

**KEBERADAAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN INDONESIA (YLKI)
DALAM MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN
BERKAITAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada YLKI Yogyakarta**

SKRIPSI



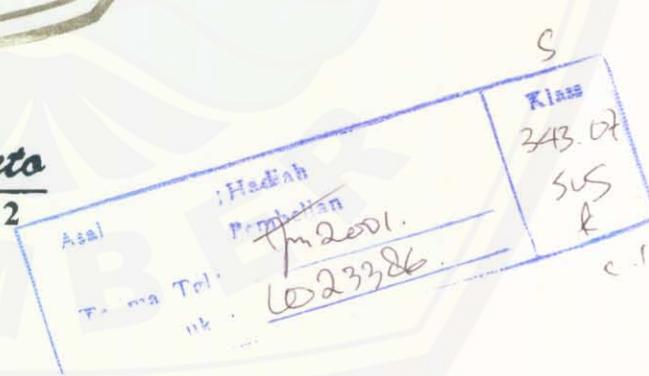
Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat - syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Hukum
dan mencapai gelar Sarjana Hukum



Oleh :

Ruwi Susanto

NIM. C10095112



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL R.I.
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2000**

**KEBERADAAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN INDONESIA (YLKI)
DALAM MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN HUKUM
BAGI KONSUMEN BERKAITAN DENGAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada YLKI Yogyakarta)**



**KEBERADAAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN INDONESIA (YLKI)
DALAM MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN HUKUM
BAGI KONSUMEN BERKAITAN DENGAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada YLKI Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat-syarat
untuk menyelesaikan program studi Ilmu Hukum (S1) dan mencapai
gelar Sarjana Hukum

Oleh :

RUWI SUSANTO

NIM : C10095112

Pembimbing

WIDHY SUHARSOJO W. SAPARI, S.H.

NIP. 130 368 778

Pembantu Pembimbing

ANTONIUS SULARSO, S.H., M.H.

NIP. 130 889 546

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2000

MOTTO

“KONSUMEN ADALAH RAJA”

Sumber : Jefferson Kameo (Republika, 12 Juni 1997)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayahanda terhormat, Amat Kadaroni yang telah memberi teladan, bimbingan, nasihat, dan segalanya serta Ibunda tercinta Rohayadatun yang senantiasa memberikan kasih sayang dan do'anya.
2. Almamaterku yang kubanggakan, Universitas Jember sebagai tempat menimba ilmu dan pengetahuan.
3. Guru-guru yang telah mendidikku.

PERSETUJUAN

Dipertahankan di Hadapan Panitia Penguji Pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 21

Bulan : Oktober

Tahun : 2000

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji :

Ketua,



HARDININGSIH, S.H.
NIP. 130 256 854

Sekretaris,



SUGIJONO, S.H.
NIP. 130 403 358

Anggota Panitia Penguji :

1. WIDHY SUHARSOJO W. SAPARI, S.H. (.....)
NIP. 130 368 778

2. ANTONIUS SULARSO, S.H., M.H. (.....)
NIP. 130 889 546



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

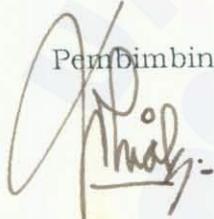
“KEBERADAAN YAYASAN LEMBAGA KONSUMEN INDONESIA (YLKI) DALAM MEWUJUDKAN PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN BERKAITAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (Studi Kasus pada YLKI Yogyakarta)”

Oleh :

RUWI SUSANTO

NIM : C10095112

Pembimbing,



WIDHY SUHARSOJO W. SAPARI, S.H.
NIP. 130 368 778

Pembantu Pembimbing,



ANTONIUS SULARSO, S.H., M.H.
NIP. 130 889 546

Mengesahkan :

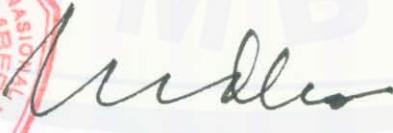
Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia

Universitas Jember

Fakultas Hukum

Dekan,




SOEWONDHO, S.H., M.S.
NIP. 130 879 632

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala petunjuk dan kekuatan-Nya yang telah dilimpahkan, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul : **“Keberadaan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Berkaitan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus pada YLKI Yogyakarta)”**.

Maksud dan tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk melengkapi dan memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.

Besar harapan saya, agar skripsi ini dapat diterima sebagai tanda terima kasih kepada almamater yang nantinya dapat dipakai sebagai bahan bacaan atau referensi bagi siapa saja yang menempuh ilmu di Fakultas Hukum Universitas Jember, teoritis dan praktis, serta semoga dapat memberikan sumbangsih bagi pembangunan di bidang ilmu hukum.

Berkat bantuan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu pada kesempatan ini, perkenankanlah saya menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Widhy Suharsojo W. Sapari, S.H. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan sabar dan tulus, hingga terselesaikannya skripsi ini ;

2. Bapak Antonius Sularso, S.H., M.H. selaku Dosen Pembantu Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan sabar dan tulus, hingga terselesaikannya skripsi ini;
3. Ibu Hardiningsih, S.H. selaku ketua penguji;
4. Bapak Sugijono, S.H. selaku sekretaris penguji;
5. Bapak Soewondho, S.H., M.S. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember;
6. Bapak I.G.A.N. Dirgha, S.H., M.S. selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama saya menuntut ilmu di Fakultas Hukum Universitas Jember;
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membimbing saya selama menuntut ilmu di Fakultas Hukum Universitas Jember;
8. Bapak Martinus Ujianto selaku Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Yogyakarta;
9. Ibu Mungisah Martopo, S.H., selaku Ketua Bidang Pengaduan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Yogyakarta, yang telah memberikan informasi dan data-data sebagai bahan penyusunan skripsi ini;
10. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Jember;
11. Ayahanda Amat Kadaroni dan Ibunda Rohadayatun yang telah mendidik dengan ketulusan dan keridhoan serta yang memberikan semangat dan dorongan kebaikan dan keberhasilan ananda;
12. Kakak-kakakku Sofiatun, Sutarto, Muh Jamhari, Sri Wahyuni Handayani, Rahmad Yulianto, adikku Esti Margiyarti Utami, Lek Hudi serta seluruh keluarga atas doa restunya;

13. Komunitas Wisma Fathony di Jl. Bengawan Solo II/15 tempat berbagi suka dan duka;
14. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan;
15. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini..

Semoga semua bantuan yang telah saya terima mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi saya secara pribadi maupun pembaca pada umumnya.

Jember, Oktober 2000.

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
RINGKASAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penulisan	5
1.4.1 Tujuan Umum	5
1.4.2 Tujuan Khusus.....	5
1.5 Metode Penulisan	5
1.5.1 Pendekatan Masalah	6
1.5.2 Sumber Data	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.5.4 Analisis Data	7
BAB II TINJAUAN TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	
2.1 Fakta.....	9
2.2 Dasar Hukum.....	12

2.3 Kerangka Teoritik	12
2.3.1 Ruang Lingkup Perlindungan Konsumen	12
2.3.1.1 Pengertian Konsumen	12
2.3.1.2 Batasan dan Pengertian Hukum Konsumen dan Hukum Perlingdun- an Konsumen	14
2.3.1.3 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	15
2.3.1.4 Hak dan Kewajiban Konsumen	16
2.3.1.5 Pengertian Pelaku Usaha	21
2.3.1.6 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha ...	21
2.3.1 Ruang Lingkup Lembaga Perlindungan Konsumen	23
2.3.2.1 Pengertian Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat	23
2.3.2.2 Tugas Lembaga Perlindungan Kon- sumen Swadaya Masyarakat	24
2.3.2.3 Pengertian dan Struktur Organisasi YLKI	24

BAB III UPAYA PEMBERDAYAAN KONSUMEN

3.1 Upaya yang dilakukan YLKI dalam usaha memperjuangkan hak-hak konsumen	30
3.2 Langkah-langkah penyelesaian yang ditempuh oleh YLKI sehubungan dengan kasus-kasus pengaduan oleh konsumen	35
3.3 Kendala-kendala yang dihadapi YLKI dalam menangani kasus-kasus pengaduan oleh konsumen	41

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan	45
4.2 Saran	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Anggaran Dasar Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Yogyakarta.
3. Struktur Organisasi YLKI Yogyakarta.
4. Data Pengaduan YLKI Yogyakarta tahun 1995-1998.
5. Formulir Konsultasi YLKI Yogyakarta.
6. Formulir Pengaduan YLKI Yogyakarta.
7. Skema Prosedur Penyelesaian Sengketa Konsumen.
8. Surat Keterangan untuk mengadakan penelitian di YLKI Yogyakarta dari Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember.
9. Surat Keterangan telah mengadakan penelitian dari Ketua YLKI Yogyakarta.

RINGKASAN

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merupakan gerakan perlindungan konsumen pertama di Indonesia. YLKI merupakan organisasi kemasyarakatan (sosial) yang bersifat terbuka dan sederhana yang bergerak dalam bidang bimbingan dan perlindungan konsumen. Keberadaan YLKI sebagai organisasi konsumen, memang sangat penting. Sebab, YLKI berjuang untuk melindungi hak-hak dan kepentingan konsumen, serta menggalang solidaritas konsumen guna memperkuat peran dan posisi konsumen sehingga tidak menjadi pihak yang selalu dirugikan.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka permasalahan yang perlu dikaji adalah mengenai bagaimanakah upaya yang dilakukan oleh YLKI dalam usaha memperjuangkan hak-hak konsumen, bagaimanakah langkah-langkah penyelesaian yang ditempuh oleh YLKI sehubungan dengan kasus-kasus pengaduan oleh konsumen, dan apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh YLKI dalam menangani kasus-kasus pengaduan oleh konsumen.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh YLKI dalam memperjuangkan hak-hak konsumen, untuk mengetahui langkah-langkah penyelesaian yang ditempuh oleh YLKI serta kendala-kendala yang dihadapi dalam menangani kasus-kasus pengaduan oleh konsumen.

Metode pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan yuridis normatif dan yuridis sosiologis, yang menggunakan data

sekunder dan data primer. Metode pengumpulan data diperoleh melalui studi kepustakaan dan studi lapangan, yang kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, maka keberadaan YLKI dalam mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen adalah bahwa upaya YLKI dalam memperjuangkan hak-hak konsumen yaitu mendesak pemerintah segera membentuk/membuat peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, melakukan pemberdayaan konsumen, dan memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen. Langkah-langkah penyelesaian yang ditempuh oleh YLKI sehubungan dengan kasus-kasus pengaduan oleh konsumen yaitu dengan menghubungi pelaku usaha, menghubungi instansi terkait dan mengajukan gugatan ke pengadilan. Kendala-kendala yang dihadapi adalah belum lengkapnya peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), tingkat kesadaran konsumen yang masih sangat rendah, serta sikap pelaku usaha yang beritikad buruk dan tidak mau bertanggung jawab.

Saran saran yang dapat diberikan antara lain hendaknya pemerintah segera membuat/membentuk peraturan-peraturan pelaksanaan dari UUPK, sosialisasi UUPK, konsumen hendaknya lebih kritis dan berani untuk menuntut hak-haknya kepada pelaku usaha, serta pelaku usaha hendaknya bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan usahanya.

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan Jangka Panjang Kedua (PJP II) ditandai dengan gejala globalisasi ekonomi. Aktivitas ekonomi terus berkembang tanpa menghiraukan batas-batas negara. Teknologi komunikasi dan transportasi berkembang semakin canggih, sehingga mempermudah aktivitas ekonomi.

Perkembangan perekonomian yang pesat khususnya bidang perindustrian dan perdagangan, telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Hal itu disebabkan oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika, sehingga memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu sisi memberikan manfaat bagi konsumen, karena kebutuhan akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Namun, pada sisi lain masih banyak terdapat para pelaku usaha yang melakukan aktivitas bisnis secara tidak sehat, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, tanpa memperhatikan hak-hak dan kepentingan konsumen, sehingga merugikan konsumen. Hal ini mengakibatkan kedudukan produsen/pelaku usaha dan konsumen

menjadi tidak seimbang dan konsumen pada umumnya berada pada posisi yang lemah.

Adalah suatu realita, konsumen menduduki posisi yang cukup penting dalam menjaga keberlangsungan roda perekonomian. Namun ironisnya, sebagai pelaku ekonomi posisi konsumen justru sangat lemah, baik secara sosial maupun ekonomi. Lemahnya posisi konsumen dalam banyak hal, telah menimbulkan serangkaian eksploitasi oleh produsen yang secara sosial dan ekonomi lebih kuat. Hal ini bisa terjadi mengingat kepentingan konsumen seringkali dikendalikan oleh kekuatan diluar dirinya, baik oleh para produsen dan pengusaha maupun oleh pemerintah. Sementara suara konsumen nyaris tidak pernah terdengar. (Warta Konsumen, April 1995:7). Kenyataan ini menunjukkan bahwa posisi konsumen juga lemah dari segi hukum, yaitu ketika konsumen berhadapan dengan pelaku usaha maupun pemerintah untuk mendapatkan perlindungan hukum, guna memperoleh hak-haknya karena telah dirugikan oleh produsen/pelaku usaha.

Lahirnya gerakan perlindungan konsumen dinegara-negara maju, merupakan bukti bahwa hak-hak masyarakat dijunjung tinggi dan dihargai. Kebangkitan perekonomian dunia telah mendorong tumbuh dan berkembangnya gerakan perlindungan konsumen ke berbagai negara, termasuk di Indonesia. Tujuan gerakan perlindungan konsumen ini adalah memberikan perlindungan terhadap konsumen, agar terhindar dari hal-hal yang merugikan, membahayakan kesehatan dan keselamatan jiwa dalam pemakaian ataupun penggunaan barang dan/atau jasa serta membela dan memperjuangkan hak-hak konsumen. (C. Tantri D, Sulastri, 1995:2).

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merupakan gerakan perlindungan konsumen pertama kali di Indonesia yang berdiri pada tanggal 11 Mei 1973 di Jakarta, yang pada awalnya diilhami oleh rasa mawas diri terhadap promosi untuk memperlancar barang-barang produksi dalam negeri. YLKI merupakan organisasi kemasyarakatan (sosial) yang bersifat terbuka dan sederhana yang bergerak dalam bidang bimbingan dan perlindungan konsumen yang mempunyai tujuan membimbing dan melindungi konsumen menuju kesejahteraan keluarga. Untuk mewujudkan tujuannya itu, YLKI melakukan berbagai program kegiatan, diantaranya adalah bidang pendidikan, yaitu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan konsumen melalui pendidikan konsumen dan bidang pengaduan, yaitu menerima dan menyelesaikan keluhan atau ketidakpuasan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya. (YLKI, 1982).

Perjuangan YLKI dalam membantu mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen selalu menghadapi berbagai tanggapan dan tantangan, baik dari produsen atau pengusaha, pemerintah maupun masyarakat konsumen sendiri. Namun demikian, YLKI senantiasa berusaha dengan daya upaya yang maksimal untuk membuktikan keberadaannya sebagai lembaga yang benar-benar bergerak dalam bidang sosial kemasyarakatan. YLKI juga sebagai wahana bagi masyarakat konsumen, untuk meminta bantuan dan perlindungan dari pelanggaran atau kelalaian yang dilakukan oleh pihak produsen yang akibatnya dirasakan oleh masyarakat konsumen.

Keberadaan YLKI ditengah-tengah masyarakat sebagai organisasi konsumen, dirasakan memang sangat penting. Sebab, YLKI merupakan lembaga swadaya masyarakat yang berjuang untuk

melindungi hak-hak dan kepentingan konsumen, serta menggalang solidaritas konsumen guna memperkuat peran dan posisi konsumen sehingga tidak menjadi pihak yang selalu dirugikan. Selain itu guna membantu pemerintah, maka YLKI sangat diperlukan untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen didalam rangka mewujudkan perlindungan konsumen.

1.2. Ruang Lingkup

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut diatas, untuk mempermudah dalam pembahasannya maka saya membatasi ruang lingkupnya pada bidang hukum perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan-peraturan perundang-undangan lainnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Pokok permasalahan yang akan diuraikan disini adalah keberadaan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dalam mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen.

1.3. Rumusan Masalah

Berpedoman pada latar belakang dan ruang lingkup diatas, maka saya ingin mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah upaya yang dilakukan oleh YLKI dalam usaha memperjuangkan hak-hak konsumen ?
2. Bagaimanakah langkah-langkah penyelesaian yang ditempuh oleh YLKI sehubungan dengan kasus-kasus pengaduan oleh konsumen?
3. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh YLKI dalam menangani kasus-kasus pengaduan oleh konsumen ?

1.4. Tujuan Penulisan

Agar penulisan skripsi memiliki sasaran yang tepat, maka saya menerapkan tujuan penulisan dari penulisan skripsi dalam tujuan yang bersifat umum dan tujuan yang bersifat khusus.

1.4.1. Tujuan Umum

1. Untuk memenuhi dan melengkapi kepentingan akademis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.
2. Untuk memberikan sumbangan pemikiran kepada pemerintah, praktisi hukum, akademisi, dan masyarakat umum dalam bidang hukum.
3. Untuk menerapkan ilmu hukum yang telah diperoleh pada perkuliahan guna mewujudkan masyarakat yang aman, tentram, dan berkeadilan.

1.4.2. Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh YLKI dalam memperjuangkan hak-hak konsumen.
2. Untuk mengetahui langkah-langkah penyelesaian yang ditempuh oleh YLKI sehubungan dengan kasus-kasus pengaduan oleh konsumen.
3. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh YLKI dalam menangani kasus-kasus pengaduan oleh konsumen.

1.5. Metode Penulisan

Adapun metode penulisan yang digunakan didalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1.5.1. Pendekatan Masalah

Penulisan skripsi ini menggunakan pendekatan yuridis normatif yaitu pendekatan masalah yang menggunakan sumber data sekunder, dan yuridis sosiologis yaitu pendekatan masalah yang menggunakan data primer. (Ronny Hanitijo Soemitro, 1990:10). Maksudnya adalah menelaah dan mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku dan bahan-bahan pustaka lain yang berkompeten, dikaitkan dengan kenyataan yang ada di masyarakat.

1.5.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini diperoleh melalui :

1. Sumber Data Primer

adalah sumber data yang diperoleh melalui wawancara dan meminta penjelasan secara langsung dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Yogyakarta.

2. Sumber Data Sekunder

adalah sumber data yang didapatkan dari beberapa literatur yang ada kaitannya dengan masalah yang ada dalam skripsi ini. Sumber data sekunder terdiri dari:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan yang mengikat berupa yurisprudensi, undang-undang dan peraturan-peraturan yang lain yang berkaitan dengan permasalahan ini.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian dan hasil karya dari kalangan hukum.

- c. Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, contohnya adalah bibliografi, indeks kumulatif. (Ronny Hanitijo Soemitro, 1990:53).

1.5.3. Metode Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data menggunakan dua cara yaitu :

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan ini untuk mencari konsepsi-konsepsi, teori-teori, pendapat-pendapat ataupun penemuan-penemuan yang berhubungan dengan pokok permasalahan. Kepustakaan tersebut berupa peraturan perundang-undangan, karya ilmiah para sarjana, dan buku-buku literatur serta dokumen-dokumen, kliping, majalah dan koran yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada.

2. Studi Lapangan

Studi lapangan adalah cara memperoleh data yang bersifat primer. Data diperoleh dengan mengadakan tanya jawab (wawancara) dengan pihak-pihak terkait, dalam hal ini adalah pihak Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Yogyakarta. (Ronny Hanitijo Soemitro, 1990:98).

1.5.4. Analisis Data

Di dalam menganalisis data digunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan suatu metode untuk memperoleh gambaran singkat mengenai suatu masalah yang akan dibahas, kemudian diuji dengan teori, norma dan kaidah-kaidah hukum yang berlaku. Proses selanjutnya adalah menarik

kesimpulan secara deduktif yaitu menganalisa permasalahan yang bersifat umum lalu ditarik kesimpulan yang bersifat khusus. (Ronny Hanitijo Soemitro, 1988:139).



BAB II

TINJAUAN TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

2.1. Fakta

Selama beberapa dasawarsa telah terjadi sejumlah peristiwa penting yang menyangkut keamanan dan keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa, yang mencuat ke permukaan sebagai keprihatinan nasional yang tak kunjung mendapat perhatian dari sisi perlindungan hukum bagi para konsumen. Padahal, penduduk Indonesia yang berjumlah lebih dari 200 juta jiwa tidak akan mungkin menanggalkan predikat "konsumen". (Yusuf Shofie, 2000:15).

Berdasarkan data pengaduan dan temuan YLKI Yogyakarta tahun 1995 sampai dengan tahun 1998 terdapat 73 pengaduan yang masuk di YLKI Yogyakarta. Dari sejumlah pengaduan tersebut dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu berupa:

a. Barang

Menyangkut permasalahan mengenai makanan dan minuman, alat kebutuhan rumah tangga, kosmetik serta obat-obatan.

b. Jasa

Menyangkut permasalahan mengenai jasa pelayanan PT.Telkom, PT.PLN, PDAM, perumahan, asuransi, kredit kendaraan bermotor dan undian berhadiah.

Berdasarkan data-data pengaduan itu, maka upaya perlindungan konsumen oleh YLKI Yogyakarta dari kasus-kasus tersebut dikelompokkan menjadi: (Lihat lampiran 4).

1. Perlindungan dari bahaya terhadap keamanan dan kesehatan

Kasus yang ditemui adalah:

- Ada benda melayang-layang dalam air minum dalam kemasan.
 - Kemasan makanan kaleng sudah rusak seperti penyok, mengembung, karat dan bocor.
 - Makanan/minuman sudah kadaluarsa tapi masih dijual.
 - Aroma isi makanan tidak segar.
 - Terdapat sarung tangan dalam susu kaleng.
 - Obat dalam kemasan sudah rusak.
 - Isi makanan sudah rusak seperti berulat, berjamur, berubah warna dan berbau tidak enak.
 - Setelah minum obat dada menjadi sesak, panas dan pusing.
 - Di dalam proses produksi digunakan bahan tambahan yang bukan Bahan Tambahan Makanan.
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi konsumen
- Kasus yang ditemui adalah:
- a) Masalah informasi dalam label
- Tidak terdaftar di Departemen Kesehatan.
 - Nomor Pendaftaran palsu.
 - Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa.
 - Informasi ditulis selain dengan huruf latin.
 - Ukuran yang tercantum pada label tidak sesuai dengan kenyataan.
 - Dibalik label ada label.
 - Pemalsuan merek.
 - Pencantuman "Halal" yang diragukan keabsahannya.
 - Informasi yang menyesatkan.
- b) Masalah undian berhadiah
- Tidak diikutsertakan dalam undian.

- Tidak mencantumkan ijin Departemen Sosial dalam iklan.
 - Tidak tahu cara dan hasil undian.
 - Penyelenggara undian tidak mengetahui bahwa harus ada ijin dari Departemen Sosial.
- c) Promosi dengan surat (Direct Marketing)
- Di dalam surat dijanjikan akan diberi hadiah, setelah datang ternyata harus membeli barang dahulu.
- d) Multilevel Marketing
- Tidak dengan menjual barang, tetapi dengan merekrut anggota baru. Penghasilan diperoleh dari iuran yang disetor anggota baru.
- e) Perjanjian/kontrak yang dirumuskan secara sepihak oleh produsen yang isinya berisi kewajiban konsumen, tetapi mengabaikan hak-hak konsumen
- Perjanjian kredit kendaraan bermotor.
 - Perjanjian polis asuransi.
 - Perjanjian pengadaan rumah.
 - Perjanjian yang dibuat oleh Telkom, PLN dan PDAM dengan calon pelanggan.

Dari semua pengaduan yang diterima oleh YLKI Yogyakarta sebagian besar pengadu menuntut ganti rugi. Namun, tidak semua pengadu mendapatkan ganti rugi, karena berbagai sebab, seperti kekurangan bukti atau produsen menolak. Selain itu, ada juga konsumen yang mendapatkan ganti rugi setelah melalui proses negosiasi dan mediasi yang panjang. (Wawancara dengan Ibu Mungisah Martopo, S.H., Ketua Bidang Pengaduan YLKI Yogyakarta, pada tanggal 3 Juli 2000 di Yogyakarta).

2.2. Dasar Hukum

Adapun dasar hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1234, 1320, 1365.
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
3. Undang-Undang Nomor 10 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1961 Tentang Barang.
4. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1966 Tentang *Hygiene*.
5. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1981 Tentang Metrologi Legal.
6. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan.
7. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian.
8. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1985 Tentang Ketenagalistrikan.
9. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan.
10. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 Tentang Pangan.
11. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994 Tentang *Agreement Establishing the World Trade Organization* (Persetujuan Pembentukan Organisasi Perdagangan Dunia).

2.3. Kerangka Teoritik

2.3.1. Ruang Lingkup Perlindungan Konsumen

2.3.1.1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata "consumer", secara harfiah berarti setiap orang yang menggunakan barang atau jasa. (A.S. Hornby dalam Nasution. Az, 1995:69).

Menurut Az. Nasution (1995:69) pengertian konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang/jasa untuk suatu kegunaan tertentu.

Di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 angka 2 menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan 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.

Dari beberapa definisi diatas, tampak dua (2) pengertian atau jenis konsumen, yaitu:

1. Konsumen yang menggunakan barang/jasa untuk keperluan komersial;
2. Konsumen yang menggunakan barang/jasa untuk keperluan diri sendiri/keluarga dan non-komersial. (Az. Nasution, 1995:71).

Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen-antara dan konsumen-akhir. Konsumen-antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lain, contohnya adalah produsen, supplier, distributor, dan pedagang. Konsumen-akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, yakni setiap orang alami yang menggunakan produk konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangga tidak untuk diperdagangkan kembali.

Berdasarkan hal-hal yang dikemukakan diatas, maka pengertian konsumen yang dimaksudkan di dalam hukum perlindungan konsumen dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah konsumen-akhir.

2.3.1.2. Batasan dan Pengertian Hukum Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen

Sampai saat ini belum jelas apa yang dimaksud dengan Hukum Konsumen dan atau Hukum Perlindungan Konsumen. Hal ini disebabkan karena Hukum Konsumen dan atau Hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang hukum yang masih baru serta masih mencari bentuk dan mencari pengakuan.

Az. Nasution (1999:23) mendefinisikan Hukum Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan barang dan/atau jasa, antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat.

Dari definisi diatas tampak, bahwa Hukum Konsumen terdiri dari rangkaian peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perilaku orang dalam pergaulan hidup untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, yaitu penyedia barang atau penyelenggara jasa kebutuhan hidup manusia dan konsumen pengguna barang atau jasa tersebut.

Hukum Konsumen pada pokoknya lebih berperan dalam hubungan dan masalah konsumen yang kondisi para pihaknya berimbang dalam kedudukan sosial ekonomi, daya saing maupun tingkat pendidikan. Setidaknya antara penyedia barang atau penyelenggara jasa dengan konsumen pengguna barang atau jasa yang berkedudukan seimbang, maka masing-masing lebih mampu mempertahankan dan menegakkan hak-hak mereka yang sah. (Az. Nasution, 1995:66).

Batasan/pengertian Hukum Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi

konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan bermasyarakat. (Az. Nasution, 1999:23).

Hukum Perlindungan Konsumen dibutuhkan, apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum dalam masyarakat itu tidak seimbang. Merupakan kenyataan bahwa kedudukan konsumen, baik secara individu maupun kelompok berada pada posisi yang lebih lemah dalam hubungannya dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen, baik secara ekonomi, tingkat pendidikan maupun kemampuan atau daya bersaing/daya tawar. (Az Nasution, 1995:67).

Oleh karena itu, untuk menyeimbangkan kedudukan antara penyedia barang dan/atau jasa dengan konsumen maka diperlukan perlindungan hukum bagi konsumen di dalam hukum perlindungan konsumen.

2.3.1.3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 1 angka 1 menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.

Sebagaimana ditegaskan dalam pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan, serta kepastian hukum.

Tujuan perlindungan konsumen yang tertuang di dalam pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, keselamatan konsumen.

2.3.1.4. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak-hak konsumen dicetuskan pertama kali oleh Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy, yang disampaikan dalam pidato kenegaraannya dihadapan kongres pada tanggal 15 Maret 1962. Hak-hak konsumen itu dikenal sebagai "*Consumer Bill of Right*" terdiri dari:

1. Hak keamanan (*the right to safety*);
2. Hak informasi (*the right to be informed*);

3. Hak memilih (*the right to choose*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*). (Az. Nasution, 1995:159).

Menurut Imam Baehaqie Abdullah (1990:4), hak-hak konsumen adalah:

- a. Hak untuk memperoleh kebutuhan pokok;
- b. Hak untuk mendapatkan keamanan dan keselamatan;
- c. Hak untuk mendapatkan informasi;
- d. Hak untuk memilih;
- e. Hak untuk mendapatkan perwakilan;
- f. Hak untuk mendapatkan ganti rugi;
- g. Hak untuk mendapatkan pendidikan konsumen;
- h. Hak untuk mendapatkan lingkungan yang sehat.

Di dalam ketentuan pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak sebagai berikut:

1. hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. hak untuk mendapat advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;

7. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari butir-butir hak-hak konsumen tersebut diatas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. 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. Apabila terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi dan ganti rugi. (Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2000:30).

Selain itu, pada hakekatnya perlindungan konsumen menyiratkan keberpihakan kepada kepentingan-kepentingan (hukum) konsumen. Adapun kepentingan-kepentingan konsumen yang termuat dalam Resolusi PBB No.39/248 Tahun 1985 tentang Guidelines for Consumer Protection adalah sebagai berikut:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanan;
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen;

- c. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
- d. Pendidikan konsumen;
- e. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
- f. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberi kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka. (Yusuf Shofie, 2000:251).

Az Nasution (1995:78-80) mengelompokkan kepentingan-kepentingan konsumen menjadi tiga (3), yaitu:

- a. Kepentingan fisik konsumen

Kepentingan fisik konsumen adalah kepentingan badani konsumen yang berhubungan dengan keamanan dan keselamatan tubuh dan atau jiwa mereka dalam penggunaan barang atau jasa konsumen. Di dalam setiap perolehan barang atau jasa konsumen, haruslah barang atau jasa itu memenuhi kebutuhan hidup dari konsumen tersebut dan memberikan manfaat baginya (tubuh dan jiwanya).

- b. Kepentingan sosial-ekonomi konsumen

Kepentingan sosial-ekonomi konsumen menghendaki, agar setiap konsumen dapat memperoleh hasil optimal dari penggunaan sumber-sumber ekonomi mereka, dalam mendapatkan barang atau jasa kebutuhan hidup mereka. Hasil optimal bagi konsumen hanya dicapai, apabila konsumen dalam pembelian kebutuhan hidupnya memperoleh barang atau jasa, senilai dengan harga yang harus dibayarnya untuk itu dan adanya jaminan terhadap

kepentingan-kepentingannya sebagaimana yang termuat dalam Resolusi PBB No.39/248 Tahun 1985.

c. Kepentingan hukum konsumen

Kepentingan hukum bagi masyarakat Indonesia dalam kualitas mereka sebagai konsumen, merupakan suatu kepentingan dan kebutuhan yang sah. Maka, dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan jaminan kepastian hukum terhadap kepentingan-kepentingan konsumen.

Selain dari hak-hak dan kepentingan-kepentingan konsumen diatas, konsumen juga mempunyai kewajiban-kewajiban sebagai penyeimbang dari hak-hak tersebut. Adapun kewajiban konsumen sebagaimana yang termuat dalam ketentuan pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

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

Konsumen juga mempunyai tanggung jawab sebagai konsumen yaitu:

- a. Bersikap kritis;
- b. Berani bertindak;
- c. Memiliki kepedulian sosial;

- d. Tanggung jawab terhadap lingkungan hidup;
- e. Memiliki rasa setia kawan. (Imam Baehaqie Abdullah, 1990:12).

Adanya hak-hak, kepentingan-kepentingan dan tanggung jawab konsumen dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh hasil yang optimal atas perlindungan dan kepastian hukum bagi dirinya.

2.3.1.5. Pengertian Pelaku Usaha

Berdasarkan pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pengertian pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Pelaku usaha yang dimaksudkan dalam pengertian diatas adalah perusahaan, korporasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), koperasi, importir, distributor dan lain-lain.

2.3.1.6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Untuk menciptakan kenyamanan berusaha bagi pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, maka pelaku usaha mempunyai hak sebagaimana yang termuat di dalam ketentuan pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- a. hak menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak 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.

Sebaliknya, sebagai konsekuensi dari hak konsumen, maka kepada pelaku usaha diberikan pula kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi berdasarkan pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan 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 atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
 - g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban-kewajiban pelaku usaha tersebut diatas merupakan manifestasi dari hak-hak konsumen dan sebagai tanggung jawab daripada para pelaku usaha.

2.3.2. Ruang Lingkup Lembaga Perlindungan Konsumen

2.3.2.1. Pengertian Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Di dalam ketentuan pasal 1 angka 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa yang dimaksud dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

Lembaga ini dibentuk untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam upaya perlindungan konsumen, serta menunjukkan bahwa perlindungan konsumen menjadi tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat.

2.3.2.2. Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sebagaimana tertuang dalam pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah:

1. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukannya;
3. bekerjasama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
4. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan;
5. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

2.3.2.3. Pengertian dan Struktur Organisasi YLKI

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) adalah organisasi kemasyarakatan (sosial), non politik, non komersial, non profit dan bersifat terbuka, yang didirikan di Jakarta pada tanggal 11 Mei 1973 dengan akta notaris G.K.S. Loemban Tobing, akta No. 26 tanggal 11 Mei 1973.

Pada tahun 1978 dibentuk YLKI Perwakilan Yogyakarta yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Badan Pengurus Harian YLKI No. 01/VI/DPP/78 tanggal 12 April 1978 tentang Pembentukan Perwakilan Lembaga Konsumen Yogyakarta. Kemudian, pada tanggal 12 April 1999 YLKI Perwakilan Yogyakarta berdiri sendiri dan

berubah menjadi organisasi Gerakan Solidaritas Konsumen Indonesia dengan nama YLKI Yogyakarta.

YLKI Yogyakarta merupakan gerakan solidaritas konsumen yang mempunyai visi, misi dan tujuan sebagai suatu organisasi kemasyarakatan yang bergerak dibidang perlindungan konsumen. Visi YLKI Yogyakarta adalah menumbuhkan kembali persahabatan yang saling membutuhkan antara produsen dan konsumen sehingga tercipta keadilan bagi kedua belah pihak, sedangkan misi yang diembannya adalah:

- a. Menumbuhkan kesadaran kritis konsumen tentang hak dan kewajibannya.
- b. Menggalang kekuatan konsumen dengan semangat nir-kekerasan.
- c. Memperdulikan masyarakat konsumen terutama yang nir-daya.
- d. Memperjuangkan keadilan bagi konsumen.
- e. Menjaga kelestarian manfaat bumi.

Tujuan yang hendak dicapai adalah:

1. Terbentuknya masyarakat konsumen yang kritis.
2. Terpenuhinya hak-hak konsumen.
3. Terbentuknya gerakan solidaritas konsumen. (Lihat lampiran 2).

YLKI Yogyakarta mempunyai beberapa bidang kegiatan guna mengimplementasikan visi dan misi serta mencapai tujuannya yaitu:

1. Bidang Pendidikan dan Pelatihan

Bidang ini mempunyai kegiatan untuk memberikan pendidikan dan penyuluhan kepada masyarakat konsumen supaya konsumen sadar, peduli dan berani untuk memperjuangkan hak dan kewajibannya sebagai konsumen. Kegiatan bidang ini dilakukan melalui pendidikan populer seperti diskusi, seminar,

penyuluhan, penulisan artikel di media massa, siaran radio dan TV serta pelatihan.

2. Bidang Penelitian dan Pengembangan

Bidang ini melakukan pengujian atau penelitian laboratorium dan survei pasar terhadap kualitas produk-produk yang beredar di pasar baik karena pengaduan dari konsumen, ajakan kerjasama dari instansi pemerintah maupun berdasarkan program YLKI sendiri. Selain itu juga bertugas menguji kebenaran pokok pengaduan konsumen apabila diperlukan oleh bidang pengaduan.

3. Bidang Pengaduan

Bidang pengaduan menerima, menampung dan menyelesaikan keluhan atau pengaduan dari konsumen, baik yang disampaikan secara langsung maupun melalui surat, telepon atau media massa.

4. Bidang Advokasi

Kegiatan bidang advokasi adalah untuk mempengaruhi pengambilan keputusan baik oleh pemerintah maupun pelaku usaha yang menyangkut kepentingan konsumen dengan cara melakukan dengar pendapat, dialog, lobi dan litigasi. Advokasi juga diartikan sebagai upaya pembelaan konsumen berdasarkan peran fungsional yang dijabarkan oleh YLKI untuk memperkuat peran dan posisi konsumen.

5. Bidang Hukum

Kegiatan bidang hukum adalah mengkritisi berbagai isu atau persoalan hukum, termasuk juga kebijakan pemerintah dalam berbagai aktivitas perlindungan konsumen, mensosialisasikan berbagai peraturan/kebijakan hukum yang dikeluarkan oleh pemerintah kepada masyarakat konsumen maupun pelaku

usaha, serta mengkaji dan menyelesaikan persoalan atau kasus-kasus yang muncul dibidang perlindungan konsumen bekerja sama dengan bidang-bidang yang lainnya.

Adapun Struktur Organisasi YLKI Yogyakarta terdiri dari:

1. Dewan Pengurus

Adalah pimpinan tertinggi yang melaksanakan keputusan-keputusan Kongres/Musyawarah Anggota, yang terdiri atas:

- Ketua Umum
- Sekretaris Umum
- Bendahara Umum
- Ketua Bidang Organisasi
- Ketua Bidang Kehumasan
- Ketua Bidang Pendidikan dan Pelatihan
- Ketua Bidang Penelitian dan Pengembangan
- Ketua Bidang Advokasi
- Ketua Bidang Pengaduan
- Ketua Bidang Hukum

2. Dewan Pengawas

Bertugas mengawasi keuangan dan jalannya organisasi yang terdiri atas 1 (satu) orang ketua merangkap anggota dan 4 (empat) orang anggota.

Sumber dana YLKI Yogyakarta berasal dari:

- a. Iuran Anggota.
- b. Hasil usaha organisasi, antara lain berasal dari pengaduan konsumen atau kerjasama dengan LSM lain.
- c. Sumbangan/bantuan yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai dasar organisasi, antara lain dari konsumen dan Pemerintah Daerah. (Wawancara dengan Ibu Mungisah Martopo, S.H., Ketua

Bidang Pengaduan YLKI Yogyakarta, pada tanggal 3 Juli 2000 di Yogyakarta).

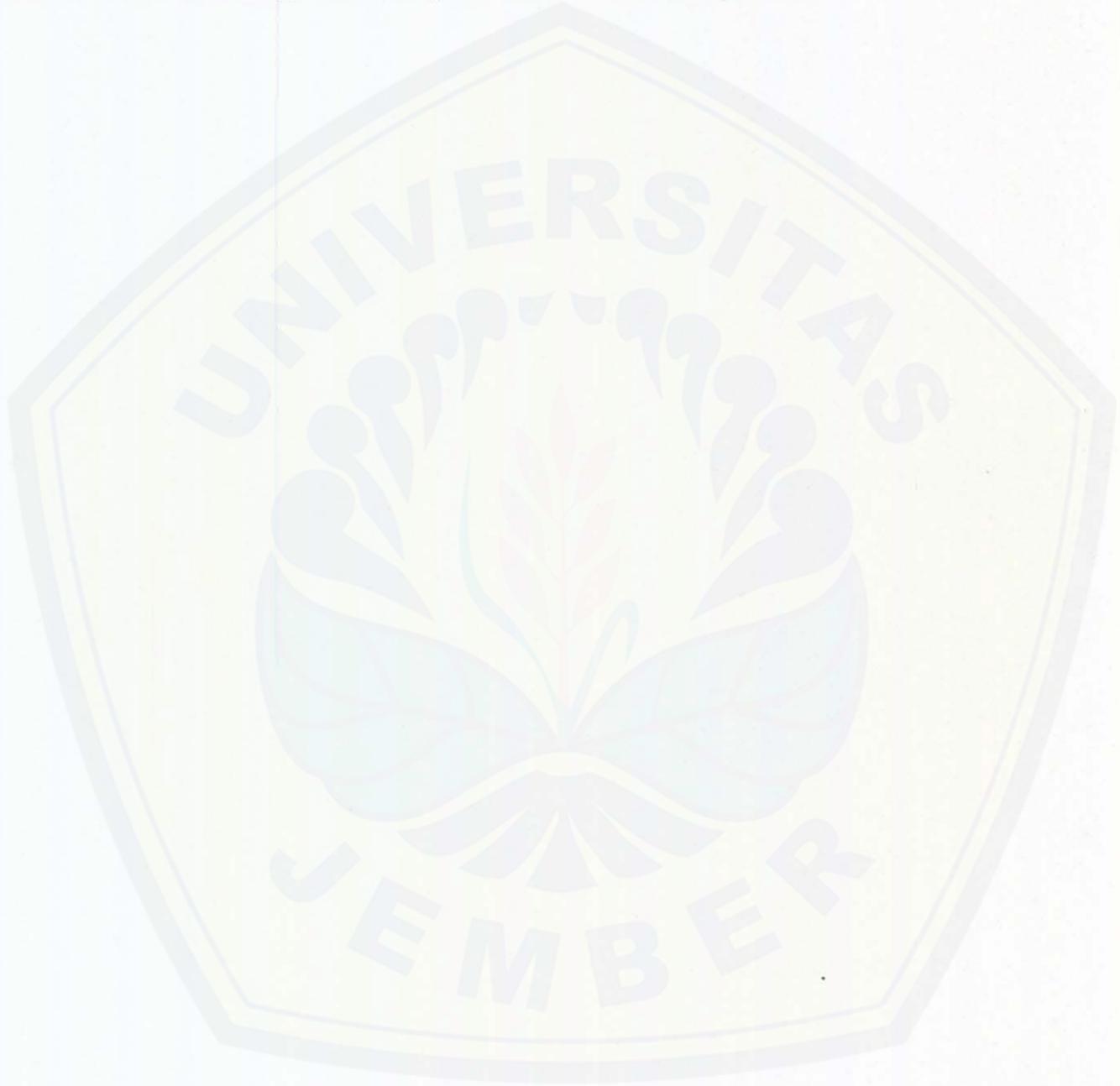
Sampai saat ini telah berdiri 19 organisasi konsumen diseluruh Indonesia. Di Yogyakarta terdapat 3 organisasi konsumen, salah satunya adalah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Yogyakarta. (C. Tantri D, Sularsi, 1995:16). YLKI Yogyakarta berkedudukan di Yogyakarta dengan wilayah kegiatan di seluruh Indonesia.

YLKI Yogyakarta selalu terbuka dan berusaha untuk membantu konsumen yang bermasalah dengan menerima atau menampung dan menyelesaikan keluhan atau ketidakpuasan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Konsumen dapat menyampaikan pengaduan ke YLKI Yogyakarta untuk menyelesaikan kasus/permasalahannya dengan cara datang langsung ke YLKI Yogyakarta, melalui telepon, surat atau menulis di media massa. Adapun cara-cara penyelesaian yang ditempuh oleh YLKI Yogyakarta terhadap pengaduan konsumen adalah:

1. YLKI Yogyakarta memberikan penjelasan secara langsung kepada konsumen.
2. Pengaduan diselesaikan dengan menghubungi pelaku usaha.
3. Pengaduan diselesaikan dengan penelitian laboratorium.
4. Pengaduan diselesaikan dengan menghubungi instansi yang berwenang.
5. Pengaduan diselesaikan melalui pengadilan. (Imam Baehaqie Abdullah, 1990:20).

Dari berbagai kegiatan dan sejumlah pengaduan-pengaduan yang masuk di YLKI Yogyakarta, sekitar 80% kasus-kasus pengaduan konsumen dapat diselesaikan dengan baik. Hal ini menunjukkan

peranan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Yogyakarta dalam membantu menangani/menyelesaikan kasus-kasus pengaduan dari konsumen untuk menuntut hak-haknya, sehingga keberadaan YLKI Yogyakarta dapat diterima oleh masyarakat.



BAB III

UPAYA PEMBERDAYAAN KONSUMEN

3.1. Upaya yang dilakukan YLKI dalam usaha memperjuangkan hak-hak konsumen

Gerakan perlindungan konsumen (*konsumerisme*) adalah aktivitas/kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat konsumen, baik secara individu maupun kelompok dalam upaya melindungi dan mempertahankan kepentingan dan atau hak-haknya di dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. (C. Tantri D, Sularsi, 1995:18).

YLKI Yogyakarta (YLKIY) merupakan salah satu organisasi/lembaga konsumen yang berjuang untuk melindungi hak-hak dan kepentingan konsumen yang selama ini terabaikan. Disatu sisi, dalam praktek sehari-hari hak-hak konsumen seringkali tidak diterapkan, karena ketidaktahuan atau keengganan konsumen sendiri untuk memanfaatkannya, disisi lain masih banyak pelaku usaha yang sering bertindak semena-mena dibalik ketidakberdayaan dan ketidaktahuan konsumen tersebut. Oleh karena itu, YLKIY sebagai organisasi/lembaga konsumen berusaha mengorganisir konsumen, agar memiliki kemampuan untuk memperjuangkan kepentingannya serta menggalang solidaritas konsumen. Hal ini bertujuan untuk memperkuat posisi konsumen agar memiliki posisi tawar (*bargaining position*) yang lebih kuat, sehingga tidak menjadi pihak yang selalu dirugikan.

Selama ini, YLKIY telah melakukan berbagai macam kegiatan untuk memperjuangkan hak-hak konsumen dalam rangka mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen, sesuai dengan motto kerjanya yaitu melindungi konsumen, menghormati martabat

produsen (pelaku usaha) dan membantu pemerintah. Adapun upaya yang dilakukan YLKIY dalam usaha memperjuangkan hak-hak konsumen adalah sebagai berikut:

1. Kepada Pemerintah

Pemerintah berkewajiban untuk memberikan perlindungan hukum kepada masyarakat konsumen. Di dalam hal ini pemerintah bertanggung jawab untuk melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak-hak konsumen sebagaimana telah ditegaskan dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sejalan dengan itu, maka YLKIY telah berupaya untuk mendorong dan membantu pemerintah dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen. Selama ini YLKIY telah berperan aktif melalui berbagai kegiatannya, seperti memberikan sumbangan pemikiran dalam pembentukan rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, mengkritisi berbagai peraturan perundang-undangan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, serta mengkaji berbagai macam peraturan perundang-undangan yang ada untuk memberikan usulan atau bahan pertimbangan kepada pemerintah terhadap substansi peraturan perundang-undangan tersebut.

Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan dasar hukum terhadap upaya penegakan dan perlindungan hukum bagi konsumen. Karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) masih relatif baru dan membutuhkan peraturan pelaksanaan agar dapat berlaku secara efektif, maka YLKIY berupaya mendesak

pemerintah segera membentuk peraturan pelaksanaan dari UUPK. Berdasarkan UUPK, bahwa pemerintah harus menyusun dan menetapkan peraturan pelaksanaan dari UUPK, yang terdiri dari 5 Peraturan Pemerintah, 2 Keputusan Menteri serta 1 Peraturan Perundang-undangan. Selama peraturan pelaksanaan tersebut belum diterbitkan, maka UUPK belum dapat diberlakukan secara efektif, sehingga belum efektif memberikan perlindungan hukum bagi konsumen.

2. Kepada Konsumen

Kenyataan membuktikan bahwa rendahnya kesadaran konsumen akan hak-haknya, telah menjadikan konsumen dieksploitasi oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan hak dan kewajibannya sebagai konsumen, YLKIY berupaya melakukan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan konsumen. Pendidikan konsumen ini, dimaksudkan untuk menumbuhkan kesadaran kritis konsumen tentang hak-hak dan kewajibannya sebagai konsumen, sehingga mampu untuk memperjuangkan hak-hak dan kepentingannya. Pendidikan konsumen ini dilaksanakan melalui pendidikan populer seperti diskusi, seminar, lokakarya, penyuluhan, pameran, penulisan artikel di media cetak, siaran radio dan TV dan pelatihan. Selain itu, YLKIY juga membentuk Kelompok Konsumen Sadar, memberikan konsultasi konsumen dan pendampingan kepada konsumen di dalam memperjuangkan dan menuntut hak-haknya sebagai upaya pemberdayaan konsumen.

3. Kepada Pelaku Usaha

Masalah perlindungan konsumen juga tidak lepas dari peran dan tanggung jawab pelaku usaha sebagai penyedia/penyelenggara

barang dan/atau jasa konsumen. Di dalam upaya memperjuangkan hak-hak konsumen guna mewujudkan perlindungan hukum kepada konsumen, maka YLKIY berupaya memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen, melalui program kegiatannya, seperti sosialisasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kegiatan tersebut dilakukan melalui berbagai forum seperti diskusi, seminar ataupun penyuluhan yang pada umumnya YLKIY diundang oleh para pelaku usaha itu sendiri. (Wawancara dengan Ibu Mungisah Martopo, S.H., Ketua Bidang Pengaduan YLKI Yogyakarta, pada tanggal 17 Juli 2000 di Yogyakarta).

Selain itu, ada beberapa strategi untuk memperjuangkan hak-hak konsumen yaitu:

1. Advokasi

Advokasi adalah mempengaruhi para pengambil keputusan, baik di pemerintahan maupun di sektor industri, agar memenuhi kewajibannya terhadap konsumen.

2. Pengembangan solidaritas atau kesetiakawanan

Adalah mengembangkan gerakan konsumen nasional dengan menggalang solidaritas atau kesetiakawanan antar konsumen dan organisasi lain yang peduli pada permasalahan konsumen, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

3. Penyebaran informasi independen

Adalah mengimbangi informasi yang ada dengan informasi independen yang diperoleh dari hasil pengujian dan survei yang dilakukan oleh YLKIY. (Depperindag, 1998:21).

Menurut Sudaryatmo (1999:82) dalam upaya memperjuangkan hak-hak konsumen untuk memperoleh keadilan, maka perlindungan konsumen harus dilakukan dari dua (2) level/arus yaitu :

1. Dari arus bawah

Ada lembaga konsumen yang kuat dan tersosialisasi secara merata di masyarakat, sekaligus secara representatif dapat menampung dan memperjuangkan aspirasi konsumen.

2. Dari arus atas

Ada departemen/bagian dalam struktur kekuasaan, yang secara khusus mengurus masalah perlindungan konsumen.

Maka dengan demikian, efektifitas perlindungan konsumen suatu negara tidak semata-mata bergantung kepada lembaga konsumen, tetapi juga kepedulian pemerintah khususnya melalui institusi yang dibentuk untuk melindungi konsumen.

Selain itu, dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan langkah maju di dalam upaya untuk menciptakan perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia. Keberadaan UUPK adalah sebagai instrumen yuridis guna memperjuangkan dan menegakkan hak-hak konsumen yang selama ini cenderung terabaikan. Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas dan menyimak materi UUPK, maka ada tiga (3) hal penting yang dapat dikemukakan yaitu:

1. UUPK telah mengakomodasi hak-hak konsumen yang diakui secara internasional, sebagaimana tertuang di dalam ketentuan pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. UUPK telah mengakomodasi tentang tanggung jawab pemerintah atas pembinaan dan pengawasan terhadap penyelenggaraan

perlindungan konsumen, sebagaimana tertuang di dalam ketentuan pasal 29 dan 30 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

3. UUPK juga telah mengakomodasi fungsi dan peran Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang bergerak dibidang perlindungan konsumen, sebagai bagian tak terpisahkan dari perwujudan hak-hak konsumen, sebagaimana tertuang di dalam ketentuan pasal 44 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Maka dengan demikian, keberadaan UUPK dapat menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah, masyarakat konsumen serta lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat seperti YLKI Yogyakarta dan lembaga/organisasi konsumen lainnya dalam upaya mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen.

3.2. Langkah-langkah penyelesaian yang ditempuh oleh YLKI sehubungan dengan kasus-kasus pengaduan oleh konsumen

Setiap hari konsumen berperan sebagai pemakai barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari seringkali konsumen mengalami kekecewaan, tertipu, atau bahkan dirugikan pada saat mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Apabila konsumen mengalami hal itu, YLKIY memberikan bantuan kepada masyarakat konsumen untuk mengadukan permasalahannya tersebut. Adapun penyampaian pengaduan dapat dilakukan dengan cara datang langsung ke YLKIY, melalui surat, telepon atau menulis di media cetak. Di dalam menyampaikan pengaduan, pengadu harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- yakin akan kesalahan dan kekurangan dari barang dan/atau jasa yang akan diadukan;
- menceritakan kronologis kejadiannya secara jelas dan sistematis;
- bersikap jujur, tegas dan tidak emosi;
- menyertakan data-data dan bukti yang lengkap. (Imam Baehaqie Abdullah, 1990:23).

Prosedur penyelesaian sengketa konsumen melalui YLKIY adalah sebagai berikut:

1. Konsumen (pengadu) mengajukan pengaduan melalui YLKIY dengan cara datang/bertemu langsung, melalui telepon, surat atau media massa. Namun demikian, pengadu diharuskan bertemu langsung dengan pihak YLKIY.
2. Setelah pengadu mengajukan pengaduan dan bertemu langsung dengan pihak YLKIY, kemudian pengadu mengadakan konsultasi. Di dalam konsultasi ini, pengadu harus menjelaskan permasalahan atau kasus posisinya, sehingga pihak YLKIY akan memberikan penyelesaian kepada pengadu mengenai upaya untuk menyelesaikan kasus tersebut .
3. Apabila pengadu meminta pihak YLKIY untuk membantu menyelesaikan kasus tersebut maka pengadu harus melakukan pendaftaran pengaduan resmi dengan mengisi formulir pengaduan yang memuat identitas pengadu, identitas obyek pengaduan, isi pengaduan, barang bukti, tuntutan pengadu dan kronologi pengaduan.
4. Setelah pengadu melakukan pengaduan resmi, kemudian pihak YLKIY akan memproses pengaduan tersebut. Di dalam proses penanganan kasus meliputi beberapa tahap yaitu:

a. Tahap Konstataasi

adalah menentukan/meneliti kebenaran pengaduan dengan mengumpulkan fakta-fakta dan bukti-bukti pengaduan.

b. Tahap kualifikasi

adalah menggolongkan jenis pengaduan yang diajukan oleh konsumen pengadu.

c. Tahap justifikasi

adalah proses menentukan hak-hak yang dimiliki konsumen dan menentukan tuntutan pengadu serta upaya penyelesaian untuk memperoleh hak/tuntutan tersebut. (Lihat lampiran 7).

Adapun langkah-langkah penyelesaian yang ditempuh oleh YLKIY sehubungan dengan penanganan kasus-kasus pengaduan adalah :

1. Menghubungi pelaku usaha

YLKIY menghubungi pelaku usaha dengan cara mengirimkan surat kepada pelaku usaha yang bersangkutan dengan tembusan surat kepada instansi terkait, yang berisikan gugatan konsumen pengadu, sebagaimana yang tercantum dalam formulir pengaduan di YLKIY. YLKIY menuntut tanggapan yang tuntas dari pelaku usaha atas pengaduan yang disampaikannya itu. Ketuntasan tanggapan itu dinilai dari terpenuhinya tuntutan/gugatan konsumen pengadu. YLKIY memberi tenggang waktu 2-3 minggu kepada pelaku usaha, untuk memberikan tanggapan terhadap surat yang dikirimkannya. Apabila pelaku usaha belum memberikan tanggapan, YLKIY akan memuat pengaduan konsumen di media massa. Hal itu semacam sanksi/ancaman yang diberikan kepada pelaku usaha. Tetapi, pada umumnya begitu menerima surat dari YLKIY mengenai

pengaduan konsumen, pelaku usaha yang bersangkutan segera menghubungi YLKIY untuk menyelesaikan kasus pengaduan konsumen tersebut. Bentuk penyelesaian yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha pada umumnya berupa:

- pemberian ganti rugi kepada konsumen pengadu;
- penjelasan mengenai penyebab timbulnya kerugian;
- peningkatan pengawasan terhadap produk-produk yang dipasarkan.

Apabila kasus pengaduan konsumen telah berhasil diselesaikan dan dipenuhi oleh pelaku usaha, maka YLKIY akan menyampaikan hasilnya kepada konsumen.

2. Menghubungi instansi terkait

Selain menghubungi pelaku usaha yang bersangkutan, YLKIY juga menghubungi instansi terkait yang disampaikan dalam bentuk pengiriman surat tembusan dari surat yang ditujukan kepada pelaku usaha. Hal ini dimaksudkan supaya kasus pengaduan dari konsumen tersebut mendapatkan perhatian dari pemerintah, dan untuk selanjutnya pemerintah melalui instansi terkaitnya, diharapkan mengambil tindakan yang perlu terhadap pelaku usaha yang bersangkutan.

3. Mengajukan gugatan ke pengadilan

Salah satu langkah/upaya lain yang ditempuh oleh YLKIY untuk mengupayakan penyelesaian pengaduan konsumen adalah mengajukan gugatan ke pengadilan. Namun upaya ini baru akan ditempuh, apabila upaya-upaya yang ditempuh sebelumnya tidak membuahkan hasil dan dipandang dari kemanfaatannya akan berfaedah bagi konsumen pengadu, terlebih lagi bagi masyarakat konsumen yang lebih luas. Adapun kriteria yang harus dipenuhi

bagi suatu pengaduan yang akan diselesaikan melalui jalur pengadilan adalah :

- segala upaya yang ditempuh sebelumnya tidak membuahkan hasil;
- nilai kerugian yang diderita konsumen cukup besar;
- kerugian yang sama berpotensi akan diderita oleh konsumen-konsumen lainnya;
- YLKIY mendapatkan kuasa dari konsumen yang bersangkutan untuk atas nama konsumen itu mewakilinya di sidang pengadilan. (Wawancara dengan Ibu Mungisah Martopo, S.H., Ketua Bidang Pengaduan YLKI Yogyakarta, pada tanggal 3 Juli 2000 di Yogyakarta).

Di dalam menangani/menyelesaikan setiap kasus pengaduan, YLKIY selalu berusaha menyelesaikan dengan cara non litigasi (di luar pengadilan) yang ditempuh dengan cara mediasi, negosiasi, atau konsiliasi. Namun demikian, tidak menutup kemungkinan menempuh jalur litigasi (pengadilan) sebagai upaya terakhir apabila cara non litigasi sudah tidak berhasil.

Diundangkan dan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen akan memberikan perlindungan dan kepastian hukum bagi konsumen. Sebelum adanya UUPK, apabila konsumen merasa haknya dilanggar oleh pelaku usaha, maka konsumen dapat mengadukan permasalahannya kepada organisasi/lembaga konsumen seperti YLKI Yogyakarta untuk menyelesaikannya. Namun, setelah adanya UUPK, maka konsumen dapat menyelesaikan kasus/permasalahannya dengan menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, yakni melalui Badan

Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau mengajukan gugatan melalui pengadilan.

Dari kedua cara tersebut, terlihat bahwa UUPK memberikan alternatif penyelesaian sengketa konsumen yang dapat ditempuh oleh konsumen. Di dalam penyelesaian sengketa konsumen, juga tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian secara damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa, tanpa melalui pengadilan atau BPSK dan tidak bertentangan dengan undang-undang. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan secara damai (musyawarah) antara para pihak yang bersengketa (konsumen dan pelaku usaha) ataupun melalui BPSK diharapkan lebih efektif dan efisien.

Adanya pengaduan dari konsumen dapat diperoleh beberapa keuntungan yaitu:

1. Bagi Konsumen

- Konsumen akan memperoleh ganti rugi atas kerugian yang diderita;
- Melindungi/menyelamatkan konsumen lain agar tidak mengalami kerugian yang sama.

2. Bagi pelaku usaha

- Pengaduan konsumen dapat dijadikan tolok ukur untuk perbaikan mutu produksi;
- Sebagai informasi dari adanya kemungkinan produk tiruan;
- Menghindari persaingan tidak sehat.

3. Bagi pemerintah

- Lebih memudahkan pengawasan dan kontrol terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasaran;

- Mengetahui adanya kelemahan penerapan peraturan perundang-undangan dari pemerintah. (Imam Baehaqie Abdullah, 1990:18).

3.3. Kendala-kendala yang dihadapi YLKI dalam menangani kasus-kasus pengaduan oleh konsumen

Di dalam menangani dan menyelesaikan kasus-kasus pengaduan konsumen, YLKIY menghadapi berbagai kendala dan permasalahan, baik berasal dari pemerintah, konsumen maupun pelaku usaha. Kendala-kendala yang dihadapi YLKIY dalam menangani kasus-kasus pengaduan adalah sebagai berikut:

1. Dari Pemerintah

Dahulu, kendala yang dihadapi YLKIY dalam menangani dan menyelesaikan kasus-kasus pengaduan yaitu belum adanya perlindungan hukum yang pasti bagi konsumen dari pemerintah, berupa Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun, sekarang pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang baru diberlakukan pada tanggal 20 April 2000, sehingga dapat memberikan kepastian hukum bagi konsumen. Tetapi karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) relatif masih baru, maka di dalam pelaksanaannya masih terdapat kendala-kendala, antara lain belum lengkapnya peraturan pelaksanaan dari UUPK, kesiapan aparat penegak hukum dalam menyelesaikan kasus-kasus pengaduan dari konsumen, belum terbentuknya peradilan khusus yang memeriksa perkara secara sederhana, cepat dan biaya ringan.

2. Dari Konsumen

Tingkat kesadaran konsumen pada umumnya masih sangat rendah, sehingga belum mampu untuk melindungi dan memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen. Hal ini disebabkan oleh faktor tingkat pendidikan dan tingkat ekonomi masyarakat konsumen yang masih rendah. Oleh karena itu, di dalam menangani dan menyelesaikan kasus-kasus pengaduan biasanya muncul berbagai kendala dari konsumen itu sendiri, yaitu ketidakkritisian konsumen, tingkat kemampuan ekonomi konsumen lemah, bukti-bukti pengaduan yang kurang/tidak lengkap, kecilnya nilai/harga barang dan/atau jasa, sehingga konsumen enggan menuntut ke pengadilan, karena tidak sebanding dengan biaya untuk mengajukan gugatan ke pengadilan serta sikap menyerah dan menghindari konflik, meskipun konsumen telah dirugikan oleh pelaku usaha.

3. Dari pelaku usaha

Di dalam menangani dan menyelesaikan kasus-kasus pengaduan dari konsumen YLKIY seringkali menghadapi kendala ketika berhadapan dengan pelaku usaha yaitu sikap pelaku usaha yang beritikad buruk dan tidak mau bertanggung jawab antara lain tidak memberikan tanggapan terhadap pengaduan-pengaduan dari konsumen yang disampaikan oleh YLKIY, bersikap menyalahkan konsumen dengan alasan konsumen kurang hati-hati dalam mengkonsumsi produk barang atau jasa, mengalihkan/melimpahkan tanggung jawab kepada pelaku usaha lain atau bahkan mengancam memperkarakan pengaduan konsumen ke pengadilan. (Wawancara dengan Ibu Mungisah

Martopo, S.H., Ketua Bidang Pengaduan YLKI Yogyakarta, pada tanggal 17 Juli 2000 di Yogyakarta).

Menurut Yusuf Shofie (2000:249), secara teoritis sengketa-sengketa konsumen dapat diselesaikan, tetapi pada praktek dan kenyataannya tidak mudah dilakukan, karena berbagai sebab yang bersifat yuridis-politis-sosiologis, yaitu sebagai berikut :

1. Karena tidak konsistennya badan peradilan atas putusan-putusannya. Sering terjadinya perbedaan-perbedaan putusan-putusan pengadilan dalam kasus serupa, menunjukkan bahwa pengadilan belum mampu bersikap konsisten.
2. Sebagian besar konsumen Indonesia enggan berperkara ke pengadilan, padahal telah sangat dirugikan oleh pelaku usaha. Keengganan konsumen ini disamping disebabkan ketidakkritisian konsumen itu sendiri, juga lebih banyak didasarkan pada :
 - a. belum dapat diterapkannya norma-norma perlindungan konsumen di Indonesia, dalam hal ini Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen relatif masih baru, sehingga diperlukan waktu pemberlakuannya selama satu tahun;
 - b. praktek peradilan yang tidak sederhana, cepat dan biaya ringan;
 - c. sikap menghindari konflik, meskipun hak-haknya sebagai konsumen dilanggar oleh pelaku usaha.
3. Tarik menarik berbagai kepentingan diantara para pelaku ekonomi yang memiliki akses kuat diberbagai bidang, termasuk akses kepada pengambil keputusan. Secara sosiologis, hal ini berada diluar jangkauan hukum. Kalaupun hukum digunakan untuk menjangkaunya, itupun hanya sebatas kepada mereka

yang menjadi tumbal (*space-goat*) tarik-menarik kepentingan tersebut.

Dari uraian diatas, maka kendala-kendala yang ada harus dapat diatasi yakni dengan mensosialisasikan UUPK, membentuk peraturan pelaksanaan dari UUPK, pembinaan aparat penegak hukum serta melengkapi sarana prasarana penunjang lainnya agar upaya penegakan hukum dibidang perlindungan konsumen melalui UUPK dapat berjalan efektif di masyarakat.

Selain itu, ada beberapa faktor yang sangat berperan terhadap penegakan hukum dibidang perlindungan konsumen dan efektifitas pelaksanaan dari UUPK, yaitu:

1. Pemerintah;
2. Lembaga peradilan dan penegak hukum;
3. Masyarakat konsumen; (J. Widiantoro, 2000:6).
4. Organisasi/lembaga konsumen;
5. Pelaku usaha.

Maka dengan demikian, dalam upaya penegakan hukum dibidang perlindungan konsumen melalui instrumen hukum UUPK, menuntut peran serta dan tanggung jawab dari semua pihak baik pemerintah, lembaga peradilan dan penegak hukum, konsumen, organisasi/lembaga konsumen maupun pelaku usaha.

BAB IV
KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab terdahulu, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa upaya yang dilakukan YLKI dalam usaha memperjuangkan hak-hak konsumen adalah sebagai berikut:
 - a. Kepada pemerintah, yaitu YLKI Yogyakarta berupaya mendesak pemerintah segera membentuk peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
 - b. Kepada konsumen, yaitu melakukan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan konsumen.
 - c. Kepada pelaku usaha, yaitu memberikan pemahaman kepada pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen dengan mengadakan sosialisasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
2. Langkah-langkah penyelesaian yang ditempuh YLKI sehubungan dengan kasus-kasus pengaduan oleh konsumen adalah sebagai berikut:
 1. Menghubungi pelaku usaha, yaitu dengan mengirimkan surat gugatan konsumen pengadu kepada pelaku usaha yang bersangkutan.
 2. Menghubungi instansi terkait, yaitu mengirimkan surat kepada instansi terkait yang bersangkutan, supaya pemerintah memperhatikan dan mengambil tindakan kepada pelaku usaha yang bersangkutan.

3. Mengajukan gugatan ke pengadilan, yaitu YLKI Yogyakarta mengajukan gugatan ke pengadilan apabila mendapat kuasa dari konsumen.
3. Kendala-kendala yang dihadapi YLKI dalam menangani kasus-kasus pengaduan oleh konsumen adalah:
 1. Dari pemerintah, yaitu belum lengkapnya peraturan-peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga undang-undang tersebut belum dapat diterapkan secara efektif.
 2. Dari konsumen, yaitu tingkat kesadaran konsumen yang masih sangat rendah, yang disebabkan oleh faktor tingkat pendidikan dan tingkat ekonomi masyarakat konsumen yang masih rendah.
 3. Dari pelaku usaha, yaitu sikap pelaku usaha yang beritikad buruk dan tidak mau bertanggung jawab.

4.2. Saran

1. Hendaknya pemerintah segera membuat/membentuk peraturan-peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sehingga pelaksanaan undang-undang tersebut dapat efektif.
2. YLKI hendaknya lebih meningkatkan peran sertanya dalam upaya mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen bekerja sama dengan organisasi/lembaga konsumen lainnya.
3. Perlunya sosialisasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen kepada masyarakat.
4. Konsumen hendaknya lebih kritis dan berani untuk menuntut hak-haknya kepada pelaku usaha.

5. Pelaku usaha hendaknya bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan usahanya.

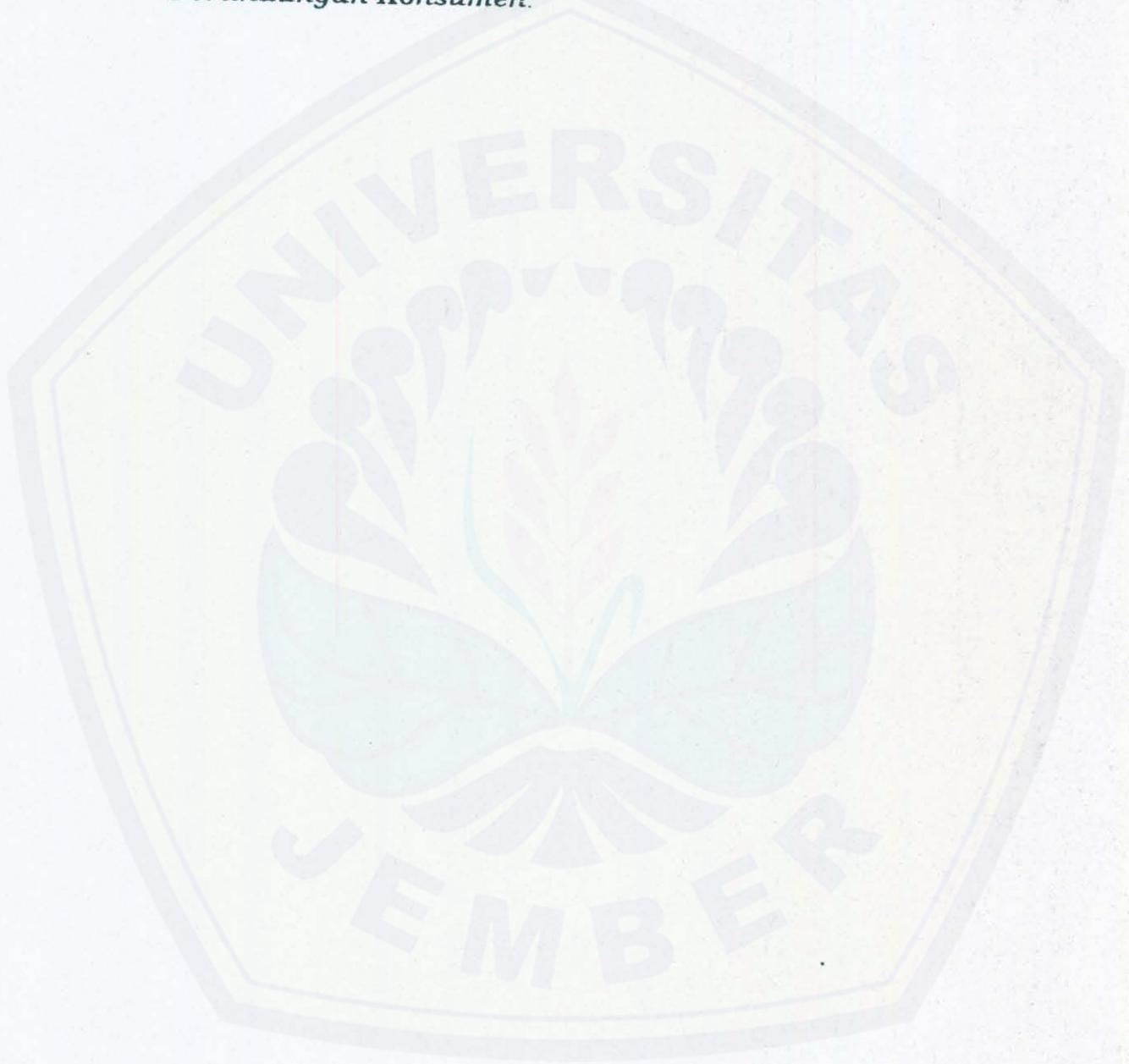


DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Imam Bachaie . 1990. *Menggugat Hak*. Jakarta: YLK
- Departemen Perindustrian dan Perdagangan. 1998. *Pengembangan Program Manajemen Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Depperindag.
- Nasution, Az. 1995. *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Sinar Harapan.
- . 1999. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Daya Widya.
- Shofie, Yusuf. 2000. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Soemitro, Ronny Hanitijo. 1990. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sudaryatmo. 1999. *Hukum dan Advokasi Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Tantri, C dan Sularsi. 1995. *Gerakan Organisasi Konsumen: Seri Panduan Konsumen*. Jakarta: YLKI.
- Tunggal, Hadi Setia. 2000. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Harvarindo.
- Widijantoro, J. 2000. *Kajian Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Pemberian Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Makalah dalam Diskusi Panel kerjasama Fakultas Hukum Universitas Atmajaya Yogyakarta dan YLKI Yogyakarta.
- Widjaja, G dan A. Yani. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. 1982. *Gerak dan Langkah YLK*. Jakarta: Gunung Agung.

_____. 1999. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.





**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 8 TAHUN 1999**

TENTANG

PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

- Menimbang :
- a. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
 - b. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka ragam barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
 - c. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan

barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;

- d. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab;
- e. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
- f. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
- g. bahwa untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen;

Mengingat : Pasal 5 Ayat (1), Pasal 21 Ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945;

Dengan persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.**

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan:

- 1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin

adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

- 2. 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.
- 3. 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.
- 4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
- 5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
- 6. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.
- 7. Impor barang adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
- 8. Impor jasa adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
- 9. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
- 10. Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

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

BAB III
HAK DAN KEWAJIBAN
Bagian Pertama
Hak dan Kewajiban Konsumen

Pasal 4

Hak konsumen adalah:

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

Pasal 5

Kewajiban konsumen adalah:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian

11. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

12. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.

13. Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

BAB II

ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Pasal 3

Perlindungan konsumen bertujuan:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin

- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

BAB IV

PERBUATAN YANG DILARANG BAGI PELAKU USAHA

Pasal 8

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

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

Bagian Kedua

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

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 di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

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;

suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

- a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana mana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

(2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

(3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

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

Pasal 9

(1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan

Pasal 13

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjangkau pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
- (2) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjangkau pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pasal 15

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

Pelaku-usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggung, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pasal 17

- (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
- mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
 - memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
 - tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
 - mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa izin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1)

BAB V

KETENTUAN PERCANTUMAN KLAUSULA BAKU

Pasal 18

- (1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
- menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
 - menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
 - menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;

- menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
- memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
- menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
- menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

(2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.

(3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.

(4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini.

BAB VI

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

Pasal 19

- (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 penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 20

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

Pasal 21

- (1) Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila impor barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.
- (2) Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

Pasal 22

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku

usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Pasal 23

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 24

- (1) Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:

- a. pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
- b. pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.

- (2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 25

- (1) Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.

BAB II

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

**Bagian Pertama
Pembinaan**

Pasal 29

- (1) Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
- (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
- (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk :
 - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

**Bagian Kedua
Pengawasan**

Pasal 30

- (1) Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen

- (2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut :
 - a. tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;
 - b. tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Pasal 27

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

- a. barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
- b. cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
- e. lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangnya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

- (2) Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- (4) Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
- (6) Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VIII

BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

Bagian Pertama

Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas

Pasal 31

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 32

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu

Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Pasal 33

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Pasal 34

- (1) Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:
 - a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
 - c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
 - d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
 - f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
 - g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.

Bagian Kedua
Susunan Organisasi dan Keanggotaan

Pasal 35

- (1) Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur.
- (2) Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- (3) Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya.
- (4) Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

Pasal 36

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur:

- a. pemerintah;
- b. pelaku usaha;
- c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- d. akademisi; dan
- e. tenaga ahli.

Pasal 37

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah:

- a. warga negara Republik Indonesia;
- b. berbadan sehat;

- c. berkelakuan baik;
- d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
- e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen; dan
- f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

Pasal 38

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena:

- a. meninggal dunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia;
- d. sakit secara terus menerus;
- e. berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
- f. diberhentikan.

Pasal 39

(1) Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat.

(2) Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

(3) Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 40

(1) Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan di Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya.

- u. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukan-nya;
 - 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.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB X

PENYELESAIAN SENGKETA

**Bagian Pertama
Umum**

Pasal 45

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

ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 41

Dalam pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional bekerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 42

Biaya untuk pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja negara dan sumber lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 43

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB IX

**LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN
SWADAYA MASYARAKAT**

Pasal 44

- (1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
- (2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
- (3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
 - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

Bagian Ketiga
Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Pasal 48

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan, tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

BAB XI

BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Pasal 49

- (1) Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.
- (2) Untuk dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut:
 - a. warga negara Republik Indonesia;
 - b. berbadan sehat;
 - c. berkelakuan baik;
 - d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
 - e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
 - f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.
- (3) Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha.
- (4) Anggota setiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang.
- (5) Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

25

Pasal 46

- (1) Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
 - b. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
 - c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
 - d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
- (2) Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Penyelesaian Sengketa di luar Pengadilan

Pasal 47

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.

24

Pasal 50

Badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (1) terdiri atas:

- a. ketua merangkap anggota;
- b. wakil ketua merangkap anggota;
- c. anggota.

Pasal 51

(1) Badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat.

(2) Sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen terdiri atas kepala sekretariat dan anggota sekretariat.

(3) Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 52

Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi:

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;

i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;

j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;

k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;

l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Pasal 53

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 54

- (1) Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis.
- (2) Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (3), serta dibantu oleh seorang panitera.
- (3) Putusan majelis bersifat final dan mengikat.
- (4) Ketentuan teknis lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 55

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Pasal 56

- (1) Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.
- (2) Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
- (3) Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dianggap menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.
- (4) Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Pasal 57

Putusan majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat (3) dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

Pasal 58

- (1) Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat (2) dalam waktu

paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.

- (2) Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.
- (3) Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

**BAB XII
PENYIDIKAN
Pasal 59**

- (1) Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.
- (2) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang:
 - a. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan pemeriksaan terhadap orang atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - d. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;

e. melakukan pemeriksaan di tempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti serta melakukan penyitaan terhadap barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;

f. meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.

(3) Penidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada Penidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

(4) Penidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

BAB XIII

SANKSI

Bagian Pertama Sanksi Administratif

Pasal 60

(1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.

(2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

(3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua Sanksi Pidana

Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62

(1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

(2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

(3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;

- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

BAB XIV
KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 64

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat Undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-undang ini.

BAB XV
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 65

Undang-undang ini mulai berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta
pada tanggal 20 April 1999
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 20 April 1999
MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA
REPUBLIK INDONESIA

ttd.

AKBAR TANDJUNG

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
TAHUN 1999 NOMOR 42

Anggaran Dasar **YLKI YOGYAKARTA**

PEMBUKAAN

Berkat rahmat Tuhan Yang Maha Esa serta didorong oleh keinginan luhur untuk menumbuhkan kembali persahabatan yang saling membutuhkan antara konsumen dan produsen sehingga tercipta keadilan bagi kedua belah pihak, maka dibentuklah gerakan konsumen.

Gerakan Konsumen berasaskan Pancasila yang bercita-cita mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, semula lahir karena kesadaran terhadap pentingnya peranan pasar dalam negeri bagi produk dalam negeri pula. Namun makin terbukanya pasar dunia telah mendorong perkembangan gerakan konsumen untuk berupaya menumbuhkan kesadaran kritis di antara konsumen guna memperjuangkan hak-haknya yang berupa; *hak atas keamanan dan keselamatan, hak mendapatkan informasi, hak untuk memilih, hak untuk di dengar pendapatnya, hak untuk mendapatkan kebutuhan hidup yang layak, hak memperoleh ganti rugi, hak memperoleh pendidikan konsumen, dan hak memperoleh lingkungan hidup yang sehat dan bersih.*

Untuk mewujudkan upaya tersebut gerakan konsumen memerlukan perubahan bentuk organisasi dari bentuk yayasan menjadi organisasi kemasyarakatan supaya dapat membuat gerakan berdasarkan budaya hidup bermasyarakat di Indonesia. Gerakan Konsumen yang merupakan budaya hidup berdasarkan gotong-royong dan kerja sama, tidak dapat mengabaikan begitu saja hak hidup produsen, dan juga merupakan dorongan bagi produsen untuk menciptakan produk yang bermutu, aman serta menjamin keselamatan konsumen.

Atas dasar sikap saling membutuhkan, organisasi ini merupakan gerakan konsumen yang menggalang solidaritas di antara konsumen sendiri dan dengan produsen serta pemerintah, untuk mencapai cita-cita bersama membentuk masyarakat adil dan sejahtera bagi seluruh bangsa Indonesia.

BAB I
NAMA DAN KEDUDUKAN

Pasal 1
Nama

- (1). Organisasi ini merupakan GERAKAN SOLIDARITAS KONSUMEN INDONESIA dengan nama YLKI YOGYAKARTA.
- (2). Organisasi ini didirikan pada tanggal 12 April 1999 yang sebelumnya bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Perwakilan Yogyakarta yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Badan Pengurus Harian YLKI No. 01/VI/DPP/78 tanggal 12 April 1978 tentang Pembentukan Perwakilan Lembaga Konsumen Yogyakarta.
- (3). Organisasi ini merupakan organisasi yang berbadan hukum.

Pasal 2
Kedudukan

Organisasi ini berkedudukan di Yogyakarta dengan wilayah kegiatan di seluruh Indonesia.

BAB II
VISI, MISI, TUJUAN, ASAS DAN NILAI DASAR

Pasal 3
Visi

Menumbuhkan kembali persahabatan yang saling membutuhkan antara produsen dan konsumen sehingga tercipta keadilan bagi kedua belah pihak.

Pasal 4
Misi

- (1). Menumbuhkan kesadaran kritis konsumen tentang hak dan kewajibannya.
- (2). Menggalang kekuatan konsumen dengan semangat nir-kekerasan.
- (3). Memperchilikan masyarakat konsumen terutama yang nir-daya.
- (4). Memperjuangkan keadilan bagi konsumen.
- (5). Menjaga kelestarian manfaat bumi.

Pasal 5
Tujuan

- (1). Terbentuknya masyarakat konsumen yang kritis.
- (2). Terpenuhi hak-hak konsumen.
- (3). Terbentuknya gerakan solidaritas konsumen.

Pasal 6
Asas

Organisasi ini berasaskan Pancasila .

Pasal 7
Nilai Dasar

- (1). Nilai-nilai dasar organisasi adalah :
 - a. Melindungi konsumen
 - b. Mandiri dari pengaruh komersial
 - c. Mandiri dari pengaruh politik, golongan, dan bersifat non partisan
 - d. Nir-laba
 - e. Bebas dari kepentingan pribadi
- (2). Nilai-nilai dasar tersebut dijabarkan dalam kode etik dan prinsip-prinsip kerja organisasi.
- (3). Rumusan kode etik organisasi tercantum dalam Anggaran Rumah Tangga.

BAB III
KEANGGOTAAN

Pasal 8
Anggota

- (1) Yang dimaksud dengan anggota adalah:
 - a. Pendiri organisasi
 - b. Konsumen yang memenuhi syarat
- (2) Syarat menjadi anggota diatur dalam Anggaran Rumah Tangga

BAB IV
USAHA

Pasal 9
Usaha

- Untuk mencapai tujuannya, organisasi ini akan melakukan beberapa usaha di bidang :
- a. Pendidikan konsumen
 - b. Penelitian dan pengumpulan data/informasi
 - c. Advokasi kepentingan konsumen
 - d. Mediasi, litigasi, dan arbitrase sengketa konsumen
 - e. Pemberdayaan konsumen melalui koperasi konsumsi
 - f. Menggalang kekuatan konsumen untuk memperjuangkan dan melindungi kepentingannya

- g. Menjalin jaringan kerja dengan LSM, organisasi kemasyarakatan, pemerintah, perguruan tinggi, media massa serta lembaga-lembaga nasional dan internasional yang mempunyai persamaan visi dengan organisasi ini
- h. Mendorong produsen untuk menciptakan produk yang bermutu, aman serta menjamin keselamatan konsumen

BAB V KEDAULATAN DAN STRUKTUR ORGANISASI

Pasal 10 Kedaulatan

Kedaulatan di dalam organisasi ini di tangan anggota yang dilakukan:

- a. Secara langsung melalui Musyawarah Anggota
- b. Melalui perwakilan dalam Kongres

Pasal 11 Struktur Organisasi

- (1). Dewan Pengurus adalah pimpinan tertinggi yang melaksanakan keputusan-keputusan Kongres/Musyawaharah Anggota.
- (2). Dewan Pengawas bertugas mengawasi keuangan dan jalannya organisasi.
- (3). Cabang dibentuk berdasarkan ketentuan dalam Anggaran Rumah Tangga.

BAB VI KONGRES/MUSYAWARAH ANGGOTA DAN KONGRES LUAR BIASA/MUSYAWARAH ANGGOTA LUAR BIASA

Pasal 12 Kongres/Musyawaharah Anggota

- (1). Kongres diadakan 3 (tiga) tahun sekali, di tempat yang ditetapkan oleh Dewan Pengurus.
- (2). Selama belum terbentuk cabang diadakan Musyawarah Anggota.
- (3). Kongres/Musyawaharah Anggota adalah sah, jika dihadiri lebih dari 1/2 jumlah cabang/anggota.
- (4). Kongres/Musyawaharah Anggota mempunyai hak dan kewajiban untuk :
 - a. Menerima/menolak Laporan Pertanggungjawaban Dewan Pengurus dan Dewan Pengawas.
 - b. Memilih dan menetapkan Dewan Pengurus
 - c. Memilih dan menetapkan Dewan Pengawas
 - d. Menetapkan arah kebijaksanaan organisasi
 - e. Mengubah Anggaran Dasar dan atau Anggaran Rumah Tangga

- (5). Tata tertib, jadwal dan agenda Kongres/Musyawarah Anggota disiapkan oleh Panitia yang disahkan oleh Kongres/Musyawarah Anggota.
- (6). Setiap Cabang/Anggota mempunyai hak bicara dan hak suara yang diatur dalam Anggaran Rumah Tangga.
- (7). Keputusan Kongres/Musyawarah Anggota diambil berdasarkan musyawarah untuk mufakat. Apabila tidak tercapai kata mufakat, maka keputusan diambil dengan pemungutan suara.
- (8). Keputusan menyangkut perorangan diambil secara bebas dan rahasia berdasarkan suara terbanyak.

Pasal 13

Kongres Luar Biasa/Musyawarah Anggota Luar Biasa

- (1). Jika ada hal-hal yang luar biasa mendesak maka di antara dua waktu Kongres/Musyawarah Anggota dapat diadakan Kongres Luar Biasa/Musyawarah Anggota Luar Biasa.
- (2). Kongres Luar Biasa/Musyawarah Anggota Luar Biasa diselenggarakan atas dasar permintaan sekurang-kurangnya dua per tiga cabang/anggota dari jumlah cabang/anggota.

BAB VII

DEWAN PENGURUS DAN DEWAN PENGAWAS

Pasal 14

Dewan Pengurus

- (1). Dewan Pengurus berkedudukan di tempat kedudukan organisasi.
- (2). Dewan Pengurus terdiri atas:
 - 1 orang Ketua Umum
 - 1 orang Sekretaris Umum
 - 1 orang Bendahara Umum
 - 1 orang Ketua Bidang Organisasi
 - 1 orang Ketua Bidang Kehumasan
 - 1 orang Ketua Bidang Pendidikan dan Pelatihan
 - 1 orang Ketua Bidang Penelitian dan Pengembangan
 - 1 orang Ketua Bidang Advokasi
 - 1 orang Ketua Bidang Pengaduan
- (3). Dewan Pengurus berkewajiban melaksanakan keputusan Kongres/Rapat Anggota dan bertanggungjawab kepada Kongres/Musyawarah Anggota.
- (4). Dewan Pengurus berwenang melakukan perbuatan hukum baik di dalam maupun di luar pengadilan.
- (5). Dewan Pengurus berwenang menerima pinjaman atau bantuan, sepanjang tidak melanggar nilai-nilai dasar organisasi.

- (6). Dewan Pengurus berwenang mengambil kebijaksanaan tentang hal-hal yang belum diatur dalam keputusan Kongres/Musyawarah Anggota sepanjang tidak melanggar nilai-nilai dasar organisasi dan yang kemudian dipertanggungjawabkan kepada Kongres/Musyawarah Anggota.
- (7). Untuk memperlancar pelaksanaan tugas, Dewan Pengurus berwenang mengangkat dan memberhentikan staf pelaksana sesuai dengan kebutuhan.

Pasal 15
Dewan Pengawas

- (1). Dewan Pengawas berkedudukan di tempat kedudukan organisasi.
- (2). Dewan Pengawas berjumlah 5 orang terdiri atas: 1 orang Ketua merangkap Anggota dan 4 orang Anggota.
- (3). Dewan Pengawas bertugas melakukan pengawasan terhadap keuangan dan jalannya organisasi.
- (4). Dewan Pengawas berwenang memberi masukan kepada Dewan Pengurus.
- (5). Dewan Pengawas bertanggung jawab kepada Kongres/Musyawarah Anggota.
- (6). Dalam melakukan pengawasan keuangan, Dewan Pengawas berwenang menggunakan jasa akuntan publik.

BAB VIII
KUANGAN

Pasal 16
Kuangan

Keuangan organisasi terdiri atas biyah harta kekayaan dan hutang YLKI perwakilan Yogyakarta yang dapat diperluas dengan :

- a. Turan anggota
- b. Hasil usaha organisasi
- c. Sumbangan/bantuan yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai dasar organisasi.

BAB IX
ATRIBUT

Pasal 17
Motto

Motto organisasi sebagai garis perjuangan dalam mencapai cita-citanya adalah :

- a. MELINDUNGI KONSUMEN
- b. MENGHORMATI MARTABAT PRODUSEN
- c. MEMBANTU PEMERINTAH

Pasal 18
Lambang Organisasi

Lingkaran bertepi warna biru, warna dasar merah, dengan tulisan YLKI berwarna putih.

Pasal 19
Panji Organisasi

Berbentuk perisai dengan gambar lambang organisasi di tengahnya dan tulisan Yogyakarta dan 1999 di bawahnya

Pasal 20
Bendera Organisasi

Berbentuk empat persegi panjang, berukuran 3:2 berwarna dasar atas merah dan bawah putih yang dipisahkan garis diagonal dengan lambang organisasi ditengah dan tulisan yogyakarta 1/2 lingkaran di bawahnya.

Pasal 21
Stempel Organisasi

Berbentuk lambang dengan tulisan Yogyakarta di bawahnya

BAB X
AMANDEMEN DAN PEMBUBARAN ORGANISASI

Pasal 22
Amandemen

Perubahan Anggaran Dasar dan atau Anggaran Rumah Tangga dilakukan oleh Kongres dengan persetujuan sekurang-kurangnya tiga perempat Cabang/Anggota yang hadir.

Pasal 23
Pembubaran Organisasi

- (1). Pembubaran organisasi hanya dapat dilakukan oleh Kongres/Rapat Anggota yang khusus untuk itu yang dihadiri oleh tiga perempat Cabang/Anggota dan disetujui oleh tiga perempat jumlah yang hadir.
- (2). Jika dicapai kesepakatan pembubaran organisasi, maka dibentuk tim likuidasi yang bertugas menyelesaikan hutang piutang dan atau kekayaan organisasi.

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 24
Ketentuan Penutup

- (1). Penjabaran dan penjelasan tentang hal-hal yang diatur dalam Anggaran Dasar dituangkan dalam Anggaran Rumah Tangga.
- (2). Anggaran dasar ini berlaku sejak ditetapkan.

Ditetapkan di : Yogyakarta
Pada tanggal :



DAFTAR NAMA PENDIRI
YLKI YOGYAKARTA

1. Nyi Moedjono Probopranowo, S.H
2. Dra. Agustina Prasetyo Murniati, M.A
3. Budi Astuti Azhar
4. Mungisah Martopo, S.H
5. Ghozali Imam Sahadat, S.H
6. Dra. Soelistyo Herawati. M.Pd
7. Purnawan Kristanto
8. Drs. Nanang Isnuhartoyo
9. Martinus Ujianto
10. Esti Anantasari
11. Yohanes Ari Wibowo, S.Sos
12. Drs. Taliman Sabar Trisno
13. Supriyatin
14. Th. Winarni
15. G.M. Prima Dana
16. E. Sundari, S.H
17. Ir. Tri Pujanarto
18. Arif Syaifudin Zuhri, S.Sos
19. Hanny Ratnawati, S.E
20. Nurnala Widiasari
21. Nicolaas Inka
22. Shinta Dewi
23. B. Marojahan Suryanto Sinurat
24. Dany Berlianto
25. St. Yunanto Aw
26. Ir. Saktya Rini Hastuti
27. Nopenda MM Pohau
28. Lukman Hakim
29. Rohmat
30. Sirajuddin Arif
31. Joko Susilo

DAFTAR DEWAN PENGURUS DAN DEWAN PENGAWAS
YLKI YOGYAKARTA

A. DEWAN PENGURUS

Ketua Umum	: Martinus Ujianto
Sekretaris Umum	: Esti Anantasari
Bendahara Umum	: Budi Astuti Azhar
Ketua Bidang Organisasi	: Drs. Nanang Ismuhartoyo
Ketua Bidang Kehumasan	: Hanuy Ratnawati, S.E
Ketua Bidang Pendidikan dan Pelatihan	: Ir. Saktya Rini Hastuti
Ketua Bidang Advokasi	: Punawan Kristanto
Ketua Bidang Penelitian dan pengembangan	: Yohanes Ari Wibowo, S.sos
Ketua Bidang Pengaduan	: Mungisah Martopo, S.H

B. DEWAN PENGAWAS

Ketua	: Nyi Mudjono Probopranowo, S.H
Anggota	: Dra. Agustina Prasetyo Murniati, M.A
Anggota	: Dra. Soelistyo Herawati, M.Pd
Anggota	: Ghovali Imam Sahadat, S.H
Anggota	: Drs. Taliman Sabar Trisno



LAMPIRAN

KETERANGAN LOGO YLKI :

Lingkar bertepi warna biru, dengan dasar warna merah, tulisan YLKI berwarna putih.

Makna Gambar :

Lingkar : bertekad bulat, secara terus menerus tanpa ada batasnya.

Tulisan YLKI : YLKI singkatan Yogyakarta, Lembaga, Konsumen, Indonesia membentuk rangkaian simbol

Y

: gambar tongkat bercanggit merupakan senjata sederhana yang serbaguna

LI<

: merupakan rangkaian bentuk gambar

LI

: kotak terbuka diatas, merupakan tempat penampungan segala masalah konsumen.

<

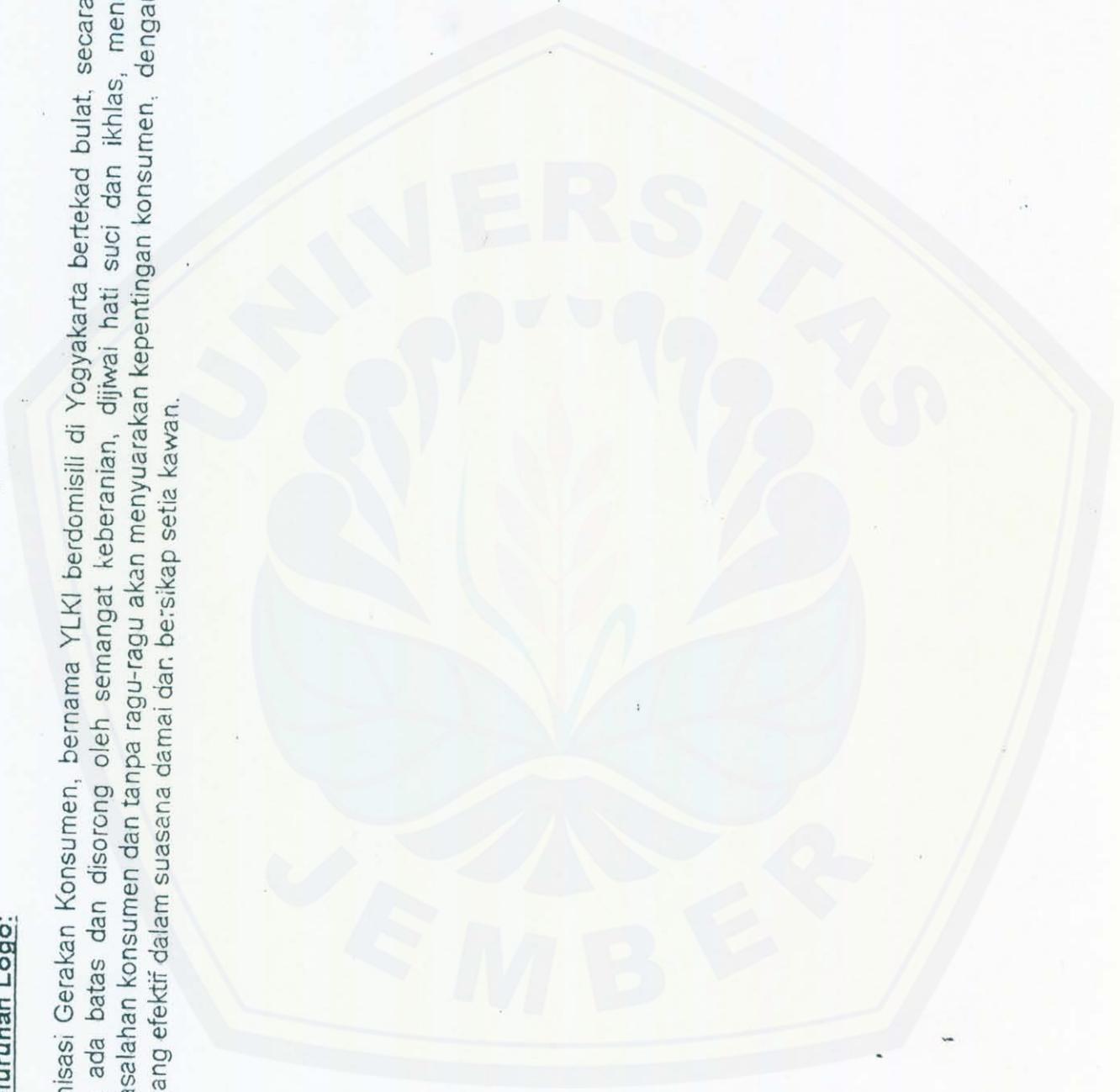
: corong merupakan alat menyebarkan pendapat bagi kepentingan konsumen.

MAKNA WARNA:

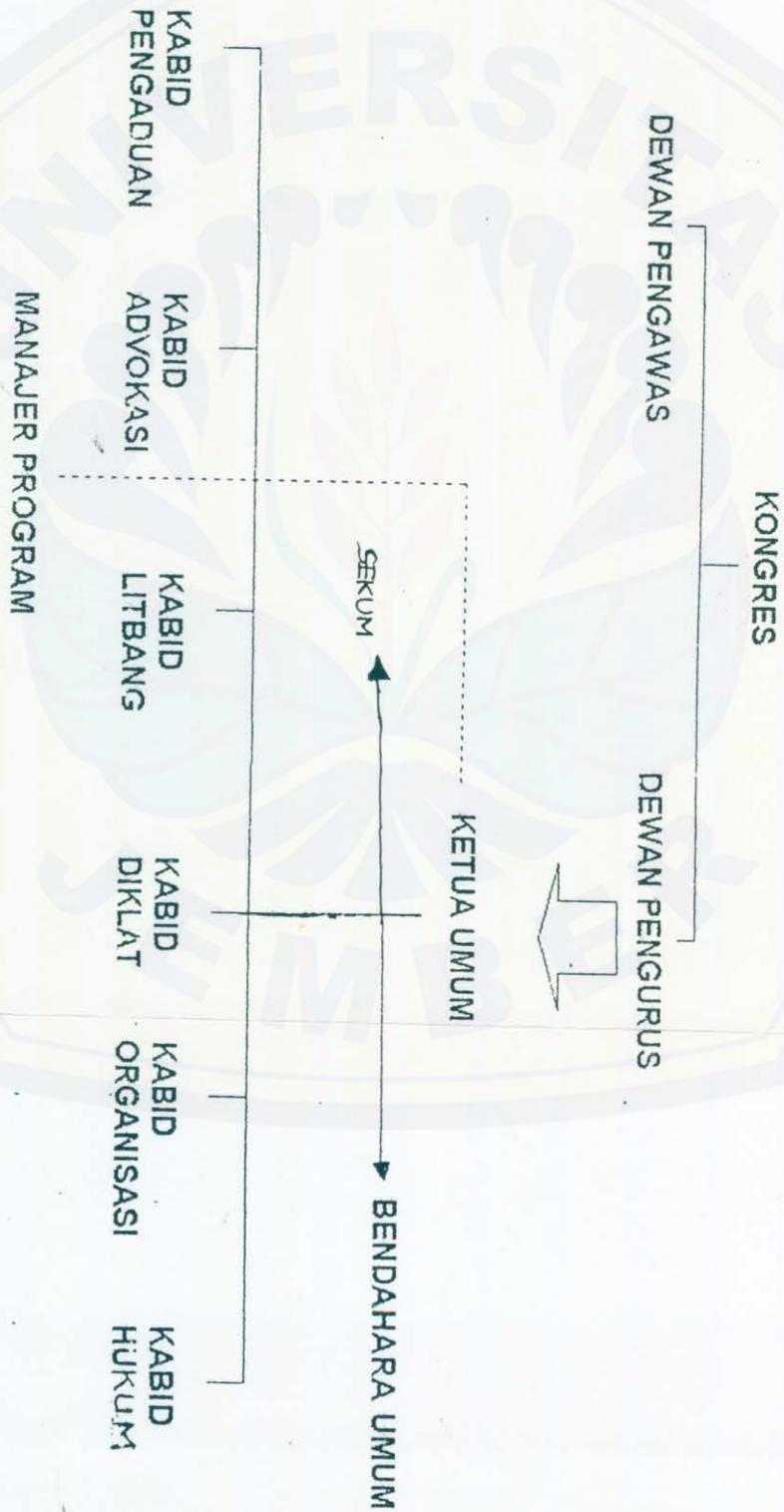
- Merah : semangat dan keberanian
- Putih : kesucian dan keikhlasan
- Biru : kesetiakawanan dan kedamaian

Arti Keseluruhan Logo:

Organisasi Gerakan Konsumen, bernama YLKI berdomisili di Yogyakarta bertekad bulat, secara terus menerus tanpa ada batas dan disorong oleh semangat keberanian, dijiwai hati suci dan ikhlas, menampung segala permasalahan konsumen dan tanpa ragu-ragu akan menyuarkan kepentingan konsumen, dengan menggunakan cara yang efektif dalam suasana damai dar: bersikap setia kawan.



STRUKTUR ORGANISASI



Digital Repository Universitas Jember
TABEL 1. DATA PENGADUAN
YLKI PERWAKILAN YOGYAKARTA TAHUN 1995-1998

DATA 1995		
OBYEK PENGADUAN	PERMASALAHAN	DIKONFIRMASIKAN KE
1. AMDK/Quatra 220 ml	<ul style="list-style-type: none"> • Terdaftar di Departemen Kesehatan RI • Belum kadaluarsa • Ada benda melayang-layang 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Perdagangan • Produsen
2. Minuman segar Sari Rasa	<ul style="list-style-type: none"> • Dilabel dicantumkan nomor pendaftaran, ternyata bukan dari Departemen Kesehatan R.I. (Depkes RI 127/TEM/BTK/JU/92) 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Depkes RI • Kanwil Perdagangan
3. Pelayanan PLN	<ul style="list-style-type: none"> • Taghbir membengkok 	<ul style="list-style-type: none"> • PLN
4. Obat Bebas Terbatas Refagan	<ul style="list-style-type: none"> • Produk dengan nomor bath lama • Sesudah minum obat, dada sesak, panas 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Produsen
5. Pelayanan Kesehatan	<ul style="list-style-type: none"> • Selama berobat jalan dan 14 hari rawat inap pasien mendapat obat pengurang rasa sakit. Obat lain tidak pernah diberikan karena hasil laboratorium hilang. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kanwil Depkes R.I. • IDI Jateng
6. Pelayanan pembasmi hama	<ul style="list-style-type: none"> • Ragu akan keamanannya karena tidak diperolehnya informasi jenis obat yang digunakan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kanwil Depkes R.I.
7. Sewa menyewa rumah	<ul style="list-style-type: none"> • Rumah yang disewa dijual kepada pihak lain dan penyewa harus meninggalkannya 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Perdagangan
8. Makanan Kaleng Import	<ul style="list-style-type: none"> • Tak terdaftar di Departemen Kesehatan R.I. • Tidak bertanggal kadaluarsa • Kaleng/Kemasan rusak 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Perdagangan
9. Makanan Kaleng Import	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi tidak ditulis dengan huruf latin 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Perdagangan
10. Makanan Kaleng Import	<ul style="list-style-type: none"> • Kemasan rusak 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Perdagangan
11. Minuman dalam Kaleng Susu Bear Brand	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah kadaluarsa 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Perdagangan
12. Makanan Kaleng Champion Mushroom	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah kadaluarsa 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Perdagangan
13. Makanan Kaleng RedDates	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terdaftar di Departemen Kesehatan R.I. • Tidak tertanggal kadaluarsa 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Perdagangan
14. Susu manis dalam kaleng Frlsan Flag	<ul style="list-style-type: none"> • Di dalam kaleng ada Hand Dekker 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Perdagangan
15. Makanan diawetkan (Smoked Ham Wholf)	<ul style="list-style-type: none"> • Aroma tidak segar 	<ul style="list-style-type: none"> • Supermarket
16. Alat listrik/kabel	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran pada label tidak sama dengan ukuran yang sebenarnya. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kanwil Deperindag
17. AMDK / Inzon / 500 ml	<ul style="list-style-type: none"> • Terdaftar pada Departemen Kesehatan R.I. • Dalam label terdapat label 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
18. Asuransi Kerugian P.T. Jasa Raharja	<ul style="list-style-type: none"> • Ganti rugi yang diterima tidak sesuai dengan jumlah menurut aturan 	<ul style="list-style-type: none"> • Jasa Raharja
19. Pelayanan Apotik, obat dengan resep dokter.	<ul style="list-style-type: none"> • Obat dalam kemasan rusak 	<ul style="list-style-type: none"> • Kanwil Depkes R.I

DATA 1996		
OBYEK PENGADUAN	PERMASALAHAN	DIKONFIRMASIKAN KE
1. Makanan olahan di Counter Mirota Galeria Mall	<ul style="list-style-type: none"> • Ada cacing hidup 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM
2. Makanan olahan pada pesta pernikahan, yang dimasak bersama-sama.	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa sakit • Pengobatan sendiri (46 orang) 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Puskesmas
3. Idem	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa sakit. • Dirawat di RS (2 orang). 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Puskesmas • Rumah sakit
4. Makanan permen dalam kemasan kardus tipis, Van Houten	<ul style="list-style-type: none"> • Rusak, berketu. • Anak yang makan sakit. • Ditangani dokter. 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Produsen
5. Permen coklat dalam kemasan kardus tipis Van Houten	<ul style="list-style-type: none"> • Rusak, berulat • Belum kadaluarsa 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Produsen
6. Makanan olahan di Kafe Malloboro Mall	<ul style="list-style-type: none"> • Makanan berjamur • Kesehatan terganggu, ditangani dokter 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen

DATA 1997		
OBJEK PENGADUAN	PERMASALAHAN	DIKONFIRMASIKAN KE
1. "Bonus undian berhadiah" dari PT. Sumberbaru mobil.	<ul style="list-style-type: none"> Merasa tidak dilkutsertakan pada undian yang dijanjikan 	<ul style="list-style-type: none"> Kanwil Depsos
② Pelayanan P.L.N.	<ul style="list-style-type: none"> Pelayanan pemasangan KWH meter yang terlambat, peraturan yang berbelit Rekening sudah ditagih sebelum KWH terpasang 	<ul style="list-style-type: none"> PLN
3. Kosmetik Sari Ayu	<ul style="list-style-type: none"> Ragu karena tekstur dan bau tidak sama/berbeda dari kemasan lain 	<ul style="list-style-type: none"> Balai POM Produsen
4. Makanan ringan dalam kemasan	<ul style="list-style-type: none"> Aroma dan rasa aneh (tidak seperti pada kemasan lain) 	<ul style="list-style-type: none"> Balai POM
5. Pembelian Kondomonium	<ul style="list-style-type: none"> Pesona Jasa Setia dinilai ingkar janji, Informasi waktu presentasi (lesan) tidak sama dengan ketentuan-ketentuan dari agen. 	<ul style="list-style-type: none"> Produsen
⑥ Pelayanan PLN	<ul style="list-style-type: none"> Tagihan membengkak Tidak ada kartu meteran Pencatatan tidak diketahui konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> PLN KUD
7. Undian berhadiah Pepsodent P.T. Unilever	<ul style="list-style-type: none"> Merasa tidak dilkutsertakan dalam undian 	<ul style="list-style-type: none"> Kanwil Depsos Unilever
8. Sepeda motor yang dibeli secara cicilan, diasuransikan, hilang sebelum lunas.	<ul style="list-style-type: none"> Dealer minta konsumen membayar cicilan yang tersisa, bunga dan denda. Ganti rugi dari asuransi diterimakan ke Dealer. 	<ul style="list-style-type: none"> Dealer Asuransi
9 Kosmetik, Hair color	<ul style="list-style-type: none"> Ragu karena pada merek : <ul style="list-style-type: none"> - kemasan bagian dalam(kaleng) adalah "PEAL" - kemasan bagian luar(kertas) "KENY ROGER" 	<ul style="list-style-type: none"> Balai POM Kanwil Deperindag Ditjen Hak Cipta Merk dan Pcten
10 s/d 16 Penjualan alat rumah tangga	<ul style="list-style-type: none"> Promosi yang menyesatkan 	<ul style="list-style-type: none"> Produsen Supermarket
①7 Pelayanan P.T. Telkomsel, Hand-phone GSM dengan kartu Halo.	<ul style="list-style-type: none"> Pemblokiran dengan alasan yang tidak / kurang jelas 	<ul style="list-style-type: none"> Agan Multiselular Telkomsel
18. Sepeda motor yang dibeli secara cicilan hilang sebelum lunas	<ul style="list-style-type: none"> Sanggup membayar kekurangan cicilan Keberanian membayar bunga dan denda 	<ul style="list-style-type: none"> Dealer
①9 Pelayanan P.T. Telkom	<ul style="list-style-type: none"> Kurang Profesional dalam menangani keluhan/ pengaduan kerusakan. 	<ul style="list-style-type: none"> Telkom
②0 Pelayanan P.T. Telkom	<ul style="list-style-type: none"> Kurang profesional dalam menangani pengaduan kerusakan 	<ul style="list-style-type: none"> Telkom
②1 Pelayanan P.T. Telkom	<ul style="list-style-type: none"> Ada tagihan sebelum pesawat "Kring" Idem 	<ul style="list-style-type: none"> Telkom
DATA 1998		
OBJEK PENGADUAN	PERMASALAHAN	DIKONFIRMASIKAN KE
1. Minuman (Teh kering) dalam kemasan, Cap Kepala Jenggot	<ul style="list-style-type: none"> Informasi pada label Isi 2 sachet teh, kenyataan 1 sachet plus produk promosi (kopi) 	<ul style="list-style-type: none"> Produsen
2. Minuman ringan dalam kemasan 2 tang Sport Action	<ul style="list-style-type: none"> Dalem minuman ada benda berwarna hitam (serpihan-serpihan) 	<ul style="list-style-type: none"> Produsen
3. Minuman Sirup, TBH	<ul style="list-style-type: none"> Ada semacam minyak dalam sirup Sesudah minum sesak, dada panas 	<ul style="list-style-type: none"> Laboratorium Balai POM
4. Minuman ringan, Vlacom rasa mangga	<ul style="list-style-type: none"> Penjualan dengan bonus Waktu kadaluarsa, 1 hari dari tanggal penjualan 	<ul style="list-style-type: none"> Supermarket
⑤ P.T. Telkom	<ul style="list-style-type: none"> Menolak membayar biaya percakapan dengan fasilitas SLI karena merasa tidak menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> Telkom
⑥ P.T. Telkom	<ul style="list-style-type: none"> Menolak membayar biaya percakapan fasilitas Japati Biaya Abonemen tidak sesuai dengan golongan pemakai jasa (R.T.) 	<ul style="list-style-type: none"> Telkom
⑦ P.T. Telkom	<ul style="list-style-type: none"> Menolak membayar biaya percakapan fasilitas Japati dan sebagian SLI, karena merasa tidak menggunakan fasilitas tersebut 	<ul style="list-style-type: none"> Telkom
8. Susu bubuk dalam kemasan plastik tidak berlabel	<ul style="list-style-type: none"> Ragu akan kualitasnya 	<ul style="list-style-type: none"> Kanwil Deperindag Balai POM

9. Gas Elplji	<ul style="list-style-type: none"> • Timbangan / isi kurang 	<ul style="list-style-type: none"> • Kanwil Deperindag • Hiswana Migas • Produsen • Produsen
10. Dijanjikan mendapat hadiah, dapat diambil di tempat penjualan barang	<ul style="list-style-type: none"> • Hadiah: hanya dapat diambil jika membeli barang 	
11. Alat kesehatan/Sikat gigi anak.	<ul style="list-style-type: none"> • Bulu sikat rontok, masuk ke mulut anak. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
(12) Pelayanan PT. PLN	<ul style="list-style-type: none"> • Kewajiban pelanggan lama dibebankan pada pelanggan baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
(13) Pelayanan Purna Jual; modem komputer dengan kartu garansi	<ul style="list-style-type: none"> • Tanggung jawab produsen dialihkan pada pihak lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
(14) Pelayanan P.T. Telkom	<ul style="list-style-type: none"> • Ditagih biaya percakapan Japati yang tidak pernah dilakukan 	<ul style="list-style-type: none"> • Telkom
(15) Pelayanan P.T. PLN	<ul style="list-style-type: none"> • Pemutusan aliran listrik 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
(16) Pelayanan P.T. PLN + Keluhan, 10	<ul style="list-style-type: none"> • Keluhan: kenaikan tarif listrik lebih dari 30%. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
(17) Pengaduan purna jual Printer	<ul style="list-style-type: none"> • Penjual ingkar janji akan mengembalikan uang pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
(18) Perumahan (20 pengaduan)	<ul style="list-style-type: none"> • Ingkar pada waktu penyerahan rumah 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
(19) Pelayanan P.T. Telkom (3 pengaduan)	<ul style="list-style-type: none"> • Ditagih biaya percakapan Japati yang tidak pernah dilakukan 	<ul style="list-style-type: none"> • Telkom
(20) Pelayanan Asuransi	<ul style="list-style-type: none"> • Pencairan \$ dengan kurs Rp 5.000 ditolak konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen • Departemen Keuangan
(21) Pelayanan P.T. Telkom (2 pengaduan)	<ul style="list-style-type: none"> • Ditagih biaya percakapan yang tidak pernah dilakukan Japati, SLJ dan SLJJ 	<ul style="list-style-type: none"> • Telkom
22. Cat mobil	<ul style="list-style-type: none"> • Ragu atas informasi dari label mengenai isitakaran 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
23. Susu Kental Manis	<ul style="list-style-type: none"> • Kemasan menggelembung • Rasa tidak enak • Ragu takaran seperti yang tersebut pada label 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM • Kanwil Deperindag
(24) Pelayanan P.T. PLN (12 pengadu)	<ul style="list-style-type: none"> • Alat elektronik rusak sesudah terjadi kenaikan tegangan listrik 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen • PLN Jakarta • PLN Distribusi Jateng
25. Pembelian Sepeda Motor dengan angsuran	<ul style="list-style-type: none"> • Penggelapan atas uang angsuran • Penggelapan atas sepeda motor 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen • Kepolisian Resort Yogyakarta
26. Cat tembok ICI	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas tidak sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen • Dewan Standarisasi Nasional • Kanwil Deperindag • Produsen
27. Bahan Sandang	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang Informasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
28. AMDK	<ul style="list-style-type: none"> • Tak terdaftar pada Depkes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Balai POM
29. Parfume	<ul style="list-style-type: none"> • Tak bermerek, tak terdaftar, menimbulkan rasa gatal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toko
30. Pelayanan POS	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagian barang hilang. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
31. Pembelian Sepeda motor dengan angsuran	<ul style="list-style-type: none"> • Kenaikan suku bunga yang ditetapkan secara sepihak. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produsen
(32) Pelayanan P.T. Telkom (keluhan) 6 orang	<ul style="list-style-type: none"> • Keluhan mengenai Japati 	<ul style="list-style-type: none"> • Telkom

Dari data-data pengaduan, upaya perlindungan konsumen oleh YLKI dan kasus-kasus tersebut dapat dikelompokkan :

1. Perlindungan dari bahaya terhadap Keamanan dan Kesehatan.

Kasus yang ditemui :

- Ada benda melayang-layang dalam air minum dalam kemasan
- Kemasan makanan kaleng sudah rusak seperti : penyok, menggebung, karat dan bocor.
- Makanan/minuman sudah kadaluarsa tapi masih dijual
- Aroma isi makanan tidak segar
- Terdapat sarung tangan dalam susu kaleng
- Obat dalam kemasan sudah rusak
- Isi makanan sudah rusak : berulat, berjamur, berubah warna dan berbau tidak enak.
- Setelah minum obat justru dada menjadi sesak, panas dan pusing.
- Dalam proses produksi digunakan bahan tambahan yang bukan B.T.M

2. Promosi dan Perlindungan Kepentingan Ekonomi Konsumen

Kasus yang ditemui :

- a. Masalah Informasi dalam Label
 - Tidak terdaftar di Departemen Kesehatan
 - Nomor pendaftaran palsu (Depkes RI 127/TEM/BTK/J/U/92)
 - Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa
 - Informasi ditulis selain dengan huruf latin
 - Ukuran yang tercantum pada label tidak sesuai dengan kenyataan
 - Dibalik label ada label
 - Pemalsuan merk
 - Pencantuman "Halal" yang diragukan keabsahannya
 - Informasi yang menyesatkan
- b. Masalah Undian
 - Tidak diikutsertakan dalam undian
 - Tidak mencantumkan izin Depsos dalam iklan
 - Tidak pernah tahu cara dan hasil undian
 - Penyelenggara Undian tidak mengetahui bahwa harus ada izin dari Depsos
- c. Promosi dengan surat (Direct marketing)
 - Dalam surat dijanjikan akan diberi hadiah, setelah datang ternyata harus memberi barang dahulu.
- d. Multilevel Marketing
 - Tidak dengan menjual barang tetapi dengan merekrut anggota baru. Penghasilan diperoleh dari iuran yang disetor anggota baru
- e. Perjanjian kontrak yang dirumuskan secara sepihak oleh produsen yang isinya berisi kewajiban konsumen tetapi mengabaikan hak-hak konsumen
 - Perjanjian kredit kendaraan bermotor
 - Perjanjian polis asuransi
 - Perjanjian pengadaan rumah
 - Perjanjian Telkom, PLN dan PDAM

3. Mendapatkan ganti rugi

Dari pengaduan yang diterima YLKI sebagian besar menuntut ganti rugi. Namun tidak semua pengadu mendapatkan ganti rugi karena berbagai sebab seperti kekurangan bukti atau produsen menolak. Ada juga konsumen yang mendapatkan ganti rugi setelah melalui proses negoisasi dan mediasi yang panjang.



GERAKAN SOLIDARITAS KONSUMEN INDONESIA

Digital Repository Universitas Jember
YLKI YOGYAKARTA

Jl. Kaliurang Km. 6,7 Gg. Timor Timur 132 A Yogyakarta 55284

Telp. (0274) 882936, Fax. (0274) 588605

E-mail: ylki_yogyakarta@mailcity.com

FORMULIR KONSULTASI

NO. /K/YLKI-YK/ /1999

I. IDENTITAS

1. Nama :

2. Alamat :

Rumah :

Kantor : Telp

..... Telp

3. Pekerjaan :

4. No. KTP/SIM :

II. URAIAN MASALAH YANG DIKONSULTASIKAN

1. Permasalahan :

.....
.....
.....
.....
.....

2. Tempat dan Waktu Kejadian :

.....
.....

3. Pihak-pihak yang terkait :

.....
.....
.....

4. Usaha-usaha yang telah dilakukan :

.....
.....
.....
.....

III. MASALAH TELAH DIKONSULTASIKAN KEPADA

1.
2.
3.
4.



FORMULIR LAPORAN KONSULTASI

I. IDENTITAS

1. Nama :

2. No. Konsultasi : KONSULTASI ke

II. TIM KONSULTAN

1. 3.

2. 4.

III. URAIAN PERMASALAHAN/KASUS

.....

.....

.....

.....

IV. KEDUDUKAN KLIEN DALAM KASUS SEBAGAI

PARA PIHAK YANG TERKAIT DALAM KASUS

.....

.....

.....

V. ANALISIS YURIDIS DALAM KASUS INI

.....

.....

.....

VI. NASIHAT YURIDIS YANG DIBERIKAN

.....

.....

.....

VII. NASIHAT NON YURIDIS YANG DIBERIKAN

.....

.....

.....

VIII. KONSULTASI DIBERIKAN PADA TANGGAL :

Konsultasi yang akan datang dijadwalkan pada tanggal

Jam



GERAKAN SOLIDARITAS KONSUMEN INDONESIA
Digital Repository Universitas Jember
YLKI YOGYAKARTA

Jl. Kaliurang Km. 6,7 Gg. Timor Timur 132 A Yogyakarta 55284
Telp. (0274) 882936, Fax. (0274) 588605
E-mail: ylki_yogyakarta@mailcity.com

FORMULIR PENGADUAN

NO. /P/YLKI-YK/ /1999

I. IDENTITAS PENGADU

1. Nama :
2. Alamat :
Rumah :
Kantor : Telp
..... Telp
3. Pekerjaan :
4. No. KTP/SIM :

II. IDENTITAS OBYEK PENGADUAN

1. Nama Obyek :
2. Tempat dan Waktu Kejadian :

III. MASALAH YANG DIADUKAN/ISI PENGADUAN

1.
2.
3.
4.

IV. BARANG BUKTI

1.
2.
3.
4.

V. TUNTUTAN PENGADU

1. /
2.
3.
4.

VI. KRONOLOGI KEJADIAN

.....
.....
.....
.....

Keterangan ini diberikan oleh pengadu secara jujur. Pengadu bersedia menanggung resiko bila keterangannya terbukti berbeda.

SURAT KUASA KHUSUS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

- Nama :
- Umur :
- Pekerjaan :
- Alamat :

Menyatakan memberi kuasa dan dalam hal ini memilih domicili secara hukum di tempat domicili penerima kuasa sebagaimana diterangkan di bawah ini, yakni :

KHUSUS

- Untuk dan atas nama pemberi kuasa mewakili pemberi kuasa sebagai pengadu atau penggugat dalam pengaduan atau perkara tentang

- Lain-lain hal yang berhubungan dengan penyelesaian perkara tersebut.

Untuk keperluan tersebut penerima kuasa diberi hak untuk:

Membuat dan menanda tangani surat untuk instansi; menerima surat dari instansi serta menghadap dan minta keterangan kepada instansi yang berwenang. Melakukan konsiliasi, mediasi atau negosiasi atau menuntut melalui pengadilan atau lembaga lain yang berwenang; mengajukan dalil, menanggapi dalil lawan, mengajukan bukti dan menanggapi bukti lawan, melakukan dan menerima pembayaran uang serta melakukan tindakan pembelaan lainnya yang bertujuan untuk penyelesaian perkara sepanjang tidak dilarang oleh perundang-undangan.

Surat kuasa ini dibuat dengan **HAK SUBSTITUSI** dan mulai berlaku sejak saat ditanda tangani.

Penerima kuasa:

Yogyakarta,
Pemberi kuasa:

SUMBANGAN

Sebagai tanda terima kasih atas kerjasamanya, maka kami :

Nama :

Alamat :

dengan sukarela memberikan sumbanga kepada YLKI Yogyakarta,
guna mendukung kegiatannya, berupa uang sebesar
Rp.....()

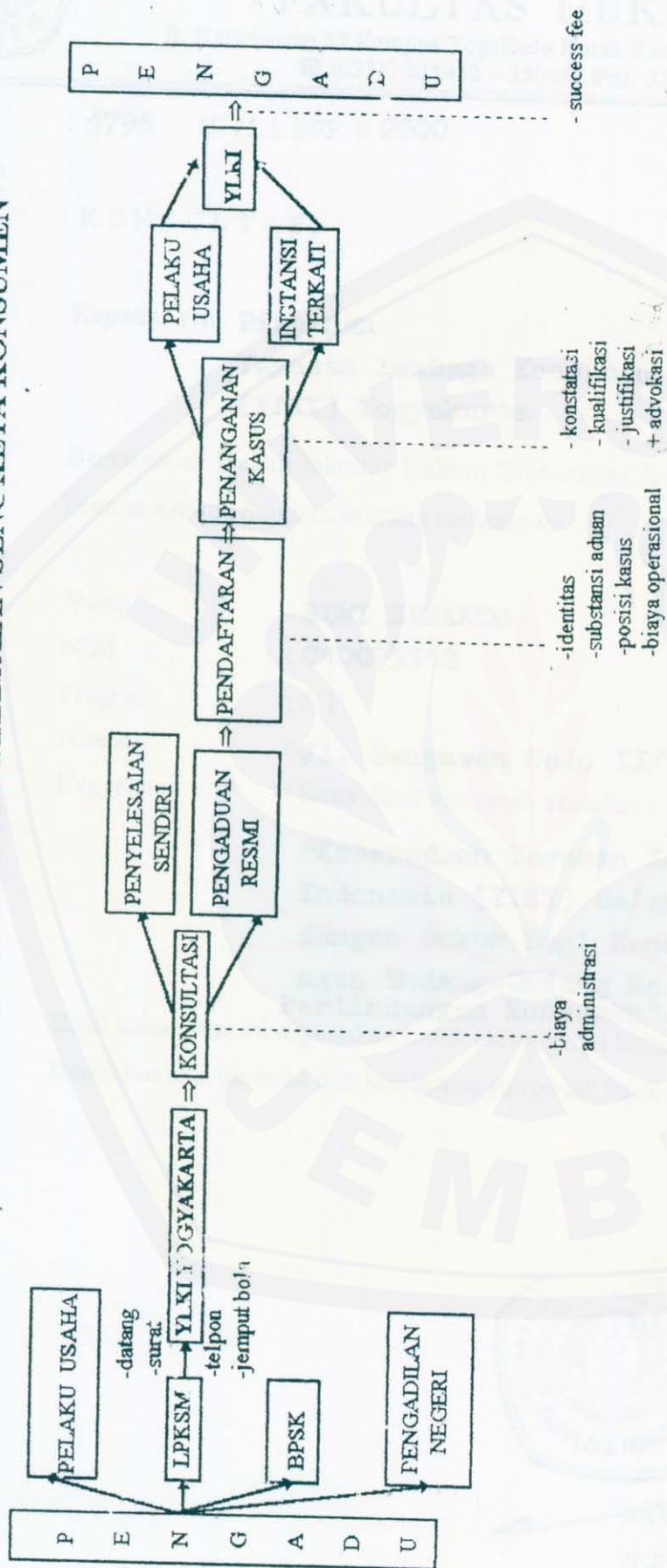
Yogyakarta,.....

Penerima,

UNIVERSITAS
JEMBER

Notulen rapat ketiga (Senin / 19 Juni 2000)

SKEMA : FROSEDUR PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN*



* Skema ini merupakan draft (rancangan) pertama yang dibuat oleh bidang Pengaduan, oleh karena itu mohon dikritisi / diberi masukan / saran dari teman - teman yang lain. Terima kasih.



GERAKAN SOLIDARITAS KONSUMEN INDONESIA
YLKI YOGYAKARTA

SURAT KETERANGAN

Nomor : 082/Eks/YLKI-YK/IX/2000

Bersama ini YLKI YOGYAKARTA menerangkan bahwa :

Nama : RUWI SUSANTO
NIM : C. 10095112
Pendidikan : Fakultas Hukum Universitas Jember

Telah melakukan penelitian di YLKI YOGYAKARTA untuk keperluan penulisan tugas akhir/skripsi yang berjudul **"Keberadaan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dalam Mewujudkan Perlindungan Hukum bagi Konsumen Berkaitan dengan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen"**

Demikian keterangan ini, agar dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 14 Oktober 2000



Esti Anantasari
ESTI ANANTASARI
Sekretaris Umum YLKI YOGYAKARTA

Tembusan :

1. Kepada Ketua Umum YLKI YOGYAKARTA
2. Arsip