PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS LAYANAN *SERVICE CENTER* PASCA TRANSAKSI *HANDPHONE* BEYOND DI YOGYAKARTA

TESIS

Oleh :

ENI RAHMAWATI

No. Mahasiswa : 09912415
BKU : Hukum Bisnis
Program Studi : Ilmu Hukum

PROGRAM PASCA SARJANA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2012

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
ATAS LAYANAN *SERVICE CENTER* PASCA TRANSAKSI
***HANDPHONE* BEYOND DI YOGYAKARTA**

Disusun oleh :

ENI RAHMAWATI

No. Mahasiswa : 09912415
BKU : Hukum Bisnis
Program Studi : Ilmu Hukum

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan ke Dewan Penguji dalam ujian tesis

Pembimbing

H. BUDI AGUS RISWANDHI, S.H., M.Hum Tanggal .....

Mengetahui
Ketua Program Pasca Sarjana (S-2)

Dr. Hj. NIMATUL HUDA, SH, M.Hum Tanggal .....

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
ATAS LAYANAN *SERVICE CENTER* PASCA TRANSAKSI
***HANDPHONE* BEYOND DI YOGYAKARTA**

Oleh :

ENI RAHMAWATI

No. Mahasiswa : 09912415
BKU : Hukum Bisnis
Program Studi : Ilmu Hukum

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada hari/tanggal : Jum'at, 27 Januari 2012
dan dinyatakan LULUS

Dewan Penguji :

H. BUDI AGUS RISWANDHI, S.H., M.Hum

ERY ARIFUDIN, S.H., M.H

NURJIHAD, S.H., M.H

Mengetahui
Ketua Program Pasca Sarjana (S-2)

Dr. Hj. NIMATUL HUDA, S.H, M.Hum

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulisan tesis dengan judul "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS LAYANAN *SERVICE CENTER* PASCA TRANSAKSI *HANDPHONE* BEYOND DI YOGYAKARTA" dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan penulisan tesis ini guna memenuhi dan melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana S-2 pada Program Pasca Sarjana, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Penyusunan penulisan hukum ini juga dimaksudkan sebagai suatu karya ilmiah yang mendasarkan atas ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan untuk membahas dan menganalisa obyek dan segala permasalahan yang berkaitan dengan permasalahan dalam perlindungan hukum terhadap konsumen atas layanan *service cen*ter pasca transaksi.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan kemampuan penulis sebagai manusia biasa yang tidak lepas dari segala kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu penulis menghargai atas semua saran dan kritik dari semua pihak demi kebaikan dalam penyusunan penulisan tesis ini.

Kiranya penyusunan penulisan tesis ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan yang penulis peroleh, baik berupa petunjuk, bimbingan, nasehat, saran dan fasilitas-fasilitas lainnya yang penulis peroleh dalam usaha penyusunan tesis ini.

Pada kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Prof. EDI SUANDI HAMID, M.Ec, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
2. Dr. Hj. NI'MATUL HUDA, SH, M.Hum, selaku Ketua Program Pasca Sarjana (S-2) Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis dalam menyusun penulisan tesis ini.
3. H. BUDI AGUS RISWANDHI, SH, M.Hum selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, koreksi serta saran-saran kepada penulis dalam menyusun penulisan tesis ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Pasca Sarjana (S-2) Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
5. Karyawan dan karyawati Pasca Sarjana (S-2) Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
6. Bapak Heru selaku pimpinan *Handphone* Beyond di Yogyakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan mendapatkan data.
7. Konsumen *Handphone* Beyond di Yogyakarta, yang telah membantu penulis dalam mendapatkan data dalam menyusun penulisan tesis ini.
8. Suamiku, ALDARADA PUTRA, SH atas segala kasih sayang, cinta dan doanya.
9. Keluarga kecilku, bapak, ibu, kakak dan adikku atas doa dan dukungannya.
10. Teman-teman kantor dan teman-teman kampus atas motivasinya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, besar harapan penulis mudah-mudahan tesis ini dapat bermanfaat bagi almamater tercinta dan bagi semua pihak yang terkait.

Yogyakarta, Januari 2012

Penyusun

Eni Rahmawati

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS LAYANAN *SERVICE CENTER* PASCA TRANSAKSI *HANDPHONE* BEYOND DI YOGYAKARTA

ABSTRAKSI

Oleh :

Eni Rahmawati, BKU : Hukum Bisnis

Program Pascasarjana Universitas Islam Indonesia

Layanan purna jual merupakan kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha dalam memproduksi barang yang manfaatnya berkelanjutan dan diberikan dalam batas waktu sekurang-kurangnya satu tahun. Namun demikian belum sepenuhnya semua produk yang telah dan yang belum diatur mendapatkan layanan purna jual yang memadai, masih ada hak-hak dari konsumen yang belum terpenuhi dan pelaku usaha pun banyak yang kurang bertanggung jawab. Hal ini menimbulkan permasalahan dalam perlindungan konsumen sehingga perlu diteliti dalam penulisan ini yaitu tentang bagaiman pengaturan layanan purna jual, bagaimana tanggung jawab produk dalam layanan purna jual dan hak-hak konsumen apa yang terabaikan dalam layanan purna jual ini.

Metode penelitian yang di pakai dalam penulisan ini adalah metode penelitian hukum normatif. Penyusunan skripsi ini menggunakan adalah data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Dengan teknik penelitian kepustakaan (*library research*) yang merupakan pengumpulan data-data yang dilakukan melalui literatur atau dari sumber bacaan lain yang terkait dengan penulisan skripsi ini, yang semuanya itu dimaksudkan untuk memperoleh data-data atau bahan-bahan yang bersifat teoritis yang dipergunakan sebagai dasar dalam penelitian.

Lingkup layanan purna jual adalah jaminan mutu, daya tahan dan kehandalan operasional dan sudah diatur oleh beberapa peraturan yang cukup komprehensif dan berhubungan secara harmonis. Berkenaan dengan tanggung jawab produk, dalam layanan purna jual yang dapat diterapkan tanggung jawab produk adalah jaminan mutu/garansi. Selanjutnya dalam pelayanan purna jual ada beberapa hak konsumen yang terabaikan antara lain hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan

barang dan/atau jasa; hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang dan/atau jasa yang digunakan; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

DAFTAR ISI

Halaman Judul i

Halaman Persetujuan.....ii

Halaman Pengesahan.....iii

Kata Pengantar.....iv

Abstraksi.....vii

Daftar Isi.....ix

BAB I. PENDAHULUAN.....1

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Rumusan Masalah.....6

C. Tujuan Penelitian 7

D. Kerangka Teori.....7

E. Metode Penelitian 16

BAB II. TINJAUAN UMUM MENGENAI PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN LAYANAN SERVICE *HANDPHONE* PASCA TRANSAKSI.....20

A. Perlindungan Konsumen 20

B. Penanganan Layanan Pasca Transaksi/Garansi 48

BAB III. PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS LAYANAN *SERVICE CENTER* PASCA TRANSAKSI *HANDPHONE* BEYOND.....56

A. Konsep Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Layanan *Service Center* Pasca Transaksi.....56

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Layanan *Service Center*.....67

BAB IV. PENUTUP

A. Kesimpulan 84

B. Saran 85

DAFTAR PUSTAKA.....87

LAMPIRAN

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Praktek perlindungan konsumen bertujuan untuk tercapainya perlindungan konsumen sudah tercantum atau dituangkan dalam bentuk Undang-Undang, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak-hak tersebut sudah diakui keberadaannya dan memiliki kepastian hukum yang diatur dalam undang-undang positif. Upaya hukum yang dilakukan oleh konsumen yang merasa dirugikan bisa menggunakan pasal-pasal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 ini, (selanjutnya disebut UUPK). Dalam kenyataannya perkembangan UUPK tidak seluruhnya dapat mencakup perkembangan dunia perdagangan saat ini.[1]

Perlindungan konsumen dalam transaksi perdagangan barang elektronik dapat dilihat dari beberapa sisi yakni sisi produsen, sisi konsumen, sisi produk (barang /jasa yang ditawarkan), dan dari sisi transaksi yang dipergunakan. Dalam hal jual-beli barang elektronik (seperti produk HP) pada dasarnya diatur dalam skema perjanjian jual-beli dalam pasal 1457 KUH Perdata jual-beli yaitu suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak lain untuk membayar harga yang lelah diperjanjikan.

Demikian pula dalam proses yang dilewati bahwa perlindungan diberikan tidak hanya pada saat proses jual beli berlangsung namun juga saat proses jual beli

---

[1] A.Z. Nasution, *Sekilas Hukum Perlindungan Konsumen*, Hukum dan Pembangunan Nomor 6 Tahun XVIII, Jakarta, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 1990, hlm. 42

tersebut selesai. Khususnya perlindungan konsumen yang dilakukan dalam layanan pasca transaksi atau disebut juga dengan layanan purna jual/garansi. Dalam UUPK telah diatur bahwa dalam Pasal 7 huruf e, disebutkan juga bahwa pelaku usaha berkewajiban memberikan jaminan atau garansi atas barang yang di perdagangkan. Garansi adalah suatu kesepatakan dua pihak yang berupa tanggungan atau jaminan dari seorang penjual bahwa barang yang ia jual tersebut bebas dari kerusakan yang tidak diketahui sebelumnya oleh penjual dan lazimnya garansi atau jaminan ini punya jangka waktu tertentu (lazimnya 1 tahun, 2 tahun atau 3 tahun).[2]

Pada umumnya si penjual akan memperbaiki terhadap kerusakan tersebut segala biaya perbaikan sepenuhnya ditanggung oleh penjual, atau si penjual akan mengganti barang tersebut dengan yang sama nilainya. Hal tersebut sebagai ganti rugi terhadap kerusakan yang diderita oleh pembeli. Pengertian mengenai garansi ini juga bisa dilihat dari gambaran sebagai berikut : Seorang membeli sebuah barang disebuah toko, si pembeli di samping menerima sepucuk surat garansi dari toko tersebut. Dalam surat garansi itu juga disebutkan ketentuan-ketentuan dan masa berlakunya garansi, misalnya untuk itu juga disebutkan ketentuan-ketentuan dan masa berlakunya garansi, misalnya untuk jangka waktu satu tahun terhitung sejak tanggal transaksi jual beli barang tersebut, ini artinya apabila selama berlakunya garansi, jika terjadi kerusakan pada barang tersebut yang bukan karena kelalaian atau kesalahan si pembeli atau orang lain, melainkan karena akibat yang ditimbulkan oleh barang itu sendiri, maka si pembeli dapat meminta kepada toko tersebut untuk melakukan atau mengusahakan perbaikannya tanpa si pembeli

---

[2] Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K.Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta, Sinar Grafika, 1994, hlm. 3-4

membayar biaya perbaikan. Dari pengertian di atas, tampak bahwa dalam pelaksanaan transaksi garansi tersebut, si pembeli diberi surat, kartu garansi yang di dalamnya telah tercantum beberapa ketentuan yang di buat secara sepihak dan oleh penjual, sehingga si pembeli harus menerima ketentuan tersebut apabila hendak bertransaksi. Dari sini akan timbul suatu masalah, apakah dalam ketentuan-ketentuan transaksi garansi tersebut mengandung unsur penipuan, paksaan dan menghilangkan rasa keadilan.

Kebanyakan praktek garansi yang diterapkan adalah dengan perjanjian baku, karena isinya telah dituangkan dalam bentuk klausa-klausa yang telah ditetapkan secara sepihak oleh produsen dan dituangkan dalam bentuk yang siap pakai. Tata cara pelaksanaan perjanjian garansi alat elektronik hingga saat ini belum sesuai dengan apa yang diperjanjikan di mana terdapat pihak pembeli yang dirugikan. Hal ini dapat dilihat dari tidak dipenuhinya tuntutan garansi yang dilakukan ke toko alat elektronik itu dibeli. Oleh karena itu, pengaturan mengenai perjanjian standar sebaiknya diatur daiam peraturan khusus, mengingat perjanjian standar sudah umum digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan meliputi berbagai bidang usaha, sehingga pembeli (konsumen) tidak dirugikan.[3]

Demikian pula perlindungan konsumen dalam layanan pasca transaksi yang dikenakan dalam penjualan *handphone*. Salah satu jenis komoditas yang belum mendapatkan UUPK secara spesifik adalah *handphone* atau telepon seluler atau dikenal juga dengan ponsel merupakan gabungan dari Teknologi Radio yang

[3] Khairuman, *Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Alat Elektronik Dengan Garansi di Medan, Tesis* Universitas Sumatra Utara

digabungkan dengan Teknologi Komunikasi Telepon. Telepon seluler merupakan alat komunikasi *wireless* yang terus berkembang dan mengalami peningkatan dalam satu dekade terakhir ini.

Terkait dengan spesifikasi layanan purna jual yang dimiliki oleh produsen *handphone* secara terperinci diatur dalam SNI (Standar Nasional Indonesia) yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan. SNI mengenai pelayanan purna jual telepon genggam jenis Code Devision Multiple Acces (CDMA) dan Global System for Mobile Communication (GSM) yang pemanfaatannya berkelanjutan sekurang-kurangnya satu tahun. SNI ini bernomor 7386 : 2008 melalui penetapan Menteri Perdagangan 103/KEP/BSN/11/2008.[4]

Beberapa syarat yang telah digariskan oleh Departemen Perdagangan dalam menerapkan aturan yang mewajibkan gerai penyedia layanan perbaikan *(service centre*) telepon genggam untuk memenuhi standar nasional yaitu (1) mempunyai ruangan tetap yang dilengkapi tenaga administrasi dan tenaga teknis (2) kelengkapan jenis layanan yang harus disediakan oleh setiap *service centre*, sarana pendukung dan peralatan standar yang harus dimiliki serta ketersediaan komponen dan asesoris (3) *service centre* juga harus memasang tabel terbaru biaya jasa dan daftar harga komponen telepon genggam serta asesorisnya.[5]

Beberapa peraturan lainnya yang mewajibkan layanan purna jual bagi produsen *handphone* Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI). Kewajiban tersebut di antara menyebutkan pemberian garansi dan penyediaan *service centre* tersebut berlaku untuk perusahaan perakit dan importir, yang

---

[4] http://sisni.bsn.go.id/index.php?/sni_main/sni/detail_sni_2/7789, diakses pada tanggal 17 Januari 2011

[5] Ibid

membuat atau merakit dan memperdagangkan alat dan perangkat telekomunikasi sesuai ketentuan/peraturan yang berlaku. Standar layanan yang harus dimiliki oleh pusat layanan purna jual *handphone* yaitu ketersediaan suku cadang, fasilitas reparasi, dan keterampilan sumber daya manusia.

Demikian pula dengan layanan purna jual *handphone* beyond. Produk ini merupakan salah satu merek kelas dua dalam penjualan produk *handphone.* Penjualan kelas satu yang dimaksud adalah penjualan dengan merek-merek yang telah terkenal sebelumnya, misalkan *Nokia, Sony Ericson* dan *Samsung. handphone* Beyond adalah merek *handphone* kelas dua yang memberikan layanan purna jual. Dalam pengamatan yang dilakukan peneliti masih sangat jarang ditemui *handphone* kelas dua yang memberikan layanan purna jual seperti *handphone* beyond.

Dalam kenyataannya masih banyak celah yang menjadi kekurangan pelayanan purna jual *handphone* beyond di wilayah Yogyakarta, misalkan : *Pertama,* masih banyaknya keluhan atas kelengkapan perangkat yang disediakan oleh layanan purna jual *handphone* beyond. Keluhan ini didasarkan pada untuk mengganti perangkat yang rusak harus menunggu dari Jakarta sehingga pelanggan membutuhkan waktu lebih lama. Seharusnya layanan purna jual *handphone* beyond bias menyediakan lebih banyak jenis perangkat yang ada sehingga konsumen tidak harus menunggu lebih lama. Hal ini sebenarnya berpengaruh pada keluhan yang *Kedua* yaitu lamanya waktu. *Ketiga* harga yang tidak pasti atas layanan purna jual. Hal ini dikeluhkan oleh beberapa konsumen yang menyatakan untuk tipe kerusakan yang sama ternyata hahkan pernah ditemui seorang konsumen yang merasa kecewa karena keluhannya terhadap kerusakan tidak ditanggapi oleh layanan purna jual

handphone beyond di wilayah Yogyakarta. Menurut salah seorang pegawai, kerusakan yang ada dalam *handphone* tersebut disebabkan oleh kelalaian konsumen sendiri sehingga tidak menjadi tanggungan pihak beyond. Hal ini jelas menimbulkan kerugian bagi pihak konsumen karena pada awal pembelian tidak diterangkan ajuan klaim kerusakan yang dapat ditanggung oleh pihak *handphone* beyond. Oleh karenanya masih banyak celah dalam pelanggaran perlindungan konsumen yang ada dalam layanan purna jual *handphone* beyond di wilayah Yogyakarta.

Melihat kenyataan banyaknya potensi pelanggaran dalam layanan purna jual *handphone* beyond tersebut menunjukkan bahwa perdagangan *handphone* belum sepenuhnya dapat menjalankan perlindungan konsumen sesuai dengan UUPK. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan perlindungan konsumen dalam layanan purna jual *handphone* beyond sebagai salah satu perwakilan *handphone* kelas dua di Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas layanan *service center* pasca transaksi *handphone* beyond di Yogyakarta ?
2. Bagaimana bentuk tanggung jawab pelaku usaha jika ada ketidaknyamanan layanan *service center* pasca transaksi *handphone* beyond di Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat diketahui bahwa tujuan penelitian yang ingin diangkat peneliti adalah :

1. Untuk mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen atas layanan *service center* pasca transaksi *handphone* beyond di Yogyakarta.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis bentuk tanggung jawab pelaku usaha jika tidak ada ketidaknyamanan layanan *service center* pasca transaksi *handphone* beyond di Yogyakarta.

D. Kerangka Teori

Perlindungan konsumen merupakan suatu hal yang 'cukup baru' dalam dunia peraturan perundang-undangan di Indonesia, meskipun 'dengungan' mengenai perlunya peraturan perundang-undangan yang komprehensif bagi konsumen telah digunakan sejak lama. Tidak adanya perlindungan konsumen telah meletakkan 'posisi' konsumen dalam tingkat yang terendah dalam menghadapi para pelaku usaha. Tidak adanya alternative yang dapat diambil konsumen telah menjadi satu rahasia umum dalam dunia atau industri di Indonesia.

Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi pelaku usaha ini jelas merugikan kepentingan masyarakat. Sistem peradilan yang dinilai rumit, cenderung bertele-tele, dan relative mahal turut mengaburkan hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Hal itulah menyebabkan konsumen selalu menjadi pihak yang lemah. Permasalahan yang dialami konsumen saat ini terletak pada *bargaining position* yang kadang kala tidak seimbang yang pada umumnya tercermin dalam perjanjian baku

yang siap untuk ditandatangani maupun dalam bentuk klausula, atau ketentuan baku yang sangat tidak informative.

Gunawan Widjaja, dan Ahmad Yani menjelaskan masalah yang dihadapi konsumen adalah sikap curang dan perlindungan pelaku usaha di balik standard contract atau perjanjian baku yang terjadi saat jual beli itu terjadi.[6] Selain masalah 'bersembunyinya pelaku usaha, Noberth Reich menambahkan masalah konsumen menjadi pelik dengan adanya produk cacat (*defective products*) dan ketidakpuasan atas jasa yang dilakukan.[7] Hal itu mengakibatkan konsumen bersikap pasrah terhadap pihak yang memberikan jasa.

Pada umumnya konsumen terpuaskan apabila manfaat atau kegunaan yang didapatkan sebanding bahkan lebih tinggi dari pengorbanan berupa harga yang telah dibayarkan. Terlebih bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa dimana kepuasan konsumen harus tetap senantiasa dijaga. Perbaikan dan peningkatan terhadap layanan jasa yang sudah ada dapat dilakukan dengan memperbaiki dan meningkatan mutu pelayanan. Kewajiban pelaku usaha terhadap konsumennya harus dilaksanakan dengan benar sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Permintaan terhadap layanan jasa yang stabil dan cendrung meningkat adalah salah satu alasan mengapa perusahaan jasa distribusi harus melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya dengan baik. Pasal 7 UUPK yang menjelaskankan apa yang menjadi kewajiban pelaku usaha, diantaranya:

---

[6] Gunawan Widjaja, dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen,* Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm. 12

[7] NoberthReich, *Protection of Consumer Economic Interest by the EC,* Sydney law Review,March 1992, hlm. 24-61

a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
b. memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan /atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; (penjelasan : pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen.)
d. menjamin mutu barang dan /atau jasa yang diproduksi dan /atau jasa diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan /atau mencoba barang dan /atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan /atau garansi atas barang yang dibuat dan /atau yang diperdagangkan; (penjelasan : yang dimaksud dengan barang dan/atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian.)
f. memberi kompensasi, ganti rugi dan /atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan /atau jasa yang diperdagangkan;
g. memberi kompensasi ganti rugi dan /atau penggantian apabila barang dan /atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kewajiban konsumen mencakup pemberian informasi dan penggunaan barang/jasa, pelayanan konsumen,

penjaminan mutu barang yang sesuai dengan strandar yang berlaku, pemberian kesempatan kepada konsumen untuk mencoba barang, dan penyediaan garansi atau jaminan atas barang yang dibuat atau diperdagangkan. Di samping itu produsen juga harus memberikan kompensasi atau ganti rugi akibat kerugian yang disebabkan pemakaian dan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian.

Mengingat masih kurangnya kesadaran produsen tentang kewajiban konsumen ini dan peraturan yang masih tergolong baru menyebabkan tahapan atau proses pelaksanaan kewajiban konsumen di Indonesia dirasakan belum terlaksana secara baik. Masih banyak perusahaan penghasil barang atau jasa yang belum melakukan kewajibannya sesuai dengan regulasi yang berlaku khususnya Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.[8]

Oleh karenanya dalam mengatur hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Hubungan langsung terjadi apabila antara pelaku usaha dengan konsumen langsung terikat karena perjanjian yang mereka buat atau karena ketentuan undang-undang. Kalau hubungan itu terjadi dengan perantaraan pihak lain, maka terjadi hubungan tidak langsung. Hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen pada dasarnya berlangsung terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan ini terjadi karena keduanya saling membutuhkan dan bahkan saling interdependensi. Hubungan pelaku usaha dengan konsumen merupakan hubungan hukum yang melahirkan hak dan kewajiban.

---

[8] Hady Evianto. 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen Bukanlah Sekedar Keinginan Melainkan Suatu Kebutuhan,* Hukum dan Pembangunan, Nomor 6 Tahun XVIII, Desember 1990, Jakarta, Fakultas Hukum Universitas Indonesia, hlm. 35

Kennedy (dalam Widjaya) mengemukakan adanya empat hak dasar konsumen:[9]

a. *the right to safe products ;*

b. *the right to be informed about products;*

c. *the right to definite choices is selecting products ;*

d. *the right to be heard regarding consumer interest.*

Dalam perkembangannya, oleh organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union* (IOCU), empat hak dasar tersebut ditambah dengan: hak untuk mendapatkan pendidikan, hak untuk mendapatkan ganti rugi, dan hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat. Di dalam Rancangan Akademik UUPK yang disusun Universitas Indonesia tahun 1992, hak dasar konsumen tersebut dikembangkan dengan ditambah hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, dan hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum.[10]

Pasal 1365 KUHPerdata mengatur syarat-syarat untuk menuntut ganti kerugian akibat perbuatan melanggar hukum yang menyatakan bahwa tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu mengganti kerugian tersebut.

Dari sisi kepentingan perlindungan konsumen, terutama untuk syarat kesepakatan perlu mendapat perhatian, sebab banyak transaksi antara pelaku usaha dengan konsumen yang cenderung tidak seimbang. Banyak konsumen ketika

---

[9] Gunawan Widjaya, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen,* Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm. 56

[10] Ibid, hlm. 6

melakukan transaksi berada pada posisi yang lemah. Suatu kesepakatan menjadi tidak sah apabila diberikan karena kekhilafan, paksaan, atau penipuan. Selanjutnya untuk mengikatkan diri secara sah menurut hukum ia harus cakap untuk berbuat menurut hukum, dan oleh karenanya maka ia bertanggung jawab atas apa yang dilakukan. Akibatnya apabila syarat-syarat atau salah satu syarat sebagaimana disebutkan di dalam Pasal 1320 KUHPerdata tersebut tidak dipenuhi, maka berakibat batalnya perikatan yang ada atau bahkan mengakibatkan tuntutan penggantian kerugian bagi pihak yang tidak memenuhi persyaratan tersebut.[11]

Pada umumnya jual beli barang elektronik antara pelaku usaha (pengembang perumahan) dengan konsumen, didasarkan pada perjanjian yang telah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha (perjanjian baku/standar). Perjanjian tersebut mengandung ketentuan yang berlaku umum (massal) dan konsumen hanya memiliki dua pilihan: menyetujui atau menolak. Kekhawatiran yang muncul berkaitan dengan perjanjian baku dalam jual beli properti adalah karena dicantumkannya klausul eksonerasi (*exception clause*). Klausula eksonerasi adalah klausula yang mengandung kondisi membatasi atau bahkan menghapus sama sekali tanggung jawab yang seharusnya dibebankan kepada pelaku usaha. Di dalam Pasal 18 ayat (1) huruf a UUPK diatur mengenai larangan pencantuman klausula baku pada setiap dokumen atau perjanjian apabila menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.[12]

Masalah tanggung jawab hukum perdata (*civielrechtelijke aanspraakelijkheid*) dapat dilihat dari formulasi Pasal 1365 KUHPerdata yang

---

[11] Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, Pradnja Paramita, 1992, hlm. 25
[12] Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Jakarta, Grasindo, 2000, hlm. 30

mengatur adanya pertanggung-jawaban pribadi si pelaku atas perbuatan melawan hukum yang dilakukannya (*persoonlijke aansprakelijkheid*). Di samping itu, undang-undang mengenal pula pertanggungjawaban oleh bukan si pelaku perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur di dalam Pasal 1367 KUH Perdata. Pasal ini menegaskan bahwa setiap orang tidak saja bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh perbuatannya sendiri , tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan oleh perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungan-nya, disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya. Dari pasal ini nampak adanya pertanggung jawaban seseorang dalam kualitas tertentu (*kwalitatieve aansprakelijkheid*).[13]

Pada asasnya kewajiban untuk memberikan ganti rugi hanya timbul bilamana ada unsur kesalahan pada si pelaku perbuatan melawan hukum dan perbuatan tersebut dapat dipertanggungjawabkan kepadanya. Jadi harus ada unsur kesalahan pada si pelaku dan perbuatan itu harus dapat dipertanggungwabkan kepadanya *(schuld aansprakelijkheid)*. Dari segi hukum perdata, tanggung jawab hukum tersebut dapat ditimbulkan karena wanprestasi, perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatige daad*), dan dapat juga karena kurang hati-hatinya mengakibatkan cacat badan (*het veroozaken van lichamelijke letsel*).

Di samping itu, di dalam UUPK juga telah diatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana tercantum di dalam Pasal 19. Menurut pasal ini pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang

---

[13] Mariam Darus Badrulzaman, *Perlindungan Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)*, Jakarta, Binacipta, 1999, hlm. 113

dihasilkan atau diperdagangkan. Dengan demikian, secara normatif telah ada ketentuan yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha, sebagai upaya melindungi pihak konsumen. Secara teoritik, di dalam UUPK diatur beberapa macam tanggung jawab *(liability)* sebagai berikut:[14]

1. *Contractual Liability*

Dalam hal terdapat hubungan perjanjian *(privity of contract)* antara pelaku usaha (barang atau jasa) dengan konsumen, maka tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *Contractual Liability* (Pertanggungjawaban Kontrak-tual), yaitu tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian/kontrak dari pelaku usaha, atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkannya atau memanfaatkan jasa yang diberikannya. Selain berlaku UUPK (Undang-Undang Perlindungan Konsumen), khususnya ketentuan tentang pencantuman klausula baku sebagaimana diatur dalam Pasal 18 UUPK (Undang-Undang Perlindungan Konsumen), maka tanggung jawab atas dasar perjanjian dari pelaku usaha, diberlakukan juga hukum perjanjian sebagaimana termuat di dalam Buku III KUH Perdata.

2. *Product Liability*

Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian *(no privity of contract)* antara pelaku usaha dengan konsumen, maka tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *Product Liability* (Pertanggung-jawaban Produk), yaitu tanggung jawab perdata secara langsung *(Strict Liability)* dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkannya.

---

[14] Johannes Gunawan, *Tanggungjawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Jurnal Hukum Bisnis Volume 8 Tahun 1999, hlm. 45-46.

3. *Professional Liability*

Dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, tetapi prestasi pemberi jasa tersebut tidak terukur sehingga merupakan perjanjian ikhtiar *(inspannings verbinntenis)*, maka tanggungjawab pelaku usaha didasarkan pada *Professional Liability* (Pertanggungjawaban Profesional), yang menggunakan tanggungjawab perdata secara langsung (*Strict Liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat memanfaatkan jasa yang diberikannya. Sebaliknya, dalam hal terdapat hubungan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen, dan prestasi pemberi jasa tersebut terukur sehingga merupakan perjanjian hasil (*resultaants verbintennis*), maka tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *Professional Liability*, yang menggunakan tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian (*Contractual liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat memanfaatkan jasa yang diberikannya.[15]

4. *Criminal Liability*

Dalam hal hubungan pelaku usaha dengan negara dalam memelihara keselamatan dan keamanan konsumen) maka tanggungjawab pelaku usaha didasarkan pada *Criminal Liability* (pertanggungjawaban pidana), yaitu tanggungjawab pidana dari pelaku usaha atas terganggunya keselamatan dan keamanan masyarakat (konsumen).[16]

---

[15] Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2000, hlm. 46

[16] A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, Daya Widya,1999, hlm. 33

E. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Berdasarkan wilayah kajian maka penelitian mengenai perlindungan konsumen dalam pelayanan purna jual *handphone* beyond Berdasarkan UUPK ini merupakan penelitian hukum yuridis dengan pendekatan yuridis normatif. Penelitian ini mencakup aspek pelaksanaan hukum dalam rangka perlindungan konsumen oleh layanan *service center* pasca transaksi. Penelitian hukum normatif mencakup penelitian asas-asas hukum, sistematika hukum, taraf sinkronisasi secara vertikal dan secara horizontal serta penelitian sejarah hukum.[17] Dengan demikian sehingga penyajiannya berpangkal pada asas-asas dan teori-teori, doktrin serta peraturan perundang-undangan yang berlaku[18].

2. Objek Penelitian

Berdasarkan judul dalam penelitian ini maka objek dalam penelitian ini adalah perlindungan hukum terhadap konsumen serta tanggung jawab yang dilaksanakan dalam praktek layanan purna jual *handphone* beyond. Dengan demikian dapat mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen atas layanan *service center* pasca transaksi di *handphone* beyond. Penelitian ini akan membahas mengenai bentuk tanggung jawab pelaku usaha jika tidak ada ketidaknyamanan layanan servis pasca transaksi *handphone* beyond. Dengan demikian menyangkut objek penelitian ini juga menyangkut mengenai mekanisme beserta pihak-pihak yang terlibat dalam pelayanan *handphone* beyond serta kesesuaiannya dengan UUPK.

---

[17] Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, cet. 3, Jakarta, Penerbit Universitas Indonesia, 2006, hlm. 43

[18]. Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2001, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 13

3. Subjek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah semua pihak yang ada hubungan dengan masalah penelitian, yang dalam penelitian ini akan ditempatkan sebagai responden yaitu (1) pihak beyond yang diwakili oleh kepala bagian layanan purna jual, kepala bagian *customer service* dan (2) konsumen yang diwakili oleh responden. Hal ini tidak menutup kemungkinan melibatkan subjek penelitian lainnya yang selama proses penelitian dipandang perlu untuk diminta informasinya.

4. Sumber Data

Dalam penelitian hukum normatif terdiri dari data primer dipakai adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dan nara sumber tentang obyek yang diteliti. Sedangkan yang dimaksud dengan data sekunder adalah bahan hukum primer yang meliputi peraturan perundang - undangan, putusan hakim dan bahan hukum sekunder yang meliputi pendapat hukum, buku, hasil penelitian dan sebagainya. Dalam penelitian ini maka akan Bahan Hukum Primer, yaitu bahan-bahan hukum yang terikat dan terdiri dari:

a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
b. Ketetapan Menteri Perdagangan 103/KEP/BSN/11/2008.
c. SNI bernomor 7386 : 2008

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data relavan yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti, penulis memakai teknik pengumpulan data dengan cara:

a. *Interview* (wawancara) adalah tanya jawab yang dilakukan dengan seseorang untuk memperoleh informasi, data yang diperlukan antara peneliti. Dalam penelitian ini teknik wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab langsung dengan pihak-pihak terkait bagian produksi dan bagian kepala pemasaran sebagai responden, serta bagian legal officer dari pihak *handphone* beyond. Bentuk wawancara adalah bebas terpimpin dengan mempersiapkan terlebih dahulu pertanyaan sebagai pedoman dalam wawancara tersebut.

b. Studi Kepustakaan, khususnya di bidang hukum dilakukan dengan cara mencari, mempelajari dan mengumpulkan data sekunder yang berhubungan dengan objek penelitian. Adapun yang dimaksud dengan studi kepustakaan adalah penelitian dengan data yang diperoleh dari bahan pustaka dalam keadaan siap terbuat dan dapat dipergunakan dengan segera, bentuk dan isi data telah dibentuk dan diisi oleh peneliti-peneliti terdahulu, serta dapat diperoleh tanpa terikat atau dibatasi oleh waktu dan tempat.[19]

6. Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata data secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisis data deskriptif kualitatif yaitu suatu analisis data yang berpola menggambarkan apa yang ada di lapangan dan mengupayakan penggambaran data. Adapun tujuan yang hendak dicapai penulis dari penggunaan analisis deskriptif yaitu untuk mengupayakan suatu penelitian dengan cara

[19] Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, op.cit, hlm. 24

menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dari suatu peristiwa serta sifat-sifat tertentu.

Pada penelitian ini data primer dianalisis dengan metode kualitatif yaitu seleksi, dikelompokkan menurut kriteria tertentu ditafsirkan selanjutnya dipaparkan sehingga diperoleh gambaran dan pemahaman yang sistematis dan menyeluruh serta diperoleh kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang diteliti. Meskipun analisis kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini, namun penulis juga melakukan kuantifikasi sederhana terhadap data primer hasil penelitian lapangan yang semata mata diajukan untuk mempermudah di dalam melakukan penafsiran dan penilaian terhadap suatu data.

BAB II

TINJAUAN UMUM MENGENAI PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN LAYANAN SERVICE HANDPHONE PASCA TRANSAKSI

A. Perlindungan Konsumen

1. Asas Dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Secara harafiah, konsumen mempunyai pengertian sebagai pemakai barang dan jasa yang dihasilkan produsen, sedangkan produsen diartikan sebagai setiap penghasil barang dan jasa yang dikonsumsi oleh pihak lain atau orang lain.[20] Kata konsumen berasal dari bahasa Belanda, yaitu *konsument,* yang oleh para ahli hukum disepakati berarti sebagai pemakai terakhir dari benda dan jasa *(uitenindelijk gebruiker van gorden en diesten*) yang diserahkan oleh mereka kepada pengusaha (*ondernemer)*, jadi mereka yang mengkonsumsi untuk dijual kembali (pemakai perantara) tidak termasuk kelompok yang dikategorikan dalam pengertian konsumen.[21]

Perlindungan konsumen itu mendapatkan perhatian secara global mengingat di dalam konsideran resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/ 248 yang menyebutkan : *taking into account interest and consumers in all countries, particularly those in developing countries, recognizing that consumers often faces imbalances in economics terms, educational level, and bargaining power.*[22]

---

[20] W.J.S. Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989, hlm. 49

[21] Mariam Darus Badruszaman, *Perlindungan Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku.* Jakarta, Bina Cipta,1986, hlm. 17

[22] Agus Brotosusilo, 1992, Hak-*hak Produsen dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Majalah Hukum Dan Pembangunan*, edisi Oktober 1992, Jakarta, Fakultas Hukum UI, hlm. 18

Berdasarkan isi pasal dalam *Directive* Masyarakat Ekonomi Eropa yang mengedepankan konsep *Liability Without Fault* tersebut dapat diketahui bahwa pengertian konsumen adalah ditujukan kepada seseorang pribadi yang menderita kerugian, baik jiwa, kesehatan maupun harta benda, akibat pemakaian produk cacat untuk keperluan pribadinya. Atas kerugian yang diderita tersebut, konsumen dapat menuntut untuk diberikan kompensasi. Jadi dalam hal ini pengertian konsumen secara khusus hanya ditujukan kepada pemakai produk cacat untuk keperluan pribadi.[23] Di Indonesia, perlindungan konsumen secara jelas dan tegas baru dilakukan pada tahun 1999 dengan diundangkannya Undang-undang No 8 Tahun 1999.

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan "segala upaya yang menjamin adanya adanya kepastian hukum", diharapkan sebagai upaya benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

Meskipun Undang-undang ini disebut sebagai UUPK namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian, teristimewa karena keberadaan perekonomian nasional banyak ditentukan oleh para pelaku usaha.[24]

Kesewenang-wenangan akan mengakibatkan ketidakpastian hukum. Oleh karena itu, agar segala upaya memberikan jaminan akan kepastian hukum, ukurannya secara kualitatif ditentukan dalam UUPK dan undang-undang lainnya yang juga dimaksudkan dan masih berlaku untuk memberikan perlindungan

---

[23] Ibid, hlm. 36

[24] Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004

konsumen baik dalam Hukum Privat (Perdata) maupun hukum publik (Hukum Pidana dan Hukum Administrasi Negara). Keterlibatan berbagai disiplin ilmu sebagaimana dikemukakan di atas, memperjelas kedudukan Hukum Perlindungan Konsumen berada dalam kajian Hukum Ekonomi.

Setiap pekerjaan mempunyai tujuan, pada sisi lain bidang konsumen ini telah mengalami pertumbuhan seiring dengan semakin kompleksnya permasalahan yang dialami oleh konsumen, salah satu masalahnya adalah kerugian yang dialami konsumen akibat cacat dan berbahaya. Jika masalah perlindungan dengan konsumen itu mendasar pada adanya saling membutuhkan antara produsen dan konsumen dengan prinsip kesederajatan sama hak-hak konsumen menimbulkan kewajiban produsen maka sebenarnyalah produsen bertanggung jawab terhadap barang-barang yang dibeli dari produsen. Oleh karena itu selain peraturan perundang-undangan perlindungan hukum bagi konsumen mempunyai dua aspek yaitu:[25]

Cabang-cabang hukum publik yang berkaitan dan berpengaruh atas hukum konsumen umumnya adalah hukum administrasi, hukum pidana dan hukum internasional terutama konvensi-konvensi internasional yang berkaitan dengan praktik bisnis, maupun Resolusi PBB tentang perlindungan konsumen sepanjang telah diratifikasi oleh Indonesia sebagai salah satu anggota. Di antara cabang hukum ini, tampaknya yang paling berpengaruh pada hubungan dan masalah yang termasuk hukum konsumen atau perlindungan konsumen adalah hukum pidana dan hukum administrasi negara sebagaimana diketahui bahwa hukum publik pada

---

[25] Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, Jakarta, Rajawali, 1982, hlm. 70

pokoknya mengatur hubungan hukum antara instansi-instansi pemerintah dengan masyarakat, selagi instansi tersebut bertindak selaku penguasa.

Kewenangan mengawasi dan bertindak dalam penerapan hukum yang berlaku oleh aparat pemerintah yang diberikan wewenang untuk itu, sangat perlu bagi perlindungan konsumen. Berbagai instansi berdasarkan peraturan perundang-undangan tertentu diberikan kewenangan untuk menyelidiki, menyidik, menuntut, dan mengadili setiap perbuatan pidana yang memenuhi unsur-unsur dari norma-norma hukum yang berkaitan.

Penerapan norma-norma hukum pidana seperti yang termuat dalam KUHP atau di luar KUHP sepenuhnya diselenggarakan oleh alat-alat perlengkapan negara yang diberikan wewenang oleh Undang-undang untuk itu. KUHP No. 8 Tahun 1981 (LN 1981 No. 76) menetapkan setiap Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia berwenang untuk melakukan tindakan penyelidikan dan penyidikan atas suatu peristiwa yang diduga sebagai tindak pidana. Disamping itu pihak polisi, pegawai negeri sipil tertentu juga diberi wewenang khusus untuk melakukan tindak penyelidikan. Penerapan KUHP dan peraturan perundang-undangan lain yang berkaitan dengan tindak pidana oleh badan-badan tata usaha negara memang menguntungkan bagi perlindungan konsumen. Oleh karena itu keseluruhan proses perkara menjadi wewenang dan tanggung jawab pemerintah. Konsumen yang karena tindak pidana tersebut menderita kerugian, sangat terbantu dalam mengajukan gugatan perdata ganti ruginya. Berdasarkan hukum atau kenyataan beban pembuktian yang diatur dalam Pasal 1865 KUH Perdata sangat memberatkan konsumen. Oleh karena itu fungsi perlindungan sebagian kepentingan konsumen

penerapannya perlu mengeluarkan tenaga dan biaya untuk pembuktian peristiwa atau perbuatan melanggar hukum pelaku tindak pidana.[26]

Dalam hukum perdata yang lebih banyak digunakan atau berkaitan dengan asas-asas hukum mengenai hubungan atau masalah konsumen adalah buku ketiga tentang perikatan dan buku keempat mengenai pembuktian dan daluarsa. Buku ketiga memuat berbagai hubungan hukum konsumen. Seperti perikatan, baik yang terjadi berdasarkan perjanjian saja maupun yang lahir berdasarkan Undang-undang. Hubungan hukum konsumen adalah untuk memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, dan tidak berbuat sesuatu (Pasal 1234 KUH Perdata).[27]

Hubungan konsumen ini juga dapat kita lihat pada ketentuan Pasal 1313 sampai Pasal 1351 KUH Perdata. Pasal 1313 mengatur hubungan hukum secara sukarela di antara konsumen dan produsen, dengan mengadakan suatu perjanjian tertentu. Hubungan hukum ini menimbulkan hak dan kewajiban pada masing-masing pihak.

Perikatan karena Undang-undang atau akibat sesuatu perbuatan menimbulkan hak dan kewajiban tertentu bagi masing-masing pihak (ketentuan Pasal 1352 KUH Perdata). Selanjutnya di antara perikatan yang lahir karena Undang-Undang yang terpenting adalah ikatan yang terjadi karena akibat sesuatu perbuatan yang disebut juga dengan perbuatan melawan hukum (ketentuan Pasal 1365 KUH Perdata). Pertanggung jawaban perbuatan itu tidak saja merupakan perbuatan sendiri tetapi

---

[26] Permadi. 1986. *Pola Sikap Masyarakat terhadap Masalah Perlindungan Konsumen.* Jakarta, Bina Cipta, hlm. 20

[27] Harahap, M.Yahya, *Ruang Lingkup Permasalahan Eksekusi Bidang Perdata,* Edisi Kedua, Sinar Grafika, Jakarta, 2006

juga dari orang yang termasuk tanggung jawabnya seperti yang diatur pada Pasal 1367-1369 KUH Perdata.

Pembahasan dalam tulisan ini dibatasi pada aspek hukum privat/perdata dalam usaha perlindungan hukum terhadap konsumen. Perbuatan melawan hukum (*on rechtmatigedaad*) diatur dalam buku ketiga titel 3 Pasal 1365 sampai 1380 KUH Perdata, dan merupakan perikatan yang timbul dari Undang-undang. Perikatan dimaksud dalam hal ini adalah terjadi hubungan hukum antara konsumen dan produsen dalam bentuk jual beli yang melahirkan hak dan tanggung jawab bagi masing-masing pihak dan apabila salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya akan menimbulkan permasalahan dalam hubungan hukumnya.

Hukum Ekonomi yang dimaksudkan dalam hal ini adalah keseluruhan kaidah hukum administrasi negara yang membatasi hak-hak individu yang dilindungi dan dikembangkan oleh hukum perdata. Peraturan-peraturan seperti ini merupakan peraturan Hukum Administrasi Negara di bidang Ekonomi yang akhirnya dicakup dalam satu kategori sebagai *Droit Eqonomique.*[28]

Sunaryati Hartono mengatakan bahwa hukum ekonomi adalah seluruh peraturan dan pemikiran hukum mengenai cara-cara peningkatan dan pengembangan kehidupan ekonomi dan cara-cara pembagian hasil pembangunan ekonomi secara dan merata, sesuai dengan hak asasi manusia.[29]

Kemudian, pemerintah perlu mengontrol atau mengawasi penataan terhadap peraturan-peraturan tersebut. Sekedar membuat peraturan tanpa mengawasi

---

[28] Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 2

[29] Sunaryati Hartono, dikutip dari Sanusi Bintang dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis,* Bandung, Citra Aitya Bakti, 2000, hlm. 3

pelaksanaannya di lapangan tidaklah bermanfaat banyak. Yang paling penting adalah bagaimana produsen mentaati peraturan tersebut di dalam usahanya memproduksi dan mengedarkan produk-produknya. Dengan demikian, jangan sampai beredar ke masyarakat produk yang tidak memenuhi syarat standar, yang kemudian dapat merugikan konsumen dan konsumen pun merasa kecewa karena merasa dirugikan oleh pelaku usaha.

Berbicara tentang perlindungan konsumen sama halnya dengan membicarakan tanggung jawab produsen atau tanggung jawab produk, karena pada dasarnya tanggung jawab produsen yang dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada para konsumen. Dengan demikian, di bawah ini akan dikemukakan pula pengertian tanggung jawab produk.

Tanggung jawab produk adalah terjemahan dari istilah asing, yaitu : *product (s) liability; produkt (en) aansprakelijkheid*; sekalipun ada yang lebih tepat terjemahan sebagai " tanggung jawab produsen ", yakni istilah Jerman yang sering digunakan dalam kepustakaan, yakni *produzenten-haftung*.[30]

Untuk pengertian tanggung jawab produk, di bawah ini akan dikemukakan pendapat Agnes M. Toar, sebagai berikut, "tanggung jawab produk adalah tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan / menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat

---

[30] Agnes M. Toar, *Penyalahgunaan Keadaan dan Tanggung Jawab atas produk di Indonesia*, Makalah Disajikan Dalam Seminar Dua hari tentang Pertanggungan Jawab Produk dan Kontrak Bangunan yang Diselenggarakan oleh Yayasan Pusat Pengkajian Indonesia Bekerjasama denga Badan Pembinaan Hukum Nasional, Jakarta, 25-26 Agustus, 1998, hlm 6

pada produk tersebut.[31]

Dalam ketentuan Pasal 2 UUPK yang isinya menyatakan bahwa perlindungan konsumen berasaskan asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Oleh karena itu perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu;

1. Asas manfaat;
2. Asas keadilan;
3. Asas keseimbangan;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen;
5. Asas kepastian hukum;

Berikut ini merupakan penjelasan dari masing-masing asas-asas dalam Perlindungan konsumen di atas:

a. Asas manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, produsen dan konsumen apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum

[31] Agnes M. Toar, (1989), *op. cit.*, hlm. 2-3. kata Penggunaan kata tanggung jawab (bukan tanggung gugat) serta cacad (bukan cacat) pada pengertian tanggung jawab produk, karena dikutip sesuai pendapat Agnes M Toar

perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.

b. Asas keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan dapat memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya.

c. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari peraturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, produsen dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajiban masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak ada dalam salah satu pihak yang mendapat perlindungan atas kepentingan yang lebih besar dari pihak lain sebagai komponen bangsa dan negara.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memeberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan kepastian hukum bahwa konsumen akan memeperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi dan sebaliknya bahwa produk yang dikonsumsi tersebut tidak akan mengancam ketentraman jiwa dan harta bendanya.

e. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Achmad Ali mengatakan masing-masing Undang-Undang memiliki tujuan khusus.[32] Hal ini juga tampak pada pengaturan Pasal 3 UUPK, yang mengatur tujuan khusus perlindungan konsumen, sekaligus membedakan dengan tujuan umum sebagaimana dikemukakan berkenaan dengan ketentuan Pasal 2 di atas. Adapun tujuan dari perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

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

[32] Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Chandra Pratama, Jakarta, 1996, hlm. 95-96

Pasal 3 UUPK ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 sebelumnya, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.

Keenam tujuan khusus perlindungan konsumen yang disebutkan di atas bila dikelompokkan ke dalam tiga tujuan hukum secara umum, maka tujuan hukum untuk mendapatkan keadilan terlihat dalam rumusan huruf c, dan huruf e. Semetara tujuan untuk memberikan kemanfaatan dapat terlihat dalam rumusan huruf a, dan b, termasuk huruf c, dan d, serta huruf f. Terakhir tujuan khusus yang diarahkan untuk tujuan kepastian hukum terlihat dalam rumusan huruf d.

Pengelompokan ini tidak berlaku mutlak, oleh karena seperti yang dapat di lihat dalam rumusan pada huruf a samapai huruf f terdapat tujuan yang dapat dikualifuikasikan sebagai tujuan ganda.

Kesulitan memenuhi ketiga tujuan hukum (umum) sekaligus sebagaimana dikemukakan sebelumnya, menjadikan sejumlah tujuan khusus dalam huruf a sampai huruf f dari Pasal 3 tersebut hanya dapat tercapai secara maksimal apabila didukung oleh keseluruhan subsistem perlindungan yang diatur dalam undang-undang ini, tanpa mengabaikan fasilitas penunjang dan kondisi masyarakat. Unsur masyarakat sebagaimana dikemukakan berhubungan dengan persoalan kesadaran hukum dan ketaatan hukum, yang seterusnya menentukan efektivitas UUPK, sebagaimana dikemuikakan oleh Achmad Ali bahwa

kesadaran hukum, ketaatan hukum, dan efektivitas perundang-undangan adalah tiga unsur yang saling berhubungan.[33]

2. Hak Dan Kewajiban Konsumen

Pembangunan dan perkembangan perekonomian di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/ atau jasa yang dapat dikonsumsi. Ditambah globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi kiranya memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/ atau jasa.

Akibatnya barang dan/ atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kondisi seperti ini di satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan/ atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar, karena adanya kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/ atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Tetapi di sisi lain, dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen. Berkenaan dengan pertimbangan tersebut, maka perlu juga diketengahkan apa yang menjadi hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, sebagai berikut:

---

[33] Achmad Ali, *Menjelajahi Kajian Empiris terhadap Hukum,* Yarsif Watampone, Jakarta, 1998, hlm. 191

Untuk itu maka telah diatur di dalam Pasal 4 UUPK secara terperinci hak dan kewajiban konsumen. Adapun hak dan kewajiban konsumen tersebut adalah:

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

Memperhatikan hak-hak yang disebutkan di atas maka secara keseluruhan pada dasarnya dikenal 10 macam hak konsumen, yaitu sebagai berikut:

1) **Hak atas keamanan dan keselamatan;**

Hak atas keamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang dan atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengkonsumsi suatu produk.

2) **Hak untuk memperolah informasi;**

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadai informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi yaitu karena cacat informasi yang tidak memadai. Informasi yang merupakan hak konsumen di antarnya adalah mengenai manfaat kegunaan produk, efek samping atas kegunaan produk, tanggal kadaluarsa, serta identitas produsen dari produk tersebut. Informasi tersebut dapat disampingkan secara lisan, maupun secara tertulis baik yang dicantumkan pada label yang melekat pada kemasan produk, maupun melalui iklan-iklan yang disampaikan oleh produsen, baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Informasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiaannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi

kebutuhannya.[34]Dengan demikian pemenuhan hak ini akan menguntungkan bagi konsumen ataupun produsen.

3) Hak untuk memilih;

Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak memilih ini konsumen berhak memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk. Demikian pula keputusan untuk memilih baik kualitas maupun kuantitas jenis produk yang dipilihnya.

Hak memilih yang dimiliki oleh konsumen ini hanya ada jika ada alternatif pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika suatu produk dikuasai secara monopoli oleh suatu produsen atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain (baik barang ataupun jasa), maka dengan sendirinya hak untuk memilih ini tidak akan berfungsi.

4) Hak untuk didengar;

Hak untuk didengar merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, ataukah berupa pengaduan atas adanya kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu produk, atau yang berupa pernyataan atau pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan

---

[34] James F. Engel, et al., *Consumer Behavior*, Fith Edition, The Dryden Press, New York, hlm. 593

konsumen. Hak ini dapat disampaikan secara perorangan, maupun secara kolektif, baik yang disampaikan langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu.

5) Hak untuk memeperoleh kebutuhan hidup;

Hak ini merupakan hak yang sangat mendasar, karena menyangkut hak untuk hidup. Dengan demikian, setiap orang berhak untuk memperoleh kebutuhan dasar (barang atau jasa) untuk mempertahankan hidupnya (secara layak). Hak-hak ini terutama yang berupa hak atas pangan, sandang, papan, serta hak-hak lainnya yang berupa hak untuk memperoleh pendidikan, kesehatan dan lain-lain.

6) Hak untuk memperoleh ganti rugi;

Hak atas ganti kerugian ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini sangat terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen menyangkut diri (sakit, cacat bahkan kematian) konsumen. Untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.

7) Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen;

Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen ini dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan maupun ketrampilan yang diperlukan agar dapat terhindar dari kerugian akibat penggunaan produk, karena dengan karena

dengan pendidikan konsumen tersebut, konsumen akan dapat menjadi lebih kritis dan teliti dalam memilih suatu produk yang dibutuhkan.

8) Hak memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat;

Hak atas lingkungan yang bersih dan sehat ini sangat penting bagi setiap konsumen dan lingkungan. Hak untuk memperoleh lingkungan bersih dan sehat serta hak untuk memperoleh informasi tentang lingkungan ini diatur di dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997.

9) Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya;

Hak ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat permainan harga secara tidak wajar. Konsumen dapat saja membayar harga suatu barang yang jauh lebih tinggi dari pada kegunaan atau kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang diperolehnya.

Penegakan hak konsumen ini didukung pula ketentuan dalam Pasal 5 ayat (1) dan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat. Ketentuan di dalam Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan persaingan Usaha tidak Sehat, menetukan bahwa:

"Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama."

Sedangkan Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan persaingan Usaha tidak Sehat, menentukan bahwa:

"Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama."

10) Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut;

Hak ini tentu saja dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah dirugikan akibat penggunaan produk, dengan melalui jalur hukum.

Sepuluh hak konsumen, yang merupakan himpunan dari berbagai pendapat tersebut di atas hampir semuanya sama dengan hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam Pasal 4 UUPK, sebagaimana dikutip sebelumnya.

Bagaimanapun ragamnya rumusan hak-hak konsumen yang telah dikemukakan, namun secara garis besar dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:[35]

1. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta benda kekayaan;
2. Hak untuk memperoleh barang dan/ atau jasa dengan harga yang wajar; dan
3. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi;

Oleh karena ketiga hak atau prinsip dasar tersebut merupakan himpunan berberapa hak konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK, maka hal tersebut

---

[35] Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000, hlm. 140

sangat esensial bagi konsumen, sehingga dapat dijadikan prinsip perlindungan hukum konsumen di Indonesia.

Apabila konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak-hak konsumen yang disebutkan di atas harus dipenuhi, baik oleh pemerintah maupun oleh produsen, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek. Selain hak yang dimiliki oleh konsumen, konsumen juga memiliki kewajiban, adapun kewajiban konsumen sebagaimana terdapat dalam Pasal 5 UUPK tersebut adalah:

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

Adanya kewajiban seperti ini diatur dalam UUPK dianggap tepat, sebab kewajiban ini adalah untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak ini akan menjadi lebih mudah jika konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa secara patut. Hanya saja kewajiban konsumen ini, tidak cukup untuk maksud tersebut jika tidak diikuti oleh kewajiban yang sama dari pihak pelaku usaha.

Salah satu struktur dalam sistem hukum perlindungan yang diperkenalkan dalam UUPK adalah Badan Perlindungan Konsumen Nasional. Lembaga tersebut mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Hal ini menggambarkan bahwa Badan Perlindungan Konsumen memiliki kewenangan yang terbatas, dan tidak memiliki kewenangan untuk mengatur atau fungsi regulasi. Kedudukan yang demikian, menimbulkan keraguan peran dari lembaga tersebut dalam upaya memperbaiki tingkat perlindungan konsumen di Indonesia.[36]

3. Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam kegiatan menjalankan usaha, undang-undang memberikan sejumlah hak dan membebankan sejumlah kewajiban dan larangan pada produsen. Pengaturan tentang hak, kewajiban dan larangan itu dimaksudkan untuk menciptakan hubungan yang sehat antara produsen dan konsumen, sekaligus menciptakan iklim berusaha yang kondusif bagi perkembangan usaha dan perekonomian pada umumnya.

Adapun hak pelaku usaha yang diatur oleh Pasal 6 UUPK adalah:

1. Hak menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diperdagangkan;

2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

---

[36] Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen : Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Disertasi Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, 2004, hlm. 300

3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam menyelesaikan 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 peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak pelaku usaha menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umunya atas barang dan/ atau jasa yang sama. Dalam praktek yang biasanya terjadi suatu barang dan/ atau jasa yang kualitasnya lebih rendah dari pada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah.

Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar. Menyangkut hak pelaku usaha yang tersebut di atas pada angka 2,3, dan 4 sesungguhnya merupakan hak-hak yang lebih banyak berhubungan dengan pihak aparat pemerintah dan/ atau badan penyelesaian sengketa konsumen. Melalui hak-hak tersebut diharapkan perlindungan konsumen secara berlebihan hingga mengabaikan kepentingan pelaku usaha dapat dihindari.

Satu-satunya yang berhubungan dengan kewajiban konsumen atas hak-hak pelaku usaha yang disebutkan pada angka 2 dan 3 tersebut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa sebagaimana diuraikan sebelumnya.

Tampak bahwa pokok-pokok hak dari produsen atau pelaku usaha adalah menerima pembayaran, mendapat perlindungan hukum, melakukan pembelaan diri, rehabilitasi nama baik, dan hak-hak lainnya menurut Undang-Undamg. Selain mengatur tentang hak pelaku usaha UUPK juga mengatur tentang kewajiban bagi pelaku usaha. Adapun kewajiban pelaku usaha dalam menjalankan usaha dan menjamin perlindungan konsumen sebagaimana dalam Pasal 7 UUPK yaitu:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha;
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 jujur dan benar 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 konsumen tidak sesuai yang diperjanjikan;

Dengan demikian pokok-pokok kewajiban produsen atau pelaku usaha adalah itikad baik dalam menjalankan usahanya, memberikan informasi, memperlakukan konsumen dengan cara yang sama, menjamin produknya, memberi kesempatan bagi konsumen untuk menguji, dan memberi kompensasi jika konsumen dirugikan.

Jika dibandingkan dengan hak dan kewajiban konsumen yang diatur dalam Pasal 4 dan Pasal 5 UUPK, tampak bahwa hak dan kewajiban produsen bertimbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Artinya apa yang menjadi hak dan kewajiban dari konsumen merupakan kewajiban produsen untuk memenuhinya, dan sebaliknya apa yang menjadi hak produsen adalah kewajiban konsumen.

Kalau dibandingkan dengan hak dan kewajiban penjual dalam jual beli menurut KUH Perdata sebagaimana diatur dalam Pasal 1478 dan seterusnya, tampak bahwa ketentuan KUH Perdata itu lebih sempit dari pada ketentuan UUPK. Ini tidak lain karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen memandang produsen atau pelaku usaha lebih dari sekedar penjual. Produsen juga mempunyai kewajiban dalam menciptakan iklim berusaha yang sehat yang pada akhirnya ikut bertanggung jawab dalam pembangunan ekonomi secara umum.[37]

---

[37] Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung 2006, hlm. 2

4. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Seperti diketahui bahwa UUPK menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain adalah mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk makasud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakain barang dan/ atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Untuk melindungi pihak konsumen dari ketidakadilan, UUPK menentukan larangan-larangan kepada pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Larangan-larangan tersebut sebagaimana tercantum dalam Bab 4 Pasal 8 UUPK adalah:

a. Larangan bagi pelaku usaha berhubungan dengan barang dan/ atau jasa yang diperdagangkannya adalah sebagai berikut:
    1. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
    2. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
    3. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
    4. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/ atau jasa tersebut;
    5. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

6. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/ atau jasa tersebut;
7. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
8. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
9. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang atau dibuat;
10. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
11. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
12. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

b. Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan kegiatan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/ atau jasa secara tidak benar dan atau seolah-olah :

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

c. Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan kegiatan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/ atau jasa secara tidak benar dan menyesatkan mengenai:
   1. harga atau tarif suatu barang dan/ atau jasa;
   2. kegunaan suatu barang dan/ atau jasa;

3. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
4. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
5. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa;

d. Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan penjual melalui cara obral atau lelang yang mengelabuhi atau menyesatkan konsumen dengan:
   1. menyatakan barang dan/ atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
   2. menyatakan barang dan/ atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
   3. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
   4. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/ atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
   5. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
   6. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral;

e. Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan kegiatan mempromosikan, atau mengiklankan dengan jumlah tertentu.

Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan kegiatan menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/ atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tidak

bermaksud untuk melaksanakannnya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawar, dipromosikan, atau diiklankan.

f. Larangan bagi pelaku usaha untuk berhubungan dengan kegiatan menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan dengan janji. Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan kegiatan menawarkan, mempromosikan , mengiklankan suatu barang dan/ atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang diijanjikan.

g. Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan kegiatan menawarkan secara paksa. Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan kegiatan menawarkan barang dan/ atau jasa dengan cara pemaksaan atau cara lain yang menimbulkan gangguan fisik maupun psikis terhadap konsumen.

h. Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan kegiatan menawarkan barang secara terpisah, larangan bagi pelaku usaha yang menawarkan barang dan/ jasa melalui pemesanan, karean tidak menepati pesanan dan atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjiakan atau tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan atu prestasi.

i. Larangan bagi pelaku usaha yang berhubungan dengan usaha periklanan yang berupa:

   1. mengelabuhi konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/catau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
   2. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/ atau jasa;

3. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
4. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/ atau jasa;
5. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
6. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Dengan adanya larangan-larangan yang diatur di dalam UUPK maka diharapkan produsen akan lebih hati-hati dalam melaksanakan kegiatan usahanya, sehingga akan dihasilkan produk barang dan atau jasa yang sesuai dengan yang diharapkan.

B. Penanganan Layanan Pasca Transaksi/Garansi

1. Pengertian Layanan Pasca Transaksi/Garansi

Garansi (*warranty*) adalah suatu perjanjian krontraktual yang mengharuskan produsen untuk memperbaiki atau mengganti produk yang mengalami kerusakan selama masa garansi. Baik konsumen maupun produsen mendapatkan manfaat dari garansi. Bagi konsumen, garansi melindungi dari membeli produk yang cacat, dan bagi produsen, garansi membatasi klaim yang tidak rasional dari konsumen. Disamping itu, produsen dapat memanfaatkan garansi sebagai alat promosi yang efektif karena produk dengan masa garansi yang lebih lama memberikan sinyal kepada konsumen bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang lebih baik. Namun, memberikan garansi berarti tambahan ongkos (disebut ongkos garansi)

bagi produsen. Ongkos garansi berkisar 2-10% dari harga produk. Untuk suatu perusahaan otomotif di Indonesia, ongkos garansi yang harus ditanggung dapat mencapai 50-100 milyar rupiah per tahun. Dengan demikian, gagal dalam mengelola garansi secara efektif dapat berakibat bukan saja ongkos garansi yang tidak terkendali tapi juga berdampak pada ketidakpuasan konsumen dan kehilangan penjualan. Dan ini kemudian berdampak pada penurunan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Pengelolaan garansi produk, awalnya, hanya melibatkan aspek teknikal seperti desain produk, proses manufaktur dan pemeliharaan yang memengaruhi keandalan produk. Namun, kemudian perlu juga mempertimbangkan aspek komersial (yang meliputi pemasaran dan pelayanan purna-jual), karena garansi produk dapat digunakan sebagai alat promosi yang efektif. Dengan demikian, diperlukan pendekatan komprehensif untuk mengelola garansi produk yang efektif, yang melibatkan aspek teknikal dan komersial. Pada makalah ini, dibahas pengelolaan garansi yang tidak saja untuk penurunan ongkos garansi, tapi juga untuk meningkatkan kepuasan konsumen, citra produk, dan akhirnya penjualan perusahaan. Disamping itu, juga dibahas perkembangan manajemen garansi di Indonesia yang umumnya masih pada tahap I, masih bersifat reaktif, lebih memfokuskan pada pemrosesan klaim garansi dan penyelesaian permasalahan yang muncul akibat dari garansi. Perusahaan belum banyak menggunakan garansi sebagai an offensive tool dalam pemasaran produk. Kebanyakan perusahaan menawarkan garansi untuk memenuhi persyaratan memasuki suatu pasar (atau digunakan sebagai *a deffensive tool*).

Sekarang ini, produsen yang memproduksi durable products seperti produk otomotif, produk elektronik, mesin/peralatan, menjual produk tersebut dengan garansi. Garansi (*warranty*) adalah suatu perjanjian krontraktual (*contractual agreement)* yang mengharuskan produsen untuk merektifikasi (memperbaiki atau mengganti) produk yang mengalami kerusakan selama masa garansi. Umumnya perbaikan produk rusak tidak dikenakan biaya kepada konsumen. Untuk garansi tertentu, rektifikasi mengharuskan pengembalian uang (money back) sebagian atau 100% dari harga jual kepada konsumen.

Sangat sulit untuk mengetahui kapan tepatnya garansi pertama kali dikenalkan. Namun, jika garansi dipandang sebagai liabilitas produk (pertanggung-jawaban produsen), maka pada zaman Raja Babilonia, Hammurabi pada tahun 1800 sebelum Masehi, ditemukan undang-undang yang memberikan hukuman keras untuk craftmen yang terbukti melakukan kesalahan sehingga menghasilkan produk cacat (Blischke dan Murthy, 1994). Di Amerika, undang-undang yang berhubungan dengan garansi produk terdapat dalam The Magnuson-Moss Act dan Uniform Commercial Code (UCC) yang efektif sejak tahun 1975. Sejak saat itu, hak konsumen untuk mendapatkan produk yang baik dalam transaksi pembelian produk dilindungi oleh undang-undang, karena undang-undang tersebut mengharuskan produsen memberikan garansi untuk durable products yang harganya lebih dari $15. Dengan demikian, aturan umum yang sebelumnya berlaku yaitu caveat emptor *(let the buyer beware*) atau konsumen harus waspada dalam memilih produk agar terhidar dari membeli produk cacat, berubah menjadi let the manufacturer beware karena produsen wajib untuk mengganti dengan yang baru atau memperbaikinya

(merektifikasi) jika produk rusak selama masa garansi dan kerusakan bukan karena kesalahan pakai (*missuse*). Di Indonesia, undang-undang yang melindungi hak konsumen terdapat pada Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dengan undang-undang ini, produsen/pelaku usaha yang memproduksi produk/barang yang umur pakainya 1 (satu) tahun atau lebih, wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual serta memberikan garansi.

Garansi, pada kenyataannya, tidak saja memberikan manfaat kepada konsumen tetapi juga kepada produsen. Bagi konsumen, garansi melindungi dari membeli produk yang cacat, dan bagi produsen, garansi membatasi klaim yang tidak rasional dari konsumen. Disamping itu, produsen juga dapat memanfaatkan garansi sebagai alat promosi yang efektif untuk produknya, karena produk dengan masa garansi yang lebih lama memberikan sinyal kepada konsumen bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang lebih baik.

Memperhatikan penjelasan di atas, garansi memiliki 2 peranan penting yaitu (1) sebagai instrumen untuk melidungi konsumen dari membeli produk cacat dan juga melindungi produsen dari klaim konsumen yang tidak masuk akal, serta (2) sebagai alat promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk.

Untuk produk baru, konsumen umumnya ragu terhadap kinerja produk tersebut. Pada konteks ini, garansi memainkan peranan penting dalam memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk akan berfungsi sesuai dengan yang dijanjikan.

Sekarang ini, dengan berkembangnya kompleksitas dari produk, maka sangat sulit bagi konsumen untuk mengevaluasi mutu produk pada saat membeli. Jenis

produk yang sebanding dari produsen yang berbeda sangat sulit dibedakan kualitasnya, sebagai contoh, TV, komputer, telepon genggam, dan lain-lain. Apabila produk sejenis dengan merek berbeda sangat sulit dibedakan, maka faktor-faktor purna jual, garansi, ketersediaan dan ongkos suku cadang, layanan, pemeliharaan, dan lain-lain menjadi penentu bagi konsumen dalam memilih produk (Lele dan Karmarkar, 1983).

Namun, menawarkan produk dengan garansi berarti tambahan ongkos bagi produsen, karena harus memperbaiki produk rusak (atau disebut layanan garansi) selama masa garansi. Ongkos garansi ini membebani produsen secara signifikan dengan sebaran ongkos 1,5-3% dari total penjualan (Blischke dan Murthy, 1994). Sebagai contoh, industri otomotif di Amerika Utara mengeluarkan 10 milyar dollar (100 triliyun rupiah) untuk pelayanan garansi per tahun (Roehm, 2003). Sekarang ini di Eropa, belum pernah terjadi sebelumnya, garansi telah menjadi salah satu tantangan besar bagi manajemen perusahaan, karena ongkos garansi yang semakin besar (dapat mencapai 10 juta euro per tahun (120 milyar rupiah) untuk satu produsen produk elektronik di Eropa) dan meningkatnya ketidakpuasan konsumen terhadap layanan garansi (Thomann, 2005).

2. Jenis Layanan Garansi

Jenis garansi dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu garansi satu dimensi, garansi dua dimensi, dan garansi tambahan (extended warranty).

a. Garansi Satu Dimensi

Kebijakan garansi satu dimensi dikarakteristikkan oleh satu atribut, yaitu umur produk atau pemakaian. Sebagai contoh, sebuah TV digaransi selama satu

tahun. Jenis garansi ini dibagi ke dalam dua kategori utama yaitu *Free Replacement Warranty* (FRW) dan *Pro Rata Warranty (*PRW).

Pada FRW, perbaikan produk yang mengalami kerusakan selama masa garansi tanpa dikenakan biaya kepada konsumen. Sedangkan, pada PRW, produk baru sebagai pengganti dari produk yang rusak dalam masa garansi diberikan dengan harga diskon. Atau konsumen harus mengeluarkan sejumlah uang (yang besarnya proporsional terhadap sisa masa garansi pada saat produk rusak) untuk mendapatkan produk baru. FRW cocok diterapkan untuk produk yang dapat direparasi, misalnya komputer, sedangkan PRW tepat untuk produk yang tidak dapat direparasi, misalnya ban mobil. Penelitian untuk garansi sederhana ini telah banyak dilakukan dan kajian dapat dilihat pada Blischke dan Murthy (1994).

b. Garansi Dua Dimensi

Kebijakan garansi dua dimensi dikarakteristikkan oleh dua atribut (dimensi), di mana satu dimensi menjelaskan batas umur dan dimensi yang lainnya penggunaan. Garansi dua dimensi banyak ditawarkan untuk produk otomotif, pesawat terbang, dan lain-lain. Sebagai contoh, sebuah mobil atau sepeda motor diberi garansi satu tahun atau 12.000 km, tergantung yang mana yang berakhir lebih dahulu. Penelitian dalam garansi dua dimensi belum banyak dilakukan dan berikut ini adalah sebagian riset dalam bidang ini: Iskandar (1992); Iskandar, Murthy dan Wilson (1994); Murthy, Iskandar dan Wilson (1995); Iskandar, Murthy, dan Jack (2005).

c. Garansi Tambahan (*Extended Warranty*)

Beberapa tahun terakhir ini, produsen menawarkan garansi tambahan *(extended warranty)*. Sebagai contoh, banyak dealer yang menawarkan penjualan mobil dengan garansi tambahan setelah masa garansi dasar (base warranty) berakhir, misalnya perpanjangan waktu garansi satu tahun. Hal serupa untuk produk elektronik, di mana pembeli dapat mengajukan garansi tambahan, misalnya satu sampai dua tahun. Garansi dapat diperpanjang dengan melakukan kontrak kesepakatan baru tetapi konsumen harus mengeluarkan sejumlah uang atau membeli jasa ini. Garansi tambahan ini merupakan pilihan bagi konsumen untuk memperpanjang atau tidak, atau sifatnya tidak diwajibkan. Garansi tambahan dapat ditawarkan oleh produsen maupun pihak ketiga. Garansi tambahan mirip dengan service contract di mana ada pihak luar (produsen atau pihak ketiga) yang sanggup merawat produk untuk periode tertentu berdasarkan kontrak dengan pemilik produk (Padmanabhan dan Rao, 1993).

Bagi produsen, garansi tambahan memberikan layanan purna jual kepada konsumen yang tidak terbatas pada masa garansi tetapi juga di luar garansi. Layanan purna jual yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfication*) yang tinggi, sehingga akan menambah loyalitas konsumen terhadap produk. Dan ini dapat digunakan sebagai alat promosi yang efektif untuk memenangkan persaingan dengan produk yang sejenis.

Penawaran ongkos yang relatif murah dan garansi tambahan yang menguntungkan konsumen membuat jasa garansi tambahan menjadi suatu produk yang menarik bagi konsumen. Dan ini membuka peluang bisnis untuk memberikan jasa garansi tambahan oleh pihak ketiga.

BAB III

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS LAYANAN *SERVICE CENTER* PASCA TRANSAKSI DI *HANDPHONE* BEYOND

A. Konsep Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Layanan *Service Center* Pasca Transaksi

Perlindungan hukum terhadap konsumen adalah peraturan yang melindungi hak-hak konsumen pasca transaksi. Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan manusia, oleh karenanya menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah.[38]

Konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh melalui cara lain seperti pemberian, hadiah dan undangan.[39]

Konsep Perlindungan Hukum terhadap konsumen adalah konsumen memperoleh hak-hak konsumen berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku pada pasca transaksi.

Dalam memilih suatu produk *handphone,* tentunya konsumen dapat melihat isi perjanjian dari garansi karena garansi pada *handphone* menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk membeli produk *handphone* merek tertentu. Garansi

---

[38] Husni Syawali dan Neni S M, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 7

[39] Inosentius Samsul, *Op.Cit*, hlm. 34

adalah surat keterangan dari suatu produk bahwa pihak produsen menjamin produk tersebut bebas dari kesalahan pekerja dan kegagalan bahan. Hal ini bertujuan memberikan kepercayaan kepada konsumen yang memakai produknya. Garansi tersebut biasanya dilampirkan dalam suatu bentuk standar baku kartu garansi yang akan didapatkan kosumen ketika membeli *handphone* tersebut. Kartu garansi dapat secara langsung diperoleh oleh konsumen ketika konsumen membeli *handphone* tersebut.

Ketentuan tentang hal-hal yang harus dimuat dalam kartu garansi diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 547.MPP/Kep/7/2002 tentang Pedoman Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (*manual book*) dan Kartu Jaminan/Garansi dalam bahasa Indonesia bagi produk Teknologi Informasi dan Elektronika. Untuk itu, setiap produk teknologi informasi dan atau elektronika yang beredar di pasar wajib dilengkapi dengan Kartu Jaminan/Garansi dalam bahasa Indonesia. Kewajiban dalam bahasa Indonesia dapat ditambah dengan bahasa asing sesuai kebutuhan. Kartu Jaminan/Garansi berlaku sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun. Berdasarkan KepMenPerindag No. 547.MPP/Kep/7/2002 ditentukan bahwa Kartu Jaminan/Garansi sekurang-kurangnya harus memuat ketentuan mengenai biaya perbaikan gratis selama masa garansi dan jaminan ketersediaan suku cadang.

Dalam praktiknya, pada setiap pembelian satu unit *handphone*, konsumen tersebut mendapatkan satu set *charger*, buku petunjuk manual pemakaian, kartu garansi, dan aksesoris pendukung lainnya. Kartu garansi yang terlampir tersebut, pada umumnya diterbitkan oleh produsen negara di mana *handphone* tersebut

dipasarkan. Salah satu jenis atau merek *handphone* yang akan dijadikan objek penelitian tentang pemberian garansi dan memiliki gerai khusus yang dinamai dengan "*Nokia Care*" yang memberikan pelayanan garansi selama masa garansi 1 (satu) tahun adalah *handphone* dengan merek *Nokia* yang beredar di Indonesia memperoleh garansi resmi yang diterbitkan oleh *Nokia* Indonesia.

Untuk mendapatkan kepastian hukum atas upaya yang menjamin perlindungan konsumen selain KepMenPerindag No. 547.MPP/Kep/7/2002 yang mengatur tentang kartu garansi pada produk *handphone*, maka UUPK dapat dijadikan pedoman dalam menangani mengenai masalah perlindungan konsumen khususnya perlindungan bagi hak-hak konsumen termasuk hak-hak konsumen atas pembelian dan penggunaan *handphone*.

Setiap konsumen yang membeli suatu produk *handphone* akan mendapatkan kartu garansi resmi yang mememuat hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha atas suatu produk *handphone*. Hak-hak konsumen yang termuat dalam kartu garansi antara lain meliputi hak untuk mendapatkan masa perbaikan selama 1 (satu) tahun, hak untuk mendapatkan ganti baterai selama 6 (enam) bulan, konsumen tidak dikenai biaya, produk yang diperbaiki akan dijamin selama sisa masa garansi, hak untuk memperoleh ganti rugi dan hak untuk memperoleh informasi. Untuk itu, konsumen dapat mengajukan klaim kepada pihak pelaku usaha *handphone* bila terjadi kerusakan terhadap produk *handphone* yang telah dibelinya. Hal tersebut berdasarkan hak-haknya yang tercantum di dalam kartu garansi tersebut dan beberapa hal yang dikecualikan sebagai hal-hal yang membatalkan garansi tersebut juga dijelaskan pula dalam kartu garansi dan seluruh hak-hak konsumen yang

tercantum di dalam kartu garansi dan hak-hak konsumen yang telah diatur secara umum pada Pasal 4 UUPK.

Untuk uraian berikut, peneliti mendeskripsikan mengenai pola transaksi kosumen dalam pengajuan keluhan pada layanan *service center* serta pola dalam penanganan keluhan yang didasarkan pada jenis keluhan para konsumen di *handphone* beyond.

Dalam pola transaksi konsumen pada layanan *service center* terdapat adanya pelayanan purna jual yang dimaksud oleh *handphone* beyond adalah layanan yang didapatkan oleh setelah pembelian berlangsung. Pada proses pembelian maka mendapatkan informasi mengenai kualitas serta jenis layanan dari produk bersangkutan. Setelah proses transaksi jual beli maka mendapatkan kartu garansi. Kartu garansi tersebut harus diisi oleh yang kemudian dikirimkan ke *service center* terdekat sebagai bentuk pemberitahuan. Dalam kartu garansi memuat mengenai ruang lingkup pelayanan purna jual serta pola pengajuan layanan purna jual. Ruang lingkup pelayanan purna jual yang dimaksud adalah batas-batas tanggung jawab penjual meliputi : kerusakan barang merupakan kesalahan pemakaian oleh pembeli, nomor seri barang telah hilang, rusak, atau telah dirubah, barang pernah dibuka atau dicoba dibuka oleh pembeli sendiri.

Mekanisme pengajuan yang umumnya dilakukan adalah dengan melakukan aduan melalui *customer service. Customer service* adalah layanan pengaduan secara personal yang disediakan di setiap cabang *handphone* beyond tapi, teknis penyelesaiannya bergantung pada permasalahan yang dihadapi. Pola penyelesaian

masalah dalam pengajuan layanan purna jual *handphone* beyond bergantung pada bagian yang membawahinya. Jadi, akan diselesaikan masing-masing unit.

Bentuk pengajuan pola layanan purna jual melalui *customer service* oleh konsumen dianggap menempuh jalur yang lambat dan berbelit-belit. Pengaduan yang tidak dapat diselesaikan oleh cabang, dan memerlukan investigasi lebih lanjut maka akan diselesaikan oleh unit khusus yang bertugas menyelesaikan pengaduan konsumen, yakni unit *customer care center handphone* beyond pusat (Jakarta). Selanjutnya unit *customer care center handphone* beyond cabang akan memberikan pemberitahuan tertulis mengenai penyelesaian pengaduan tersebut kepada konsumen.

Pengaduan secara lisan harus diselesaikan dalam waktu 2 (dua) hari kerja. Apabila pengaduan lisan tersebut tidak dapat diselesaikan dalam 2 (dua) hari kerja, maka *customer care center handphone* beyond cabang wajib meminta untuk mengajukan pengaduan tertulis, yang dilengkapi dengan fotocopy identitas dan dokumen pendukung lainnya dari konsumen. Dalam waktu paling lambat 20 (dua puluh) hari kerja, *customer care center handphone* beyond cabang diwajibkan menyelesaikan pengaduan konsumen yang diajukan secara tertulis, terhitung sejak tanggal yang tertera pada bukti pengaduan konsumen. *customer care center handphone* beyond cabang diberi kesempatan untuk memperpanjang waktu penyelesaian selama 20 (dua puluh) hari kerja. Perpanjangan waktu tersebut harus disampaikan secara tertulis kepada konsumen.

Pada kenyataannya pola tersebut tidak dijalankan seluruhnya oleh *customer care center handphone* beyond cabang. Kondisi tersebut juga berlaku di *customer*

care center handphone beyond cabang Yogyakarta. Hal ini yang kemudian menimbulkan potensi pelanggaran terhadap perlindungan konsumen dalam layanan purna jual oleh *handphone* beyond *customer care center handphone* beyond cabang Yogyakarta.

Secara umum berdasarkan hasil wawancara diketahui adanya jenis pengajuan keluhan atas layanan purna jual dalam perbaikan *handphone* yaitu perbaikan yang menyangkut perbaikan tanpa penggantian, layanan purna jual dalam suku cadang yaitu perbaikan yang menyangkut perbaikan dengan penggantian suku cadang dan tempat serta layanan yang diberikan oleh karyawan *service center*. Permasalahan dalam layanan purna jual tersebut menimbulkan kerugian bagi dan berpotensi menjadi pelanggaran terhadap perlindungan. Berikut merupakan beberapa permasalahan dalam layanan purna jual yang dianggap dapat merugikan :

1. Layanan Purna Jual Perbaikan / *Service Handphone*

Secara umum hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap responden menunjukkan bahwa ada kekurangan dalam layanan purna jual perbaikan atau *service handphone* beyond. Hal ini dilihat dari lambannya mekanisme penanganan klaim penggantian barang gagal produksi, service atas kerusakan produksi serta kualitas pelayanan *service* yang dilakukan oleh *service center handphone* beyond.

Dalam wawancara pada hari Jum'at tanggal 29 april 2011 diketahui bahwa salah seorang responden (Ibu Nita) mengeluhkan lamanya waktu penyelesaian *service handphone* yang dimilikinya. Berikut hasil wawancara antara peneliti dan responden:

> Saya sebenarnya sudah lama memasukkan handphone ke layanan service. Hampir 3 minggu. Saya bilang lama karena saya pernah

> mengajukan service sama di layanan service dengan merek beda. Di sana hanya menyelesaikan dalam satu hari. Karena keesokan harinya saya sudah ditelpon bahwa handphone saya sudah selesai.

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka diketahui bahwa Ibu Nita telah mengajukan layanan *service* perbaikan *handphone* sebagai bagian dari layanan purna jual. Responden mengeluhkan kekurangsiapan karyawan sehingga membutuhkan waktu lebih lama dibandingkan dengan layanan *service handphone* dengan merek berbeda.

Dalam wawancara pada hari Jum'at tanggal 29 april 2011 diketahui bahwa responden Nanda mengeluhkan mutu atau kualitas dari layanan *service handphone* beyond. Berikut hasil wawancara yang dilakukan antara peneliti dengan responden:

> Saya mengajukan perbaikan pada tv tuner. Baru 2 hari kok sudah mengalami kerusakan sama. Saya ajukan ke layanan service lagi tapi dibilangnya sudah diluar garansi. Padahal khan kerusakan bukan karena saya. Bahkan tidak dilihat dulu atau bagaimana. Saya kecewa sekali dengan layanan service center beyond nih

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa responden mengajukan perbaikan TV Tuner. Setelah dua hari ternyata TV Tuner kembali mengalami kerusakan namun ketika dirinya mengajukan klaim layanan purna jual berupa service ulang ternyata ditolak oleh pihak *customer service*. Alasan penolakan adalah klaim bukan menjadi tanggungan pihak *handphone* beyond. Penolakan tersebut dilakukan tanpa pengecekan kembali apakah kerusakan memang karena kesalahan pakai atau kekurangan *service* pihak *handphone* beyond sebelumnya. Hal ini menimbulkan kekecewaan responden.

Dalam wawancara lainnya pada hari Kamis tanggal 5 mei 2011 diketahui bahwa responden Mas Jadid mempertanyakan mengenai mekanisme penggantian produk *handphone* beyond yang mengalami gagal produksi. Hal ini diketahui berdasarkan hasil wawancara berikut ini:

> Saya membeli handphone beyond untuk saudara saya. tapi ternyata ketika sampai rumah ternyata ada kekurangan dalam penerimaan sinyal. Waktu mencoba tidak memasukkan kartu, jadi saya gak tahu. Saya kemudian meminta tolong untuk mengganti produk tersebut tapi saya disuruh untuk mengganti ke layanan service center saja. Saya datang ke service center tapi dibilangnya nunggu dulu barangnya mas...lo memangnya di dalam sana gak ada stock ya. Akhirnya setelah satu bulan baru barang diganti. Saya mempertanyakan kok bisa ya ada produk gagal produksi gitu dah gitu gantinya lama banget.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa responden mengajukan keluhan atas gagal produksi. Responden melihat bahwa produksi mengalami kerusakan dari pabrik. Hal ini dilihat dari kerusakan sejak dirinya menerima barang dari toko. Kerusakan berupa kurangnya daya penerimaan sinyal. Responden kemudian mengajukan keluhan untuk mengganti produksi ke toko namun ternyata disarankan untuk mengajukan klaim penggantian ke *service center*. Kenyataannya responden harus menunggu satu bulan untuk penggantian produk yang sama. Responden menganggap layanan *service handphone* beyond terlalu lama untuk menangani klaim penggantian produk.

Hal sama (barang gagal produksi) juga dialami oleh responden Bapak Akbar. Beliau juga mempertanyakan proses penggantian barang gagal produksi yang ditolak oleh pihak *service center handphone* beyond pusat (Jakarta).

> Saya juga kaget ketika tahu bahwa produk yang dibeli kok ada yang bagus. Waktu itu Tv tunernya mbak..saya kemudian disuruh toko mengajukan klaim ke sini (service center handphone beyond

> Yogyakarta) namun ternyata di tolak katanya karena pemakaian saya sendiri. Gimana dipakai wong dari awal dah rusak. Bener-bener aneh.

Berdasarkan hasil wawancara pada hari Kamis tanggal 5 mei 2011 diketahui bahwa Bapak Akbar mengajukan klaim atas barang gagal produksi. Bapak Akbar melihat bahwa TV Tuner dari produksi tersebut ternyata tidak sensitive terhadap penerimaan sinyal. Hal ini kemudian diajukan ke bagian pihak *service center handphone* beyond cabang Yogyakarta. Pihak pihak *service center handphone* beyond cabang Yogyakarta kemudian mengajukan ke pihak *service center handphone* beyond pusat (Jakarta). Hasilnya pengajuan ini ditolak dengan alasan kesalahan pakai oleh konsumen sendiri.

2. Layanan Purna Jual Suku Cadang

Secara umum berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa permasalahan dalam layanan purna jual suku cadang adalah (1) lamanya penanganan mekanisme layanan purna jual suku cadang (2) transparansi ongkos penanganan mekanisme layanan purna jual suku cadang.

Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu dari konsumen yang bernama Bapak Supri yang mengajukan *service* pasca transaksi pada hari Sabtu tanggal 7 mei 2011. Berikut merupakan hasil wawancara antara peneliti dan responden:

> Saya datang kesini karena kira-kira satu bulan yang lalu handphone saya mengalami masalah dengan kamera handphone saya. Handphone saya memiliki berbagai fasilitas yaitu dual kamera dan tidak lupa tv tuner. Setelah kira-kira 2 (dua) bulan menggunakan handphone tersebut, kamera bagian belakang handphone saya mengalami kerusakan dan kemudian saya bawa ke outlet penjualan tempat saya membeli produk tersebut. Kemudian atas perintah outlet penjualan maka saya diminta datang ke service center. Tapi setelah saya datang ke

> tempat service center saya diminta oleh pihak service center untuk membawa handphone saya ke Jakarta, karena spare part tersebut, pihak *service center* di Yogyakarta tidak memiliki.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan bapak Andi diketahui bahwa dirinya mengajukan keluhan atas produk *handphone* beyond. Beliau mengajukan perbaikan *handphone* ke layanan *service center handphone* beyond Yogyakarta. Dalam kenyataan yang diperoleh dari bapak Andi dalam petikan wawancara tersebut bahwa bapak Andi diminta untuk meninggalkan telepon genggam yang dimilikinya ke *service center* yang ditunjuk di dalam kartu garansi selama 2 (dua) minggu. Setelah 2 (dua) minggu berjalan, pihak *service center* tidak mampu untuk melaksanakan kewajibannya dalam perbaikan telepon genggam yang dimaksudkan.Setelah itu, bapak Andi diminta untuk membawa telepon genggam miliknya ke kantor pusat di Jakarta. Lagi-lagi bapak Andi juga dikecewakan karena kantor pusat yang berada di Jakarta memberikan pernyataan secara sepihak bahwa suku cadang yang digunakan dalam rangka perbaikan telepon genggam yang dimaksudkan sudah tidak diproduksi lagi dan kantor pusat yang ada di Jakarta tidak mampu untuk memenuhi permintaan bapak Andi.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Ida yang mengajukan klaim atas layanan purna jual penggantian suku cadang. Ibu Ida mempertanyakan mengenai tranparansi ongkos penggantian suku cadang. Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan responden:

> Waktu itu saya bertanya apakah ada ongkosnya..kata mbak service center katanya enggak. Ternyata ketika saya ngambil Hp yang sudah diperbaiki dimintai ongkos sebesar Rp. 100.000,-. Saya gak mempermasalahkan uangnya mbak tapi dari awal saya khan sudah nanya kira-kira ada ongkosnya enggak.

Berdasarkan hasil wawancara pada hari Jum'at tanggal 13 mei 2011 diketahui bahwa pada awal pengajuan, responden sudah menanyakan apakah ada ongkos yang harus dikeluarkan namun oleh *service center* mengkonfirmasi tidak ada. Pada kenyataannya ketika saat pengambilan *handphone* ternyata Ibu Ida diwajibkan untuk membayar ongkos *service* sebesar Rp. 100.000,-. Ibu Ida mempertanyakan transparansi biaya dalam mekanisme layanan purna jual suku cadang.

3. Layanan Purna Jual Atas Lokasi Dan Fasilitas *Service Center*

Secara umum diketahui bahwa terdapat potensi yang menyebabkan pelanggaran atas perlindungan konsumen dalam layanan purna jual atas lokasi dan fasilitas *service center* yaitu pelayanan kurang baik dan kurang profesionalisme pengelola *service center handphone* beyond yaitu kurang memberikan informasi serta tempat pelayananyang jumlahnya kurang.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan Bapak Supri diketahui bahwa dalam proses pengajuan *service* pasca transaksi, dirinya mendapatkan kekurangan dalam pelayanan yang dilakukan oleh karyawan. Hal ini diketahui berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan responden berikut ini:

> Setiap minggu saya mesti datang ke sini untuk menanyakan apakah sudah selesai. Tapi sama customer service dibilangnya belum. Setiap kali ditanya kapan ya jawabannya mesti tidak tahu

Berdasarkan hasil wawancara pada hari Kamis tanggal 5 mei 2011 diketahui bahwa dalam proses mekanisme penanganan *service* pasca transaksi, pihak karyawan tidak dapat memberikan informasi. Akibatnya Bapak Supri selama dua minggu kebingungan terhadap penanganan yang dilakukan oleh pihak *handphone*

beyond. Timbul kesan bahwa karyawan bagian *customer service* tidak memberikan pelayanan yang baik serta tidak profesionalisme pengelola *handphone* beyond.

Dalam wawancara yang dilakukan terhadap responden Mas Jadid diketahui bahwa dirinya berasal dari Temanggung. *Service center* yang terdekat adalah di kota Yogyakarta. Menurut responden, *service center* yang disediakan oleh pihak *handphone* beyond terlalu sedikit sehingga dirinya harus menempuh perjalanan jauh. Dirinya berharap bahwa akan ada lebih banyak *service center* yang disediakan sehingga tidak mempersulit konsumen ketika akan mengajukan klaim *service* ketika layanan purna jual.

Dari ketiga hak-hak konsumen yang telah diuraikan diatas dapat dikemukakan bahwa konsumen belum memperoleh hak-hak konsumen secara optimal terutama dalam hal layanan purna jual suku cadang, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa konsumen belum mendapatkan Perlindungan Hukum secara optimal.

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Layanan *Service Center*

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

Bentuk tanggung jawab secara hukum yang diberikan oleh pihak beyond bila terdapat ketidaknyamanan layanan *service center* pasca transaksi di beyond, berdasarkan pada kartu garansi. Kartu garansi tersebut memuat mengenai:

1) Selama 1 (satu) tahun sejak tanggal pembelian untuk unit telpon genggam
2) Garansi terbatas hanya pembeli atau pemakai pertama dan tidak dapat dialihkan ataupun dpindahkan kepada pembeli atau pemakai berikutnya
3) Garansi terbatas ini hanya sah dan berlaku untuk wilayah seluruh Indonesia
4) Setiap perbaikan atau penggantian hanya dilakukan oleh pusat layanan yang ditunjuk oleh beyond dengan membawa kartu gransi
5) Garansi terbatas ini hanya berlaku pada, nomor seri, model dan/atau IMEI yang terdaftar pada database beyond
6) Pada saat mengajukan klaim garansi terbatas ini, pembeli atau pemakai harus menyerahkan produk dan memberitahukan bagian produk yang rusak
7) Selama masa garansi produk, beyond akan memperbaiki atau mengganti suku cadang produk yang rusak dengan barang yang baru atau barang yang diproduk oleh pabrik dan/atau mengembalikan produk tersebut kepada pembeli atau pemakai dalam keadaan baik, pembeli atau pemakai tidak akan dikenakan biaya suku cadang dan/atau jasa perbaikan. Semua suku cadang yang diganti akan menjadi milik beyond

Dalam kartu garansi juga memuat hal-hal yang menyebabkan program layanan purna jual tidak berlaku. Hal-hal yang dianggap dapat membatalkan layanan purna jual dalam kartu garansi adalah:

1. Gransi telah habis masa berlaku
2. LCD Display yang rusak karena pecah

3. Kartu garansi tidak lengkap atau tidak sesuai dengan nomor seri, model/IMEI atau tidak mengirimkan kartu garansi ke pusat layanan service maksimum 30 hari dari tanggal pembelian
4. Nomor seri, model/IMEI tidak terdaftar dalam database
5. Garansi ini tidak belaku apabil produk telah dimodifikasi, dibuka atau diperbaiki oleh pihak teknisi luar
6. Merubah atau merusak segel garansi
7. Produk pernah diganti atau dirubah atau dihubungkan dengan suku cadang yang tidak asli atau di luar ketentuan pihak beyond
8. Tidak diberitahu oleh pembeli atau pemakai tentang kerusakan atau tidak berfungsinya produk selama masa garansi
9. Produk yang rusak pada permukaan palstik seprti tergores, karatan atau patah dalam penggunaan sehari-hari
10. Produk ini telah mengalami penggunaan tidak normal seperti penyimpanan tidak benar, terkenan makanan/minuman, dan sebab lain yang berada di luar jangkauan ada atau salah tegangan listrik
11. Melakukan perbaikan yang tidak diperkenankan termasuk tetapi tidak terbatas pada pemakaian suku cadang yang tidak asli dalam melakukan perbaikan
12. Salah pakai, kecerobohan, kecelakaan, hilang disebabkan bencana alam (tersambar petir, kebakaran, banjir) atau akibat huru-hara
13. Beyond tidak bertanggungjawab dan tidak akan memberikan penggantian biaya apapun apabila terdapat kehilangan data selama masa proses perbaikan.

Sedangkan bentuk tanggung jawab *handphone* beyond lainnya didasarkan pada pertanggung-jawaban produk, yaitu tanggung jawab perdata secara langsung (*strictliability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan.

1. Hak konsumen untuk didengar. Dalam hal ini maka konsumen berhak untuk didengar informasi yang mereka berikan ketika mengajukan klaim garansi.
2. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan. Diantaranya dapat dilihat dari kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam fasilitas *service center* yang diberikan oleh pihak beyond, karyawan *customer service* yang mampu melayani dengan baik tanpa mengulur-ulur waktu, karyawan bagian *service center* yang dapat diandalkan dalam memberikan jasa perbaikan atau penggantian kepada konsumen
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa. Hal ini dapat dirujukkan dari upaya untuk memberikan informasi yang benar mengenai kondisi barang yang akan dibeli maupun ketika dalam layanan purna jual. Oleh karenanya konsumen berhak untuk menuntut lebih lanjut akan kondisi barang yang akan diajukan dalam klaim garansi.
4. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Dalam hal ini adalah langkah pihak beyond untuk memberikan informasi seandainya langkah penyeelsaian yang mereka lakukan ternyata tidak memuaskan konsumen. Pihak *handphone* beyond dapat melakukan langkah mediasi namun apabila masih belum dapat

terselesaikan maka pihak konsumen dapat mengajukan gugatan secara perdata pada pengadilan.

5. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Dalam hal ini maka pihak *handphone* beyond harus memberikan keterangan dengan sebenar-benarnya mengenai mekanisme pengajuan sehingga tidak muncul kekecewaan konsumen karena merasa tidak diberikan keterangan yang sebenar-benarnya

Menurut Pasal 1 angka 3 UUPK "pelaku usaha adalah setiap orang perorangan 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."

Berbicara mengenai tanggung jawab pelaku usaha, maka tidak lepas dari prinsip-prinsip sebuah tanggung jawab, karena prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam perlindungan konsumen.

Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan, yaitu:

a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*), yaitu prinsip yang menyatakan bahwa seseorang baru dapat diminta pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya;

b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab *(Presumption of liability),* yaitu prinsip yang menyatakan tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan, bahwa ia tidak bersalah, jadi beban pembuktian ada pada tergugat.

c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab (*Presumption of nonliability*), yaitu prinsip ini merupakan kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, dimana tergugat selalu dianggap tidak bertanggung jawab sampai dibuktikan, bahwa ia bersalah.

d. Prinsip tanggung jawab mutlak (*Strict liability*), dalam prinsip ini menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan, namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan force majeur.

e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability*), dengan adanya prinsip tanggung jawab ini, pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausula yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan, maka harus berdasarkan pada perundang-undangan yang berlaku. [40]

Tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen dalam UUPK diatur khusus dalam Bab VI, mulai dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, memperhatikan substansi Pasal 19 ayat 1 UUPK, dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi [41]:

---

[40] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen,* Jakarta, Raja Grafindo, 2000, hlm. 125

[41] Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia,* Jakarta, PT. Grasindo, 2006, hlm. 58

a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan,

b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran,

c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Berdasarkan hal ini maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti, bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.

Secara umum, tuntutan ganti kerugian yang dialami oleh konsumen sebagai akibat penggunaan produk, baik berupa ganti kerugian materi, fisik maupun jiwa, dapat didasarkan pada beberapa ketentuan yang telah disebutkan, yang secara garis besarnya hanya ada dua kategori, yaitu tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi dan tuntutan ganti kerugian berdasarkan perbuatan melanggar hukum.

1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Kontrak / *Contractual Liability*

Tanggung jawab secara *Contractual Liability* yaitu bentuk tanggung jawab yang diberikan dalam hal terdapat hubungan perjanjian (*privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen. Kenyataannya masih banyak celah yang menjadi potensi pelanggaran perlindungan hukum dalam *contractual liability,* karena di dalam perjajian antara pelaku usaha dan konsumen tidak sesuai dengan apa yang tertera di dalam buku garansi beyond. Dalam kartu garansi juga berlaku beberapa celah yang juga dapat dianggap menjadi potensi dalam pelanggaran hak perlindungan konsumen yaitu; penggunaan perjanjian baku. Dalam layanan garansi 1 tahun, pada berbagai macam produk dan merek *handphone* yang diberikan pelaku

usaha kepada pembeli didasari hubungan perjanjian jual-beli, dan tergolong perjanjian baku atau standar, karena isinya telah dituangkan dalam bentuk klausa-klausa yang telah ditetapkan secara sepihak oleh produsen dan dituangkan dalam bentuk siap pakai. Perjanjian ini tidak dilakukan beyond, karena kurang dalam jangka waktu 1 tahun, konsumen membiayai *service*nya sendiri. Dengan menggunakan perjanjian baku ini maka pihak produsen akan memperoleh efisiensi dalam penggunaan biaya, tenaga dan waktu namun bagi pihak konsumen seringkali menjadi pihak yang dirugikan. Setiap perjanjian tentu memiliki kebutuhan tersendiri termasuk diantaranya kondisi produk yang dibeli. Hal ini menjadi pertimbangan lebih atas penggunaan perjanjian baku dalam kartu garansi.

Dalam perjanjian garansi jual beli, prestasi (kewajiban) yang harus dilakukan oleh penjual adalah berupa menanggung segala cacat yang tersembunyi pada barang yang diperdagangkan. Jadi dalam hal ini, cacat tersembunyi merupakan hal yang sangat penting. Yang dimaksud cacat tersembunyi adalah cacat yang tidak mudah dilihat oleh pembeli. Menurut pasal 1504 KUHPdt, yang dimaksud cacat tersembunyi adalah cacat yang membuat barang itu tidak sanggup untuk dipakai semestinya, sehigga seandainya pembeli mengetahui cacat itu, ia sama sekali tidak akan membeli barang itu atau membelinya dengan harga yang murah.

Apabila cacat tersebut telah diketahui sebelumnya oleh pembeli, maka penjual tidak bertanggung jawab terhadap cacat yang kelihatan tersebut, karena dapat dianggap bahwa pembeli menerima adanya cacat dengan harga yang disesuaikan dengan adanya cacat. Hal ini sebagaimana yang tercantum dalam KUHPdt pasal 1505, bahwa penjual tidak diwajibkan menanggung terhadap cacat

yang kelihatan yang telah diketahui oleh pembeli. Dengan demikian, dalam perjanjian garansi jual beli, penjual memiliki kewajiban untuk menanggung cacat-cacat barang yang tersembunyi dan tidak diketahui sebelum adanya transaksi.

Dalam penambahan batasan garansi yaitu ketika garansi berlaku hanya untuk nomor seri, model/IMEI yang terdaftar pada database beyond. Hal ini menjadi potensi pelanggaran perlindungan konsumen karena hal pokok yang terkandung dalam garansi adalah pemenuhan tuntutan/klaim konsumen yang mengalami kerusakan barang. Dengan pembatasan ini maka konsumen akan mengalami kebingungan apabila kenyataan produk tersebut sudah tidak diproduksi atau tidak tersedia suku cadang pengganti. Hal ini jelas mendatangkan kerugian bagi pihak konsumen.

Bentuk perlindungan hukum yang dilakukan pelaku usaha *handphone* beyond yaitu dilakukan dengan memberikan layanan pasca transaksi. Oleh karenanya untuk melihat apakah bentuk perlindungan hukum telah sesuai, maka dapat dilihat dari celah atau potensi pelanggaran terhadap perlindungan hukum yang dilakukan oleh *handphone* beyond pada mekanisme secara SOP *(Standar Operating Prosedure)* dan jenis-jenis pengajuan atau klaim keluhan para konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa mekanisme yang dijalankan di *service center handphone* beyond cabang Yogyakarta merupakan SOP *(Standar Operating Prosedure)* yang telah diberikan oleh pihak *service center pusat* (Jakarta). Dengan demikian mekanisme tersebut telah memiliki standar baku yang harus dijalankan. Selain itu juga terdapat mekanisme pengawasan dan pengontrolan oleh pihak *service center* pusat (Jakarta) yaitu dengan pemeriksaan data yang

dilakukan secara berkala. Pemeriksaan ini ternyata membawa celah yaitu pihak *service center* pusat (Jakarta) tidak turun langsung dengan melakukan pengontrolan melalui konsumen. Selain itu mekanisme pengajuan keluhan hanya disediakan melalui *customer service* saja. Pihak *handphone* beyond belum membuka layanan pengajuan keluhan melalui media lain. Oleh karenanya diperlukan suatu media yang dapat menghubungkan langsung antara pihak konsumen dengan bagian pengawas dan control (*service center* pusat Jakarta). Media tersebut antara lain adalah internet maupun hotline, sehingga pihak konsumen merasa bahwa hak-haknya sangat diperhatikan oleh pihak pelaku usaha, dan ini sangat menguntungkan bagi pihak beyond karena beyond sangat memperhatikan konsumennya.

Selain itu dalam temuan data juga diketahui bahwa pihak *service center handphone* beyond cabang Yogyakarta juga tidak memiliki bagian khusus yang mengevaluasi kualitas dan kuantitas penanganan keluhan yang diajukan oleh konsumen. Hal ini juga menjadi indikator baik dalam menilai kesungguhan pihak *service center handphone* beyond cabang Yogyakarta untuk menangani keluhan konsumen yang diajukan. Ditakutkan apabila di masa mendatang maka kepercayaan konsumen akan menurun. Dengan demikian dapat memberikan efek buruk bagi pihak *handphone* beyond sendiri.

Untuk jenis keluhan konsumen yang diajukan kepada pihak *service center handphone* beyond cabang Yogyakarta maka terdapat beberapa permasalahan yang dianggap dapat menjadi potensi dalam pelanggaran perlindungan konsumen. Diantaranya adalah (1) mekanisme perbaikan atau *service* yaitu dengan penilaian konsumen terhadap lambannya mekanisme penanganan klaim penggantian barang

gagal produksi, *service* atas kerusakan produksi serta tingkat kualitas pelayanan *service* yang dilakukan oleh *service center handphone* beyond. (2) mekanisme penggantian suku cadang yaitu lamanya penanganan mekanisme layanan purna jual suku cadang dan transparansi ongkos penanganan mekanisme layanan purna jual suku cadang (3) layanan purna jual atas lokasi dan fasilitas *service center* yaitu atas lokasi dan fasilitas *service center* yaitu pelayanan kurang baik dan kurang profesionalisme pengelola *service center handphone* beyond yaitu kurang memberikan informasi serta tempat pelayanan yang jumlahnya kurang.

Berdasarkan temuan data tersebut diketahui beberapa permasalahan yang dianggap dapat menjadi potensi bentuk pelanggaran konsumen. Dengan demikian secara umum maka potensi tersebut disebabkan oleh diantaranya faktor sikap pelaku usaha yang sering memandang konsumen sebagai pihak yang mudah diekploitasi dan dipengaruhi untuk mengkonsumsi segala bentuk barang/ jasa yang ditawarkan. Hal ini ditambah dengan kurangnya pemahaman masyarakat sebagai konsumen terhadap hak-haknya. Sehingga apabila haknya diabaikan, konsumen tidak bisa berbuat apa-apa karena memang tidak tahu dan tidak sadar. Ketika konsumen sadar telah dirugikan justru tidak mengerti bagaimana tata cara atau prosedur pengaduan dan penuntutan atas haknya yang dilanggar.

Di dalam permasalahan ini maka upaya penyelesaiannya adalah dengan cara ganti rugi, sebagaipelaku usaha dapat memberikan ganti rugi berupa discon atau layanan secara gratis kepada konsumen apabila pelaku usaha melanggar dari tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha dan pelaku usaha agar dapat lebih

memperhatikam lagi dalam pelayanan konsumen pasca transaksi agar tidak merugikan konsumen.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Kesalahan

Tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan kesalahan adalah suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha karena kelalaian atau ketidaksengajaan dari pelaku usaha. Menurut Pasal 1365 KUHPdt "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut".

Adapun hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli dalam perjanjian garansi jual beli dapat dijumpai dalam UUPK Pasal 5 dan Pasal 7. Diantaranya hak dan kewajiban tersebut adalah:

1. Konsumen berhak untuk memilih barang, serta mendapatkan barang tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
2. Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang.
3. Konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
4. Pelaku Usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
5. Pelaku Usaha wajib menjamin mutu barang yang diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang yang berlaku.

6. Pelaku Usaha berkewajiban untuk memberi kesempatan kepada untuk menguji atau mencoba barang tertentu serta memberi jaminan garansi atas barang yang diperdagangkan.
7. Pelaku Usaha wajib memberikan kompensasi, ganti rugi dan penggantian apabila barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Di dalam hal ini pelaku usaha pihak beyond belum bisa sepenuhnya bertanggung jawab kepada konsumen karena pihak beyond sendiri belum bisa memberikan pelayanan kepada konsumen tepat waktu seperti yang dialami Ibu Nita dalam layanan *service center* yang harusnya bisa 3 hari ternyata hampir 3 minggu. Hal seperti itu menyebabkan konsumen merasa dirugikan, dan dapat melakukan klaim atas layanan pasca transaksi kepada pihak beyond.

Untuk menyelesaikan sengketa atas klaim pelayanan purna jual yang maka konsumen dapat mengajukan beberapa mekanisme yaitu (1) penyelesaian sengketa diluar pengadilan harus ditempuh oleh pihak penggugat dan tergugat maka penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak terjadi kembali atau tidak akan terulang lagi kerugian yang diderita oleh konsumen.

Mekanisme ini paling banyak dilakukan dikarenakan dalam proses penyelesaian sengketa ini, para pelaku usaha dan para konsumen dapat duduk bersama melakukan proses mediasi dalam menyelesaikan permasalahan seputar kegiatan jual beli dan pasca jual beli. Penyelesaian sengketa semacam ini tentunya rawan dengan kasus penipuan dan ego dari para pelaku usaha yang memiliki

kekuasaan lebih tinggi dari para konsumen untuk membuat seolah-olah konsumenlah yang melakukan kecurangan dan kesalahan yang menyebabkan terjadinya sengketa. Misalnya para pelaku usaha cenderung membuat suatu argumen bahwa kerusakan yang terjadi pada barang elektronik tersebut dikarenakan kelalaian pemakai sendiri dan lain sebagainya. Untuk itulah konsumen perlu sedianya melakukan upaya hukum yang lebih baik lagi agar dalam menjalankan kegiatan usaha perlu mendapatkan perlindungan dan tidak melakukan penipuan public terhadap produk barang dan atau jasa di masyarakat disamping melakukan gugatan ke pengadilan, pihak yang dilanggar dapat melakukan gugatan diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

(2) mengajukan gugatan ke pengadilan. Dimana pihak yang dilanggar dapat melakukan gugatan diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa ini tentunya juga tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak lain yang bersengketa. Dalam melakukan gugatan atas pelanggaran pelaku usaha ini dapat dilakukan oleh seseorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan, sekelompok konsumen yang memiliki kepentingan yang sama, lembaga perlindungan konsumen swadaya masayarakat yang memenuhi syarat yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai

dengan anggaran dasarnya. Gugatan yang dilakukan oleh penggugat tersebut diatas dapat diajukan ke peradilan umum.

Dalam upaya melakukan penyelesaian sengketa ini, pihak penggugat boleh sendiri, kelompok ataupun melalui badan atau lembaga perlindungan konsumen dapat membuat gugatan kepada pihak tergugat berdasarkan pada ketentuan-ketentuan yang berlaku. Dalam menyelesaiakan penyelesaian sengketa konsumen, pemerintah membentuk badan yang berada di daerah tingkat II untuk menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan.

Oleh karena itu dalam usaha untuk mengupayakan terhadap perlindungan konsumen in, para penggugat melalui lembaga perlindungan konsumen dapat meminta pertanggungjawaban kepada pelaku usaha atas tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang sengaja ataupun tidak sengaja melakukan tindakan curang kepada para pemakai (konsumen) untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan mengorbankan hak yang sedianya diterima oleh masyarakat konsumen. Untuk itulah dalam hal ini, Pemerintah melalui UUPK mengatur kepada masing-masing pelaku usaha dan para pengguna produk barang dan atau jasa mengenai hak dan kewajiban masing-masing serta upaya yang dapat ditempuh oleh masing-masing pihak jika disuatu saat nanti terjadi sengketa. Dalam penyelesaian sengketa, pemerintah mengakui bahwa dalam penyelesaian sengketa ini dapat ditempuh melalui 2 (dua) cara yaitu penyelesaian sengketa melalui pengadilan dan penyelesaian sengketa diluar pengadilan.

Penyelesaian sengketa melalui media pengadilan, sementara ini masih jarang dilakukan oleh para pelaku usaha maupun para konsumen beyond di Yogyakarta,

hal ini dirasa, dalam proses menuju proses pengadilan dirasa cukup berbelit-belit dan membutuhkan waktu yang relatif lama dan hasil yang diperoleh kadang kala tidak sesuai dengan yang diharapkan.

Selama ini di dalam permasalahan di beyond, sejauh ini belum ada yang menyelesaikan masalahnya melalui pengadilan, karena dalam hal ini pihak beyond biasanya memberikan garansi lagi terhadap kerusakan yang sudah pernah terjadi.

3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Ketentuan Produk / *Product Liability*

Tanggung jawab pelaku usaha didasarkan dalam ketentuan produk yaitu tanggung jawab langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat barang yang dihasilkan oleh pelaku usaha.

Di dalam UUPK terdapat 3 (tiga) pasal yang menggambarkan sistem tanggung jawab produk dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia, yaitu ketentuan Pasal 19 UUPK merumuskan tanggung jawab produsen sebagai berikut:

- Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkomsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 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.
- Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

- Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasrkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen."

Di dalam tanggung jawab produk ini pihak beyond masih kurang dalam memberikan perlindungan kepada kebutuhan konsumennya, seperti yang dialami oleh konsumen yaitu Mas Jadid, pada waktu membeli *handphone* dari hari pertama waktu pembelian ternyata ada masalah di TV tuner kemudian pihak konsumen harus menunggu produk dari Jakarta sehingga melebihi jangka waktu 7 hari sejak dari pembelian.

Upaya penyelesaian yang harus dilakukakn beyond adalah membuat standar maksimal dan minimal untuk layanan service center pasca transaksi, sehingga tidak membuat konsumen merasa kecewa, sehingga konsumen pun merasa nyaman dan percaya kepada layanan beyond di Yogyakarta.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Perlindungan Hukum terhadap konsumen atas layanan service center pasca transaksi adalah peraturan yang melindungi hak-hak konsumen pasca transaksi. Di dalam perlindungan hukum tersebut terdapat aturan-aturan yang mengatur yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 547.MPP/Kep/7/2002 tentang Pedoman Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (*manual book*) dan Kartu Jaminan/Garansi dalam bahasa Indonesia bagi produk Teknologi Informasi dan Elektronika. Upaya perlindungan hukum terhadap konsumen atas layanan *service center* pasca transaksi di *handphone* beyond. Dalam hal ini dapat dilihat dari mekanisme pengajuan yang sudah disesuaiakan dengan SOP *(Standar Operating Prosedure*) *service center* pusat Jakarta namun masih kurangnya media pengawasan dan pengontrolan secara langsung. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya penggunaan media yang secara langsung menghubungkan antara *handphone* beyond pusat Jakarta dengan konsumen. Media terbatas hanya pada *customer service* saja. Selain itu tidak adanya pihak yang mengawasi

secara kualitas dan kuantitas tingkat penyelesaian keluhan konsumen *handphone* beyond cabang Yogyakarta.

2. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha jika muncul ketidaknyamanan layanan *service center* pasca transaksi di *handphone* beyond yaitu meliputi tanggung jawab dalam (1) dalam *Contractual Liability*. Hal ini didasarkan pada perjanjian yang dituangkan dalam kartu garansi pada *handphone* beyond (2) dalam *Product Liability* yaitu pemenuhan hak-hak konsumen di luar perjanjian dalam kartu garansi. Diantaranya adalah hak konsumen untuk didengar, hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan, hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, serta hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (3) dalam tanggung jawab berdasarkan kesalahan yaitu suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha karena adanya kelalaian dari pelaku usaha yaitu memberikan pelayanan kepada konsumen tidak tepat waktu.

B. Saran

1. Diperlukan evaluasi secara menyeluruh terhadap layanan purna jual yang dilakukan oleh *service center* cabang Yogyakarta terutama dalam mekanisme penanganan keluhan konsumen.
2. Diperlukan suatu penelitian lebih lanjut mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen atas layanan *service center* pasca transaksi serta bentuk

tanggung jawab pelaku usaha jika ada ketidaknyamanan dalam layanan service center dengan merek *handphone* yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010

Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Chandra Pratama, Jakarta. 1996

Achmad Ali, *Menjelajahi Kajian Empiris terhadap Hukum*, Yarsif Watampone, Jakarta, 1998

Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Chandra Pratama, Jakarta, 1996

Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004

Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Disertasi, Program Pascasarjana Universitas Airlangga, Surabaya, 2000,

Agus Brotosusilo. 1992. *"Hak-hak Produsen dalam Hukum Perlindungan Konsumen"*, Majalah Hukum Dan Pembangunan, edisi Oktober 1992, Jakarta, Fakultas Hukum

Agnes M. Toar, *Penyalahgunaan Keadaan dan Tanggung Jawab atas produk di Indonesia, Makalah Disajikan Dalam Seminar Dua hari tentang Pertanggungan Jawab Produk dan Kontrak Bangunan yang Diselenggarakan oleh Yayasan Pusat Pengkajian Indonesia Bekerjasama denga Badan Pembinaan Hukum Nasional*, Jakarta, 25-26 Agustus, 1998

Anggi Iskandarsyah, Abstraksi Layanan Purna Jual Dalam Kerangka Hukum Perlindungan Konsumen, Tesis, Universitas Sumatera Utara, 2009

Anantasari dan Iskandar, B.P. 2003, *"Estimasi Ongkos Garansi Sepeda Motor dengan Melibatkan Data Follow-up"*, Proceeding Seminar Sistem Produksi VI Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Bandung

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

Blischke, Wallace R. and Murthy, D.N. Prabharkar (1995), *Product Warranty Handbook*, Marcel Dekker Inc., New York

Chairuman Pasaribu danSuhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta, Sinar Grafika, 1994

Gunawan Widjaja, dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2000

Husniah, H., B.P. Iskandar. 2008, *Optimal replacement policy for a product sold with a two-dimensional warranty, Proceedings Asia Pacific Industrial Engineering and Management Systems Conference.*

Husni Syawali dan Neni S M, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000

Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen : Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Disertasi Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, 2004

Jack, N., B.P. Iskandar and D.N.P. Murthy. 2009, *A new repair-replace strategy based on usage rate for items sold with a two-dimensional warranty.* Reliability Engineering and System Safety

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

James F. Engel, et al., Consumer Behavior, Fith Edition , The Dryden Press, New York,

Johannes Gunawan, *Tanggungjawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Jurnal Hukum Bisnis Volume 8 Tahun 1999

Khairuman, *Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Alat Elektronik Dengan Garansi Di Medan*, tesis Universitas Sumatra Utara

Mariam Darus Badruszaman. 1986, *Perlindungan Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku*, Jakarta, Bina Cipta

Maryadi, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Garansi Dalam Jual Beli Hardware Komputer (Studi Kasus di Toko Elfi Komputer Pabelan)*. Tesis Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2008

M.Yahya, *Ruang Lingkup Permasalahan Eksekusi Bidang Perdata*, Edisi Kedua, Sinar Grafika, Jakarta, 2006

NoberthReich, *Protection of Consumer Economic Interest by the EC*, Sydney law Review, March 1992

Permadi, *Pola Sikap Masyarakat terhadap Masalah Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Bina Cipta Harahap, 1986

Sanusi Bintang dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Bandung, Citra Aitya Bakti, 2000

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

Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, cet. 3 (Jakarta: Penerbit Universitas

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2001, *Penelitian Hukum Normatif*, Suatu Tinjauan Singkat, Raja Grafindo Persada, Jakarta

Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, Pradnja Paramita 1992

Sunaryati Hartono, dikutip dari Sanusi Bintang dan Dahlan, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Bandung, Citra Aitya Bakti, 2000

W.J.S. Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989; 49

Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2000

UNDANG-UNDANG

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

INTERNET

http://sisni.bsn.go.id/index.php?/sni_main/sni/detail_sni_2/7789, diakses pada tanggal 17 Januari 2011

Roehm, T. 2003, Warranty management as your competitive differentiator: how to reduce cost and improve customer satisfaction, cycle time: your competitive advantage, [online]. Available:http:// www.sas.com.

Thomann, J. 2005, Management-The need for a holistic view (online). www.blogs.ittoolbox.com/cgi-bin/mt/tb-ittb.cgi/2556. diakses pada tanggal 1 Mei 2011

Nama & Alamat Pengirim

Perangko

Kepada : beyond

Komplek Palazzo
Blok. A No.1
Jl. Benyamin Suaeb
Kemayoran Jakarta
10630 Indonesia

Garansi ini hanya berlaku di Indonesia dan tidak dapat dipindah tangankan, Garansi ini tidak berlaku bila tidak diisi lengkap

Tipe/model/tlp :

Tgl. pembelian : Tgl. 07 Bln. 03 Th. 10

Nama Pembeli : Hudha

No. Telepon : 085182620833

Nama toko : Cipil Cell

No. drop boks :

beyond B96 C
BLACK
IMEI: 354396000924872

IMEI No.

TERDAFTAR PADA DEPERINDAG
DIREKTORAT JENDRAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI
NO.REG : 0032/1.824.51/09.05

Lembaran untuk Pembeli

KARTU GARANSI

GARANSI 1 TAHUN Service - Sparepart

beyond

Komplek Palazzo Blok. A No. 1
Jl. Benyamin Suaeb Kemayoran
Jakarta 10630 - Indonesia

Terima Kasih atas kepercayaan anda untuk memilih produk kami. Untuk perlindungan konsumen, produk ini dilengkapi dengan Garansi 1 (satu) tahun penuh terhitung sejak tanggal pembelian. Simpanlah Kartu Garansi untuk pemilik ini sebagai bukti yang sah saat perbaikan. beyond™ memberikan Garansi terbatas ini kepada setiap orang yang telah membeli produk telepon genggam bermerek beyond yang disebut dengan ("produk")

1. Selama 1 (satu) tahun sejak tanggal pembelian untuk unit telepon genggam.
2. Garansi terbatas ini hanya berlaku bagi pembeli atau pemakai yang pertama dan tidak dapat dialihkan ataupun dipindahkan kepada pembeli atau pemakai berikutnya.
3. Garansi terbatas ini hanya sah dan berlaku diwilayah seluruh Indonesia.
4. Setiap perbaikan ataupun penggantian hanya dilakukan oleh Pusat Layanan yang ditunjuk oleh beyond™ dengan membawa kartu garansi.
5. Garansi terbatas ini hanya berlaku pada, nomor seri, model dan/atau IMEI yang terdaftar pada database beyond™
6. Pada saat mengajukan klaim Garansi terbatas ini, pembeli atau pemakai harus menyerahkan produk dan memberitahukan bagian produk yang rusak.
7. Selama masa Garansi produk, beyond™ akan memperbaiki atau mengganti suku cadang produk yang rusak dengan barang yang baru atau barang yang diproduk oleh pabrik dan/atau mengembalikan produk tersebut kepada pembeli atau pemakai dalam keadaan baik, pembeli atau pemakai tidak akan dikenakan biaya suku cadang dan/atau jasa perbaikan. Semua suku cadang yang diganti akan menjadi milik beyond™

Garansi dinyatakan tidak berlaku bila :

1. Garansi yang telah habis masa berlakunya.
2. LCD display yang rusak karena pecah.
3. Kartu garansi tidak terisi lengkap / tidak sesuai dengan nomor seri, model, dan/atau IMEI, dan/atau tidak mengirimkan potongan kartu Garansi ke Pusat Pelayanan Service maksimum 30 hari dari tanggal pembelian.
4. Nomor seri, model, IMEI produk tidak terdaftar pada database dan/atau telah dihapus dan/atau diubah dan/atau terdapat coretan dan/atau hapusan
5. Garansi terbatas ini tidak berlaku jika produk telah dibuka, dimodifikasi dan/atau diperbaiki oleh teknisi diluar teknisi beyond™.
6. Merusak dan/atau merubah segel dan/atau label dan/atau sticker garansi (warranty seal) pada produk
7. Produk pernah diganti dan/atau digunakan dan/atau, dihubungkan dengan suku cadang yang tidak asli dan/atau diluar yang ditentukan oleh beyond™
8. Tidak diberitahu oleh pembeli atau pemakai tentang kerusakan atau tidak berfungsinya produk selama masa garansi.
9. Produk yang rusak pada permukaan plastik atau semua bagian yang terbuka keluar seperti tergores, karatan, memudar, retak dan/atau patah disebabkan penggunaan pemakaian sehari-hari.
10. Produk ini telah mengalami penggunaan yang tidak normal, berada pada kondisi yang tidak normal, penyimpanan yang tidak benar, jatuh, terkena embun dan/atau uap air, dan/atau terkena makanan /minuman dan/atau cairan, dan/atau sebab-sebab lain yang berada diluar jangkauan dan/atau salah dalam penggunaan tegangan arus listrik dll.
11. Melakukan perbaikan yang tidak diperkenankan termasuk tetapi tidak terbatas pada pemakaian suku cadang yang tidak asli dalam melakukan perbaikan.
12. Salah pakai, kecerobohan, kecelakaan, hilang disebabkan bencana alam (tersambar petir, kebakaran, banjir) atau akibat huru hara.
13. beyond™ tidak bertanggung jawab dan tidak akan memberikan penggantian biaya apapun, apabila terdapat kehilangan data selama masa proses perbaikan.

Lembaran untuk Pembeli

Garansi ini hanya berlaku di Indonesia dan tidak dapat dipindah tangankan, Garansi ini tidak berlaku bila tidak diisi lengkap

Untuk diisi oleh pramuniaga atau petugas toko saat pembelian :

Tipe/model/tlp :

Tgl. pembelian : Tgl. Bln. Th.

Nama Pembeli :

No. Telepon :

Nama toko :

No. drop boks : 11

beyond B96 B
BLACK
IMEI: 354396000924872

IMEI No.

Lembaran untuk Service Center