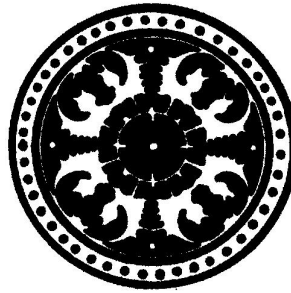


Nama Mata Kuliah : Hukum Perlindungan Konsumen
Kode Mata Kuliah : MKK.401



Tim Penyusun :

I Gusti Ayu Puspawati, SH, MH

Dewa Gde Rudy, SH.M.Hum

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS UDAYANA
BALI-INDONESIA

2008

PENGANTAR KULIAH

Rekomendasi akhir Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dalam lokakarya tentang Hukum Perlindungan Konsumen, 22 Oktober 1997 adalah agar fakultas-fakultas hukum mulai mempertimbangkan mata kuliah Hukum Perlindungan Konsumen dimasukkan dalam kurikulum. Dengan adanya rekomendasi tersebut, maka sekarang hampir sebagian besar fakultas hukum di Indonesia memasukkan mata kuliah Hukum Perlindungan Konsumen dalam kurikulumnya.

Masalah pemberdayaan terhadap konsumen sudah lama menjadi sorotan berbagai kalangan, mengingat lemahnya posisi konsumen bila berhadapan dengan pelaku usaha. Upaya perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi hal yang sangat urgen untuk diperhatikan oleh berbagai pihak, termasuk pemerintah.

Sebagai bukti dari perhatian pemerintah dimaksud, pada tahun 1999 telah diterbitkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Piranti hukum yang melindungi konsumen ini tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya, perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

Identifikasi Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah : Hukum Perlindungan Konsumen
Kode Mata Kuliah : MKK.401
Semester : III (Tiga)
Hari Pertemuan : Selasa
Tempat Perkuliahan : L.III.B.11

Pengajar Mata Kuliah

Kuliah Hukum Perlindungan Konsumen akan diberikan oleh 2 (dua) orang dosen, yaitu :

N a m a : I Gusti Ayu Puspawati, SH, MH

Alamat : Jl. Antasura VI/5 Denpasar

Telepon : (0361) 421079

E-mail : -

N a m a : Dewa Gde Rudy, SH.M.Hum

Alamat : Jl. Waturenggong Gg. XVII (SD No.6 Panjer)
Denpasar

Telepon : (0361) 977517 / 081337005156

E-mail : -

Deskripsi Perkuliahan

Hukum perlindungan konsumen merupakan mata kuliah wajib kekhususan Hukum Bisnis pada Fakultas Hukum, dan merupakan mata kuliah yang membahas mengenai aspek-aspek hukum tentang perlindungan konsumen. Oleh sebab itu, bahasan dalam mata kuliah ini meliputi berbagai aspek yang cukup luas yaitu : Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Konsumen, Tanggungjawab Pelaku Usaha Sehubungan dengan Kerugian Konsumen, Perjanjian Standar dan Perlindungan Konsumen, Praktek Periklanan dan Perlindungan Konsumen, dan Penyelesaian sengketa konsumen.

Perkuliahan ini berupaya memberikan pemahaman tentang prinsip-prinsip umum dan khusus tentang perlindungan konsumen serta mengkaitkannya dengan aturan-aturan hukum yang ada di Indonesia, khususnya Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999, tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, dalam melengkapi pemahaman, akan disajikan pula kasus-kasus kerugian konsumen untuk diberikan analisa hukumnya. Pada

akhir perkuliahan diharapkan mahasiswa mempunyai pemahaman yang mendalam dan komprehensif menyangkut aspek-aspek hukum perlindungan konsumen serta mampu menganalisis kasus-kasus kerugian konsumen dengan aneka permasalahannya.

Materi Perkuliahan.

- I. Tinjauan umum tentang perlindungan.
 1. Sejarah perlindungan konsumen
 2. Pengertian konsumen, hukum konsumen, dan hukum perlindungan konsumen.
 3. Azas dan tujuan perlindungan konsumen.
 4. Hak-hak konsumen
 5. Kedudukan konsumen
 6. Sumber hukum perlindungan konsumen.
- II. Tanggung jawab pelaku usaha sehubungan dengan kerugian konsumen.
 1. Pengertian pelaku usaha
 2. Hak dan kewajiban pelaku usaha
 3. Larangan-larangan bagi pelaku usaha
 4. Tanggung jawab pelaku usaha
- III. Perjanjian standar dan perlindungan konsumen.
 1. Pengertian perjanjian standar
 2. Karakteristik perjanjian standar
 3. Klausula eksonerasi dalam perjanjian standar
 4. Pengaturan perjanjian standar dalam undang-undang perlindungan konsumen.
- IV. Praktek periklanan dan perlindungan konsumen.
 1. Pengertian dan fungsi iklan
 2. Kode etik dan hukum yang mengatur tentang iklan
 3. Pihak-pihak dalam pembuatan dan penyiaran iklan.

4. Kerugian konsumen akibat penyiaran iklan
 5. Tanggung jawab pihak-pihak atas kerugian konsumen dalam periklanan.
- V. Penyelesaian sengketa konsumen.
1. Cara penyelesaian sengketa konsumen
 2. Badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK)
 - 2.1. Kelembagaan BPSK
 - 2.2. Tugas dan wewenang BPSK
 - 2.3. Fungsi dan cara penyelesaian sengketa pada BPSK
 - 2.4. Alat bukti dan sistem pembuktian
 - 2.5. Putusan BPSK
 - 2.6. Upaya hukum terhadap putusan BPSK
 - 2.7. Eksekusi putusan BPSK

Metode dan Strategi Perkuliahan

Metode perkuliahan yang dipakai adalah dengan Problem Based Learning (PBL) Method. Oleh karena itu, strategi pembelajarannya adalah berupa tanya jawab, tugas struktur, dan diskusi-diskusi kelompok. Pada tahap awal perkuliahan dilakukan tanya jawab guna mengetahui pengetahuan awal mahasiswa terhadap substansi perkuliahan. Guna menggali pengetahuan siswa, tanya jawab juga dilakukan pada saat perkuliahan berlangsung maupun pada akhir perkuliahan. Tugas diberikan dengan mengambil beberapa materi khusus, relevan dan menarik, yang dikerjakan oleh mahasiswa di luar kelas. Untuk diskusi kelompok, sudah disiapkan topik/materi khusus guna didiskusikan oleh mahasiswa.

Tugas-Tugas

Mahasiswa diwajibkan untuk mempersiapkan, mengerjakan, serta membahas tugas-tugas yang terdapat dalam Block Book. Tugas yang diberikan kepada mahasiswa, ada tugas individu dan juga tugas kelompok.

Untuk tugas individu dikerjakan di rumah (diluar perkuliahan) dan wajib untuk dikumpulkan. Sedangkan untuk tugas kelompok, juga dikerjakan di rumah dan dipresentasikan pada saat perkuliahan.

Ujian-Ujian

Evaluasi terhadap mahasiswa dilaksanakan dalam bentuk ujian-ujian yang dilakukan 2 (dua) kali dalam bentuk ujian tertulis yang terdiri dari Ujian Tengah Semester (UTS) dan Ujian Akhir Semester (UAS)

Penilaian

Penilaian dilakukan terhadap aspek *hard skill* dan aspek *soft skill*. Penilaian *hard skill* dilakukan melalui tugas-tugas (TT), UTS dan UAS. Nilai *hard skill* diperhitungkan dengan menggunakan rumus nilai akhir yang tertera pada buku pedoman, yaitu :

$$NA = \frac{\frac{UTS + TT}{2} + 2 \times (UAS)}{3}$$

NA =

Penilaian *soft skill* (sikap dan perilaku) dilakukan berdasarkan pada pengamatan terhadap mahasiswa dalam tatap muka selama perkuliahan, diskusi, pengumpulan tugas-tugas, kehadiran dalam perkuliahan serta pelaksanaan ujian. Nilai *soft skills* ini dikombinasikan dengan nilai akhir (NA) untuk menentukan Nilai Hasil Studi (NHS) mahasiswa. NHS ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

Nilai	Range
A	80 – 100
B	65 – 79
C	55 – 64
D	40 – 54
E	0 – 39

Bahan Bacaan

Abdulkadir, Muhammad, 1992, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perdagangan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Ade Maman Suherman, 2001, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Ghalia, Indonesia.

Alo Liliweri, 1992, *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, PT. Citra Aditya Bakti Bandung.

Ari Purwadi, 2001, *Sistem Tanggungjawab Periklanan dan Perlindungan Konsumen*, Majalah Hukum Yuridika No.5 Volume 16 September-Oktober, Surabaya.

Endang Sri Wahyuni, 2003, *Aspek Hukum Sertifikasi dan Keterkaitannya Dengan Perlindungan Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Frans Jefkin, 1997, *Periklanan*, Erlangga, Jakarta.

Gunawan Widjaja dan Achmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Husni Syawali dan Weni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.

Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Mariam Darus Badruzaman, 1980, *Perlindungan Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku*, BPHN, Departemen Kehakiman RI, Jakarta.

Mariam Darus Badruzaman, 1983, *Perjanjian Kredit Bank*, Alumni Bandung.

Nasution, AZ, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinara Harapan, Jakarta.

Nasution, AZ, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya Jakarta.

Rosady Ruslan, 1995, *Aspek-Aspek Hukum dan Etika Dalam Aktivitas Publik Relation Kehumasan*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Rudi Indradjaja, 2000, *Era Baru Perlindungan Konsumen*, IMNO, Bandung
- Setiawan, 1992, *Aneka Masalah Hukum dan Hukum Acara Perdata*, Alumni, Bandung.
- Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Grasindo, Jakarta.
- Sudaryatmo, 1999, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Tams Djajakusumah, 1982, *Periklanan*, Armico, Surabaya.
- Yusuf Sofie, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Yusuf Sofie, 2002, *Pelaku Usaha, Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi*, Ghalia, Indonesia.
- Yusuf Sofie, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen, Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Teori dan Praktek Penegakan Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Zumrotin K. Soesilo, 1996, *Penyambung Lidah Konsumen*, Puspa Swara, Jakarta.

Jadwal Perkuliahan

No.	Tanggal	Topik
1.		Sejarah Perlindungan Konsumen, Pengertian Konsumen, Hukum Konsumen, dan Hukum Perlindungan Konsumen
2.		Azas dan tujuan Perlindungan Konsumen.
3.		Hak-hak konsumen dan kedudukan konsumen
4.		Sumber-sumber hukum perlindungan konsumen
5.		Pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha
6.		Larangan-larangan bagi pelaku usaha
7.		Tanggung jawab pelaku usaha
8.		UTS
9.		Pengertian dan karakteristik perjanjian standar.
10.		Klausula eksonerasi dan pengaturan perjanjian standar dalam UUPK
11.		Pengertian, fungsi, kode etik dan hukum yang mengatur tentang iklan
12.		Tanggung jawab pihak-pihak berkaitan dengan periklanan
13.		Penyelesaian sengketa konsumen
14.		UAS

**PERTEMUAN PERTAMA : SEJARAH PERLINDUNGAN KONSUMEN,
PENGERTIAN KONSUMEN, HUKUM
KONSUMEN, DAN HUKUM PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

Bacaan :

Nasution, AZ, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, 1999, Daya Widya, Jakarta.

Gunawan Widjaja dan Achmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Nasution, AZ, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinara Harapan, Jakarta.

**Tugas : Pengertian Konsumen, Hukum Konsumen dan Hukum
Perlindungan Konsumen.**

Gerakan perlindungan konsumen di berbagai negara sudah lebih maju bila dibandingkan dengan Indonesia. YLKI yang dibentuk tahun 1973 dipandang sebagai perintis gerakan perlindungan konsumen di Indonesia.

Dalam konteks gerakan perlindungan konsumen, maka pemahaman-pemahaman dasar dan prinsip perlu diketahui, seperti : pemahaman tentang konsumen, hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Guna memahami pengertian-pengertian tersebut, disamping mengacu pada peraturan perundang-undangan yang ada, juga mengacu pada pandangan dari para sarjana.

Berikan penjelasan dar masing-masing pengertian tersebut (konsumen, hukum konsumen, dan hukum perlindungan konsumen).

PERTEMUAN KEDUA : AZAS DAN TUJUAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bacaan :

Rudy Indrajaya, 2000, *Era Baru Perlindungan Konsumen*, IMNO, Bandung.

Yusuf Sofie, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Tugas : Azas-azas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Tujuan perlindungan konsumen pada dasarnya adalah disamping untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen, juga untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha agar melakukan kegiatan usaha secara jujur dan bertanggung jawab.

Berkaitan dengan perlindungan konsumen, ada sejumlah azas yang melandasinya. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait (masyarakat, pelaku usaha, pemerintah), berdasarkan lima azas, yaitu : azas manfaat, azas keadilan, azas keseimbangan, azas keamanan dan keselamatan konsumen, dan azas kepastian hukum.

Temukan dan identifikasi azas dan tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

PERTEMUAN KETIGA : HAK-HAK KONSUMEN DAN KEDUDUKAN KONSUMEN

Bacaan :

Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Grasindo, Jakarta.

Sudaryatmo, 1999, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Zumrotin K. Soesilo, 1996, *Penyambung Lidah Konsumen*, Puspa Swara, Jakarta.

Tugas : Hak-hak Yang Dimiliki Konsumen

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen.

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :

1. Hak untuk mendapatkan keamanan
(*The right to safety*)
2. Hak untuk mendapatkan informasi
(*The right to be informed*)
3. Hak untuk memilih
(*The right to choice*)
4. Hak untuk didengar
(*The right to be heard*)

Temukan makna atau arti dari hak-hak konsumen dimaksud disertai dengan contoh kongkrit.

**PERTEMUAN KEEMPAT : SUMBER-SUMBER HUKUM
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Bacaan :

Endang Sri Wahyuni, 2003, *Aspek Hukum Sertifikasi dan Keterkaitannya Dengan Perlindungan Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Janus Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Grasindo, Jakarta.

Nasution, AZ, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.

Tugas : Sumber-sumber Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Sumber hukum perlindungan konsumen adalah tempat dimana dapat diketemukannya peraturan-peraturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Peraturan yang mengatur secara khusus tentang perlindungan konsumen di Indonesia adalah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, yang diundangkan pada tanggal 20 April 1999 dalam Lembaran Negara Tahun 1999 No. 42.

Sebelum berlakunya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Undang-Undang No. 8 Tahun 1999), telah ada peraturan-peraturan yang secara tidak langsung bertujuan atau berhubungan dengan perlindungan konsumen, baik yang berupa undang-undang maupun peraturan-peraturan yang levelnya dibawah undang-undang.

Inventarisir dan identifikasi peraturan-peraturan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen yang sudah ada sebelum Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 diberlakukan.

PERTEMUAN KELIMA : PENGERTIAN PELAKU USAHA SERTA HAK DAN KEWAJIBAN PELAKU USAHA

Bacaan :

Yusuf Sofie, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Ade Maman Suherman, 2001, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Ghalia, Indonesia.

Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta.

Tugas : Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 diperinci apa saja yang menjadi hak dan kewajiban pelaku usaha. Disamping kewajiban, pelaku usaha juga mempunyai hak-hak yang harus dihormati oleh konsumen, masyarakat maupun pemerintah. Apabila hak-hak pelaku usaha tidak diperhatikan, maka bisa menyebabkan macetnya aktivitas perusahaan.

Sesuai dengan azas keadilan dan keseimbangan, maka hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha harus diperhatikan. Hak dan kewajiban pelaku usaha harus mendapatkan perhatian dan perlakuan yang wajar, demi terjalinnya hubungan yang harmonis antara konsumen dan pelaku usaha.

Identifikasi dan berikan analisis hukum terhadap hak dan kewajiban pelaku usaha seperti yang diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

PERTEMUAN KENAM : LARANGAN-LARANGAN BAGI PELAKU USAHA.

Bacaan :

Rudi Indrajaya, 2000, *Era Baru Perlindungan Konsumen*, IMNO, Bandung

Janah Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.

Gunawan Widjaja dan Achmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Tugas : Sanksi hukum atas pelanggaran ketentuan larangan-larangan bagi pelaku usaha.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Bab IV Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang terdiri dari 10 pasal, dimulai dari pasal 8 sampai dengan pasal 17. Pelaku usaha yang dimaksud oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah produsen (pabrikan), distributor dan jaringannya dan termasuk pula pelaku usaha periklanan.

Identifikasi tentang sanksi hukum (perdata Pidana) atas pelanggaran ketentuan larangan-larangan bagi pelaku usaha.

Tugas : Membuat Makalah Kelompok (diumumkan di kelas)

Persiapkan makalah (10-5 halaman, 2 spasi) yang dibuat secara kelompok dengan materi menyangkut : (1) Perlindungan Konsumen kaitannya dengan Produk kedaluarsa, (2) Perlindungan konsumen kaitannya dengan Perjanjian Standar, dan (3) Perlindungan konsumen kaitannya dengan periklanan. Makalah dibuat dengan mencantumkan footnotes atau endnote, serta bahan bacaan minimal 5 (lima) buah. Makalah tersebut akan dipresentasikan secara bergilir di kelas oleh masing-masing kelompok dengan menggunakan OHP atau powerpoint.

PERTEMUAN KETUJUH : TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

Bacaan :

Husni Syawali dan Weni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.

Nasution, AZ, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Daya Widya Jakarta.

Gunawan Widjaja dan Achmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Tugas : Sistem, bentuk, dan beban pembuktian terkait dengan tanggung jawab pelaku usaha.

Tanggung jawab pelaku usaha yang dimaksud dalam hal ini adalah tanggung jawab keperdataan. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen masalah tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Bab IV, mulai pasal 19 – pasal 28. Masalah tanggung jawab merupakan hal penting dalam hukum perlindungan konsumen dalam hal adanya kasus-kasus pelanggaran hak-hak konsumen.

Analisis pasal-pasal dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha (Sistem, bentuk dan beban pembuktiannya).

PERTEMUAN KESEMBILAN: PENGERTIAN DAN KARAKTERISTIK PERJANJIAN STANDAR.

Bacaan :

Mariam Darus Badruzaman, 1980, *Perlindungan Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku*, BPHN, Departemen Kehakiman RI, Jakarta.

Mariam Darus Badruzaman, 1983, *Perjanjian Kredit Bank*, Alumni Bandung.

Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Srasinda, Jakarta.

Rudi Indradjaja, 2000, *Era Baru Perlindungan Konsumen*, IMNO, Bandung

Tugas : Karakteristik Perjanjian Standar.

Perjanjian Standar (perjanjian baku) telah menjadi bagian dari praktek bisnis di Indonesia. Perjanjian jenis ini tumbuh subur dalam praktek masyarakat, karena memang masyarakat sendiri menghendaki kehadirannya.

Perjanjian standar (*standard contract*) adalah perjanjian yang bentuknya sudah distandarisir dan dibuat serta dirumuskan secara sepihak oleh mereka yang kedudukan ekonominya lebih kuat. Menurut Mariam Darus Badruzaman, perjanjian standar (perjanjian baku) adalah perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir.

Temukan karakteristik dri Perjanjian Standar dan berikan ilustrasi (contoh kongkrit) guna memperjelas jawaban yang diberikan.

PERTEMUAN KESEPULUH : KLAUSULA EKSONERASI DAN PENGATURAN PERJANJIAN STANDAR DALAM UUPK.

Bacaan :

Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta.

Mariam Darus Badulzaman, 1980, *Perlindungan Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku*, BPHN, Departemen Kehakiman RI, Jakarta.

Abdulkadir, Muhammad, 1992, *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perdagangan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Tugas 1 : Klausula Eksonerasi

Dalam perjanjian standar biasanya ada dicantumkan “Klausula Eksonerasi” dalam upaya mengurangi membatasi, atau bahkan meniadakan tanggung jawab pelaku usaha. Ada tiga kemungkinan klausula eksonerasi yang dirumuskan dalam syarat-syarat perjanjian standar; (1) klausula eksonerasi karena keadaan memaksa, (2) klausula eksonerasi karena kesalahan pelaku usaha yang merugikan pihak kedua, (3) klausula eksonerasi karena kesalahan pelaku usaha yang merugikan pihak ketiga.

Temukan dan identifikasi model perjanjian standar dalam praktek bisnis yang mengandung klausula eksonerasi.

Tugas 2 : Pengaturan Perjanjian Standar dalam UUPK

Dalam upaya pengawasan terhadap pencantuman klausula baku pada perjanjian standar, pemerintah melakukan intervensi dengan mengatur masalah tersebut dalam pasal 18 UUPK. Dalam UUPK diatur tentang larangan-larangan bagi pelaku usaha untuk mencantumkan klausula baku yang mengandung unsur-unsur sebagaimana dimaksud oleh pasal 18 ayat 1 UUPK.

Temukan dan adakan penelitian terhadap pelaksanaan ketentuan pasal 18 UUPK dalam praktek perumusan klausula baku perjanjian standar (cari beerapa jenis perjanjian standar untuk diteliti).

PERTEMUAN KESEBELAS: PENGERTIAN, FUNGSI, KODE ETIK DAN HUKUM YANG MENGATUR TENTANG IKLAN.

Bacaan :

Alo Liliweri, 1992, *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, PT. Citra Aditya Bakti Bandung.

Frans Jefkin, 1997, *Periklanan*, Erlangga, Jakarta.

Tams Djajakusumah, 1982, *Periklanan*, Armico, Surabaya.

Zumrotin K. Soesilo, 1996, *Penyambung Lidah Konsumen*, Puspa Swara, Jakarta.

Tugas : Kode Etik dan Hukum yang mengatur tentang Iklan.

Ada banyak definisi tentang iklan yang dikemukakan para sarjana. Meskipun begitu iklan itu sesungguhnya merupakan cara yang dapat ditempuh untuk memasarkan suatu produk dalam rangka untuk meningkatkan omzet penjualan. Dengan demikian, fungsi iklan adalah sebagai sarana pemasaran produk. Selain itu iklan juga berfungsi sebagai sarana informasi produk.

Peran iklan demikian penting, namun hingga kini belum ada peraturan (Undang-Undang) yang khusus mengatur tentang iklan. Dalam UUPK, iklan diatur dalam pasal 9, 10, 21, 13, 17, 20. Selain UUPK, rambu-rambu tentang periklanan juga diatur dalam Kode Etik Periklanan yang berupa Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.

Siapkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan di bawah ini :

- 1. Temukan peraturan-peraturan lain selain UUPK yang mengatur tentang iklan*
- 2. Bagaimana tentang iklan yang diatur dalam UUPK*
- 3. Bagaimana prinsip atau azas umum periklanan seperti diatur dalam Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia.*

**PERTEMUAN KEDUA BELAS : TANGGUNGJAWAB PIHAK-PIHAK
BERKAITAN DENGAN PRAKTEK
PERIKLANAN YANG MERUGIKAN
KONSUMEN.**

Bacaan :

Ari Purwadi, 2001, *Sistem Tanggungjawab Periklanan dan Perlindungan Konsumen*, Majalah Hukum Yuridika No.5 Volume 16 September-Oktober, Surabaya.

Rosady Ruslan, 1995, *Aspek-Aspek Hukum dan Etika Dalam Aktivitas Publik Relation Kehumasan*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Yusuf Sofie, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Tugas : Tanggung jawab Pihak-pihak (Pengiklan, perusahaan periklanan, media penyiar iklan).

Pihak-pihak yang terlibat dalam penyiaran iklan, adalah ; pihak pengiklan, perusahaan periklanan (biro iklan) dan media penyiar iklan. Dalam konteks penyiaran iklan, pihak perusahaan periklanan (biro iklan) akan memenuhi dan melayani kepentingan pengiklan agar produknya dibuat iklan, serta kemudian mencarikan media (cetak maupun elektronik) guna menyiarkan iklan tersebut. Ketika siaran iklan tersebut memberikan informasi yang tidak benar dan kemudian merugikan konsumen, maka yang menjadi persoalan adalah bagaimana tanggung jawab dari masing-masing pihak tersebut.

Temukan dan identifikasi beberapa peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab pihak-pihak dalam periklanan.

PERTEMUAN KETIGABELAS : PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN.

Bacaan :

Yusuf Sofie, 2003, *Penyelesaian Sengketa Konsumen, Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Teori dan Praktek Penegakan Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Yusuf Sofie, 2002, *Pelaku Usaha, Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi*, Ghalia, Indonesia.

Setiawan, 1992, *Aneka Masalah Hukum dan Hukum Acara Perdata*, Alumni, Bandung.

Tugas 1 : Cara penyelesaian Sengketa Konsumen.

Suatu sengketa (*conflict, dispute*) bisa terjadi antara konsumen dan pelaku usaha. Suatu sengketa disamping bersifat merusak (*destructive*), juga bersifat merugikan (*harmful*) hubungan konsumen dengan pelaku usaha. Oleh karenanya, suatu sengketa yang melibatkan konsumen dengan pelaku usaha hendaknya dapat diselesaikan secara tuntas. Untuk menyelesaikan sengketa konsumen tersebut ada beberapa cara yang dapat ditempuh.

Temukan dan identifikasi cara penyelesaian sengketa konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Tugas 2 : Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui BPSK

Berdasarkan UUPK (Pasal 49 ayat 1) untuk menyelesaikan sengketa diluar pengadilan, pemerintah membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di daerah Kabupaten/Kota. Keanggotaan BPSK ini berdasarkan pasal 49 ayat 3 UUPK terdiri atas 3 (tiga) unsur, yaitu : pemerintah, konsumen, dan pelaku usaha.

Siapkan jawaban atas pertanyaan di bawah ini (saudara harus mencermati ketentuan dalam UUPK)

- 1. Apa saja tugas dan wewenang BPSK*
- 2. Cara penyelesaian sengketa melalui BPSK*
- 3. Upaya hukum putusan BPSK*
- 4. Eksekusi putusan BPSK*

BLOCK BOOK
HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
MKK 045

PENYUSUN :
I GUSTI AYU PUSPAWATI, SH.MH
DEWA GDE RUDY, SH.M.Hum

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS UDAYANA

2008