya mengenai Tugas dan wewenang dari LPKSM. Hendaknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen menambah kewenangan LPKSM untuk menyelesaikan sengketa konsumen dengan melakukan upaya perdamaian.

2. Untuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN)

- a. Hendaknya BPKN memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah agar mengkaji ulang Pasal 44 ayat 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
- b. Hendaknya BPKN memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah, agar Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengakomodir mengenai Upaya perdamaian yang dilakukan LPKSM atas sengketa konsumen dengan pelaku usaha.

3. Untuk LPKSM

Diharapkan seluruh LPKSM dapat memberikan fasilitas upaya perdamaian kepada konsumen dengan pelaku usaha yang bersengketa.

4. Untuk YLPPK Jawa Tengah

Hendaknya YLPPK Jawa Tengah memberikan sosialisasi kepada masyarakat bahwa YLPPK Jawa Tengah selaku LPKSM dapat melakukan upaya perdamaian atas sengketa konsumen dengan pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka Buku

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ali Mansyur, M. 2007. *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Genta Press
- Ali, Zainuddin. 2009. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika
- Amirudin dan Zainal Asikin. 2006. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ashshofa, Burhan. 2010. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta : Rineka Cipta
- Halim Abdul. 2010. *Hak-hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media
- Intar Nur dan Rukiyah Lubis. 2014. *Win-Win Solution Sengketa Konsumen*. Yogyakarta : Pustaka Yustisia
- Miru Ahmadi. 2013. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Moleong, Lexy.J. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mukti dan Yulianto. 2013. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Shidarta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo
- Sugiyono. 2013. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta
- Tri Celina. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2011 tentang Bantuan Hukum

Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen

LAMPIRAN

Lampiran 1

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG FAKULTAS HUKUM Gedung K1 Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang 50229 Telp/Fax. (024) 8507891-70709205 Email : fh@unnes.ac.id , Website : www.fh.unnes.ac.id , twitter: @fh_unnes		 Certificate 011101904 Certificate 011101904-01
	SURAT IZIN PENELITIAN		
o. Dokumen M-05-AKD-24	No. Revisi 01	Hal 1 dari 1	Tanggal Terbit 1 September 2012

lo : 1466 / UN37.1.8 / LT / 2015
 ial : Ijin Penelitian

02 April 2015

th. Ketua Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah

engan hormat,

ersama ini, kami mohon ijin pelaksanaan penelitian untuk penyusunan skripsi/Tugas Akhir
 leh mahasiswa sebagai berikut:

Nama : **ELESA ANDREA N.S**
 NIM : 8111410187
 Prodi : Ilmu Hukum S1
 Judul : Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM)
 Dalam Menyelesaikan Sengketa Konsumen (Studi Pada Yayasan Lembaga
 Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah)

tas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



embusan :
 2embantu Dekan I Fakultas Hukum Unnes



LEMBAGA PEMBELAAN & PERLINDUNGAN KONSUMEN (LPPK) JAWA TENGAH

Pusat Layanan Gratis : Konsultasi & Penyuluhan Hukum Konsumen

Didirikan :
1 September 2000

Akta Notaris :
September 2000
17 Oktober 2014

NPWP :
30.535.9-504.000

Bank :
BNI Cabang Undip

TDLPK :
P/TDLPK/V/2002
gl. 22 Mei 2002

ADAN HUKUM :
Menkumham R.I.
17999.50.10.2014
22 Oktober 2014

ANTOR PUSAT :
Jalan Raya No. 09
Semarang. 50161
t. (024) 671 6247
(024) 701 11 701
s. (024) 671 6247

E-mail :
iteng@gmail.com

MOBILE / HP :
081 229 716 096
081 325 727 432

**ANTOR-KANTOR
CABANG :**
Kendal - Salatiga
- Kudus - Jepara
Blora - Rembang
Ang - Pekalongan

SURAT KETERANGAN

Nomor : LPPK. 15. 03 / 009

Direktur Lembaga Pembelaan & Perlindungan (LPPK) Jawa Tengah dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa : -----

N a m a : ELESA ANDREA N.S. -----

N.I.M. : 8 1 1 1 4 1 0 1 8 7 -----

F a k u l t a s : Ilmu Hukum UNNES -----

Judul Skripsi : Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen -----

Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam -----

Menyelesaikan Sengketa Konsumen (*Studi pada* -----

Yayasan Lembaga Pembelaan & Perlindungan -----

Konsumen (LPPK) Jawa Tengah); -----

Mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian sejak tanggal 02 Januari 2015 sampai dengan tanggal 02 Februari 2015. -----

Demikian Surat Keterangan ini diberikan untuk digunakan sesuai dengan ketentuan. -----

Semarang, 02 Maret 2015.



LEMBAGA PEMBELAAN & PERLINDUNGAN
KONSUMEN (L.P.P.K) JAWA TENGAH

Handwritten signature of DRS. HM. FAISHAL SH. MH.

DRS. HM. FAISHAL SH. MH.
Direktur

INSTRUMEN PENELITIAN

PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT (LPKSM) DALAM MENYELESAIKAN SENGKETA KONSUMEN (Studi Pada Yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah)

I. PIHAK YLPPK JAWA TENGAH

Dihadapan Bapak/Ibu/Sdr terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian skripsi mengenai Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) dalam menyelesaikan sengketa konsumen (studi pada yayasan Lembaga Pembelaan dan Perlindungan Konsumen Jawa Tengah). Penelitian ini diselenggarakan untuk menyelesaikan skripsi dalam menempuh Strata 1, di Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjawab berbagai aspek tentang permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah oleh peneliti. Atas kerjasama yang baik disampaikan terima kasih.

IDENTITAS

Nama :
Jenis Kelamin :
Jabatan :

PERTANYAAN

1. Apakah yang menjadi alasan konsumen yang bersengketa dengan pelaku usaha menjadikan YLPPK Jateng sebagai tempat penyelesaian sengketa ?

2. Tindakan-tindakan awal seperti apa yang dilakukan YLPPK Jateng dalam menyelesaikan sengketa konsumen dengan pelaku usaha ?
3. Apa yang menjadi dasar YLPPK Jateng dapat menyelesaikan sengketa konsumen dengan pelaku usaha?
4. Berapa banyak sengketa yang telah diselesaikan YLPPK Jateng (2013-2015) ?
5. Apa saja bentuk sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha yang telah diselesaikan YLPPK Jateng (2013-2015) ?
6. Apa saja metode penyelesaian sengketa yang dilakukan YLPPK Jateng dalam menyelesaikan sengketa konsumen ?
7. Bagaimana Peran YLPPK Jateng dalam menyelesaikan sengketa konsumen ?
8. Hambatan apa saja yang dialami YLPPK Jateng dalam menyelesaikan sengketa konsumen?
9. Upaya apa yang dilakukan YLPPK Jateng dalam menangani Hambatan menyelesaikan sengketa konsumen ?



PEMERINTAH KOTA SEMARANG
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN KOTA SEMARANG
TANDA DAFTAR LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN (TDLPK)
NOMOR : 02/DPP/TDLPK/V/2002.

- | | |
|--|--|
| 1. Nama LPKSM | Lembaga Pembelaan Dan Perlindungan Konsumen (LPPK). |
| 2. Status (Badan Hukum /Yayasan/Lembaga Lainnya) | Yayasan |
| 3. Alamat Kantor LPKSM | Jl. Kanguru I / No.3, Kelurahan Gayamsari
Kecamatan Gayamsari, Semarang. |
| No. Telp./Fax/Email | 024 – 6730243 |
| 4. Nama Pimpinan / Penanggung Jawab | Muchammad Faishal, Drs. SH. |
| 5. Alamat Pimpinan / Penanggung Jawab LPKSM | Jl. Kanguru I / No.3, Semarang. |
| No. Telp./Fax/Email | 024 – 6719717 |
| 6. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) | 1.830.535.9-504 |
| 7. Jenis Kegiatan | 1. Umum
2. Khusus
Bidang : -- |
| 8. TDPLK ini diterbitkan dengan ketentuan : | |
| Pertama | : Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen (TDLPK) ini berlaku sebagai pengakuan Pemerintah sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk melakukan kegiatan dibidang penyelenggaraan Perlindungan Konsumen diseluruh Wilayah Republik Indonesia selama Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat masih menjalankan kegiatannya dan tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku. |
| Kedua | : Pimpinan / Penanggung Jawab LPKSM wajib menyampaikan laporan kegiatannya setiap sekali setahun terhitung mulai tanggal diterbitkannya TDLPK. |
| Ketiga | : TDLPK tidak berlaku untuk kegiatan diluar kegiatan Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. |

Dikeluarkan di : S E M A R A N G
 Pada Tanggal : 2 Mei 2002.

An. Walikota Semarang
 Kepala Dinas Perindustrian dan
 Perdagangan Kota Semarang

Drs. HARRYMURTI, MM.
 NIP. 070007157

Tembusan :

1. Menteri Perindustrian dan Perdagangan
Cq. Dirjen Perdagangan Dalam Negeri
2. Gubernur U.p. Ka. Dinas Propinsi.
3. Direktur Perlindungan Konsumen Depperindag.