

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perjalanan sejarah bangsa untuk menuju pembangunan ekonomi yang berorientasi pada kesejahteraan rakyat terasa sangat panjang. Pesatnya pembangunan dan perkembangan perekonomian nasional telah menghasilkan variasi produk barang dan/atau jasa yang dikonsumsi. Kemajuan di bidang ilmu pengetahuan, teknologi komunikasi dan informatika juga mendukung perluasan gerak transaksi barang dan/atau jasa.

Ketika suatu bangsa memasuki tahap negara kesejahteraan, tuntutan terhadap intervensi pemerintahan melalui pembentukan hukum yang melindungi pihak yang lemah sangatlah kuat. Perlindungan terhadap konsumen merupakan konsekuensi dan bagian dari kemajuan teknologi dan industri, karena perkembangan produk-produk industri di satu pihak, pada pihak lain memerlukan perlindungan terhadap konsumen. Kemajuan teknologi dan industri, telah pula memperkuat perbedaan antara pola hidup masyarakat tradisional dan masyarakat modern.¹

Memasuki era globalisasi dan perdagangan bebas, persaingan hidup semakin tinggi dan arus perdagangan barang dan/atau jasa semakin meluas. Ini menyebabkan semakin banyaknya barang dan/atau jasa di pasaran. Kondisi ini

¹ Inosentius Samsul, *Hukum Perlindungan Konsumen : Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Ctk Pertama, Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Jakarta, 2001, hlm 2.

memberi keuntungan bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan akan terpenuhi. Namun di sisi lain, kondisi ini akan memaksa para pelaku usaha untuk mencari metode pemasaran yang efektif guna menambah minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang mereka tawarkan. Beberapa metode yang merugikan konsumen sering kali digunakan oleh pelaku usaha, dengan demikian upaya-upaya untuk melindungi konsumen merupakan sesuatu hal yang dianggap penting.

Saat ini Pemerintah Republik Indonesia sudah mengesahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut dengan UUPK. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini memiliki ketentuan yang menyatakan bahwa “kesemua ini memiliki ketentuan yang ada dan berkaitan dengan perlindungan konsumen tetap berlaku, sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus undang-undang”.² Meskipun UUPK disebut sebagai undang-undang yang melindungi konsumen namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian karena keberadaan perekonomian nasional banyak ditentukan oleh pelaku usaha.³

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Pengertian konsumen sendiri adalah orang yang mengkonsumsi barang atau

² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen : Suatu Pengantar*, Ctk Pertama, Daya Wisya, 1999, hlm 30.

³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk Kedua, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm 1.

jasa yang tersedia di masyarakat baik untuk digunakan sendiri ataupun orang lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁴

Perkembangan teknologi pada saat ini sangat pesat sekali terutama teknologi di bidang informasi komunikasi, alat komunikasi dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, seiring dengan jumlah pelanggan pengguna telepon genggam atau kita kenal sebagai *Handphone* (HP). Alat komunikasi sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia pada saat sekarang ini karena memudahkan untuk berkomunikasi dengan siapapun walau berbeda lokasi dan waktu.

Hal ini menyebabkan semakin tingginya produksi, pemasaran dan penjualan produk-produk tersebut dipasaran. Seiring dengan pesatnya perkembangan produk telematika yang tidak diikuti dengan pengawasan yang ketat, maka munculah berbagai produk yang tidak memiliki kualitas yang baik. Sehingga banyak produk yang baru saja dibeli tetapi sudah mengalami kerusakan. Kondisi diatas dapat pula mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada pada posisi yang lemah. Ungkapan “konsumen adalah raja” semestinya diinterpretasikan secara kritis. Namun pada kenyataannya tidaklah demikian, konsumen selalu dikonstruksikan dalam kerangka konsumtif. Akibatnya, cenderung menjadi korban dalam hubungan jual beli dengan produsen.

⁴ *Ibid*, hlm. 100.

Dalam kegiatan bisnis sehari-hari terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dengan konsumen (pemakai barang atau jasa). Kepentingan pelaku usaha adalah untuk memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah untuk memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Dalam hubungan demikian seringkali terdapat ketidaksetaraan antara pelaku usaha dengan konsumen. Konsumen biasanya berada pada posisi tawar yang lemah sehingga memungkinkannya untuk dijadikan objek eksploitasi untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha.

Pelaku usaha begitu dengan mudahnya mengabaikan atau melanggar ketentuan-ketentuan yang ada di dalam UUPK, seperti mengabaikan kewajiban-kewajiban pelaku usaha dan melanggar hak-hak konsumen. Kewajiban-kewajiban yang masih dilanggar yaitu kewajiban untuk menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku dan kewajiban untuk memberi tanggung jawab produk dan jaminan garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.

Dalam hal ini pelaku usaha wajib memberikan tanggung jawab produk yang apabila produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha mengalami cacat maka konsumen mempunyai hak untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha. Selain itu pelaku usaha juga mempunyai kewajiban untuk memberikan garansi terhadap produk yang diperdagangkan kepada konsumen. Namun jika dalam penjualan produk tidak disertai jaminan garansi banyak pelaku usaha

tidak bersedia untuk memberikan tanggung jawab atas produk yang diperdagangkannya.

Pada umumnya harga sebuah *handphone* yang ada di pasaran selalu mengacu kepada status garansi dari sebuah *handphone* yang menentukan ganti kerugian bila terjadi sesuatu. Garansi yang ada di pasaran yaitu garansi resmi yang meliputi garansi manufaktur serta garansi distributor dan garansi toko untuk barang *second* (bekas). Diantara semua garansi tersebut mempunyai segmen masing-masing dalam jual beli *handphone*. Untuk seseorang yang mempunyai dana yang cukup atau seseorang yang tidak ingin mengambil resiko yang tinggi serta kemudahan untuk klaim kerugian maka akan memilih garansi resmi, lain halnya dengan seseorang yang mempunyai dana yang pas-pasan dan ingin memiliki sebuah *handphone* yang bagus dan *up to date* maka mereka akan lebih memilih garansi distributor atau pun membeli barang *second*. Mengenai harga yang ditawarkan garansi distributor tersebut biasanya lebih murah dibandingkan dengan garansi resmi manufaktur, sedangkan untuk garansi toko tentu lebih murah lagi. Melihat kondisi perbedaan harga antara garansi resmi manufaktur dengan garansi distributor yang bisa sangat jauh dengan penampilan fisik sama menjadi salah satu alasan konsumen lebih memilih membeli *handphone* dengan garansi distributor.

Permasalahan muncul ketika dalam praktek jual beli *handphone* bergaransi distributor, penjual tidak memberikan penjelasan yang cukup kepada calon konsumen mengenai status barang, cara klaim garansi, dan lain-lainnya bahwa *handphone* yang hendak di beli adalah *handphone* dengan garansi distributor.

Dalam *handphone* dengan garansi distributor terkadang ditemukan pergantian aksesoris penunjang sehingga barang yang dijual tersebut bisa bersaing dengan harga yang murah dikarenakan dalam sebuah *handphone* yang terdiri dari box yang didalamnya terdapat unit (*handphone*) dan perangkat-perangkat lainnya berupa *charge*, kabel data, *headset*, buku petunjuk terkadang ditemukan barang yang tidak asli. Perangkat penunjang *handphone* tersebut diganti yang tidak asli supaya harga jual yang lebih murah dibandingkan dengan *handphone* bergaransi resmi atau garansi distributor lainnya.

Selain itu terkadang konsumen saat mengajukan klaim garansi masih dipersulit oleh pelaku usaha dalam memberikan layanan purna jual. Pelayanan purna jual pun terkesan tidak profesional, sehingga konsumen sangat dirugikan akibat pelayanan yang kurang memuaskan, dari segi lama waktu perbaikan yang telah dijanjikan ataupun pihak toko yang tidak mau mengganti unit baru (*handphone*), serta pelaku usaha sering memutuskan bahwa kesalahan dari pemakaian konsumen yang nantinya mengakibatkan klaim garansi konsumen hangus dan harus membayar biaya *service*.

Mengingat pentingnya kartu jaminan/garansi purna jual itu dan untuk melengkapi UUPK, maka dikeluarkanlah Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 547/MPP/Kep/7/2002 tentang Pedoman Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/Garansi Dalam Bahasa Indonesia Bagi Produk Teknologi Informasi dan Elektronika. Keputusan ini kemudian diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang

Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/Garansi Purna Jual Dalam Bahasa Indonesia Bagi Produk Telematika dan Elektronika. Garansi adalah keterangan dari suatu produk bahwa pihak produsen menjamin produk tersebut bebas dari kesalahan dan kegagalan bahan dalam jangka waktu tertentu. Garansi yang diberikan itu biasanya dalam bentuk surat. Surat itu disebut dengan kartu garansi atau kartu jaminan. Kartu garansi ini sangat penting ketika suatu toko tempat konsumen membeli produk mengalami bangkrut atau pailit. Maka konsumen dapat langsung ke Layanan Purna Jual (*Service Center*) yang ada di kartu tersebut.

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 sebagai instrumen untuk melindungi konsumen dari membeli produk cacat dan juga melindungi produsen dari klaim konsumen yang tidak masuk akal, serta sebagai alat promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk.

Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyediakan suku cadang atau fasilitas purna jual yang dimaksud tidak tergantung ada atau tidaknya ditentukan dalam perjanjian, hal ini merupakan tanggung jawab produk yang

diberikan pelaku usaha kepada konsumen. Artinya meskipun para pihak tidak menentukan hal ini dalam perjanjian mereka, konsumen tetap memiliki hak menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha yang bersangkutan berdasarkan perbuatan melanggar hukum, apabila kewajiban menyediakan suku cadang atau fasilitas purna jual tersebut diabaikan pelaku usaha.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memperkenalkan kembali suatu prinsip yang dikenal dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (“KUH Perdata”), yaitu: tanggung jawab produk (*product liability*). Agnes M. Toar mengartikan tanggung jawab produk sebagai tanggung jawab para produsen untuk produk yang dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.⁵ Sehingga tanggung jawab produk biasanya menganut tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

Dengan konsep strict liability ini, setiap konsumen yang merasa dirugikan haknya bisa menuntut ganti rugi tanpa harus mempermasalahkan ada atau tidaknya unsur kesalahan yang dilakukan pelaku usaha. Dalam layanan purna jual yang kita ketahui lingkupnya adalah jaminan mutu, daya tahan dan kehandalan operasional, tanggung jawab produk dapat kita terapkan. Salah satu bentuk layanan purna jual yang diberikan oleh pelaku usaha adalah pemberian garansi resmi yang disertakan dalam setiap pembelian produk oleh konsumen. Pemberian garansi resmi merupakan wujud pertanggungjawaban pelaku usaha

⁵ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit PT. Gransindo, Jakarta, 2000, hlm.65.

kepada konsumen atas terjadinya kerusakan prematur suatu produk atau ketidakmampuan produk untuk melaksanakan fungsi yang diharapkan. Dalam pemberian tanggung jawab produk tidak ada pembatasan dalam menuntut tanggung jawab pelaku usaha untuk memenuhi kewajibannya, karena tanggung jawab produk secara otomatis melekat pada kewajiban pelaku usaha untuk memenuhinya tanpa diperjanjikan terlebih dahulu. Jika performansi produk selama waktu pemakaian tertentu ternyata tidak sesuai dengan yang dijanjikan, maka konsumen dapat menuntut pelaku usaha dengan tanggung jawab produk karena telah memenuhi syarat yaitu adanya produk cacat yang merugikan dan kriteria cacatnya adalah informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha mengenai produk tersebut. Dengan tanggung jawab produk ini, konsumen tidak perlu membuktikan kesalahan karena beban pembuktian ada pada pelaku usaha.

Pasal 1491 jo. 1504 KUHPPerdata menyebutkan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab atas barang yang mempunyai cacat tersembunyi. Tanggung jawab produk tersebut hanya dibatasi pada tanggung jawab penjual atas cacat tersembunyi dalam barang yang diperdagangkan. Pembuat KUHPPerdata sudah mengantisipasi kemungkinan penjual melakukan tindakan kebohongan mengenai produk yang diperdagangkannya, yang konsumen tidak mengetahui sewaktu membeli.

Dengan latar belakang tersebut di atas, adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan sebagaimana mengingat betapa pentingnya jaminan tanggung jawab produk dan pemberian kartu jaminan/garansi purna jual dalam upaya

untuk melindungi kepentingan konsumen. Maka penulis merasa tertarik judul skripsi yang dipilih adalah “Perlindungan Konsumen Terhadap Tanggung Jawab Produk Pelaku Usaha Kepada Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Handphone* di Yogyakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan rumusan masalah yang akan diteliti, sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan konsumen terhadap tanggung jawab produk pelaku usaha kepada konsumen dalam transaksi jual beli *Handphone* di Yogyakarta ?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha yang tidak menyediakan jaminan garansi dalam transaksi jual beli *Handphone* di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui bentuk perlindungan konsumen terhadap tanggung jawab produk pelaku usaha kepada konsumen dalam transaksi jual beli *Handphone* di Yogyakarta.
2. Mengetahui tanggung jawab pelaku usaha yang tidak menyediakan jaminan garansi dalam transaksi jual beli *Handphone* di Yogyakarta.

D. Tinjauan Pustaka

Definisi hukum konsumen menurut A.Z Nasution ialah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara

berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup. Sedangkan hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang mengatur asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.⁶

Kegiatan perlindungan konsumen, seperti halnya juga pengaturan perilaku persaingan tidak wajar, monopoli atau oligopoli dari pengusaha, diakui berfungsi sebagai pendorong efisiensi dalam kegiatan usaha dan kesejahteraan masyarakat.⁷ Johanes Gunawan berpendapat bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dilakukan pada saat sebelum terjadi transaksi (*no conflict/pre purchase*) dan/atau pada saat setelah terjadinya transaksi (*conflict/post purchase*).⁸ Perlindungan hukum terhadap konsumen yang dapat dilakukan pada saat sebelum terjadi transaksi (*no conflict/pre purchase*) dapat dilakukan dengan cara antara lain:

1. *Legislation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi dengan memberikan perlindungan konsumen melalui peraturan perundang-undangan yang telah dibuat. Sehingga dengan adanya peraturan perundang-undangan tersebut diharapkan konsumen memperoleh perlindungan sebelum terjadinya transaksi, karena telah ada batasan-

⁶ Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 104.

⁷ Az. Nasution, *Op Cit*, hlm 28.

⁸ Johanes Gunawan, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, hlm.3.

batasan dan ketentuan yang mengatur transaksi antara konsumen dan pelaku usaha.

2. *Voluntary Self Regulation*, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan pada saat sebelum terjadinya transaksi, dengan cara ini pelaku usaha diharapkan secara sukarela membuat peraturan bagi dirinya sendiri agar lebih berhati-hati dan waspada dalam menjalankan usahanya.⁹

Pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan dan mengundang Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau disebut UUPK. UUPK ini diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia untuk lebih menyadari akan segala hak dan kewajiban yang dimiliki terhadap pelaku usaha. Menurut Pasal 1 ayat (2) UUPK, konsumen adalah setiap orang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Berbicara tentang perlindungan konsumen (*consumer protection*), berarti berbicara tentang salah satu sisi dari korelasi antara lapangan perekonomian dengan lapangan etika.

Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba (*profit*) dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu. Dalam hubungan yang demikian

⁹ *Ibid*, hlm. 3.

seringkali terdapat ketidaksetaraan antara keduanya. Konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi mempunyai posisi yang kuat.¹⁰ Oleh karena itu, diperlukan seperangkat aturan hukum yang dapat melindungi atau memberdayakan konsumen.

Antara konsumen dan pelaku usaha terdapat hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Pelaku usaha membutuhkan konsumen untuk menjadi pasar bagi produk atau jasanya agar mendapatkan keuntungan, sedangkan konsumen membutuhkan pelaku usaha untuk menyediakan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Kemiskinan hukum perlindungan konsumen dan rendahnya pengetahuan sebagian besar masyarakat Indonesia merupakan penghalang bagi konsumen untuk mendapatkan perlindungan yang memadai.

UUPK tidak hanya mencantumkan hak dan kewajiban dari konsumen, melainkan juga hak dan kewajiban bagi pelaku usaha. Namun, jika ditelaah lebih dalam akan terlihat bahwa hak yang diberikan kepada konsumen (Pasal 4 UUPK) lebih banyak dibandingkan dengan hak pelaku usaha (Pasal 6 UUPK) dan kewajiban pelaku usaha (Pasal 7 UUPK) lebih banyak dari kewajiban konsumen (Pasal 5 UUPK).¹¹ Menurut ketentuan Pasal 4 UUPK, konsumen memiliki hak sebagai berikut :

¹⁰ Abdulkadir, Muhammad, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm.58.

¹¹ Sudaryatmo, *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Ctk. Pertama, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2005, hlm. 34.

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 secara tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Pada pelaksanaannya, hak-hak konsumen sering terabaikan.

Oleh sebab itu, apabila konsumen benar-benar akan dilindungi, maka hak konsumen yang tersebut harus dipenuhi, baik oleh pemerintah maupun produsen, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi

kerugian konsumen dari berbagai aspek.¹² Pelaku usaha di dalam melakukan kegiatan usahanya juga mempunyai hak dan kewajiban yang perlu diperhatikan. Hak pelaku usaha sebagaimana disebutkan dalam Pasal 6 UUPK yaitu :

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

Selain itu, di dalam Pasal 7 UUPK juga dijelaskan mengenai kewajiban pelaku usaha, yaitu :

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

¹² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op Cit*, Jakarta, 2004, hlm. 47.

2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban ini kemudian melahirkan suatu tanggung jawab yang dimiliki pelaku usaha. Tanggung jawab timbul karena seseorang atau suatu pihak mempunyai suatu kewajiban, termasuk kewajiban karena undang-undang dan hukum.¹³ Tanggung jawab atas suatu barang dan/atau jasa yang diproduksi

¹³ Siahaan, *Op Cit*, hlm. 137.

oleh perusahaan atau industri, dalam pengertian yuridis biasa disebut *product liability*.¹⁴ Dalam melakukan kegiatan usahanya, pelaku usaha harus bertanggung jawab terhadap kerugian yang ditimbulkan oleh konsumen.

Adapun mengenai tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 sampai Pasal 28 UUPK. Tanggung jawab tersebut pada pokoknya meliputi:

1. Tanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan (Pasal 19 UUPK);
2. Bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut (Pasal 20 UUPK);
3. Tanggung jawab importir barang jika importasi barang tidak dilakukan agen atau perwakilan produsen luar negeri dan tanggung jawab importir jasa jika penyediaan jasa asing tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing (Pasal 21 UUPK);
4. Tanggung jawab untuk membuktikan mengenai ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 (Pasal 22 UUPK);
5. Tanggung jawab pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lainnya yang beritikad baik atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen (Pasal 24 UUPK);

¹⁴ *Ibid.* hlm. 144.

6. Tanggung jawab untuk menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan untuk memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan serta bertanggung jawab atas pelanggaran terhadap ketentuan ini (Pasal 25 UUPK);
7. Tanggung jawab pelaku usaha dibidang jasa untuk memberikan jaminan dan/atau garansi yang disepakati (Pasal 26 UUPK);
8. Tanggung jawab untuk membuktikan mengenai ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 (Pasal 28 UUPK).

Konsep tanggung jawab hukum merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Prinsip tentang tanggung jawab merupakan bagian yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.¹⁵

Sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia, seseorang konsumen jika dirugikan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, dapat menggugat pihak yang menimbulkan kerugian itu. Pihak tersebut di sini bisa berarti Produsen/pabrik, *supplier*, pedagang besar, pedagang eceran/penjual, ataupun pihak yang memasarkan produk, bergantung dari siapa yang

¹⁵ Edmon Makarim, dkk, *Pengantar Hukum Telematika - Suatu Kompilasi Kajian*, Badan Penerbit FHUI, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 347, dikutip dari Henry Campbell Black, *Black's Law Dictionary*, 7th ed, (St. Paul Minn: West Publishing, 1999) , hlm. 365-366.

melakukan atau tidak melakukan perbuatan yang menimbulkan kerugian bagi konsumen, bahkan kematian pada konsumen.¹⁶

Bentuk kerugian yang umumnya menimpa konsumen meliputi *personal injury*, *injury to the product itself/some other property* dan *pure economic loss*. Terkait dengan kerugian immaterial yang membahayakan keselamatan jiwa konsumen (*personal injury*) dan materiil di mana kerusakan terjadi pada barang tersebut (*injury to the product itself/some other property*) dan hilangnya nilai ekonomis akan barang (*pure economic loss*).¹⁷ Setiap kerugian yang diderita oleh konsumen, dituntut suatu tanggung jawab dari pelaku usaha. Prinsip-prinsip umum tanggung jawab pelaku usaha dalam hukum yang pada praktiknya dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan (*fault liability/liability based on fault*)

Prinsip ini menyatakan bahwa seseorang dapat dimintai pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan. Di Indonesia, prinsip ini dapat dilihat dalam Pasal 1365, 1366, dan 1367 KUHPerdata. Pasal 1365 KUHPerdata mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:

- a. Ada perbuatan melanggar hukum;

¹⁶ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen & Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2009, hlm. 296-297.

¹⁷ Edmon Makarim, *Op Cit*, hlm. 366.

- b. Ada kesalahan;
- c. Ada kerugian yang diderita; dan
- d. Ada hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Kemudian dalam Pasal 1366 KUHPdata disebutkan bahwa tanggung jawab tersebut tidak hanya untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya, tetapi juga kerugian yang disebabkan karena kelalaian atau kurang hati-hatinya. Kelalaian atau kurang hati-hati disebut juga sebagai *negligence in tort*. Sedangkan Pasal 1367 KUPerdata diatur mengenai pertanggung jawaban atas kesalahan orang yang berada di bawah tanggung jawabnya.

2. Prinsip Praduga untuk Selalu Bertanggung Jawab (*Presumption of Liability Principle*)

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada tergugat. Ketentuan Pasal 22 UUPK menegaskan bahwa beban pembuktian (ada tidaknya kesalahan) berada pada pelaku usaha dalam perkara pidana pelanggaran Pasal 19 ayat (4), Pasal 20 dan Pasal 21 UUPK dengan tidak menutup kemungkinan bagi jaksa untuk membuktikannya. Artinya jika pelaku usaha tidak memanfaatkan prinsip beban pembuktian terbalik, maka demi kepentingan umum, pihak jaksa harus menerapkan prinsip tersebut.

3. Prinsip Praduga untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan. Contoh dalam penerapan prinsip ini adalah dalam hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin/bagasi tangan, yang biasanya di bawa dan diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dari penumpang. Dalam hal ini, pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat dimintai pertanggung jawabannya.

4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*)

Prinsip ini menetapkan bahwa suatu tindakan dapat dihukum atas dasar perilaku berbahaya yang merugikan (*harmful conduct*), tanpa mempersoalkan ada tidaknya kesengajaan (*intention*) atau kelalaian (*negligence*). Jadi kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan, namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya adanya *forcemajeure*.

Pada prinsip ini ada hubungan kausalitas antara subjek yang bertanggung jawab dan kesalahan yang diperbuatnya.

5. Prinsip Tanggung Jawab dengan Pembatasan (*Limitation of Liability Principle*).

Prinsip ini sering kali dilakukan oleh pelaku usaha untuk membatasi beban tanggung jawab yang seharusnya ditanggung oleh mereka.

Umumnya dikenal dengan pencantuman klausula eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen bila ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha. Pasal 18 ayat (1) butir 1 UUPK menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat klausula baku yang menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha. Hal ini berarti pelaku usaha membatasi diri atas tanggung jawab yang seharusnya dibebankan pada dirinya. Namun demikian, perlu diperhatikan ketentuan Pasal 1493 KUH Perdata yang menyatakan bahwa kedua belah pihak diperbolehkan dengan persetujuan-persetujuan istimewa, memperluas atau mengurangi kewajiban-kewajiban yang ditetapkan dalam undang-undang, di mana mereka diperbolehkan mengadakan persetujuan bahwa si penjual tidak akan diwajibkan menanggung suatu apa pun. Hal tersebut hanya dimungkinkan bila kedua belah pihak dalam pembuatan perjanjian/kontrak berada dalam posisi seimbang, artinya tidak ada penekanan-penekanan dari pihak (umumnya) pelaku usaha terhadap suatu ketentuan tertentu kepada konsumen. Pada era perdagangan bebas saat ini tampaknya pelaku usaha dapat dengan mudah membuat aturan tertentu (seperti *terms and condition* dalam suatu *website*) yang berisikan pembatasan tanggung jawab. Acuan yang digunakan adalah prinsip *take it or leave it contract*, padahal pelaku usaha diharapkan menjamin

prinsip-prinsip hak konsumen dalam pembuatan kontrak yang mendasari hubungannya dengan konsumen.

Perkembangan dunia perdagangan saat ini, garansi merupakan kepentingan konsumen yang sangat vital, sehingga garansi dalam jual beli memiliki fungsi sebagai penjaminan apabila ditemukan cacat-cacat tersembunyi oleh konsumen. Jaminan kualitas produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen. Umumnya jaminan kualitas dinyatakan secara tegas dalam proses penawaran maupun pada perjanjian jual beli. Ada dua macam jaminan dalam praktik jual beli produk, yaitu:¹⁸

1. *Express Warranty* (jaminan secara tegas)

Express Warranty adalah suatu jaminan atas kualitas produk, baik dinyatakan secara lisan maupun tertulis. Adanya *express warranty* ini, berarti produsen sebagai pihak yang menghasilkan barang (produk) dan juga penjual sebagai pihak yang menyalurkan barang atau produk dari produsen atau konsumen bertanggung jawab untuk melaksanakan kewajibannya terhadap adanya kekurangan atau kerusakan dalam produk yang dipasarkan. Dalam hal demikian, konsumen dapat mengajukan tuntutananya berdasarkan adanya wanprestasi.

2. *Implied Warranty*

¹⁸ Andrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm. 75.

Implied warranty adalah suatu jaminan yang dipaksakan oleh undang-undang atau hukum, sebagai akibat otomatis dari penjualan barang-barang dalam keadaan tertentu. Jadi, dengan *implied warranty* dianggap bahwa jaminan ini selalu mengikuti barang yang dijual, kecuali dinyatakan lain.

Tampak masalah layanan purna jual adalah masalah perlindungan konsumen yang tidak dapat dipisahkan dengan tahapan transaksi konsumen lainnya. Yang berlaku bukan lagi prinsip *caveat emptor*, tetapi *caveat venditor* (produsen/penyalur produk (penjual) atau krediturlah yang bertanggung jawab), yang lazim disebut tanggung jawab produk. Tanggung jawab dari produsen dan pihak-pihak yang menyalurkan produknya secara tanggung renteng seluruhnya bersifat tanggung jawab mutlak (*strict liability*) atau tanggung jawab tanpa kesalahan (*liability without fault*).¹⁹

Perluasan subjek yang dapat dimintai tanggung jawabnya telah pula diterapkan di berbagai negara. Di lingkungan Uni Eropa, misalnya, dalam Pasal 3 Pedoman Masyarakat Eropa, tanggung jawab produk adalah tanggung jawab dari :²⁰

1. Pembuat produk cacat yang bersangkutan;
2. Produsen bahan-bahan mentah atau komponen dari produk itu;

¹⁹ Sidharta, *Op Cit*, hlm 154

²⁰ Az Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Ctk. Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm 64.

3. Setiap orang yang memasang nama, merek perusahaan atau memberikan tanda khusus untuk pembeda produknya dengan produk orang lain;
4. Setiap orang yang mengimpor produk untuk di jual, di sewakan atau dipasarkan (tanpa mengurangi tanggung jawab pembuat produk);
5. Setiap pemasok produk, jika pembuatnya tidak diketahui atau diketahui tetapi pengimpornya tidak diketahui.

Jaminan kualitas produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen. Konsumen berhak mengetahui segala informasi yang relevan mengenai produk yang dibelinya, baik apa sesungguhnya produk tersebut, bagaimana cara memakainya maupun resiko yang menyertai pemakaiannya. Jika suatu produk diberi garansi untuk jangka waktu tertentu, segala syarat dan konsekuensinya harus dijelaskan secara lengkap. Semua informasi yang disebut pada label sebuah produk harus menunjukkan keadaan sesungguhnya dari produk tersebut.²¹

Mengenai ketentuan-ketentuan yang merupakan kesepakatan antara kedua pihak dalam perjanjian garansi jual beli biasanya tercantum dalam surat garansi yang diberikan kepada konsumen, antara lain berupa jenis cacat yang termasuk dalam penjaminan masa garansi dan sebagainya. Ketentuan-

²¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, Ctk Pertama, Nusa Media, Bandung, 2008, hlm. 39.

ketentuan tersebut biasanya dibuat oleh pihak pelaku usaha sebelum transaksi sehingga konsumen tidak ikut dalam memutuskan ketentuan-ketentuan itu, konsumen tidak berhak untuk menawar syarat-syarat yang telah ditentukan oleh pelaku usaha. Ganti kerugian tersebut berupa pengembalian sejumlah uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara, perawatan kesehatan, dan pemberian santunan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Prinsip pertanggungjawaban yang digunakan oleh UUPK adalah prinsip praduga bertanggung jawab yaitu seseorang atau tergugat dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah. Dalam hubungannya dengan perlindungan konsumen, yang sering terjadi adalah tuntutan hak yang dikemukakan oleh konsumen karena merasa dirugikan oleh suatu barang dan/atau jasa. Biasanya dimulai oleh perasaan tidak puas, bersifat subjektif dan tertutup yang dialami oleh perorangan maupun kelompok.²² Konsumen yang merasa dirugikan tersebut dapat mengajukan gugatan baik secara individual maupun kelompok untuk menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen.

E. Metode Penelitian

²² *Ibid*, hlm.108.

1. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang akan dikaji dalam penulisan skripsi ini, adalah sebagai berikut :

- a. Perlindungan konsumen terhadap tanggung jawab produk pelaku usaha kepada konsumen dalam transaksi jual beli *Handphone* di Yogyakarta.
- b. Tanggung jawab pelaku usaha yang tidak menyediakan garansi dalam transaksi jual beli *Handphone* di Yogyakarta.

2. Subyek Penelitian

Adapun subyek penelitian yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penulisan skripsi ini :

- a. Konsumen, yaitu pembeli yang dirugikan dalam transaksi jual beli *Handphone* di Yogyakarta.
- b. Pelaku usaha, yaitu penjual *Handphone* di Yogyakarta.

3. Sumber Data Penelitian

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung berdasarkan wawancara terhadap pelaku usaha dan konsumen yang dirugikan dalam jual beli *Handphone*.
- b. Data Sekunder, yaitu:
 - 1) Bahan Hukum Primer yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 9/M-Deg/PER/5/2009 Tentang Pendaftaran Petunjuk

Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/ Garansi Purna Jual Dalam Bahasa Indonesia Bagi Produk Telematika dan Elektronika.

2) Bahan Hukum Sekunder yaitu buku-buku hukum.

4. Cara Pengumpulan Bahan Hukum

Adapun cara yang digunakan dalam pengumpulan dalam mengumpulkan bahan-bahan hukum untuk penulisan skripsi ini, melalui :

a. Wawancara

Yaitu melakukan pendekatan dengan pelaku usaha dan konsumen yang dirugikan guna memperoleh data yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

b. Studi Pustaka

Yaitu mengkaji jurnal, hasil penelitian hukum dan literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

c. Studi Dokumen

Yaitu mengkaji berbagai dokumen resmi institusional yang berupa peraturan perundang-undangan, perjanjian, dan lain-lain yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

5. Metode Pendekatan

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum *empiris* yaitu dengan wawancara dialog serta observasi terhadap pelaku usaha dan konsumen yang merasa di rugikan. Pada prinsipnya untuk penelitian empiris, metode pendekatan yang digunakan

antara lain politik, ekonomi, historis, kebijakan, kriminologi, viktimologi, sosiologis, dan lain-lain.

6. Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian akan dianalisa dengan menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan cara menganalisis data dengan melakukan pemisahan dan pemilihan data yang telah diperoleh berdasarkan kualitasnya, dan kemudian diteliti untuk memperoleh kesimpulan dan pemecahan masalah tersebut selanjutnya penyampaianya dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan cara menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian yang kemudian diolah, disusun secara sistematis sehingga diperoleh gambaran yang jelas dan lengkap tentang objek penelitian.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan dalam pembahasan maka dalam penyusunan skripsi ini akan diberikan gambaran garis besar mengenai penulisan skripsi ini secara keseluruhan. Secara sistematis kerangka skripsi ini dibagi menjadi 4 (empat) bab pembahasan, sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Merupakan gambaran dan pengantar secara keseluruhan dari penulisan skripsi ini, mulai dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan dasar dan pijakan bagi penulis dalam menyelesaikan permasalahan, berupa teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

BAB III Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas permasalahan yang tertuang dalam rumusan masalah, tentang perlindungan konsumen terhadap tanggung jawab produk pelaku usaha kepada konsumen dalam transaksi jual beli *Handphone* dan tanggung jawab pelaku usaha yang tidak menyediakan jaminan garansi dalam transaksi jual beli *Handphone* di Yogyakarta.

BAB IV Penutup

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari penulis yang di peroleh dari penelitian ini.