**BAB II**

**TINJAUAN TEORITIS TENTANG HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA**

Setiap hari jutaan barang diproduksi oleh pelaku usaha, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin hari kian meningkat. Pada keadaan demikian dapat dibayangkan betapa banyaknya hubungan hukum yang terjadi yaitu salah satunya adalah jual beli. Berbagai transaksi baik barang dan/atau jasa tersebut dapat menimbulkan peristiwa hukum atara kedua belah pihak.

Permasalahan antara pelaku usaha dan konsumen dapat terjadi karena ketidakjujuran pelaku usaha, misalnya keadaan barang dan/atau jasa tidak sesuai dengan informasi barang dan/atau jasa yang diperoleh konsumen, maupun perilaku konsumen itu sendiri yang tidak memperhatikan kewajibannya melainkan menuntut haknya saja.

1. Ruang Lingkup Perlindungan Konsumen
2. Definisi Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen merupakan bagian dari Hukum Konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan melindungi kepentingan konsumen dari pelaku usaha yang menempatkan posisi konsumen sebagai objek dari bisnis yang dilakukannya. Artinya usaha untuk melakukan perlindungan hukum terhadap konsumen diatur oleh hukum perlindungan konsumen yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Az. Nasution memberikan batasan dari hukum perlindungan konsumen yaitu keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen.[[1]](#footnote-1) Dengan demikian, Hukum Perlindungan Konsumen digunakan apabila antara konsumen dengan pelaku usaha yang mengadakan suatu hubungan hukum, kemudian terjadi permasalahan yang dipicu oleh kedudukan yang tidak seimbang tersebut.

Berdasarkan Pasal 1 Angka (1) UUPK menyebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Artinya, pemerintah memberikan kepastian hukum kepada konsumen dalam hak-hak dan kepentingannya. Meskipun UUPK ini bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen bukan berarti mengabaikan kepentingan pelaku usaha yang mempunyai peranan penting dalam dunia perdagangan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat.

1. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan asas sebagai dasar atau hukum dasar.[[2]](#footnote-2) Asas hukum adalah pikiran dasar yang bersifat umum yang menjadi latar belakang kongkrit bagi lahirnya sistem hukum dalam peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang merupakan hukum positif dengan sifat-sifat umum dalam peraturan yang kongkrit. Perlindungan Konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum.[[3]](#footnote-3)

Berdasarkan ketentuan yang termuat dalam Pasal 2 UUPK, yang merupakan asas-asas dari perlindungan konsumen adalah :[[4]](#footnote-4)

* 1. Asas Manfaat

Yaitu segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memeberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Dengan kata lain, tidak boleh hanya satu pihak saja yang mendapatkan manfaat sedangkan pihak yang lain mendapatkan kerugian yang dikenal dengan istilah tidak boleh memperoleh manfaat di atas kerugian orang lain.

* 1. Asas Keadilan

Hukum perlindungan konsumen harus adil bagi konsumen maupun pelaku usaha, jadi tidak hanya membebani pelaku usaha dengan tanggung jawab, tetapi juga melindungi hak dan kepentingannya. Tidak hanya pro kepada konsumen. Hal ini dikarenakan tidak selamanya sengketa konsumen itu diakibatkan atas kesalahan pelaku usaha saja, tetapi juga diakibatkan oleh kesalahan konsumen yang terkadang tidak tahu akan kewajibannya atau terburu-buru menyetujui ketentuan-ketentuan yang terdapat klausula baku, contohnya tanpa membaca terlebih dahulu sehingga ketika terjadi sengketa langsung menuduh pelaku usaha yang berbuat jahat padanya.

* 1. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara hak dan kewajiban para pelaku usaha, konsumen maupun pemerintah sebagai pengawas dari hubungan hukum yang terjadi dalam transaksi perdagangan Antara pelaku usaha dan konsumen.

* 1. Asas Keamanan dan Keselamatan

Asas ini bertujuan untuk memberikan jaminan dan kepastian keselamatan kepada konsumen dalam menggunakan produk yang diproduksi oleh pelaku usaha yang beredar di pasaran untuk dikonsumsi ataupun digunakan.

* 1. Asas Kepastian Hukum

Asas ini bertujuan untuk memberikan jaminan dan kepastian hukum agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan menjalankan apa yang menjadi hak dan kewajibannya tanpa harus membebankan tanggung jawab kepada salah satu pihak. Dengan adanya asas kepastian hukum ini, jika salah satu melakukan tindakan hukum yang bersifat merugikan pihak lain, maka terhadap pihak tersebut dapat dimintakan pertanggung jawaban dan penggantian kerugian.

Adapun yang menjadi tujuan dari diadakannya perlindungan terhadap konsumen tercantum dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin keberlangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Guna mewujudkan tujuan UUPK ini, pemerintah mempunyai peranan yang besar, hal ini dikarenakan dalam Undang-Undang Dasar 1945 dinyatakan bahwa Negara bertujuan untuk mensejahterakan rakyatnya. Tanggungjawab pemerintah atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen dimaksudkan untuk memberdayakan konsumen untuk dapat mempertahankan apa yang telah menjadi haknya dana melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya.

Meskipun tujuan dari UUPK mayoritas memperhatikan kepentingan konsumen, namun bukan berarti dengan diterbitkannya UUPK ini justru mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi sebaliknya yaitu untuk menciptakan suatu prinsip positif bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah mitra yang tidak terpisahkan satu dengan yang lain (saling ketergantungan). Adapun upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen termuat dalam rumusan Pasal 29 Ayat (4) UUPK, yaitu :

1. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat Antara pelaku usaha dengan konsumen
2. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat
3. Meningkatnya kualitas sumber daya serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Mengenai ketentuan dari pasal ini dijabarkan lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, sebagai berikut :

1. Menciptakan iklim usaha yang sehat Antara pelaku usaha dan konsumen, dijabarkan dalam Pasal 4 bahwa upaya tersebut dilakukan atas koordinasi menteri teknis terkait, berupa :
2. Penyusunan kebijakan dibidang perlindungan konsumen
3. Pemasyarakatan peraturan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen
4. Peningkatan peranan Badan perlindingan Konsumen Nasional dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan lembaga
5. Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing
6. Peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan dan keterampilan
7. Penelitian terhadap barang dan/atau jasa beredar yang menyangkut perlindungan konsumen
8. Peningkatan kualitas barang dan/atau jasa
9. Peningkatan kesadaran sikap jujur dan tanggung jawab pelaku usaha untuk memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan dan menjual barang dan/atau jasa
10. Peningkatan pemberdayaan usaha kecil dan menengan dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa serta pencantuman label dan klausula baku.
11. Berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dijabarkan dalam Pasal 5 bahwa upaya tersebut dilakukan atas koordinasi Menteri dengan menteri teknis terkait, berupa :
12. Pemasyarakatan peraturan Perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.
13. Pembinaan peningkatan sumber daya manusia pengelola LPKSM melalui pendidikan, pelatihan dan keterampilan.
14. Berbagai upaya yang dimaksudkan untuk peningkatan kualitas sumber daya disamping kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen, dijabarkan dalam Pasal 6 bahwa upaya tersebut dilakukan atas koordinasi menteri dengan menteri teknis terkait, berupa :
15. Peningkatan kualitas aparat penyidik pegawai negeri sipil di bidang perlindungan konsumen
16. Peningkatan kualitas tenaga peneliti dan penguji barang dan/atau jasa
17. Penelitian dan pengembangan teknologi pengujian dan standar mutu barang dan/atau jasa serta penerapannya.

Peraturan pemerintah ini bertujuan menjamin diperolehnya hak dan kewajiban baik konsumen dan pelaku usaha secara seimbang dan berdasarkan kepada keadilan yang dimaksud oleh UUPK.

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris) atau *consument* (Belanda). Batasan mengenai konsumen menurut AZ. Nasution adalah setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk semua kegunaan tertentu.[[5]](#footnote-5) Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan pengertian konsumen adalah pemakai atau pengguna produksi terkahir dari benda dan jasa.[[6]](#footnote-6)

Pada rumusan ini Hondius ingin mengemukakan bahwa ada konsumen akhir dan konsumen bukan pemakai terakhir. Artinya ada konsumen yang membeli barang dan/atau jasa itu tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya beserta keluarganya melainkan untuk diperdagangkan untuk menambah penghasilan, di samping itu juga terdapat konsumen akhir yaitu konsumen yang membeli barang dan/atau jasa untuk memenuhi hidupnya dan keluarganya dengan tujuan melangsungkan kehidupan. Untuk itu, batasan pengertian konsumen perlu dibedakan, yaitu :[[7]](#footnote-7)

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen-antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan membuat barang dan/atau jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersil).
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga, dan/atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-komersial).

Definisi Konsumen menurut Pasal 1 Angka (2) UUPK :

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun mahkluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

1. Hak dan Kewajiban Konsumen

Perdagangan bebas yang di dukung dengan faktor teknologi yang berkembang semakin pesat merupakan pemicu semakin banyak kebutuhan hidup yang harus dipenuhi baik bersifat primer, sekunder, dan tersier. Di samping kebutuhan yang semakin meningkat, pelaku usaha pun semakin kreatif dengan menyediakan kebutuhan dalam jumlah yang banyak dan bervariasi sesuai dengan permintaan pasar. Hal ini memberikan manfaat kepada konsumen yakni konsumen bebas memilih barang dan/atau jasa yang diinginkannya, tetapi juga dapat memberikan kerugian bagi konsumen yang dijadikan objek bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memperhatikan keamanan dan kelayakan konsumsi dari barang yang diproduksinya. Sering kali, pelaku usaha dalam mempromosikan barang dan/atau jasa menggunakan informasi yang bersifat menyesatkan, sehingga banyak konsumen yang merasa dirugikan.

Adapun hal-hal yang menjadi hak dari konsumen tercantum dalam Pasal 4 UUPK, yaitu :

* 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.

1. sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
2. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
3. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
4. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
5. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
6. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
7. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
8. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain melalui UUPK, Jhon F. Kennedy mengemukakan empat hak konsumen yang harus di lindungi,

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

Aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Pada posisi ini, intervensi, tanggung jawab dan peranan pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan dan kemanan konsumen sangat penting. Oleh karena itu, pengaturan dan regulasi perlindungan konsumen sangat dibutuhkan untuk menjaga konsumen dari perilaku produsen yang nantinya dapat merugikan dan membahayakan keselamatan konsumen.

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

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

1. Hak mendapat informasi (*the right to be informed*)

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

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

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa kepentingannya harus diperhatikan dan tercermin dalam kebijaksanaan pemerintah, termasuk turut didengar dalam pembentukan kebijaksanaan tersebut. Selain itu, konsumen juga harus didengar setiap keluhannya dan harapannya dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dipasarkan produsen.

PBB melalui Resolusi Nomor A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*) merumuskan 6 (enam) kepentingan konsumen yang harus dilindungi, meliputi:[[8]](#footnote-8)

1. Perlindungan konsumen dari bahaya – bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi social konsumen.
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi.
4. Pendidikan konsumen.
5. Tersedianya ganti rugi yang efektif.
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Selain mempunyai hak-hak konsumen pun mempunyai kewajiban yang harus dilaksanakan. Kewajiban konsumen antara lain :[[9]](#footnote-9)

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

Setelah mengetahui apa yang menjadi hak dan kewajibannya, konsumen tidak dapat lagi dijadikan sebagai objek eksploitasi oleh pelaku usaha yang kerap kali tidak memperdulikan hak dari konsumen. Sebagai konsumen yang telah mengerti akan hak dan kewajibannya, dapat menjadikan posisi Antara konsumen dengan pelaku usaha menjadi seimbang dan tidak ada yang berada di posisi yang lemah ataupun kuat. Memang pada dasarnya konsumen mempunyai kekurangan dalam hal pengetahuan dibidang produksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha, namun hal ini dapat diatasi dengan bersikap waspada serta menjadi konsumen yang bijak dan mandiri yaitu dengan :[[10]](#footnote-10)

* + 1. Membiasakan diri untuk berbelanja dengan menggunakan rencana
    2. Mengkonsumsi barang dan/atau jasa sesuai dengan kebutuhan
    3. Teliti sebelum mebeli
    4. Membeli barang dan/atau jasa yang berkualitas sesuai dengan standar kesehatan dan keamanan
    5. Memperhatikan label, keterangan barang dan tanggan kadaluarsa.

1. Pengertian Pelaku Usaha

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.[[11]](#footnote-11)

1. Hak dan kewajiban Pelaku Usaha

Sebelumnya telah kita ketahui bahwa UUPK tidak hanya diajukan semata-mata untuk mengatur hak dan kewajiban konsumen saja, tetapi juga hak dan kewajiban pelaku usaha. Hal ini dimaksudkan agar pelaku usaha juga mendapatkan jaminan hukum dari Negara, dan untuk menciptakan kenyamanan dalam melakukan kegiatan usaha serta menciptakan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen.

Hak-hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 UUPK, yang meliputi :

* 1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
  2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
  3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
  4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
  5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundnag-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 UUPK, antara lain :

* 1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
  2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
  3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
  4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang di produksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
  5. 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.
  6. Memberi konpensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
  7. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Selain hak dan kewajiban di atas pelaku usha juga mempunyai tanggung jawab yang harus dipikulnya yang disebut dengan istilah “*product liability*”. Pelaku usaha berkewajiban untuk bersikap hati-hati dalam memproduksi barang dan/atau jasa yang akan di pasarkan kepada konsumen.

Menurut Saefullah, *Product Liability* adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang/badan yang menghasilkan suatu produk, dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk, atau mendistribusikan produk tersebut.[[12]](#footnote-12) Pada dasarnya pelaku usaha bertanggung jawab atas segala kerugian yang ditimbulkan dari barang dan/atau jasa yang diproduksinya. Hal ini dikarenakan, dapat dipastikan pelaku usaha mengetahui segala sesuatu mengenai barang dan/atau jasa yang diproduksinya baik mengenai keamanan, kesehatan, dan kelayakan untuk dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

1. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:[[13]](#footnote-13)

* 1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
  2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket tersebut.
  3. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
  4. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
  5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
  6. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
  7. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
  8. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.
  9. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
  10. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tecemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.[[14]](#footnote-14) Pelaku usaha juga dilarang untuk memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.[[15]](#footnote-15) Maka, bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran tersebut, dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.[[16]](#footnote-16)

Pelaku usaha dilarang untuk memperdagangkan, menawarkan, mempromosikan mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah :[[17]](#footnote-17)

1. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu.
2. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru.
3. Barang dan/atau jasa tersebut dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu.
4. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi.
5. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia.
6. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi.
7. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu.
8. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu.
9. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain.
10. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap.
11. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang di tujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :[[18]](#footnote-18)

1. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa.
2. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa.
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.
4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan.
5. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan :[[19]](#footnote-19)

1. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu.
2. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi.
3. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain.
4. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain.
5. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain.
6. Menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

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.[[20]](#footnote-20)

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana dijanjikannya.[[21]](#footnote-21) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang, dan/atau jasa lain.[[22]](#footnote-22)

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk :[[23]](#footnote-23)

1. Tidak melakukan penawaran hadiah setelah batas waktu yang di janjikan.
2. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media masa.
3. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan.
4. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang di janjikan.

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.[[24]](#footnote-24)

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk :[[25]](#footnote-25)

1. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuaidengan yang dijanjikan.
2. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :[[26]](#footnote-26)

1. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa.
2. Mengelabui jaminan/garansi terhadapat barang dan/atau jasa.
3. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan atau jasa.
4. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa.
5. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizing yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan.
6. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
7. Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen dilaksanakan dalam rangka jual beli sesuai Pasal 1457 KUH Perdata adalah suatu perjanjian sebagaimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Pada pengertian ini, terdapat unsur-unsur perjanjian, penjual dan pembeli, harga dan barang.

Hubungan langsung antara pelaku usaha dan konsumen terdapat hubungan kontraktual (perjanjian). Jika produk menimbulkan kerugian pada konsumen, maka konsumen dapat meminta ganti kerugian kepada produsen atas dasar tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*). Seiring dengan revolusi industri, transaksi usaha berkembang ke arah hubungan yang tidak langsung melalui suatu distribusi dari pelaku usaha, disalurkan atau didistribusikan kepada agen, lalu ke pengecer baru sampai konsumen. Pada hubungan ini tidak terdapat hubungan kontraktual (perjanjian) antara produsen dan konsumen.[[27]](#footnote-27)

1. Penyelesaian Sengketa Konsumen
2. Sengketa Konsumen

Sesuai Pasal 19 Ayat (1) UUPK bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ganti rugi tersebut harus dilaksanakan dalam waktu 7 (tujuh) hari setelah transaksi. Hal ini sesuai yang ditetapkan dalam Pasal 19 Ayat (2) UUPK bahwa pemberian ganti dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari ini ternyata pelaku usaha memberikan ganti rugi maka tidak akan terjadi sengketa konsumen. Namun, sebaliknya apabila dalam waktu 7 (tujuh) hari ini pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi, maka akan terjadi sengketa konsumen. Konsumen yang dirugikan akan melakukan upaya hukum dengan cara menggugat pelaku usaha.

Romy Hanitijo memberikan pengertian sengketa sebagai situasi (keadaan) di mana dua atau lebih pihak-pihak memperjuangkan tujuan mereka masing-masing yang tidak dapat dipersatukan dan di mana tiap-tiap pihak mencoba meyakinkan pihak lain mengenai kebenaran tujuannya masing-masing.[[28]](#footnote-28) Pasal 1 Angka 8 Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 memberikan definisi sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa.

Sengketa konsumen tersebut dapat mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen atau diselesaikan di luar pengadilan. Penyelesaian sengketa ini seperti terdapat dalam Pasal 23 UUPK yang menyatakan bahwa pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas ketentuan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 Ayat (1), Ayat (2), dan Ayat (4) dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen. Penyelesaian sengketa Konsumen juga diatur dalam Pasal 45 menyatakan :

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 suka rela para pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada Ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang.
4. Apabila tidak dipilih upaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan kiranya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Dengan berdasarkan kepada kedua pasal tersebut di atas, yaitu Pasal 23 dan Pasal 45, maka cara penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui pengadilan atau diluar pengadilan.

1. Penyelesaian di Peradilan Umum

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan dengan menggunakan hukum acara yang berlaku secara umum membawa akibat bagi konsumen sesuai dengan ketentuan hukum acara seperti pada contoh hukum acara perdata, penggugat harus membuktikan bahwa tergugat telah menimbulkan suatu kerugian utamanya kepada penggugat.

Kaitannya dengan perlindungan konsumen, maka sebagai penggugat harus membuktikan kesalahan yang telah dilakukan pelaku usaha jika timbul suatu kerugian. Berkaitan dengan posisi konsumen sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, tentu konsep seperti ini, memberatkan konsumen yang posisinya lebih lemah daripada pelaku usaha ditambah lagi bebannya dengan kewajiban harus membuktikan kesalahan pelaku usaha. Di samping itu konsumen juga harus menanggung beban administrasi yang timbul ketika mengajukan gugatan ke pengadilan negeri.

Sengketa konsumen yang berkaitan dengan kasus perdata yang kemudian diajukan ke pengadilan negeri.[[29]](#footnote-29) UUPK menjelaskan bahwa yang berhak mengajukan gugatan adalah :

1. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan.
2. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.
3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
4. 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.

Tata cara yang digunakan dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan adalah berdasarkan hukum acara perdata. Namun demikian dalam penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan berlaku asas *lex spesialis derogat lex generalis*, yaitu berdasarkan ketentuan Pasal 64 dimana ketentuan hukum yang digunakan adalah hukum acara perdata sepanjang tidak bertentangan dengan UUPK. Apabila timbul pertentangan maka yang digunakan adalah ketentuan di dalam UUPK.

1. Penyelesaian di Luar Pengadilan

Di samping menyelesaikan sengketa melalui lembaga pengadilan UUPK memberikan alternatif lain yakni penyelesaian sengketa melalui pembicaraan Antara para pihak, LPKSM, direktorat perlindungan konsumen, serta melalui lembaga yang khusus dibentuk oleh undang-undang. Beberapa cara penyelesaian sengketa di luar pengadilan adalah dengan arbitrase, konsiliasi, dan mediasi.

1. Arbitrase

Arbitrase merupakan cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat oleh para pihak yang bersengketa,[[30]](#footnote-30) sudah lama dikenal di Indonesia. bahkan telah dibentuk BANI sejak 30 Nopember 1977, berdasarkan Surat Keputusan Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Nomor SKEP/152/DPH/1977.[[31]](#footnote-31)

Penyelesaian sengketa melalui peradilan arbitrase ini dapat dilakukan oleh pihak yang bersengketa, jika para pihak tersebut telah mencantumkan klausul arbitrase dalam perjanjian yang menjadi pokok sengketa atau mengadakan perjanjian arbitrase setelah timbulnya sengketa antara mereka.[[32]](#footnote-32) Kelebihan penyelesaian sengketa melalui arbitrase ini karena putusannya langsung final dan mempunyai kekuatan hukum tetap dan mengikat para pihak. Putusan arbitrase ini memiliki kekuatan eksekutorial, sehingga apabila pihak yang dikalahkan tidak memenuhi putusan secara sukarela, maka pihak yang menang dapat meminta eksekusi ke pengadilan.[[33]](#footnote-33)

Arbitrase pada kenyataan dilapangan juga memiliki kekurangan. Walaupun pada teorinya arbitrase terkenal akan biaya murah, pada faktanya arbitrase mahal karena biaya yang dikeluarkan hampir sama dengan biaya litigasi. Penyelesaian pun lambat, karena bila terjadi perbedaan pendapat maka penyelesaian akan bertambah rumit dan panjang. Jangka waktu yang 180 hari juga tidak dapat secara konsisten dijalankan karena kembali lagi pada kesepakatan kedua belah pihak.[[34]](#footnote-34)

1. Konsiliasi

Konsiliasi merupakan salah satu alternatif penyelesaian sengketa yang juga dapat di tempuh di luar pengadilan, yang diartikan sebagai orang yang independen (konsiliator) membawa para pihak bersama-sama dan mendorong penyelesaian sengketa yang dapat diterima dan dapat memfasilitasi komunikasi antara para pihak*.[[35]](#footnote-35)* Konsiliasi ini juga dimungkinkan sebagai alternatif penyelesaian sengketa konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penyelesaian sengketa dengan cara ini memiliki banyak kesamaan dengan arbitrase, dan juga menyerahkan kepada pihak ketiga untuk memberikan pendapatnya tentang sengketa yang disampaikan oleh para pihak. Walaupun demikian, pendapat dari konsiliator tersebut tidak mengikat sebagaimana mengikatnya putusan arbitrase.[[36]](#footnote-36) Ketidakterikatan para pihak terhadap pendapat yang diajukan oleh konsiliator mengenai sengketa yang dihadapi oleh para pihak tersebut, menyebabkan penyelesaiannya sangat tergantung pada kesukarelaan para pihak.[[37]](#footnote-37)

1. Mediasi

Mediasi sebagai salah satu alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan, di samping sudah dikenal dalam perundang-undangan di Indonesia, juga merupakan salah satu pilihan terbaik di antara sistem dan bentuk APS yang ada.[[38]](#footnote-38)

Mediasi merupakan cara penyelesaian sengketa yang fleksibel dan tidak mengikat serta melibatkan pihak netral yaitu mediator, yang memudahkan negosiasi antara pihak dan/atau membantu dalam mencapai kesepakatan.[[39]](#footnote-39) Sangat banyak definisi mengenai mediasi, namun pada umumnya banyak pihak sepakat bahwa tujuan dari proses mediasi adalah membantu para pihak yang bersengketa dalam mencapai penyelesaian yang sukarela terhadap suatu sengketa atau konflik. Jasa yang diberikan oleh mediator tersebut adalah menawarkan dasar-dasar penyelesaian sengketa, namun tidak memberikan putusan atau pendapat terhadap sengketa yang sedang berlangsung.[[40]](#footnote-40)

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan berlaku untuk sengketa-sengketa di bidang keperdataan yang menyangkut hubungan hukum antara pihak yang satu dengan pihak yang lain, salah satunya adalah sengketa konsumen. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan memiliki kelebihan, yaitu tidak terbuka untuk umum, biaya yang lebih murah, bersifat *win-win solution*, dan fleksibel di bandingkan dengan lembaga peradilan. Oleh karena itu, diperkenalkan alternatif untuk menyelesaikan sengketa di luar pengadilan, yakni melalui negosiasi, konsiliasi dan mediasi.

Alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan memiliki keuntungan dan kerugian masing masing. Alternatif penyelesaian sengketa yang paling sederhana dan tidak membutuhkan pihak ketiga adalah dengan negosiasi, keuntungannya jelas karena tidak perlu sulit mencari pihak ketiga dan kerugiannya adalah terkadang kedudukan serta pengetahuan antara pelaku usaha dengan konsumen itu berbeda, dimana konsumen harus diakui pada kenyataannya berada di posisi yang lemah sehingga apabila tidak pandai berargumen dan berdiplomasi serta memiliki pengetahuan yang cukup maka kerugian bagi konsumen akan terjadi.

Mediasi dan konsiliasi pada dasarnya sama, kecuali dalam hal peranan pihak ketiga yang lebih aktif pada mediasi dibanding dengan konsiliasi aktifnya pihak ketiga baik dalam memberi nasihat dan/atau yang lain tentu membuat peluang tercapainya kesepakatan diantara kedua belah pihak yang bersengketa menjadi lebih tinggi. Sedangkan untuk arbitrasi, tingkat kerumitannya adalah yang paling tinggi dibanding alternatif penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang lain. Meskipun komponen yang terlibat dalam arbitrasi ini cukup besar bagi masing-masing pihak dalam memperoleh kesepakatan. Hal ini dikarenakan adanya arbiter yang dipilih oleh masing-masing pihak yang bersengketa menyebabkan tingkat netralitas menjadi lebih besar dan selanjutnya dapat membuat suatu keputusan yang benar-benar obyektif dengan berdasar keadilan bagi kedua belah pihak.

1. Badan dan Lembaga Perlindungan Konsumen
2. Badan Perlindungan Konsumen Nasional

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), dibentuk dalam rangka mengembangkan upaya perindungan konsumen,[[41]](#footnote-41) yang berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggungjawab kepada Presiden.[[42]](#footnote-42) BPKN mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.[[43]](#footnote-43)

Pengembangan upaya perlindungan konsumen dimaksud paling tidak menunjukkan bahwa, BPKN dibentuk sebagai pengemban upaya perlindungan konsumen dalam hal : (a) pengaturan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha; (b) pengaturan larangan-larangan bagi pelaku usaha; (c) pengaturan tanggung jawab pelaku usaha; (d) pengaturan penyelesaian sengketa konsumen.

BPKN yang bertanggungjawab sepenuhnya kepada presiden, memiliki kedudukan yang kuat dalam mengembangkan upaya perlindungan konsumen. Sebagai bagian kelengkapan dalam sistem perlindungan konsumen yang dikembangkan dalam UUPK, BPKN tidak dapat diintervensi dalam pelaksanaan tugasnya. Kedudukannya yang independen dan bertanggungjawab langsung kepada presiden diharapkan dapat memberikan perlindungan konsumen secara maksimal.

Adapun fungsi BPKN memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam mengembangkan upaya perlindungan konsumen, dapat terjadi dalam berbagai bentuk dan tidak hanya terbatas pada penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen saja.[[44]](#footnote-44)

Guna menjalankan fungsinya dalam memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah, BPKN mempunyai tugas :[[45]](#footnote-45)

* 1. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen.
  2. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen.
  3. Melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan.
  4. Mendorong berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
  5. Menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen.
  6. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, atau pelaku usaha.
  7. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

1. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Pengakuan pemerintah terhadap Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) bukanlah tanpa syarat, LPKSM harus terdaftar pada pemerintah kabupaten/kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya. Perndaftaran tersebut hanya dimaksudkan bagi LPKSM yang membuka kantor perwakilan atau cabang di daerah lain, cukup melaporkan kantor perwakilan atau cabang tersebut kepada pemerintah kabupaten/kota setempat dan tidak perlu melakukan pendaftaran ditempat kedudukan kantor perwakilan atau cabang tersebut.[[46]](#footnote-46)

Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) meliputi :[[47]](#footnote-47)

* 1. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.[[48]](#footnote-48)
  2. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya.[[49]](#footnote-49)
  3. Bekerjasama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.[[50]](#footnote-50)
  4. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.[[51]](#footnote-51)
  5. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.[[52]](#footnote-52)

1. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.[[53]](#footnote-53) BPSK dibentuk oleh pemerintah di daerah tingkat II (kabupaten/kota) untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.[[54]](#footnote-54) Sebagai badan penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, maka putusan BPSK bersifat final dan mengikat, tanpa upaya banding dan kasasi.[[55]](#footnote-55)

Pembentukan BPSK dilakukan pada Pemerintahan Kota Medan, Palembang, Jakarta Pusat, Jakarta Barat, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Malang, dan Makassar.[[56]](#footnote-56) Dari ketentuan tersebut, jelas bahwa BPSK belum terbentuk di seluruh kabupaten/kota, namun hanya terbatas pada 10 kota di Indonesia. Ketentuan tersebut bukan tanpa alasan, karena pembiayaan BPSK di samping menjadi beban APBN , juga menjadi beban APBD.

Anggota BPSK terdiri atas unsur pemerintah, konsumen, dan pelaku usaha, masing-masing unsur berjumlah paling sedikit tiga orang dan paling banyak lima orang. Pengangkatan dan pemberhentian anggota BPSK ditetapkan oleh menteri.

Untuk dapat diangkat menjadi anggota BPSK, seseorang harus memenuhi syarat umum sebagai berikut :[[57]](#footnote-57)

1. Warga Negara Republik Indonesia.
2. Berbadan sehat.
3. Berkelakuan baik.
4. Tidak pernah di hukum karena kejahatan.
5. Memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen.
6. Berusia sekurang-kurangnya 30 tahun.

Adapun syarat-syarat khusus untuk menjadi anggota BPSK sebagai berikut :[[58]](#footnote-58)

1. Diutamakan calon yang berte,pat tinggal di daerah kabupaten/kota setempat.
2. Diutamakan calon yang berpendidikan serendah-rendahnya Strata 1 atau sederajat dari lembaga pendidikan yang telah di akreditasi oleh Departemen Pendidikan Nasional.
3. Berpengalaman dan/atau berpengetahuan di bidang industry, perdagangan, kesehatan, pertambangan, pertanian, kehutanan, perhubungan, dan keuangan.
4. Calon anggota BPSK dari unsur konsumen tidak berasal dari kantor cabang atau perwakilan LPKSM.

Berdasarkan ketentuan ini dapat diketahui bahwa jumlah anggota BPSK dari semua unsur paling sedikit Sembilan orang dan paling banyak 15 orang, jumlah ini sudah termasuk ketua, wakil ketua dan anggota. BPSK terdiri dari : (a) ketua merangkap anggota; (b) wakil ketua merangkap anggota; (c) anggota.[[59]](#footnote-59) BPSK dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekertariat, yang terdiri atas kepala sekertariat dan anggota sekertariat BPSK ditetapkan oleh menteri.[[60]](#footnote-60)

Adapun tugas dan wewenang BPSK meliputi :

1. Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi.
2. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen.
3. Melakukan pengawasan terhadap oencantuman klausula baku.
4. Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undnag-undang ini.
5. Menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
6. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen.
7. Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
8. Memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahuin pelanggaran terhadap undang-undang ini.
9. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atu setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen.
10. Mendapatkan, meneliti dan/atau menilai suat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan.
11. Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen.
12. Memberikan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen.
13. Menjatuhkan sanksi administrative kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis yang berjumlah harus ganjil, paling sedikit tiga orang yang mewakili semua unsur (pemerintah, konsumen, pelaku usaha) serta dibantu oleh seorang panitera.[[61]](#footnote-61)

Untuk menghindari proses penyelesaian sengketa konsumen yang berlarut-larut, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan batasan kepada BPSK. Setelah gugatan diterima, BPSK wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 hari kerja.[[62]](#footnote-62)

Pasal krusial dalam pelaksanaan putusan BPSK ini terdapat dalam Pasal 56 UUPK, yang berbunyi :

1. Dalam waktu paling lambat tujuh hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana di maksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksananakan putusan tersebut.
2. Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada pengadilan negeri paling lambat 14 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 menyerhakan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
5. Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (6) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Lebih lanjut UUPK memberikan kemudahan kepada konsumen, hal ini karena terbukti dari permintaan penetapan eksekusi putusan majelis BPSK kepada pengadilan negeri di tempat tinggal konsumen.[[63]](#footnote-63) Ketentuan ini sama halnya dengan tuntutan ganti rugi kepada pelaku usaha, konsumen dapat mengajukan gugatan kepada pengadilan negeri atau BPSK di tempat konsumen tinggal, dengan demikian konsumen dapat menghemat biaya yang harus dikeluarkan.[[64]](#footnote-64)

Pada pasal 58 UUPK ditentukan bahwa pengadilan negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan. Terhadap putusan pengadilan negeri tersebut, para pihak dalam waktu paling lambat 14 (emapt belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia. Adapun Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

1. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merupakan sebuah organisasi masyarakat yang bersifat nirlaba dan independen yang didirikan pada tanggal 11 Mei 1973. Keberadan YLKI diarahkan pada usaha meningkatkan kepedulian kritis konsumen atas hak dan kewajibannya, dalam upaya melindungi dirinya sendiri, keluarga, serta lingkungannya. YLKI adalah organisasi non-pemerintah dan nirlaba didirikan di Jakata pada tanggal 11 Mei 1973. Tujuan berdirinya YLKI adalah untuk meningkatkan kesadaran kritis konsumen tentang hak dan tanggungjawabnya sehingga dapat melindungi dirinya sendiri dan lingkungannya.

1. Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Kementerian Perdagangan

Kemeterian Perdagangan melalui Undang-undang Perlindungan Konsumen bertanggungjawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.[[65]](#footnote-65) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.[[66]](#footnote-66)

Selain fungsi pembinaan adapula fungsi yang lain yaitu pengawasan. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.[[67]](#footnote-67)

Penyelesaian sengketa konsumen merupakan bagian dari kedua fungsi tersebut, yaitu fungsi pembinaan dan fungsi pengawasan, penyelesaian sengketa konsumen melalui Kementerian Perdagangan dilaksanakan oleh Direktorat Pemberdayaan Konsumen yang di amanahkan melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 08 Tahun 2016 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan (Permendag Nomor 08 Tahun 2016 Tentang Ortraker Kemendag). Direktorat Pemberdayaan Konsumen mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunanan pedoman, norma, standar, prosedur, dan kriteria, serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi pelaksanaan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen.[[68]](#footnote-68)

Pada pelaksanaan tugasnya Direktorat Pemberdayaan Konsumen menyelenggarakan fungsi :[[69]](#footnote-69)

1. Penyiapan perumusan kebijakan di bidang analisa perlindungan konsumen, pelayanan pengaduan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, fasilitasi kelembagaan, dan pembinaan jejaring perlindungan konsumen;
2. Penyiapan pelaksanaan kebijakan di bidang analisa perlindungan konsumen, pelayanan pengaduan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, fasilitasi kelembagaan, dan pembinaan jejaring perlindungan konsumen;
3. Penyiapan penyusunan pedoman, norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang analisa perlindungan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, fasilitasi kelembagaan, dan pembinaan jejaring perlindungan konsumen;
4. Penyiapan pemberian bimbingan teknis dan evaluasi pelaksanaan kebijakan di bidang analisa perlindungan konsumen, pelayanan pengaduan konsumen, bimbingan konsumen dan pelaku usaha, fasilitasi kelembagaan, dan pembinaan jejaring perlindungan konsumen;
5. Pelaksanaan urusan tata usaha kepegawaian, keuangan, dan rumah tangga Direktorat; dan
6. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Direktur Jenderal.

Selanjutnya Direktorat Perlindungan Konsumen melalui Subdirektorat Pelayanan Pengaduan Konsumen melaksanakan penanganan pengaduan konsumen yang dilaksanakan oleh Seksi Penanganan Pengaduan Konsumen. Seksi Penanganan Pengaduan Konsumen mempunyai tugas melakukan penyiapan bahan perumusan dan pelaksanaan kebijakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria, pemberian bimbingan teknis dan supervise, serta evaluasi dan pelaporan di bidang penanganan pengaduan konsumen.[[70]](#footnote-70)

Pada pelaksanaannya, penyelesaian sengketa konsumen melalui kementerian perdagangan dilakukan dengan cara mediasi. Mediasi adalah penyelesaian sengketa melalui pross perudingan para pihak dengan dibantu oleh mediator.[[71]](#footnote-71) Mediator adalah pihak yang bersifat netral dan tidak memihak, yang berfungsi membantu para pihak dalam mencari berbagai kemungkinan penyelesaian sengketa. Dalam hal para pihak sepakat terhadap hasil mediasi, mediator membuat perjanjian yang mengikat kedua belah pihak untuk saling melaksanakan hak dan kewajibannya dan proses penyelesaian sengketa selesai. Ketika proses mediasi tidak mencapai kata sepakat oleh kedua belah pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha maka proses penyelesaian sengketa dapat dialihkan melalui Badan Penyelesaian Sengketa konsumen dan instansi lain yang terkait.

Mediasi yang dilaksanakan oleh Kementerian Perdagangan dilakukan berdasarkan pengaduan-pengaduan yang diterima Kementerian Perdagangan melalui :[[72]](#footnote-72) E-mail Kementerian Perdagangan khusus pengaduan konsumen di [pengaduan.konsumen@kemendag.go.id](mailto:pengaduan.konsumen@kemendag.go.id) dengan melampirkan bukti-bukti pengaduan dan kronologi kasus, *hotline* di nomor 021-3441839 yang akan di respon langsung oleh Ditjen PKTN melalui Direktorat Pemberdayaan Konsumen, pengaduan bisa juga di sampaikan dengan cara datang lansung ke Direktorat Pemberdayaan Konsumen, Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga, Kementerian Perdagangan, beralamat di Gedung II Lantai 10 Jl. M.I. Ridwan Rais No.5 Jakarta – 10110, selain itu bisa juga pengaduan di sampaikan melalui surat yang ditujukan langsung ke Direktorat Pemberdayaan Konsumen, dan pengaduan juga bisa disampaikan melalui sistem Pengawasan Perlindungan Konsumen (SISWAS-PK). Siswaspk.Kemendag.go.id.

1. Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen,* Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 13. [↑](#footnote-ref-1)
2. WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia.* Balai Pustaka, Jakarta, 1976, hlm. 521. [↑](#footnote-ref-2)
3. Pasal 2 UUPK. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen,* PT Taja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 4. [↑](#footnote-ref-4)
5. Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum,* Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 69. [↑](#footnote-ref-5)
6. Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2006, hlm. 3. [↑](#footnote-ref-6)
7. Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* Grasindo, Jakarta, 2006, hlm. 3. [↑](#footnote-ref-7)
8. Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen,* Gramedia, Jakarta, 2003, hlm. 27-28. [↑](#footnote-ref-8)
9. Pasal 5 UUPK. [↑](#footnote-ref-9)
10. Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm.31. [↑](#footnote-ref-10)
11. Pasal 1 Angka 3 UUPK. [↑](#footnote-ref-11)
12. Happy Susanto, *Ibid*, hlm.37. [↑](#footnote-ref-12)
13. Pasal 8 Ayat (1) UUPK [↑](#footnote-ref-13)
14. Pasal 8 Ayat (2) UUPK. [↑](#footnote-ref-14)
15. Pasal 8 Ayat (3) UUPK. [↑](#footnote-ref-15)
16. Pasal 8 Ayat (4) UUPK. [↑](#footnote-ref-16)
17. Pasal 9 UUPK. [↑](#footnote-ref-17)
18. Pasal 10 UUPK. [↑](#footnote-ref-18)
19. Pasal 11 UUPK. [↑](#footnote-ref-19)
20. Pasal 12 UUPK. [↑](#footnote-ref-20)
21. Pasal 13 Ayat (1) UUPK. [↑](#footnote-ref-21)
22. Pasal 13 Ayat (2) UUPK. [↑](#footnote-ref-22)
23. Pasal 14 UUPK. [↑](#footnote-ref-23)
24. Pasal 15 UUPK. [↑](#footnote-ref-24)
25. Pasal 16 UUPK. [↑](#footnote-ref-25)
26. Pasal 17 UUPK. [↑](#footnote-ref-26)
27. Soemali, *Hubungan Antara Konsumen dan Produsen,* [www.soemali.dosen.narotama.ac.id](http://www.soemali.dosen.narotama.ac.id), diakses pada 10 April 2017. [↑](#footnote-ref-27)
28. Romy Hanito, *Hukum dan Masalah Penyelesaian Konflik*, Majalah Fakultas Hukum UNDIP, Semarang, 1984, hlm. 22. [↑](#footnote-ref-28)
29. Joni Emerson, *Alternatif Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan (Negosiasi, Mediasi, Konsiliasi dan Arbitrasi)*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2001, hlm. 46. [↑](#footnote-ref-29)
30. Pengertian Arbitrase berdasarkan Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. [↑](#footnote-ref-30)
31. Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen di Indonesia,* PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 159. [↑](#footnote-ref-31)
32. *Ibid* [↑](#footnote-ref-32)
33. *Ibid* [↑](#footnote-ref-33)
34. *Ibid* [↑](#footnote-ref-34)
35. *Ibid,* hlm. 162. [↑](#footnote-ref-35)
36. *Ibid,* hlm. 163. [↑](#footnote-ref-36)
37. *Ibid* [↑](#footnote-ref-37)
38. *Ibid* [↑](#footnote-ref-38)
39. *Ibid* [↑](#footnote-ref-39)
40. *Ibid* [↑](#footnote-ref-40)
41. Pasal 31 UUPK. [↑](#footnote-ref-41)
42. Pasal 32 UUPK. [↑](#footnote-ref-42)
43. Pasal 33 UUPK. [↑](#footnote-ref-43)
44. Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen,* PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 197. [↑](#footnote-ref-44)
45. Pasal 34 UUPK. [↑](#footnote-ref-45)
46. Pasal 2 PP Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM. [↑](#footnote-ref-46)
47. Pasal 44 Ayat (3) UUPK. [↑](#footnote-ref-47)
48. Pasal 4 PP Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM. [↑](#footnote-ref-48)
49. Pasal 5 PP Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM. [↑](#footnote-ref-49)
50. Pasal 6 PP Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM. [↑](#footnote-ref-50)
51. Pasal 7 PP Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM. [↑](#footnote-ref-51)
52. Pasal 8 PP Nomor 59 Tahun 2001 tentang LPKSM. [↑](#footnote-ref-52)
53. Pasal 1 Angka 11 UUPK [↑](#footnote-ref-53)
54. Pasal 49 Ayat (1) UUPK. [↑](#footnote-ref-54)
55. Pasal 54 Ayat (3) UUPK. [↑](#footnote-ref-55)
56. Keputusan Presiden Nomor 90 Tahun 2001. [↑](#footnote-ref-56)
57. Pasal 49 UUPK. [↑](#footnote-ref-57)
58. Pasal 6 Ayat (2) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 301/MPP/Kep/10/2001 tentang Pengangkatan, Pemberhentian Anggota dan Sekertariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. [↑](#footnote-ref-58)
59. Pasal 50 UUPK. [↑](#footnote-ref-59)
60. Pasal 51 UUPK. [↑](#footnote-ref-60)
61. Pasal 54 UUPK. [↑](#footnote-ref-61)
62. Pasal 55 UUPK. [↑](#footnote-ref-62)
63. Pasal 57 UUPK. [↑](#footnote-ref-63)
64. Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen,* PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 266. [↑](#footnote-ref-64)
65. Pasal 29 Ayat (1) UUPK. [↑](#footnote-ref-65)
66. Pasal 29 Ayat (2) UUPK. [↑](#footnote-ref-66)
67. Pasal 30 UUPK. [↑](#footnote-ref-67)
68. Pasal 268 Permendag Nomor 08 Tahun 2016 Tentang Ortraker Kemendag. [↑](#footnote-ref-68)
69. Pasal 269 Permendag Nomor 08 Tahun 2016 Tentang Ortraker Kemendag. [↑](#footnote-ref-69)
70. Pasal 287 Ayat (2) Permendag Nomor 08 Tahun 2016 Tentang Ortraker Kemendag. [↑](#footnote-ref-70)
71. Pasal 1 Butir 6 Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 02 Tahun 2003 Tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan. [↑](#footnote-ref-71)
72. Hasil Wawancara penulis dengan Bapak Ephram J.K. Caraen, S.H., M.Hum. selaku Kepala Seksi Konsultasi pada Direktorat Pemberdayaan Konsumen Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen, Tanggal 23 Januari 2017. [↑](#footnote-ref-72)