

PEMBERDAYAAN KONSUMEN DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PERSAINGAN GLOBAL

Oleh
Indrati Rini

Aktifitas perekonomian nasional terkait dengan kebijaksanaan politik pemerintah, salah satunya mengatur tentang perlindungan hak-hak konsumen. Model perlindungan hukum bagi konsumen tergantung dari sistem dari fasilitas hukum yang dianut oleh negara. Penyelesaian pelanggaran hak konsumen dapat dilakukan melalui jalur hukum dan jalur non hukum. Disisi lain, dalam menghadapi tantangan persaingan global, pemberdayaan konsumen merupakan salah satu cara yang efektif. Pemberdayaan konsumen dapat dilakukan melalui wacana hukum dan non hukum.

Pendahuluan

Dampak serangan Amerika Serikat ke Afganistan sebagai momentum atas tragedi World Trade Center 11 September 2001, telah mengguncangkan perekonomian dunia, termasuk Indonesia. Isu pemboikotan terhadap produk-produk Amerika Serikat di dalam negeri, dibahas dengan sejumlah pembatalan ekspor produk Indonesia ke negara adidaya tersebut. Padahal Amerika Serikat dewasa ini merupakan tujuan ekspor terbesar kedua setelah Jepang. Disaat ini, kondisi perekonomian negara adidaya itu memburuk, diantaranya disebabkan besarnya dana untuk melawan rezim Taliban, berakibat berkurang kemampuan impor-nya, sehingga hampir semua mitra dagangnya di dunia terkena imbasnya. Fenomena black September tersebut paling tidak memacu baik

pemerintah maupun pelaku usaha untuk mencari solusi dan peluang dalam meraih pangsa pasar global. Keberdayaan pelaku konsumen/produsen, mempengaruhi keberdayaan konsumen, sebab Indonesia merupakan bagian *global society*, tidaklah mungkin hidup dalam kesendirian. Hal ini mengharuskan kita untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan masyarakat dunia agar tetap hidup dan mempertahankan kehidupannya. (Pasal 28a UUD 1945)

Ada beberapa fenomena dalam negeri yang tidak kalah menariknya dengan ambruknya WTC, misalnya di Jawa Timur ditemukan obat dan jamu tradisional ilegal, yang ternyata di produksi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM), sehingga Gabungan Pengusaha Jamu Jawa Timur minta agar pemerintah/BPOM menindak

tegas produsennya. Dampaknya selain merusak pasar jamu baik di dalam maupun di luar negeri.

Bumbu masak Ajinomoto beberapa saat yang lalu sempat meresahkan bahkan membingungkan konsumen. Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Timur menyatakan haram, demikian juga MUI, Departemen Kesehatan (Ditjen POM) dan LPPOM MUI dan Dirjen POM. Depkes memerintahkan agar produk tersebut ditarik dari peredaran karena mengandung *bactosoytone* yang berasal dari lemak babi. Ironisnya, mantan Presiden KH. Abdurrahman Wahid dan Badan Pengkajian dan Pengembangan Teknologi menyatakannya halal untuk dikonsumsi. Dampaknya tidak saja konsumen namun juga pelaku usaha yang tergolong *trans national corporation franchising* masih dibutuhkan di Indonesia.

Berita menggembirakan bagi konsumen LPJ se Jabotabek setelah hampir satu tahun memperjuangkan haknya melalui gugatan *class action* melawan Tergugat I Pertamina dan Tergugat II Dewan Komisaril Pemerintah untuk Pertamina, dengan pokok perkara konsumen merasa dirugikan akibat kenaikan harga jual gas Elpiji sebesar 40% secara tiba-tiba. Pada tanggal 9 Oktober 2001 Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memutuskan mengabulkan gugatan

para Penggugat untuk sebagian dan menghukum Tergugat I dan II untuk membayar ganti kerugian. Gejala sadar hukum konsumen inilah, sebagai tanda tumbuh kembangnya perilaku konsumen untuk memperjuangkan hak-haknya, di sisi lain pelaku usaha melaksanakan kewajibannya.

Sebenarnya masih banyak fenomena menonjol lainnya diantaranya pengelolaan perpajakan kota, penanggulangan sampah, dibekukannya sejumlah bank, tabrakan maut kereta api, beredarnya oli palsu, pembajakan kaset/VCD, dan pencemaran *anthrax*, transaksi *E-Commerce* dan kasus lainnya yang mungkin disebutkan, baik konsumen lokal maupun global hendaknya berhati-hati (*caveat emptor, let the buyer beware*) demikian juga pelaku usaha/produsen (*caveat yendor*), agar dapat bersaing sehat dan dicintai konsumennya. Untuk itu perlu di bahas isu tentang mengapa dan bagaimana konsumen diberdayakan dalam menghadapi persaingan bisnis global.

Aktivitas perekonomian nasional terkait erat dengan kebijaksanaan politik pemerintah sebagaimana ditentukan bahwa pengembangan sistem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan dengan prinsip persaingan sehat dan memperhatikan pertumbuhan ekonomi, nilai-nilai keadilan, kepentingan sosial, kualitas hidup,

pembangunan berwawasan lingkungan dan berkelanjutan, sehingga terjamin kesempatan hak-hak konsumen, serta perlakuan yang adil bagi seluruh rakyat. (Tap MPR. No. IV/MPR/1999)

Perdagangan bebas merupakan bagian utama dari perekonomian global dapat membawa dampak bagi masing-masing negara dalam upaya meningkatkan *economic growth*.

Dampak sirkulasi barang dan jasa lintas negara ternyata mendorong tumbuhnya kapitalisme baru dalam struktur perekonomian internasional. Di samping itu, timbulnya *business crime* atau *corporate crime* yang dilakukan oleh para kompetitor, yang berwujud bisnis ilegal dalam bidang-bidang antara lain narkotika, pendidikan, asuransi, perbankan, perhubungan dan sebagainya.

Konotasi perlindungan konsumen hendaknya diartikan secara makro termasuk pula pelaku usaha, keduanya sebagai pelaku ekonomi nasional maupun global, hendaknya kritis, sadar dan tanggap serta responsif terhadap peraturan-peraturan hukum, seperti GATT (*General Agreement on Tariff and Trade*) sekarang menjadi WTO.

Pemberdayaan Konsumen dalam Mendorong Tumbuhnya Iklim Usaha yang Sehat

Pemberdayaan konsumen atas barang dan jasa yang dikonsumsinya

dapat diupayakan, dengan terlebih dahulu dipahami subyek dan obyek transaksinya. Di Amerika Serikat berdasarkan ketentuan Komisi Perdagangan Federal yang hampir setara dengan doktrin dan yurisprudensi Perancis, pada dasarnya "konsumen adalah individu yang memperoleh dan menggunakan barang dan jasa untuk kebutuhan pribadi atau keluarganya". Demikian pula di Republik Rakyat Cina, bahwa konsumen adalah "*units and individuals who obtain, by paying the value consumers goods (here after as commodities) and commercial services for the needs of living*".

Berdasarkan BW Baru di Belanda, "Konsumen adalah orang alamiah yang mengadakan perjanjian tidak menjalankan profesi atau perusahaan". Di Australia ternyata batasannya lebih makro, bahwa "konsumen adalah seseorang yang memperoleh barang atau jasa tertentu dengan syarat harganya tidak melampaui 40.000 dollar". Kemudian di Spanyol "konsumen tidak saja perorangan, tetapi juga perusahaan, baik pembeli atau pengguna produk berupa barang dan jasa dalam *scope public or private entity, action alone or collectiveley*". (Komparasi atas *Federal Trade Commission Act 1975 and Trade Practices 1974*)

Di Indonesia ternyata makna konsumen setara dengan batasan-

batasan di negara lain, "setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan orang lain". (Ada Kesamaan Makna Konsumen, Versi UU No. 5/1999 tentang Larang Praktek Monopoli dan Persidangan Tidak Sehat dengan UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen) Konsumen, baik yang berskala nasional maupun global adalah bagian dari sistem perekonomian yang langsung atau tidak langsung bersentuhan dengan barang dan jasa, dalam lingkup ekspor maupun impor.

Menjelang AFTA (*Asean Free Trade Area*) 2003 dan APEC (*Asia Pasific Economic Community*) tahun 2010 bagi negara maju dan tahun 2020 bagi negara berkembang, maka para pelaku usaha akan berlomba meraih pangsa pasar, baik dalam lingkup domestik, regional, maupun global.

Sertifikat halal ternyata oleh para produsen makanan dan minuman belum ditanggapi secara maksimal, "baru 10% dari 1.600 yang berlabel halal dari 14 kelompok produk berskala besar, menengah maupun kecil". (LPPOM-MUI dan GAPMII Jatim, 2000) Kondisi ini berbeda dengan sejumlah negara, seperti Amerika Serikat, Belanda, ataupun Australia yang sangat memperhatikan keamanan produk yang dijual, sehingga baik produsen maupun konsumen sama-sama menyadari hak dan kewajibannya

apabila timbul kerugian atas produk tersebut.

Di bidang pelayanan kesehatan dapat diprediksikan bahwa prospek ke depan, yaitu membajirnya tenaga medik asing ke rumah sakit pemerintah maupun swasta tak akan dapat terbendung lagi. "saat ini negara yang paling siap masuk Indonesia adalah Philipina, mereka sudah mempersiapkan kurikulum kedokteran khusus untuk masuk Indonesia dengan memberi kuliah Bahasa Indonesia selama tiga semester". (Surya, 2001) Untuk itu pasien sebagai konsumen kesehatan hendaknya memperhatikan promosi, mutu pelayanan atau manajemen kesehatan yang bersangkutan, sehingga pelaku usaha terdorong untuk memenuhinya sebaik mungkin.

Pada sektor perbankan, baru-baru ini sejumlah bank asing ternyata mampu memanfaatkan peluang, saat bank nasional sulit mengucurkan kreditnya, diantaranya ABN Amro, Citibank, dan Standard Chartered. Mereka menawarkan kredit melalui prosedur yang gampang dengan nilai kredit yang cukup tinggi, tanpa agunan. Sebaliknya konsumen harus jeli memutuskan pengambilan kreditnya, sebab informasi tentang fluktuasi suku bunga kerap kali dilupakan, disamping kewajiban-kewajiban lain yang telah dibakukan. Berkenaan dengan pemalsuan merek, sebagai hak atas

kekayaan intelektual (*Intellectual Property Rights*), ketentuan globalnya tunduk pada TRIPs (*Trade Related Intellectual Properties*), bahwa "negara anggota wajib melindungi merek dagang untuk perlindungan konsumen terhadap pemalsuan barang". Di samping itu, GATT menentukan "keharusan mencantumkan indikator negara asal barang". Ketentuan ini ternyata tidak membendung maraknya pembajakan atau penjiplakan merek dagang, sebagaimana dilaporkan bahwa "Indonesia adalah negara penjiplak terbesar kedua di Asia, setelah Cina di bidang HaKI", sehingga oleh AS, Indonesia dimasukkan dalam *priority watch list*, sejajar dengan Cina, Israel, Brunei, Afrika Selatan, Korea, Bulgarian dan Meksiko. (Dirjen Hukum dan Perundang-undangan RI, 2000)

Di sektor properti, konsumen kerap kali dirugikan developer yang ingkar janji (*wanprestasi*). Alasan yang utamanya, berupa macetnya kucuran kredit dari bank, semisal KPR-BTN. Bisnis ini dapat dilakukan oleh developer asing kepada konsumen Indonesia, ataupun sebaliknya. Bank memiliki *bankable criteria* atas kemampuan konsumen perumahan dan developernya. Namun, konsumen belum tentu mengetahui tingkat kesehatan bank atau bonafiditas bank yang bersangkutan.

Rekomendasi Hukum atas Transaksi antara Pelaku Usaha dengan Konsumen

Hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen didasarkan adanya rasa ketergantungan untuk saling memenuhi kepentingannya masing-masing, sejak proses produksi, distribusi, sampai pemasaran dan penawaran. Dalam arena perdagangan lintas negara tanpa batas, arus peredaran barang dan jasa akan terus masuk ke setiap negara dengan bebas, bahkan setiap tindakan proteksi akan dianggap menentang *World Trade Organization*.

Model perlindungan hukum bagi konsumen, sebenarnya tergantung dari sistem dan fasilitas hukum yang dianut oleh negara yang bersangkutan, disamping produk hukum internasional yang mempunyai daya berlaku global. Oleh karena itu, model perlindungan hukum bagi konsumen nasional dan global adalah *mix model*, yaitu campuran hukum bermuatan lintas sektorial, yang parsial berpadu dengan lingkup internasional yang komprehensif, baik berskala privat maupun publik.

Berdasarkan *The International Bo-operative Alliance* di London tahun 1969 menyuarakan deklarasi Internasional tentang hak-hak konsumen untuk : (*Making it Work for Consumers*, 1996)

1. *A reasonable standard of nutrition clothing, and housing.*
2. *Adequate standards of safety and healthy environment free from pollution.*
3. *Acces to relevant information on goods and services and to education on consumer's topic.*
4. *Influence in economic life and democratic participation in its control.*

Transaksi atau hubungan yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen, pada dasarnya dapat digolongkan dalam 3 etape:

1. Etape pra-transaksi
2. Etape transaksi
3. Etape pasca-transaksi

Pada etape pra-transaksi, umumnya diawali dengan tindakan pelaku usaha menawarkan produknya pada masyarakat, diantaranya melalui iklan. Berbagai iklan yang menggiurkan, antara lain: "Beli satu dapat duat, kualitas Eropa harga rupiah, cuci gudang", dan sebagainya. Dalam hal asas persaingan yang sehat (*the fair competation principle*) harus dijunjung tinggi, disamping kejujuran, tidak boleh menyinggung perasaan, martabat, agama, kesusilaan, ras-suku, golongan dan ketertiban umum. Produk-produk yang berlabel SNI (Standar Nasional Indonesia) atau ISO (*International Standard Organization*) merupakan jaminan bahwa produk tersebut teruji standarnya.

Pada estape transaksi, dua pelaku ekonomi yaitu pelaku usaha dan konsumen, lazimnya saling berhadapan langsung. Di sini para pihak saling berjanji atau sepakat untuk memberikan prestasinya dengan mengindahkan asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract principle*). Tujuan perjanjian tersebut dapat berupa "menyerahkan sesuatu, berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu". (Setiap perjanjian tentu ada tujuannya, perjanjian tanpa tujuan adalah batal demi hukum, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata)

Secara teoritik, pelaku usaha baik berbadan hukum maupun bukan, dan konsumen, kedudukan hukumnya adalah sama dan seimbang (*equality before the law*). Dalam transaksi konsumsi global (*global transaction consumer*) saat ini, sangatlah praktis dan hemat biaya di buat dalam bentuk baku (*standardized contract, standardvertrag*). Dalam Al Qur'an dinyatakan, *l'lamuu annalaaha syadiidul Iqaabi wa annallaah ghafurrur rahiim*. (Al Maa-idah ayat 98) Dalam hal ini semua bentuk hubungan hukum dalam ikatan keperdataan berasaskan adil dan seimbang dalam hak dan kewajiban, untung dan rugi. Fenomena ketidakberdayaan konsumen untuk memilih produk dengan bebas (*the right to choose*) atas benda publik, di

sini monopolistik BUMN/D telah terjadi.

Kekecewaan konsumen, lazimnya setelah ada gangguan atas produk yang dikonsumsi, salah satunya adalah cacat produk, baik cacat konstruksi (*construction defect*), cacat desain (*design defect*), dan cacat label (*labeling defect*).

Berdasarkan petunjuk MEE (Masyarakat Ekonomi Eropa) tanggung jawab product yang cacat menjadi beban produsen. "*The producer shall be liable for damage cause by defect in his product*". (The European Communities Directive No. /EEC, Article 1) Sebagai contohnya, di AS tahun 1969 sejumlah 4,9 juta kendaraan bermotor ditarik dari peredaran karena cacat produk, demikian juga di Indonesia 2 Januari 2001 atas produk Ajinomoto.

Dengan demikian hukum merekomendasi pra transaksi, transaksi dan pasca transaksi konsumen dan pelaku usaha, yaitu dalam pengaturan hukum sejak proses penawaran, terjadinya perjanjian sampai berfungsinya produk, baik hukum yang berdimensi sektoral maupun global, bersifat privat maupun publik.

Penyelesaian Pelanggaran Hak atau Sengketa Konsumen

Secara normal siapapun juga termasuk konsumen, tidak ingin haknya dilanggar ataupun bersengketa

dengan pelaku usaha, namun jika hal ini terjadi, hendaknya dicari alternatif solusi yang terbaik. Penyelesaian ini pada dasarnya melalui dua jalur, yaitu jalur hukum dan jalur non hukum.

Tanggung jawab pelaku usaha dapat dituntut berdasarkan prinsip-prinsip tanggung jawab yang dianut masing-masing negara. Prinsip *product liability* sebagaimana dianut di AS dan Inggris menentukan bahwa produsen bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan atau diedarkan, tanpa melihat adanya unsur kesalahan. (Convention on The Applicable to Products Liability, Den Haag, 1972) Penerapannya berlandaskan pada (a) *negligance*, unsur kelalaian; *strict liability*, unsur tanggung jawab mutlak; *breach of warranty*, unsur melanggar jaminan.

Prinsip lain yang penting adalah *presumption of liability principle*, praduga untuk selalu bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan tidak bersalah. Hal ini setara dengan UU Perlindungan Konsumen yang menentukan bahwa "Pelaku usaha dibebaskan dari tanggung jawabnya, jika dapat membuktikan kesalahan konsumennya". Unsur ini senada dengan asas pembuktian terbalik yang membebaskan pelaku usaha bahwa ia tidak bersalah, bukan konsumen yang menggugatnya. Asas ini bersesuaian dengan tidak ada ganti rugi, jika tidak ada kesalahan.

Selain produk barang, dapat pula dihasilkan produk pelayanan/jasa profesional, diantaranya jasa notaris, pengacara, akuntan, dokter dan sebagainya. Berdasarkan fenomena yang terjadi, pelaku usaha sering melakukan prinsip pengurangan atau pembatasan tanggung jawabnya (*limitation of liability principle*). Pada umumnya klausula eksonerasi tersebut menguntungkan pelaku usaha, misalnya "para penumpang diminta siap di tempat setengah jam sebelum berangkat, bilamana terlambat terpaksa ditinggal dan karcis hangus; arcis yang dicorat-coret tidak berlaku; klaim apapun tidak boleh melebihi harga karcis". (Tiket Bus Malam Kramat Jati, secara sepihak pelaku usaha mencantumkan ketentuan tersebut, hal serupa dapat ditemui hampir disetiap jasa sejenis)

Penyelesaian pelanggaran hak konsumen melalui jalur non hukum, dapat dilakukan sebagai jalan ke luarnya. Jalur ini dapat ditempuh melalui dua cara. Pertama, melalui lembaga di luar pengadilan, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Kedua, melalui jalur pengadilan, yaitu Pengadilan Umum/Negeri.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dibentuk di Daerah Tingkat II (Kabupaten dan kota). (Keppres RI No. 90 Tahun 2001) Badan ini terdiri dari unsur-unsur pemerintah, pelaku

usaha dan kosumen. Tugas utamanya adalah menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen melalui cara imediasi, arbitrase, atau konsiliasi. Gugatan konsumen berdasarkan wanprestasi atau perbuatan melanggar hukum (*onrechmatige daad*) sesuai dengan UU Perlindungan Konsumen dan Peraturan Perundangan yang terkait.

Penyelesaian sengketa di Pengadilan Negeri mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum (Hukum Acara Perdata). Fasilitas baru yang dapat menjadi trend baru di masa depan adalah *class action*, gugatan perwakilan kelompok. Salah satu kasus yang menarik adalah "34 orang konsumen menggugat PT. Kentanik Supra Internasional, karena konsumen dikecewakan pengembang tidak menyediakan sarana pemancingan sesuai dengan brosur". (Putusan Mahkamah Agung No. 3138 K/Pdt/194, 29 April 1997) Baik Pengadilan Negeri maupun Pengadilan Tinggi menghukum konsumen, karena mencemarkan nama baik pengembang, namun keputusan ini dibatalkan MA.

Penutup

Berbagai upaya pemberdayaan konsumen dapat ditempuh, tidak saja melalui wacana hukum, tetapi juga wacana non hukum, hal ini dapat dilakukan dengan cara :

1. Pengusahaan perlindungan konsumen secara teoritikal
 2. Pengusahaan perlindungan konsumen secara praktikal
- Secara teoritikal, dapat diupayakan pemberdayaan konsumen terutama menyangkut perilaku hukum dan perilaku konsumen, antara lain :
- a. Pendidikan kelompok konsumen, diantaranya dengan memasukkan kurikulum perlindungan konsumen dalam pendidikan formal, dari tingkat pendidikan dasar, menengah sampai perguruan tinggi, dan pendidikan non formal melalui berbagai kursus, penyuluhan di tingkat RT, RW, Kelurahan/Desa, Kecamatan, Kabupaten, Propinsi, Nasional, Regional dan Internasional.
 - b. Seminar, diskusi panel, konsorsium, atau sejenisnya dengan melakukan kajian hukum perlindungan konsumen secara ilmiah, baik yang bersifat dogmatik hukum/hukum positif maupun yang bersifat empiris.
 - c. Penyebarluasan informasi atau berita aktual atas transaksi antara pelaku usaha/produsen dengan konsumen, yang melibatkan kontrol dan pembinaan serta pengawasan pemerintah, baik yang berskala nasional maupun internasional.

- d. Pembentukan asosiasi atau perhimpunan konsumen yang mempunyai kepentingan sama, terutama di sektor publik seperti pelanggaran air minum, listrik tilpon, dan sektor-sektor utama lainnya.
 - e. Penelitian dan pengembangan (*research and development*) perlindungan konsumen, baik yang menyangkut produk lokal maupun asing.
- Secara praktikal, pemberdayaan konsumen dapat diupayakan, diantaranya melalui :
- a. Peraturan perundang-undangan, baik yang berskala nasional maupun global, disinkronkan secara elastis dan dinamis untuk menunjang pelaksana lapangan agar semakin terdidik dan profesional.
 - b. Peradilan, keputusan hakim atas sengketa konsumen sebagai acuan hakim lain atas kasus serupa, dalam upaya mendinamisasi hukum yang hidup di masyarakat.
 - c. Pemerintah, melalui Menteri yang secara teknis terkait semaksimal mungkin mungkin melibatkan diri dalam forum internasional dan meratifikasi kesepakatan global agar dapat dimanfaatkan secara praktif.
 - d. Bantuan hukum (*legal aid*), didayagunakan secara total, baik

untuk advokasi ataupun peradilan, secara murah/cuma-cuma dan cepat, terutama oleh Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, dan Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Di samping upaya-upaya tersebut, yang tidak kalah pentingnya bahwa pemberdayaan konsumen dapat dilakukan oleh dua pihak yang terlibat langsung, yaitu :

a. Konsumen sendiri, yaitu memahami hak-haknya tetapi juga menghormati hak-hak pelaku usaha, sehingga dituntut keberaniannya menyuarakan aspirasinya, apabila kepentingannya diganggu dan tidak malu/enggan bertanya, apabila memang tidak tahu.

b. Pelaku usaha, mengupayakan kualitas produk yang terbaik, agar mampu bersaing global secara sehat, sehingga tidak saja disegani persaingannya, namun juga dicintai konsumennya.

Pada akhirnya, perlindungan konsumen sebenarnya dapat dilihat dari berbagai sektor kehidupan, utamanya sektor hukum, tidak saja melihat hukum secara tekstual (*a from with in*), tetapi kontekstual (*from with out*) dan komprehensif-global. Yang jelas bahwa tidak semua konsumen tidak berdaya, dan tidak semua pelaku usaha tidak

bertanggung jawab dan apabila hal ini berjalan dengan harmonis, maka prospek perdagangan dan perekonomian Indonesia semakin cerah, masyarakat sejahtera lahir dan batin. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

Az. Nasution, Penulisan Karya Ilmiah tentang Perlindungan Konsumen dan Peradilan di Indonesia, Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman Republik Indonesia, Jakarta, 1995.

Ariffudin Rt., *Konsumen dan Beberapa Masalahnya di Indonesia*, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 1980.

Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman, *Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Bina Cipta, Jakarta, 1986.

Blake, Reed H., *Taxonomy of Concepts in Communication*, Hasting House Publishers, New York, 1979.

Black, Donalds, *The Behavior of Law*, The Free Press, London, 1966.

Black, Henry Campbell, *Black's Law Dictionary*, Fifth Edition, St.

- Paul Minn, West Publishing Company, 1979.
- Brian, Harvey & Deborah L. Parry, *The Law of Consumer Protection and Fair Trading*, Butterwords, London, 1987.
- Dewan Standarisasi Nasional, *Mutu dan Cara Uji Minimum*, Jakarta, 1995.
- Dunne, va J.M., *Penyalahgunaan Keadaan*, Fakultas Hukum, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 1988.
- Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
- Husni Syawali dan Neni Sri, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000.
- Harry, Duintjer Tebbens, *International Product Liability*, Suthoff & Noordhoff, International Publishers, The Nederlands Germantown, 1980.
- Ibrahim Idham, Laporan Akhir Tim Penelitian Perlindungan Terhadap Konsumen, Badan Pembinaan Hukum Nasional, 1993.
- Departemen Kehakiman Republik Indonesia, 1992.
- Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia, Nomor IV/MPR/1999 tentang Garis-garis Besar Haluan Negara 1999-2004.
- Moeljatno, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta 1987.
- Purnadi Purbacaraka, *Disiplin Hukum*, Citra Aditya Bhakti, Bandung, 1990.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000.
- Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Alumni, Bandung, 1986.
- Soetojo, Prawirohamidjojo dan Marthalena Pohan, *Hukum Perikatan*, Bina Ilmu, Surabaya, 1979.
- Soetandyo, Wignjosuebrotto, *Hukum dan Metode-Metode Kajiannya*, Badan Pembinaan Hukum Nasional, Jakarta, 1990.
- Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, Citra Aditya Bhakti, Bandung, 1999.

Subekti, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Pradnya Paramita, Bandung, 1979.

Teuku, Mohammad Radhie, *Aspek-Aspek Perlindungan Hukum Konsumen*, Badan Pembinaan Hukum Nasional, Jakarta, 1980.

Teubner, Guntherm, *Law and Society Review*, The Journal of The Law and Society Association, Vol. 17 No. 2

Ulf Bernits and John Draper, *Consumers Protection in Sweden*, Legislation, Protection and Practice, Liberaforlag, Stockholm, 1986.

Undang-Undang Dasar 1945, yang sudah diamandemenkan dengan penjelasannya.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 tentang Kesehatan.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, *Pola Sikap Masyarakat terhadap Masalah Perlindungan Konsumen*, Badan Pembinaan Hukum Nasional Departemen Kehakiman Republik Indonesia, Jakarta, 1980.