

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN
PENGUNA PRODUK DENGAN PROMO BERHADIAH**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada
Fakultas Hukum UPN 'Veteran' Jawa Timur**



Oleh :
WIMMAR SASONGKO
NPM. 0771010124

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS HUKUM
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
SURABAYA
2011**

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT serta Shalawat dan Salam kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW, yang telah melimpahkan berkah, rahmat, dan hidayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Disini peneliti mengambil judul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Pengguna Produk Dengan Promo Berhadiah”..

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan sesuai kurikulum yang ada di Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Disamping itu dapat memberikan hal-hal yang berkaitan dengan disiplin ilmu sebelum mengadakan penelitian dalam mengadakan penelitian guna penyusunan skripsi.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini peneliti banyak memperoleh bantuan, bimbingan, dan dorongan dari beberapa pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Haryo Sulistiyantoro, S.H., M.M selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan selaku Dosen Pembimbing Utama.
2. Bapak Sutrisno, S.H., M.Hum selaku Wadep I Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs.Ec.Gendut Sukarno.Ms. selaku Wadep II Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jawa Timur.
4. Bapak Subani, S.H., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

5. Ibu Mas Anienda Tien, SH., MH. Selaku Dosen Pembimbing Pendamping, yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam pembuatan Skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.
6. Bapak Paidi Pawiro Rejo,SH,.MHum beserta staf LPKS, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
8. Staf Tata Usaha Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
9. Kedua orang tua tercinta dan seluruh saudara-saudara yang telah memberikan dukungan moriil maupun materiil serta doa dan restunya selama ini.
10. Ucapan terimakasih buat yang tersayang Winda Cathartica yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
11. Teman-teman seperjuangan Koko, Rendi, Yudha dan seluruh Mahasiswa/i Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan Skripsi skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun peneliti harapkan guna perbaikan dan penyempurnaan sehingga Skripsi skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Januari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN REVISI SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Kajian Pustaka.....	4
1.5.1. Pengertian Konsumen Secara Umum	4
1.5.2. Pengertian Pelaku Usaha Secara Umum.....	11
1.5.3. Pengertian Tanggung Jawab Pelaku Usaha	14
1.5.4. Penyelesaian Sengketa Konsumen.....	15
1.6 Metode Penelitian	24
1.6.1. Jenis penelitian.....	24
1.6.2. Sumber Data.....	24

1.6.3. Metode Pengolahan Data dan Pengumpulan Data.....	27
1.6.4. Metode Analisa Data.....	27
1.6.5. Sistematika Penulisan	28
BAB II TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP UPAYA	
PENIPUAN DENGAN MENGGUNAKAN PROMO BERHADIAH...	30
2.1. Bentuk Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	30
2.2. Kategori Penipuan Dengan Menggunakan Promo Berhadiah	39
BAB III PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DENGAN PELAKU	
USAHA	43
3.1. Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Litigasi.....	43
3.2. Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Non Litigasi Dengan Mekanisme Mediasi	46
BAB IV PENUTUP	65
4.1. Kesimpulan.....	65
4.2. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS HUKUM

Nama Mahasiswa : Wimmarr Sasongko
NPM : 0771010124
Tempat/Tanggal Lahir : Tuban, 18 Mei 1988
Program Studi : Strata 1 (S1)
Judul Skripsi :

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KONSUMEN
PENGGUNA PODUK DENGAN PROMO BERHADIAH

ABSTRAKSI

Akhir-akhir ini masalah perlindungan konsumen mendapatkan sorotan tajam masyarakat, hal ini disebabkan karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan dengan pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggung jawab Pelaku Usaha terhadap upaya penipuan melalui promo hadiah dan bagaimana penyelesaian sengketa konsumen akibat penyalahgunaan promo hadiah menggunakan metode Yuridis Normatif yaitu Penelitian hukum yang dilakukan berdasarkan norma dan kaidah dari peraturan perundangan. Sumber data diperoleh dari literatur-literatur, perundang-undangan yang berlaku dan data dari Kantor Lembaga Perlindungan Konsumen Surabaya. Analisis data menggunakan metode deskriptif analisis. Hasil penelitian yang dapat disimpulkan adalah Analisis mengenai tanggung jawab Pelaku Usaha terhadap upaya penipuan melalui promo hadiah dan Analisa penyelesaian sengketa konsumen akibat penyalahgunaan promo hadiah.

Bentuk Tanggung Jawab Pelaku usaha yang melakukan penipuan dengan menggunakan promo hadiah dikenakan tanggung jawab seperti yang diatur dalam Pasal 19 ayat 1 dan ayat 2 Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen Nomor 08 Tahun 1999. Sebagai konsekuensi hukum dari pelanggaran yang diberikan oleh UUPK, dan sifat perdata dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, maka demi hukum, setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen memberikan hak kepada konsumen yang dirugikan tersebut untuk meminta pertanggung jawaban dari pelaku usaha yang merugikannya, serta untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang dididerita oleh konsumen tersebut. Dasar yang dapat dipakai untuk membuat pelaku usaha diwajibkan memberikan bentuk tanggung jawab ganti rugi atas kerugian konsumen dikarenakan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dijelaskan tentang hak-hak konsumen dalam Pasal 4 UUPK yang berupa : Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jasa; Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hak-hak ini lah yang harus diperhatikan dan dipenuhi oleh pelaku usaha sehingga tidak boleh dilanggar. Oleh karena itu apabila pelaku usaha yang melakukan perbuatan melawan hukum dengan cara penipuan yang berkedok adanya undian dengan

promo berhadiah wajib melakukan suatu tanggung jawab terhadap konsumen karena hal ini jelas diatur dalam Undang-undang Nomor 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Penyelesaian sengketa pada umumnya dibagi menjadi 2 yaitu: yang pertama penyelesaian melalui litigasi atau pengadilan dan yang kedua melalui jalur non litigasi atau diluar pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen akibat penyalahgunaan promo berhadiah diselesaikan melalui jalur non litigasi dengan mekanisme melalui LPK Surabaya. Hal ini dipilih oleh penggugat (konsumen) dikarenakan melalui jalur non litigasi lebih banyak kelebihannya dibanding melalui litigasi. Melalui non litigasi lebih murah dan efisien waktu, kerahasiaan juga tetap terjaga dengan baik serta kekuatan semua pihak seimbang dan kekuatan hukumnya pun bersifat final dan mengikat. Hal ini diatur dalam pasal 54 ayat 3 UUPK dengan cara didaftarkan ke BPSK, yang kemudian dalam pasal 57 UUPK BPSK mendaftarkan ke Pengadilan Negeri untuk dilakukan eksekusi terhadap hasil putusan yang dihasilkan dari mediasi tersebut.

Kata Kunci : Penipuan, tanggung jawab dan penyelesaian sengketa.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era Globalisasi sekarang pemenuhan kebutuhan masyarakat sangatlah banyak. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya pembelian produk-produk yang sangat tinggi. Masyarakat sebagai konsumen diharapkan bisa lebih teliti dalam membeli suatu produk. Dengan adanya Undang-undang tentang perlindungan konsumen masyarakat yang sekaligus sebagai konsumen mempunyai pelindung atau payung hukum yang bisa melindungi hak-haknya.

Dalam Undang-undang No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat UUPK pada pasal (1) angka 1 berbunyi :

“Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Akhir-akhir ini masalah perlindungan konsumen mendapatkan sorotan tajam masyarakat. Berbagai masalah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen menjadi polemik yang berkepanjangan, yang dalam penyelesaian kasus sering menemui jalan buntu atau merugikan konsumen. Hal ini disebabkan karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan dengan pelaku usaha. Ketidaktahuan serta ketidakberdayaan konsumen dimanfaatkan oleh sebagian pelaku usaha sebagai cara untuk mendapatkan keuntungan tanpa memperhatikan konsumen.

Padahal salah satu hak konsumen adalah untuk mendapatkan produk yang kualitas dan kuantitasnya sesuai dengan yang telah diperjanjikan oleh

pelaku usaha, termasuk hadiah apabila pelaku usaha menawarkan hadiah bagi konsumen yang membeli produknya. Yang menjadi persoalan adalah diantara pelaku usaha sering terjadi persaingan tidak sehat. Pengusaha tertentu dalam kondisi ini kerap berpikiran pendek dan melakukan hal-hal yang merugikan konsumennya.

Kasus penyalahgunaan promo berhadiah pernah terjadi pada awal bulan April tahun 2009. Seorang konsumen bernama Ibu Isnaeni Insiyah asal Surabaya mengirimkan surat pengaduan kepada Lembaga Perlindungan Konsumen Surabaya (LPKS) bahwa dirinya dan suaminya telah menjadi korban penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha "212" dengan menggunakan promo undian berhadiah, yang dimana sebenarnya hanya sebagai kedok untuk menipu konsumen guna mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Berdasarkan kasus di atas, menunjukkan bahwa konsumen menjadi sasaran para pelaku usaha demi mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha dikarenakan kesadaran masyarakat yang sangat rendah serta tidak cakupnya masyarakat tentang hukum.

Dengan melihat kenyataan tersebut di atas, maka dengan adanya peraturan perundang-undangan yang khusus mengatur hak-hak konsumen serta memuat kewajiban maupun tanggung jawab pelaku usaha, konsumen memiliki perlindungan hukum dengan tujuan untuk meningkatkan harkat kehidupan konsumen, menghindarkan konsumen dari perilaku pelaku usaha yang

merugikan konsumen, meningkatkan tanggung jawab pelaku usaha dan mengembangkan dunia usaha yang sehat.

1.2. Perumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas adalah tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Dengan Promo Berhadiah adalah :

- a. Bagaimana Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap upaya penipuan melalui promo berhadiah?
- b. Bagaimana penyelesaian sengketa konsumen akibat penyalahgunaan promo berhadiah?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah untuk :

- a. Mengetahui Tanggung Jawab dari pelaku usaha terhadap produk dengan promo berhadiah.
- b. Mengetahui penyelesaian sengketa konsumen akibat penyalahgunaan promo berhadiah.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah untuk :

- a. Memberi gambaran secara jelas tentang tanggung jawab pelaku usaha terhadap modus penipuan dengan menggunakan promo berhadiah.
- b. Memberikan pengetahuan pada masyarakat tentang proses penyelesaian sengketa konsumen.

1.5 Kajian Pustaka

1.5.1. Pengertian Konsumen Secara Umum

a. Pengertian Konsumen Berdasarkan Undang – undang

Pengertian konsumen menurut UU Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 ayat (2) yakni :
‘Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Unsur-unsur definisi konsumen’.

1) Setiap Orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim atau termasuk juga badan hukum. Hal ini berbeda dengan pengertian yang diberikan untuk “pelaku usaha” dalam pasal 1 angka (3), yang secara eksplisit membedakan kedua pengertian individual diatas, dengan menyebutkan kata-kata: “ Orang perseorangan atau badan usaha”. Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang perseorangan. Namun, konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas dari pada badan hukum.

2) Pemakai

Sesuai dengan bunyi penjelasan pasal 1 angka (2) UUPK, kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir. Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan ketentuan tersebut, sekaligus menunjukkan, barang dan/jasa yang dipakai tidak serta-merta hasil transaksi jual beli, Artinya, sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/jasa itu. Dengan kata lain, dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual.

3) Barang dan/atau jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti terminology tersebut digunakan kata produk. Saat ini “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa. Semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang. Dalam dunia perbankan, misalnya istilah produk dipakai juga untuk menamakan jenis-jenis layanan perbankan.

UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak. Baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. UUPK tidak

menjelaskan perbedaan istilah-istilah “dipakai,dipergunakan, atau dimanfaatkan”.

Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen. Pengertian “disediakan bagi masyarakat” menunjukkan, jasa itu harus ditawarkan kepada masyarakat. Artinya,harus lebih dari satu orang, jika demikian halnya, layanan yang bersifat khusus (tertutup) dan individual, tidak tercakup dalam pengertian tersebut.

4) Yang Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran (lihat bunyi Pasal 9 ayat (1) huruf e UUPK). Dalam perdagangan yang makin kompleks dewasa ini, syarat itu tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, Perusahaan pengembang perumahan sudah biasa mengadakan transaksi terlebih dulu sebelum bangunannya jadi. Bahkan, untuk jenis-jenis transaksi konsumen tertentu, keberadaan barang yang diperjual belikan bukan sesuatu yang diutamakan.

5) Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang lain , MakhluK Hidup Lain

Transaksi konsumen ditujukan untuk diri sendiri, keluarga,orang lain, dan makhluk hidup lain. Unsur yang

diletakkan dalam definisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan untuk diri sendiri, keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu diperuntukkan bagi orang lain (diluar diri sendiri dan keluarga), bahkan untuk makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan. Dari sisi teori kepentingan setiap tindakan manusia adalah bagian dari kepentingannya.

Oleh sebab itu, Penguraian unsur itu tidak menambah makna apa-apa karena pada dasarnya tindakan memakai suatu barang dan/atau jasa (terlepas ditujukan untuk siapa dan makhluk hidup lain), juga tidak terlepas dari kepentingan pribadi. Seseorang yang membeli makanan untuk kucing peliharaannya, misalnya, berkaitan dengan kepentingan pribadi orang itu untuk memiliki kucing yang sehat.

6) Barang dan/atau Jasa itu tidak untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah biasa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai Negara. Secara teoretis hal demikian terasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen, walaupun dalam kenyataan, sulit menetapkan batasan-batasan seperti itu.¹

¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008

b. Pengertian Konsumen Menurut Pendapat Pakar

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *konsument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harafiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.

Di Indonesia telah banyak diselenggarakan studi, baik yang bersifat akademis, maupun untuk tujuan mempersiapkan dasar-dasar penerbitan suatu peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen. Dalam naskah-naskah akademik dan/atau berbagai naskah pembahasan rancangan peraturan perundang-undangan, cukup banyak dibahas dan dibicarakan tentang berbagai peristilahan yang termasuk dalam lingkup perlindungan konsumen. Dari naskah-naskah akademik itu yang patut mendapat perhatian, antara lain:

- 1) Badan Pembinaan Hukum Nasional-Departemen Kehakiman (BPHN), menyusun batasan tentang konsumen akhir, yaitu pemakaian akhir dari barang, digunakan untuk keperluan diri sendiri atau orang lain, dan tidak untuk diperjual belikan.

- 2) Batasan konsumen dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia: Pemakaian barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat bagi kepentingan diri sendiri, keluarga atau orang lain dan tidak untuk diperdagangkan kembali.
- 3) Sedang dalam naskah akademis yang dipersiapkan Fakultas Hukum Universitas Indonesia (FH-UI) bekerja sama dengan Departemen Perdagangan RI, berbunyi :

Konsumen adalah setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk diperdagangkan.

Peraturan perundang-undangan Negara lain, memberikan berbagai perbandingan. Umumnya dibedakan antara konsumen dan konsumen akhir. Dalam merumuskannya, ada yang secara tegas mendefinisikan dalam ketentuan umum perundang-undangan tertentu, ada pula yang termuat dalam pasal tertentu bersama-sama dengan pengaturan sesuatu bentuk hubungan hukum

c. Klasifikasi Konsumen

Di dalam kepustakaan ekonomi juga dikenal konsumen dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari

proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.²

c. Hak dan kewajiban Konsumen

Sebagai pemakai barang/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Menurut pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, hak konsumen adalah:

1. *Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/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/jasa;*
4. *Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;*
5. *Hak untuk mendapatkan 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 ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.³*

Menurut UU Perlindungan Konsumen pasal 5, kewajiban konsumen adalah:

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.⁴*

² Ahmadi Miru, "Hukum Perlindungan Konsumen" Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004. Hal 4

³ Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Himpunan peraturan Pelaksanaan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, 2003, hal.6

e. Perlindungan Hukum bagi Konsumen

Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen ditemukan dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku antara lain⁵ :

- 1) Undang-undang dasar 1945
- 2) Kitab Undang-undang Hukum Perdata
- 3) Undang-undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 4) Kitab Undang-undang Hukum Dagang
- 5) Dan Peraturan Perundang-undangan lainnya yang berhubungan dengan perlindungan konsumen.

1.5.2. Pengertian Umum Pelaku Usaha

a. Pengertian Menurut Undang-undang

Dalam Undang-undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 1 angka 3 menjelaskan pengertian Pelaku Usaha, yakni :

‘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 Ibid, hal.7

⁵ Celina Tri, Hukum Perlindungan Konsumen, sinar grafika, Jakarta, 2008

Pengertian Pelaku Usaha yang dimaksudkan dalam undang-undang ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

b. Pengertian Menurut Para Pakar

Menurut Celina Tri Siwi Kristiyanti pengertian Pelaku Usaha dibagi menjadi 3 yaitu⁶ :

- 1) Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang-barang manufaktur mereka ini bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang yang mereka edarkan ke masyarakat, termasuk bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksinya
- 2) Produsen bahan mentah atau komponen suatu produk
- 3) Siapa saja yang dengan membubuhkan nama, merek, ataupun tanda-tanda lain pada produk menampakkannya sebagai produsen dari suatu barang.

c. Klasifikasi Pelaku Usaha

Para ahli ekonomi (Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia) yang mengatakan bahwa pelaku usaha itu terdiri dari 3 kelompok besar yaitu:

- 1) Kelompok penyedia dana atau biasa disebut investor. Investor disini untuk memenuhi kebutuhan pelaku usaha atau orang perorangan (konsumen) contoh: Bank, koperasi atau lembaga penyedia dana lainnya.

⁶ Ibid hal,42

- 2) Kelompok pembuat barang (produsen) seperti pabrik atau industry rumah tangga
- 3) Kelompok pengedar barang, seperti warung, PKL, toko dll.

d. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Menurut UU Perlindungan Konsumen pasal 6 hak pelaku usaha adalah:

1. *Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;*
2. *Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;*
3. *Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam 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 perundang-undangan lainnya.*

Menurut UU Perlindungan Konsumen pasal 7, kewajiban pelaku usaha adalah:

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 diproduksi 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 yang diperdagangkan;*
6. *Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.*

e. Asas Hukum Perlindungan Konsumen

1) Asas Dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Upaya perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada asas yang diyakini memberikan arahan dan implementasinya di tingkatan praktis. Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen Pasal 2, ada 5 (lima) asas perlindungan konsumen yaitu:

- a. Asas Manfaat
- b. Asas Keadilan
- c. Asas Keseimbangan
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen
- e. Asas Kepastian Hukum

Perlindungan konsumen sendiri bertujuan untuk:

- 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

1.5.3. Pengertian Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pengertian Tanggung jawab produk (Pelaku Usaha) adalah tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan/ menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.

Di dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat 3 (tiga) pasal yang menggambarkan sistem tanggung jawab produk dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia, yaitu ketentuan Pasal 19 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merumuskan tanggung jawab produsen sebagai berikut:

- a. *Pelaku Usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.*
- b. *Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/ atau jasa yang sejenis atau secara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/ atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.*
- c. *Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.*
- d. *Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsure kesalahan. (50 Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.)*

1.5.4, Penyelesaian Sengketa Konsumen

a. Penyelesaian Sengketa Konsumen

Dalam Undang-undang Nomor 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 23 mengatakan bahwa apabila pelaku usaha pabrikan dan/atau pelaku usaha distributor menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atau tuntutan konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk menggugat pelaku usaha, dan menyelesaikan perselisihan yang timbul melalui Badan penyelesaian sengketa

konsumen, atau dengan cara mengajukan gugatan kepada badan peradilan ditempat kedudukan konsumen.⁷

Disini terlihat bahwa undang-undang tentang Perlindungan Konsumen memberikan alternative penyelesaian melalui badan diluar system peradilan yang disebut dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Selain melalui pengadilan negeri yang daerah hukumnya meliputi tempat kedudukan konsumen.

Undang-Undang No.8 tahun 1999 membagi penyelesaian sengketa konsumen menjadi 2 bagian, yaitu :

- 1) Penyelesaian Sengketa di luar pengadilan
 - a) Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak sendiri.
 - b) Penyelesaian sengketa melalui lembaga yang berwenang, yaitu melalui BPSK dengan menggunakan mekanisme melalui konsiliasi, mediasi atau arbitrase.
 - c) Penyelesaian sengketa melalui LPKSM dengan menggunakan mekanisme mediasi.
- 2) Penyelesaian sengketa konsumen melalui proses litigasi.

Masalah penyelesaian sengketa dalam undang-undang tentang perlindungan Konsumen diatur dalam bab X yang terdiri dari Empat pasal, yang dimulai dari pasal 45 sampai dengan 48.⁸

⁷ Gunawan Widjaja Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2001, hal 72

⁸ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana, 2008, hal 98

Penyelesaian sengketa diluar pengadilan melalui BPSK bukanlah suatu keharusan untuk ditempuh konsumen sebelum pada akhirnya sengketa tersebut diselesaikan melalui lembaga peradilan. Walaupun demikian, hasil putusan BPSK memiliki suatu daya hukum yang cukup untuk memberikan shock therapy bagi pelaku usaha yang nakal, karena putusan tersebut dapat dijadikan bukti permulaan bagi penyidik. Ini berarti penyelesaian sengketa melalui BPSK, tidak menghilangkan tanggungjawab pidana menurut ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen, membedakan jenis gugatan yang dapat diajukan ke BPSK berdasarkan *persona standi in judicio*. Rumusan pasal 46 ayat (1) yang menyatakan bahwa setiap 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 tujuan bahwa didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai 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

Hal ini hanya merupakan aturan umum. Karena itu, dalam ketentuan pasal 46 ayat (2) ditentukan lebih lanjut bahwa gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pemerintah, sebagaimana dimaksud pada huruf B, huruf C, dan huruf D diatas, hanya dapat diajukan kepada peradilan umum.

b. Penyelesaian sengketa secara damai oleh para pihak yang bersengketa.

Yang dimaksud dengan penyelesaian secara damai adalah penyelesaian yang dimaksud oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen, dan tidak bertentangan dengan undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini.⁹

Penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada pasal 43 Ayat (2) UUPK, tidak menutup kemungkinan dilakukannya penyelesaian secara damai oleh para pihak yang bersengketa, yaitu pelaku usaha dan konsumen, tanpa melalui pengadilan atau badan penyelesaian sengketa konsumen, dan sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang perlindungan

⁹ Gunawan Widjaja Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2001 Ibid,hal 75

konsumen. Bahkan dalam penjelasan pasal tersebut dikemukakan bahwa pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua pihak yang bersengketa. Dari penjelasan Pasal 45 Ayat (2) UUPK dapat diketahui bahwa UUPK menghendaki agar penyelesaian damai, merupakan upaya hukum yang justru terlebih dahulu diusahakan oleh para pihak yang bersengketa, sebelum para pihak memilih untuk menyelesaikan sengketa mereka melalui BPSK atau badan peradilan.¹⁰

c. Penyelesaian sengketa oleh atau melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen)

Pemerintah membentuk suatu badan baru, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau disingkat BPSK, untuk penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan. Dengan adanya BPSK maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan secara ceapat, Mudah,dan murah. Cepat karena undang-undang menentukan dalam tenggang waktu 21 hari kerja,BPKS wajib memberikan putusannya. Mudah karena prosedur administratif dan proses pengambilan putusan yang sangat sederhana. Murah terletak pada biaya perkara yang terjangkau.¹¹

¹⁰ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*,Kencana,2008 Ibid hal 99

¹¹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*,Kencana,2008 Ibid hal 99

Dalam menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen BPSK membentuk majelis, dengan jumlah anggota yang harus berjumlah ganjil, yaitu terdiri dari sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang yang mewakili semua unsur dan dibantu oleh seorang panitera. Menurut ketentuan pasal 54 ayat (4), ketentuan teknis dari pelaksanaan tugas majelis BPSK yang akan menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen akan diatur tersendiri oleh menteri perindustrian dan perdagangan. Yang jelas BPSK diwajibkan untuk menyelesaikan sengketa konsumen yang diserahkan kepadanya dalam jangka waktu 21 (dua puluh satu) hari terhitung sejak gugatan diterima oleh BPSK.

Lembaga penyelesaian diluar pengadilan, yang dilaksanakan melalui badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) ini memang di khususkan bagi konsumen perorangan yang memiliki perselisihan dengan pelaku usaha.¹²

d. Penyelesaian sengketa melalui LPKSM dengan menggunakan mekanisme mediasi

Menurut Pasal 1 butir 9 UUPK, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen. Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat. Yang dimaksud dengan

¹²Gunawan Widjaja Ahmad Yani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2001 Ibid,hal 78

memenuhi syarat, antara lain, terdaftar dan diakui serta bergerak dibidang perlindungan konsumen.

Pasal 44 Ayat (4) UUPK ditegaskan tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat akan diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, maka dalam pasal 2 menentukan bahwa : Ayat (1) Pemerintah mengakui LPKSM yang memenuhi syarat, yakni terdaftar pada Pemerintahan Kabupaten/kota dan bergerak di bidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya.

Tugas LPKSM meliputi kegiatan :

- 1) Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Memberikan nasihat 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 konsumen;
- 5) Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

e. Penyelesaian Melalui Litigasi

Dalam pasal 54 ayat (3) Undang-undang tentang perlindungan konsumen dikatakan bahwa putusan yang dijatuhkan majelis (BPSK) bersifat final dan mengikat. Walaupun demikian, para pihak yang tidak setuju atas putusan tersebut dapat mengajukan keberatan kepada pengadilan negeri untuk diputus. Terdapat putusan pengadilan negeri ini, meskipun dikatakan bahwa undang-undang tentang perlindungan konsumen hanya memberikan hak kepada pihak yang tidak merasa puas atas putusan tersebut untuk mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung, namun dengan mengingat akan relatifitas dari “tidak merasa puas” , peluang untuk mengajukan kasasi sebenarnya terbuka bagi setiap pihak dalam setiap perkara. Selain itu, Undang-undang tentang perlindungan konsumen juga telah memberikan jangka waktu yang pasti bagi penyelesaian perselisihan konsumen yang timbul, yakni 21 (dua puluh satu) hari untuk proses pada tingkat pengadilan negeri, dan 30 (tiga puluh) hari untuk diselesaikan oleh Mahkamah Agung, dengan “jeda” masing-masing 14 (empat belas) hari untuk mengajukan keberatan ke pengadilan negeri maupun kasasi ke Mahkamah Agung”.

Pengajuan gegatan secara perdata diselesaikan menurut instrument hukum perdata / Litigasi di Peradilan Umum Dengan memperhatikan pasal 48 UUPK, penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan

umum yang berlaku. Jadi dengan demikian, proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri, dilakukan seperti halnya mengajukan gugatan sengketa perdata biasa, dengan mengajukan tuntutan ganti kerugian baik berdasarkan perbuatan melawan hukum, gugatan ingkar janji/wanprestasi atau kelalaian dari pelaku usaha/produsen yang menimbulkan cedera, kematian atau kerugian bagi konsumen.

Dengan berlakunya UUPK, ketentuan pasal 23 jo. Pasal 45 UUPK ini merupakan *lex specialis* terhadap HIR/RBg, sesuai dengan adagum "*lex specialis derogant lex generalis*", yang berarti ketentuan khusus menyimpangkan ketentuan umum, maka ketentuan pasal 23 jo. Pasal 45 UUPK adalah ketentuan acara yang harus diterapkan dalam rangka pengajuan gugatan oleh konsumen kepada pelaku usaha. Terhadap putusan pengadilan negeri tersebut, dapat diajukan banding dan kemudian kasasi, sebagaimana perkara perdata biasa.

Gugatan pelanggaran pelaku usaha terhadap hak-hak konsumen melalui pengadilan negeri, dengan menggunakan instrument hukum acara perdata (konvensional), dilakukan oleh seorang konsumen atau lebih atau ahli warisnya. Pasal 46 Ayat (1) butir a UUPK ini, tidak menegasikan instrument hukum tersebut, betapa pun lemahnya instrument hukum itu ditinjau dari segi perlindungan hukum terhadap konsumen. Dalam hukum acara

perdata konvensional dikenal siapa yang mendalilkan, ia yang harus membuktikan.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif atau penelitian hukum doktriner, juga disebut sebagai penelitian perpustakaan atau studi dokumen. Disebut penelitian hukum doktriner, karena penelitian ini dilakukan atau ditunjukkan hanya pada peraturan-peraturan yang tertulis atau bahan-bahan hukum yang lain. Penelitian ini dapat juga dikatakan sebagai lawan dari penelitian empiris (penelitian lapangan).¹³

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala lainnya. Metode deskriptif ini di maksudkan untuk memperoleh gambaran yang baik, jelas dan dapat memberikan data seteliti mungkin tentang obyek yang di teliti. Dalam hal ini untuk mendeskripsikan penyelesaian sengketa konsumen akibat penyalahgunaan produk dengan promo berhadiah

1.6.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder adalah Data dari penelitian kepustakaan dimana dalam data sekunder terdiri dari 3 (tiga) bahan hukum, yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier, sebagai berikut :

¹³ Bambang Waluyo "Penelitian Hukum Dalam Praktek", Sinar Grafika, Jakarta, 2004

- a. Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang sifatnya mengikat berupa peraturan perundang-undangan yang berlaku dan ada kaitannya dengan permasalahan, yang dibahas terdiri dari :
- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
 - 2) Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
 - 3) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase
 - 4) SK Menperindag Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK
 - 5) Peraturan Pemerintah Nomor 59 tahun 2001 Tentang LPKSM (Lemabaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat)
- b. Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang sifatnya menjelaskan bahan hukum primer, dimana bahan hukum sekunder berupa buku literatur, hasil karya sarjana terdiri dari :
- 1) Ahmadi Miru, "*Hukum Perlindungan Konsumen*" Raja Grafindo Persada, Jakarta ,2004
 - 2) Celina Tri. S.K, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
 - 3) Hukum Perlindungan Konsumen karya Gunawan Widjaja Ahmad Yani, sinar grafika, Jakarta 2008
 - 4) Dr.Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acra Serta Kendala Implementasinya*,Kencana,2008

- 5) Bambang Waluyo."Penelitian Hukum Dalam Praktek",Sinar Grafika,Jakarta,2004
- 6) Alternatif Penyelesaian Sengketa karya Gunawan Widjaja, sinar grafika, Jakarta 2008
- 7) Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Pedoman Penyelesaian Sengketa Konsumen dengan cara Konsiliasi
- 8) Kansil. ChristineST Kansil, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 08 tahun 1999 *tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta,Pradnya Paramita,1999
- 9) Prof. Dr. Erman Rajagukguk,SH.LLM,et al, Hukum Perlindungan Konsumen, Mandar Maju, Bandung , 2000
- 10) Az. Nasution, , *Konsumen dan Hukum* , Pustaka Sinar Harapan, Jakarta 1995.
- 11) Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung, Penerbit Citra Aditya Bakti, 2000
- 12) Ari Purwadi,Jurnal Yustika, Fakultas Hukum Universitas Surabaya,Surabaya, 2001
- 13) Echols, John.M, Hassan Sadily,*Kamus Inggris Indonesia*, Gramedia, Jakarta,1990
- 14) Subekti, *Pokok-pokok Hukum Perdata*, Intermasa, Jakarta, 2005
- 15) Ahmadi Miru,*Hukum Perikatan*, Rajawali Pers, Jakarta, 2008
- 16) Marhainis Abdulhay, *Hukum Perdata*, Keluarga UPN Veteran, Jakarta, 1982

- c. Bahan hukum tersier adalah merupakan bahan hukum sebagai perangkat dari kedua bahan hukum sebelumnya terdiri dari :
- 1) Kamus Hukum
 - 2) Kamus bahasa Indonesia Balai Pustaka.

1.6.3. Metode Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

Untuk mendapatkan bahan hukum yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini diperoleh dengan cara melakukan studi kepustakaan, perolehan bahan hukum melalui penelitian kepustakaan dikumpulkan dengan cara mencari dan mempelajari serta memahami buku-buku ilmiah yang memuat pendapat beberapa sarjana.

Selain itu, peraturan perundang-undangan yang erat kaitannya dengan pembahasan skripsi ini juga dikumpulkan, bahan hukum yang telah berhasil dikumpulkan tersebut selanjutnya akan dilakukan penyuntingan bahan hukum, pengklasifikasian bahan hukum yang relevan dan penguraian secara sistematis.

1.6.4. Metode Analisis Data

Pengolahan data menggunakan metode diskriptif analisis artinya data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yang ada di Lembaga Perlindungan Konsumen Surabaya kemudian dikaitkan dengan penerapan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dibahas, dianalisa, kemudian ditarik kesimpulan yang akhirnya digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada.

1.6.5. Sistematika Penulisan

Skripsi ini nantinya disusun dalam empat bab. Tiap-tiap bab dibagi beberapa subbab yang saling mendukung. Bab-bab yang tersusun tersebut nantinya merupakan suatu kesatuan yang saling berkaitan antara yang satu dengan yang lain.

Bab I, Pendahuluan Didalamnya terdiri dari empat belas sub bab yaitu sub bab pertama menguraikan tentang latar belakang masalah, kemudian sub bab kedua menguraikan tentang perumusan masalah. Selanjutnya di sub bab ketiga disajikan tujuan dan sub bab keempat mengenai manfaat penelitian sebagai harapan yang ingin dicapai melalui penelitian ini. Pada bagian sub bab kelima mengenai kajian pustaka yang merupakan landasan dari penulisan skripsi. Kemudian diuraikan beberapa konsep definisi yang berkaitan dengan judul penelitian. Selanjutnya sub bab keenam diuraikan tentang jenis penelitian yang merupakan salah satu syarat dalam setiap penelitian. Pada bagian sub bab ketujuh mengenai sumber data, sub bab kedelapan mengenai metode pengumpulan data dan pengolahan data, pada sub bab kesembilan mengenai metode penulisan data, pada sub bab kesepuluh mengenai lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada sub bab ke sebelas mengenai waktu penelitian dari awal sampai akhir, pada sub bab ke dua belas mengenai jadwal penelitian, sedangkan pada bab ketiga belas mengenai rincian pembayaran. Pada sub bab ke empat belas merupakan sub bab terakhir yaitu mengenai sistematika penulisan.

Bab II, menguraikan tentang tanggung jawab pelaku usaha tentang upaya penipuan dengan menggunakan promo berhadiah melalui produk yang dikeluarkan pelaku usaha. Pada bab ini terdapat dua sub bab yang mendukung dan memperjelas bab ini. Pada sub bab pertama menjelaskan tentang bentuk tanggung jawab Pelaku Usaha. Sedangkan pada sub bab kedua menjelaskan tentang kategori penipuan promo berhadiah

Bab III, Menguraikan tentang penyelesaian sengketa konsumen akibat penyalahgunaan produk dengan promo berhadiah sampai akhir. Pada bab ini terdapat dua sub bab yang mendukung dan memperjelas bab ini. Pada sub bab pertama menjelaskan penyelesaian sengketa melalui Litigasi. Sedangkan Pada sub bab kedua menjelaskan tentang penyelesaian sengketa konsumen melalui Non Litigasi dengan mekanisme Mediasi.

Bab IV, berdasarkan uraian-uraian dalam bab II dan bab III diatas tentang jawaban dari rumusan masalah yang dijadikan obyek penulisan, selanjutnya di Bab IV merupakan Bab penutup yang terdiri dari dua sub bab yaitu sub bab pertama mengenai kesimpulan dan sub bab kedua membahas tentang saran.