

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument / konsument* (Belanda).⁵ Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang".⁶ Amerika Serikat mengemukakan pengertian "konsumen" yang berasal dari *consumer* berarti "pemakai", namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai "korban pemakaian produk yang cacat", baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai.⁷ Perancis berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang mengartikan konsumen sebagai "*the person who obtains goods or services for personal or family purposes*". Dari definisi diatas terkandung dua unsur, yaitu konsumen hanya orang dan barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.⁸

Az. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni :⁹

⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 22

⁶ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran)*, (Bandung: Nusa Media, 2008), hlm. 7

⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit.*, hlm. 23

⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006), hlm. 3

⁹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2001), hlm. 13

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/ atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/ atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersil) bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital yang berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen.
3. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/ atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/ atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial). Istilah konsumen juga dapat kita temukan dalam peraturan perundang-undangan Indonesia. Secara yuridis formal pengertian konsumen dimuat dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

"Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".

Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen:¹⁰

- a. Setiap orang

¹⁰*Ibid.*, hlm. 27

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/ atau jasa. Istilah "orang" disini tidak dibedakan apakah orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Oleh karena itu, yang paling tepat adalah tidak membatasi pengertian konsumen sebatas pada orang perseorangan, tetapi konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum.

b. Pemakai

Kata "pemakai" dalam bunyi Penjelasan Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen diartikan sebagai konsumen akhir (*ultimate consumer*).

c. Barang dan/ atau jasa

UU Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai sebagai benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, benda yang dapat dihabiskan maupun yang tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sementara itu, jasa diartikan sebagai setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

d. Yang tersedia dalam masyarakat

Barang/ jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran, namun di era perdagangan sekarang ini, syarat mutlak itu tidak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (*developer*) perumahan telah biasa mengadakan transaksi konsumen tertentu seperti *futures trading* dimana keberadaan barang yang diperjual belikan bukan sesuatu yang diutamakan.

- e. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, makhluk hidup lain

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan.

- f. Barang dan/ atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan

Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.

Definisi ini sesuai dengan pengertian bahwa konsumen adalah pengguna terakhir, tanpa melihat apakah si konsumen adalah pembeli

dari barang dan/ atau jasa tersebut.¹¹ Hal ini juga sejalan dengan pendapat dari pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius yang menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa (pengertian konsumen dalam arti sempit).¹²

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Sebagai pemakai barang dan/ atau jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan akan hak-hak konsumen adalah hal yang sangat penting agar masyarakat dapat bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri sehingga ia dapat bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya ketika ia menyadari hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha. Secara umum dikenal 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :¹³

a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dan barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani terlebih terhadap barang dan/ atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang berisiko sangat tinggi.¹⁴

¹¹ Abdul Halim Barkatulah, *Op. Cit.*, hlm. 8

¹² Shidarta, *Loc. Cit.*

¹³ Shidarta, *Op. Cit.*, hlm. 19

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 23

b. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)

Untuk itu diperlukan adanya pengawasan secara ketat yang harus dilakukan oleh pemerintah. Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar baik secara lisan, melalui iklan di berbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Hal ini bertujuan agar konsumen tidak mendapat pandangan dan gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa.

c. Hak untuk memilih (*the right to choose*)

Konsumen berhak untuk menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi suatu produk. Ia juga tidak boleh mendapat tekanan dan paksaan dari pihak luar sehingga ia tidak mempunyai kebebasan untuk membeli atau tidak membeli.¹⁵

d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi. Ini disebabkan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen.¹⁶

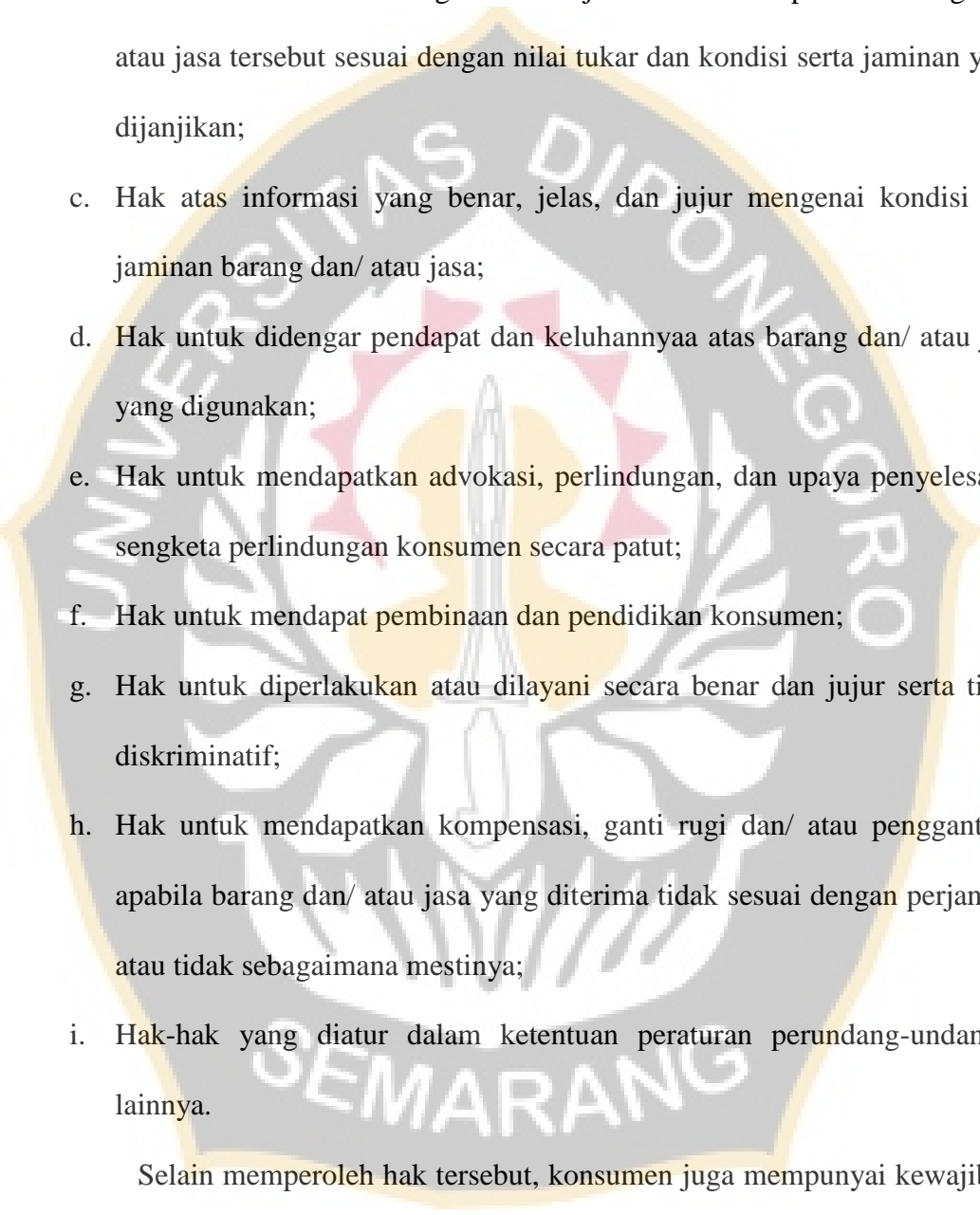
Untuk itu konsumen harus mendapatkan haknya bahwa kebutuhan dan klaimnya bisa didengarkan, baik oleh pelaku usaha yang bersangkutan maupun oleh lembaga-lembaga perlindungan konsumen yang memperjuangkan hak-hak konsumen.¹⁷

Hak-hak Konsumen juga diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu sebagai berikut :

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 27

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 26

¹⁷ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008), hlm.25

- 
- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;
 - b. Hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/ atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
 - c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
 - d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
 - e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
 - f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
 - g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 - h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
 - i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selain memperoleh hak tersebut, konsumen juga mempunyai kewajiban.

Ketentuan kewajiban konsumen dapat kita lihat dalam Pasal 5 UUPK, yaitu :

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 sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

3. Perlindungan Hukum Konsumen

a. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum berasal dari bahasa Belanda yang berbunyi *rechtsbercherming van de bergers tegen de overhead*.¹⁸ Ada dua bentuk perlindungan hukum bagi rakyat yaitu:¹⁹

- 1) Perlindungan hukum preventif artinya rakyat diberi kesempatan mengajukan pendapatnya sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif yang bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa.
- 2) Perlindungan hukum represif yang bertujuan menyelesaikan sengketa.

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau

¹⁸ Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya:PT. Bina Ilmu, 1987), hlm 1

¹⁹ Phillipus M. Hadjon, *Op. Cit*, hlm 5

sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.²⁰

Perlindungan hukum adalah penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum²¹

b. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen

Secara umum, perlindungan berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang berbahaya, sesuatu itu bisa saja berupa kepentingan maupun benda atau barang. Selain itu perlindungan juga mengandung makna pengayoman yang diberikan oleh seseorang terhadap orang yang lebih lemah. Dengan demikian, perlindungan hukum dapat diartikan dengan segala upaya pemerintah untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada warga negaranya agar hak-haknya sebagai seorang warganegara tidak dilanggar, dan bagi yang melanggarnya akan dapat dikenakan sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

²⁰ *Ibid*, hlm 25

²¹ CST Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka), hlm 102

Hukum Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang satu sama lain berkaitan dengan barang dan/ atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.²² Sedangkan Hukum Perlindungan Konsumen adalah merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat melindungi kepentingan konsumen.²³

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 1 dan 2 yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Dan yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.

Perlindungan terhadap konsumen tersebut mencakup dua hal sebagai berikut :²⁴

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar Undang- Undang;

²² AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta:Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm 64

²³ *Ibid*, hlm 6

²⁴ Janus Sidabolak, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung:Citra Aditya Bakti, 2006), hlm 7

- 2) Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil.

Hukum perlindungan konsumen mengatur segala aspek dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dengan konsumen, mengenai hak dan kewajiban masing-masing serta dalam hal penyelesaian sengketa bisnis. Beberapa hal yang dinilai penting dalam hubungan konsumen dan penyedia barang dan/ atau penyelenggara jasa antara lain sebagai berikut

.²⁵

- a. Hal-hal yang Berkaitan dengan Informasi

Menurut konsumen, informasi tentang barang dan atau jasa merupakan kebutuhan pokok, sebelum ia menggunakan sumber dananya (gaji, upah, honor atau apapun nama lainnya) untuk mengadakan transaksi konsumen tentang barang atau jasa tersebut. Dengan transaksi konsumen dimaksudkan diadakannya hubungan hukum (jual beli, beli sewa, sewa menyewa, pinjam meminjam, dan sebagainya) tentang produk konsumen dengan pelaku usaha itu.

Informasi-informasi tersebut meliputi tentang ketersediaan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat konsumen, tentang kualitas produk, keamanannya, harga, tentang berbagai persyaratan dan atau cara memperolehnya, tentang jaminan atau garansi produk, persediaan suku cadang, tersedianya pelayanan jasa purna jual, dan lain-lain yang berkaitan dengan itu.

²⁵Widjajati Erna, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Tangerang Selatan : Wafi Media Tama, 2005), hlm 20

b. Beberapa Bentuk Informasi

Diantara berbagai informasi tentang atau jasa konsumen yang diperlukan konsumen, tampaknya yang paling berpengaruh pada saat ini adalah informasi yang bersumber dari kalangan pelaku usaha. Terutama dalam bentuk iklan atau label, tanpa mengurangi pengaruh dari berbagai bentuk informasi pengusaha lainnya.

Iklan adalah bentuk informasi yang umumnya bersifat sukarela, sekalipun pada akhir-akhir ini termasuk juga yang diatur di dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen.

c. Tentang Iklan

Menurut ketentuan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 9 ayat (1) berbunyi :

“Pelaku Usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/ atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah... dan seterusnya.”

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak dicantumkan apa yang dimaksud dengan iklan. Yang terdapat dalam perundang-undangan ini hanyalah berbagai larangan dan suruhan berkaitan dengan periklanan saja.

Dari hal-hal terurai diatas tentang kedudukan periklanan dalam masyarakat usaha, setidaknya-tidaknya terdapat dua batasan iklan, yang satu ditetapkan oleh Departemen Kesehatan yang lainnya oleh sistem penyiaran nasional. Kedua batasan iklan tersebut berjalan bersama masing-masing untuk bidang masing-masing. Sampai saat ini tidak

terdapat gangguanapapun baik terhadap masyarakat pembuat maupun pengguna produk konsumen yang diiklankan berdasarkan masing-masing rumusan yang bersangkutan. Bagi konsumen informasi produk konsumen sangat menentukan sehingga haruslah informasi itu memuat keterangan yang benar, jelas, jujur, dan bertanggung jawab.

Mengenai perilaku periklanan yang lengkap diatur dalam Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, adalah sebagai berikut:

- 1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
 - a) Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - b) Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
 - c) Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
 - d) Tidak memuat informasi mengenai resiko pemakaian barang dan/atau jasa;
 - e) Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - f) Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- 2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

Selanjutnya, berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha periklanan ini diatur dalam Pasal 20, sebagai berikut:

“Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.”

d. Tentang label

Informasi produk konsumen yang bersifat wajib ini, ditetapkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Pengaturan tentang informasi yang disebut dengan berbagai istilah seperti penandaan, label, atau etiket. Ketentuan tersebut terdapat dalam berbagai peraturan perundang-undangan antara lain:

- 1) Undang-Undang Barang, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1961, memberikan informasi tentang barang, Pasal 2 ayat (4) Undang-Undang ini menentukan :

“Pemberian nama dan/atau tanda-tanda yang menunjukkan asal, sifat, susunan bahan, bentuk banyaknya dan/atau kegunaan barang-barang yang baik diharuskan maupun tidak diperbolehkan dibubuhkan atau dilekatkan pada barang pembungkusnya, tempat barang-barang itu diperdagangkan dan alat-alat reklame, pun cara pembubuhan atau melekatkan nama dan/atau tanda-tanda itu.”

- 2) Baik produk makanan, maupun obat diwajibkan mencantumkan label pada wadah atau pembungkusnya. Permenkes Nomor 79 Tahun 1978 tentang Label dan Periklanan Makanan, Pasal 1 angka 2, menyebutkan :

“Etiket adalah label yang dilekatkan, dicetak, diukir atau dicantumkan dengan jalan apa pun pada wadah atau pembungkus.”

3) Hal-hal yang Berkaitan dengan Perikatan

Dalam KUHPerdara Buku ke-III tentang perikatan (*Van Verbintenissen*), termuat ketentuan-ketentuan tentang subjek-subjek hukum dari perikatan, syarat-syarat perikatan, tentang risiko jenis-jenis perikatan tertentu, syarat-syarat pembatalannya, dan berbagai bentuk perikatan yang diadakan (Pasal 1233). Perikatan yang terjadi karena undang-undang, dapat timbul karena undang-undang, baik karena undang-undang maupun sebagai akibat perbuatan seseorang. Perbuatan itu dapat berupa perbuatan yang diperbolehkan (halal) atau perbuatan yang melanggar hukum (Pasal 1352, 1353, dan seterusnya).

4. Hubungan Hukum Antara Konsumen dan Pelaku Usaha

Hubungan hukum (*rechtbetrekkingen*) adalah hubungan antara dua subyek hukum atau lebih mengenai hak dan kewajiban di satu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak lain.²⁶ Hubungan hukum dapat terjadi antara sesama subyek hukum dan antara subyek hukum dengan benda. Konsumen dan pelaku usaha merupakan subyek hukum dalam UUPK. Hubungan hukum tersebut memiliki syarat-syarat, yaitu adanya dasar hukum dan adanya peristiwa hukum.²⁷

Hubungan hukum tersebut didasarkan pada Undang-Undang yang berlaku dan perjanjian. Berdasarkan Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP), dimana pelaku usaha telah

²⁶ Soeroso R, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006), hlm 269

²⁷ *Ibid*, hlm 271

sepakat terhadap apa yang dijanjikan pada saat memberikan janji-janji pada sebuah iklan ataupun selebaran atau brosur, sehingga janji-janji tersebut berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha relevan dan memiliki arti penting dalam penyusunan gugatan konsumen. Gugatan konsumen hanya dapat ditujukan kepada pihak-pihak yang memiliki hubungan hukum. Karena dengan adanya hubungan hukum menunjukkan adanya kepentingan hukum antar pihak yang berhubungan. Oleh karena itu, gugatan konsumen yang terjadi karena hubungan hukum yang bersifat tak langsung akan memperbanyak pihak-pihak yang akan digugat. Mulai dari pengecer sampai dengan produser, atau cukup hingga ke agen saja.

Dalam transaksi konsumen yang bersifat tak langsung dengan pelaku usaha akan melibatkan pihak-pihak yang banyak tidak terlihat. Dalam mata rantai bisnis, suatu produk yang dihasilkan oleh pabrik akan menempuh proses dari pihak-pihak tertentu sehingga sampai di pasar dan akhirnya jatuh ke tangan konsumen. Dalam praktiknya ada beragam jenis dan nama dalam mata rantai bisnis, yang secara yuridis sulit membedakannya dan mencari padanan istilah yang tepat ke dalam bahasa Indonesia. Pelaku usaha akan banyak terdiri dari banyak pihak, antara lain:²⁸

- a. Produser (*Produce*);
- b. Importer;
- c. Agen (*Agent*);

²⁸ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta : Raja Grafindo Persada, 2004), hlm 61

- d. Kantor Cabang (*Branch Office*);
- e. Kantor Perwakilan (*Representatives Office*);
- f. Perantara (*Broker*);
- g. Pedagang (*Trader*);
- h. Dealer;
- i. Penyalur (*Distributor*);
- j. Grosir (*Wholeseller*);
- k. Pengecer (*Retailer*).

Hubungan tak langsung antara konsumen dan pelaku usaha akan menyulitkan konsumen dalam melakukan penuntutan. Untuk itu, perlu cara khusus dalam pengajuan gugatan atau tuntutan konsumen.²⁹

Transaksi konsumen yang bersifat langsung akan lebih memudahkan konsumen dalam melakukan penuntutan atau meminta tanggung jawab pelaku usaha atas produk atau prestasi yang diberikan. Hubungan langsung antara konsumen dan pelaku usaha, misal dalam transaksi konsumen sebagai pelanggan jasa reparasi kendaraan dan montir atau konsumen pengguna jasa *catering* akan memudahkan dalam menggugat karena pihaknya hanya penyedia jasa itu sebagai tergugat.³⁰

Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan hukum yang umumnya didasari pada transaksi berupa kontrak atau kesepakatan (*agreement*) dari kedua belah pihak. Hubungan hukum adalah

²⁹*Loc. Cit.*

³⁰*Loc. Cit.*

hubungan antar subyek hukum yang dilakukan menurut hukum yang dapat berupa ikatan hak dan kewajiban.³¹

B. Tinjauan Umum Mengenai Pelaku Usaha Dalam Transaksi Elektronik

1. Pelaku Usaha

Dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa:

“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.”

Pengertian tersebut sama seperti yang dinyatakan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menentukan pengertian bahwa:

“Pelaku Usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.”

Pada penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor dan lain-lain. Kajian atas perlindungan terhadap konsumen tidak dapat dipisahkan dari telah terhadap hak-hak dan kewajiban produsen. Berdasarkan *Directive*, pengertian “produsen” meliputi.³²

³¹*Loc. Cit.*

³² Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op. Cit.*, hlm 41

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

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha juga memiliki hak-hak sebagai berikut

.³³

Hak pelaku usaha adalah :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

³³*Ibid*, hlm 43

- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Adapun dalam Pasal 7 kewajiban pelaku usaha adalah :³⁴

- 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;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau 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;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

³⁴*Loc.Cit*

g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam pasal 8 sampai dengan pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, juga mengatur perbuatan hukum yang dilarang bagi pelaku usaha larangan dalam memproduksi atau memperdagangkan, larangan dalam menawarkan, larangan-larangan dalam penjualan secara obral / lelang, dan dimanfaatkan dalam ketentuan periklanan. Ditambahkan pula ketentuan mengenai pencantuman klausula baku oleh pelaku usaha, diatur dalam Bab V UUPK pasal 18.

Pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 9 juga memuat kewajiban pelaku usaha yaitu:

“Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.”

Dan Pasal 28 ayat (1) Undang- Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menyatakan larangan bagi setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Tansaksi Elektronik.

Kewajiban pelaku usaha Transaksi Elektronik secara lebih eksplisit dimuat dalam Pasal 49 Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

3. Pengertian Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 1 angka 2 mendefinisikan transaksi elektronik sebagai berikut:

“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.”

E-commerce didefinisikan sebagai penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui komputer pada media jaringan.³⁵

E-commerce memiliki berbagai macam jenis transaksi dalam menerapkan sistemnya. Jenis-jenis transaksi *e-commerce* adalah sebagai berikut:³⁶

a. *Business to Administration (B2A)*

B2A adalah jenis *e-commerce* yang mencakup semua transaksi yang dilakukan secara online antara perusahaan dan administrasi publik.

Jenis *e-commerce* ini melibatkan banyak layanan, khususnya di bidang-bidang seperti fiskal, jaminan sosial, ketenagakerjaan, dokumen hukum dan register, dan lainnya.

Jenis *e-commerce* ini telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir dengan investasi yang dibuat melalui *e-government* atau pihak pemerintah.

³⁵Candra Ahmadi dan Dadang Hermawan, *E-Business & E-Commerce*, (Yogyakarta:Penerbit Andi, 2013), hlm 7

³⁶*Ibid*, hlm 35-37

Beberapa contoh *website* administrasi publik yang menerapkan B2A adalah www.pajak.go.id, www.allianz.com dan www.bpjs-online.com.

Disana perusahaan dapat melakukan proses transaksi atas jasa yang mereka dapatkan langsung kepada pihak administrasi publik.

Perusahaan diharuskan untuk mengisi sejumlah persyaratan terlebih dahulu sebelum mendapatkan layanan dan baru diteruskan dengan proses transaksi.

b. Business to Business (B2B)

Dua pelaku B2B atau *business to business* ini tentu keduanya adalah Pembisnis, model B2B berfokus untuk menyediakan produk dari satu bisnis ke bisnis lainnya. Karena perusahaan melakukan bisnis dengan satu sama lain seperti produsen menjual kepada distributor dan pedagang besar menjual ke pengecer. Harga didasarkan pada jumlah pesanan dan sering dinegosiasikan. Volume dan nilai B2B *e-commerce* bisa sangat besar.

Contoh *website e-commerce* B2B adalah Bizzy. Bizzy merupakan *E Commerce* pertama yang memiliki konsep B2B atau *Business To Business* di Indonesia. Bizzy menyediakan solusi bagi perusahaan yang memiliki masalah dalam hal pengadaan suplai dan jasa kebutuhan bisnis.

c. *Business-to-Consumers (B2C)*

Business-to-Consumers yaitu penjual adalah suatu organisasi dan pembeli adalah individu. *Business to Consumer* memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan ke umum.
- 2) Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*). Sebagai contoh, karena sistem Web sudah umum digunakan maka servis diberikan dengan menggunakan basis Web.
- 3) Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*). Konsumer melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.

Beberapa *website* di Indonesia yang menerapkan *e-commerce* tipe ini adalah *Berrybenka* dan *Tiket.com*. Jenis *e-commerce* ini biasa digunakan oleh penjual atau produsen yang serius menjalankan bisnis dan mengalokasikan sumber daya untuk mengelola situs sendiri.

d. *Consumer-to-Business (C2B)*

Dalam *Consumer-to-Business* konsumen memberitahukan kebutuhan atas suatu produk atau jasa tertentu, dan para pemasok bersaing untuk menyediakan produk atau jasa tersebut ke konsumen. Contohnya di priceline.com, dimana pelanggan menyebutkan produk dan harga yang diinginkan, dan *priceline* mencoba menemukan pemasok yang memenuhi kebutuhan tersebut.

e. *Customer to Customer (C2C)*

Customer to Customer yaitu konsumen menjual secara langsung ke konsumen lain atau mengiklankan jasa pribadi di Internet. Dalam *Customer to Customer* seseorang menjual produk atau jasa ke orang lain. Dapat juga disebut sebagai pelanggan ke pelanggan yaitu orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain.

C2C merupakan jenis *e-commerce* yang meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa antar konsumen. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online untuk melakukan transaksi tersebut. Beberapa contoh penerapan C2C dalam *website* di Indonesia adalah Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan Lamido. Disana penjual diperbolehkan langsung berjualan barang melalui *website* yang telah ada, namun ada juga *website* yang menerapkan jenis C2C dan mengharuskan penjual terlebih dulu menyelesaikan proses verifikasi, seperti Blanja dan Elevenia.

f. *Consumer to Administration (C2A)*

Jenis C2A meliputi semua transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik.

Contoh area yang menggunakan jenis *e-commerce* ini adalah :

- 1) Pendidikan penyebaran informasi, proses pembelajaran jarak jauh, dan lainnya;
- 2) Jamsostek penyebaran informasi, pembayaran, dan lainnya;

- 3) Pajak pengajuan pajak, pembayaran pajak, dan lainnya;
- 4) Kesehatan janji pertemuan, informasi mengenai penyakit, pembayaran layanan kesehatan dan lainnya.

Contoh penerapan C2A sama dengan B2A, hanya saja pembedanya ada pada pihak individu administrasi publik dan perusahaan administrasi publik. Model B2A dan C2A sama-sama terkait dengan gagasan efisiensi dan kemudahan penggunaan layanan yang diberikan untuk masyarakat oleh pemerintah, juga dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi.

g. *Online-to-Offline (O2O)*

O2O adalah jenis *e-commerce* yang menarik pelanggan dari saluran online untuk toko fisik. O2O mengidentifikasi pelanggan di bidang online seperti email dan iklan internet, kemudian menggunakan berbagai alat dan pendekatan untuk menarik pelanggan agar meninggalkan lingkup online.

Walaupun sudah banyak kegiatan ritel tradisional dapat digantikan oleh *e-commerce*, ada unsur-unsur dalam pembelanjaan fisik yang direplikasi secara digital. Namun ada potensi integrasi antara *e-commerce* dan belanja ritel fisik yang merupakan inti dari jenis O2O.

Hanya karena ada bisnis tertentu yang tidak memiliki produk untuk dipesan secara online, bukan berarti internet tak dapat memainkan perannya dalam hampir semua bisnis. Contohnya, sebuah pusat kebugaran

tidak akan bisa didirikan di ruang tamu rumah Anda, namun dengan menggunakan layanan O2O yang disediakan perusahaan seperti Groupon Inc, pusat kebugaran tersebut bisa menyalurkan bisnis offline nya menjadi online.

Beberapa perusahaan besar dengan pertumbuhan yang cepat seperti Uber dan Airbnb juga menjalankan bisnis mereka dengan jenis O2O.

Beberapa website di Indonesia yang menerapkan jenis O2O adalah Kudo dan MatahariMall. Seperti yang dilakukan oleh perusahaan ritel besar di Amerika, Walmart.

Kini melalui website seperti tersebut anda bisa masuk ke dalam toko, mengambil dan membayar barang yang dibeli, bahkan mengembalikan barang ketika terjadi kesalahan.

4. Bentuk Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi Elektronik

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting, dalam kasus-kasus pelanggaran. Diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab yang dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.

Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut:³⁷

- a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan

³⁷Shidarta, *Op. Cit*, hlm 73-79

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*) adalah prinsip yang cukup aman berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam KUH Perdata, khususnya Pasal 1365, 1366, dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya.

Pasal 1365 KUH Perdata, yang dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:

1. Adanya perbuatan;
2. Adanya unsur kesalahan;
3. Adanya kerugian yang diderita;
4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Kesalahan adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian hukum, tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga bertentangan dengan kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat.

Secara *common sense*, asas tanggung jawab ini dapat diterima karena adalah adil bagi orang yang berbuat salah untuk mengganti kerugian bagi pihak korban. Mengenai pembagian beban pembuktiannya, asas ini mengikuti ketentuan Pasal 163 *Herziene Indonesische Reglement* (HIR) atau Pasal 283 *Rechtsreglement Buitengewesten* (Rbg) dan Pasal 1865 KUH Perdata, dikatakan bahwa barang siapa yang mengakui mempunyai

suatu hak, harus membuktikan adanya hak atau peristiwa itu (*actorie incumbit probatio*).

Ketentuan di atas sesuai dengan teori umum dalam hukum acara, yaitu asas *audi et alteram partem* atau asas kedudukan yang sama antara semua pihak yang berperkara. Perkara yang perlu diperjelas dalam prinsip ini adalah subjek pelaku kesalahan pada Pasal 1367 KUH Perdata. Dalam doktrin hukum dikenal asas *vicarious liability* dan *corporate liability*.

Vicarious liability (atau disebut juga *respondeat superior, let the answer*), mengandung pengertian, majikan bertanggung jawab atas kerugian pihak lain yang ditimbulkan oleh orang-orang atau karyawan yang berada di bawah pengawasannya. Jika karyawan itu dipinjamkan ke pihak lain, maka tanggung jawabnya beralih pada si pemakai karyawan tadi.

Corporate liability pada prinsipnya memiliki pengertian yang sama dengan *vicarious liability*. Pada dasarnya, lembaga (korporasi) yang menaungi suatu kelompok pekerja mempunyai tanggung jawab terhadap tenaga-tenaga yang dipekerjakannya. Sebagai contoh, dalam hubungan hukum antara rumah sakit dan pasien, semua tanggung jawab atas pekerjaan tenaga medis dan paramedik dokter adalah menjadi beban tanggung jawab rumah sakit tempat mereka bekerja. Prinsip ini diterapkan tidak saja untuk karyawan organiknya (digaji oleh rumah sakit), tetapi untuk karyawan monorganik (misalnya dokter yang dikontrak kerja dengan pembagian hasil). Jika suatu korporasi (misalnya rumah sakit) memberi kesan kepada masyarakat (pasien), orang yang bekerja di situ (dokter,

perawat, dan lain-lain) adalah karyawan yang tunduk di bawah perintah atau koordinasi korporasi tersebut, maka sudah cukup syarat bagi korporasi itu wajib bertanggung jawab terhadap konsumennya.

b. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat. Berkaitan dengan prinsip tanggung jawab ini, dalam doktrin hukum pengangkutan khususnya, dikenal empat variasi:

- 1) Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab kalau ia dapat membuktikan, kerugian ditimbulkan oleh hal-hal di luar kekuasaannya.
- 2) Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, ia mengambil suatu tindakan yang diperlukan untuk menghindari timbulnya kerugian.
- 3) Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, kerugian yang timbul bukan karena kesalahannya.
- 4) Pengangkut tidak bertanggung jawab jika kerugian itu ditimbulkan oleh kesalahan/kelalaian penumpang atau karena kualitas/mutu barang yang diangkut tidak baik.

Dasar pemikiran dari teori beban pembuktian adalah seseorang dianggap bersalah, sampai yang bersangkutan dapat membuktikan sebaliknya. Hal ini tentu bertentangan dengan asas hukum praduga tidak

bersalah (*presumption of innocence*) yang lazim dikenal dalam hukum, namun jika diterapkan dalam kasus konsumen akan tampak, asas demikian cukup *relevan*. Jika digunakan teori ini, maka yang berkewajiban untuk membuktikan kesalahan itu ada di pihak pelaku usaha yang digugat. Tergugat ini harus menghadirkan bukti-bukti dirinya tidak bersalah. Tentu saja konsumen tidak lalu berarti dapat dengan kehendak hati mengajukan gugatan. Posisi konsumen sebagai penggugat selalu terbuka untuk digugat balik oleh pelaku usaha, jika ia gagal menunjukkan kesalahan si tergugat.

c. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab

Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption nonliability principle*) hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas. Contoh dalam penerapan prinsip ini adalah dalam hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin/bagasi tangan, yang biasanya dibawa dan diawasi oleh penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dari penumpang. Dalam hal ini, pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat diminta pertanggungjawabannya. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 1995 Tentang Angkutan Udara, Pasal 44 Ayat (2) terdapat penegasan, prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab, ini tidak lagi diterapkan secara mutlak, dan mengarah kepada prinsip tanggung jawab dengan pembatasan uang ganti rugi (setinggi-tingginya satu juta rupiah). Artinya, bagasi kabin/bagasi tangan tetap dapat dimintakan pertanggungjawaban sepanjang bukti kesalahan pihak

pengangkut (pelaku usaha) dapat ditunjukkan. Pihak yang dibebankan untuk membuktikan kesalahan itu ada pada penumpang.

d. Prinsip tanggung jawab mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). *Strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun, ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeure*. *Absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya. Selain itu, terdapat pandangan yang agak mirip, yang mengaitkan perbedaan keduanya pada ada atau tidak adanya hubungan kausalitas antara subjek yang bertanggung jawab dan kesalahannya. Pada *strict liability*, hubungan itu harus ada, sementara pada *absolute liability*, hubungan itu tidak selalu ada. Pada *absolute liability*, dapat saja si tergugat yang dimintai pertanggungjawaban itu bukan si pelaku langsung kesalahan tersebut (misalnya dalam kasus bencana alam). Menurut R.C. Hoerber et.al., prinsip tanggung jawab mutlak ini diterapkan karena, konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks, diasumsikan produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya. Asas ini dapat memaksa produsen lebih hati-hati.

Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum untuk menjerat pelaku usaha, khususnya produsen barang, yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Asas tanggung jawab ini dikenal sebagai *Product liability*. Menurut asas ini, produsen wajib bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkan. Gugatan *product liability* dapat dilakukan berdasarkan tiga hal:

1. Melanggar jaminan (*breach of warranty*), misalnya khasiat yang timbul tidak sesuai dengan janji yang tertera dalam kemasan produk;
2. Ada unsur kelalaian (*negligence*), yaitu produsen lalai memenuhi standar pembuatan obat yang baik;
3. Menerapkan tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

Dalam penerapan tanggung jawab mutlak terletak pada *risk liability*. Dalam *risk liability*, kewajiban mengganti rugi dibebankan kepada pihak yang menimbulkan resiko adanya kerugian itu, namun penggugat (konsumen) tetap diberikan beban pembuktian, walaupun tidak sebesar si tergugat. Dalam hal ini, ia hanya perlu membuktikan adanya hubungan kausalitas antara perbuatan pelaku usaha (produsen) dan kerugian yang dideritanya. Terlebihnya dapat digunakan prinsip *strict liability*.

e. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*) sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya. Seperti dalam

perjanjian cuci cetak film misalnya, ditentukan bila film yang ingin dicuci atau dicetak itu hilang atau rusak (termasuk akibat kesalahan petugas), maka konsumen hanya dibatasi ganti kerugiannya sebesar sepuluh kali harga satu rol film baru. Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang jelas.

C. Tinjauan Umum Mengenai Hukum Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Menurut Pasal 1313 KUH Perdata Perjanjian adalah Perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Dari peristiwa ini, timbullah suatu hubungan hukum antara dua orang atau lebih yang disebut Perikatan yang di dalamnya terdapat hak dan kewajiban masing-masing pihak. Istilah perjanjian sering disebut juga dengan persetujuan, yang berasal dari bahasa Belanda yakni *overeenkomst*.³⁸ Menurut KRMT Tirtodiningrat perjanjian adalah suatu perbuatan hukum berdasarkan

³⁸ Leli Joko Suryono, *Pokok-pokok Perjanjian Indonesia*, (Yogyakarta: LP3M UMY, 2014), hlm 43

kata sepakat diantara dua orang atau lebih untuk menimbulkan akibat-akibat hukum yang dapat dipaksakan oleh undang-undang.³⁹

2. Unsur-Unsur Perjanjian

Suatu perjanjian apabila diuraikan unsur-unsur yang ada didalamnya, maka unsur-unsur tersebut dapat dikelompokkan dalam beberapa kelompok adalah sebagai berikut :

a. Unsur Esensialia

Unsur esensialia dalam perjanjian mewakili ketentuan-kekentuan berupa prestasi-prestasi yang wajib dilakukan oleh salah satu atau lebih pihak, yang mencerminkan sifat dari perjanjian tersebut, yang membedakan secara prinsip dari jenis perjanjian lainnya. Unsur esensialia ini pada umumnya dipergunakan dalam memberikan rumusan, definisi atau pengertian dari suatu perjanjian.⁴⁰ Dari sekian banyak perjanjian yang diatur diluar Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang acapkali sering disebut dengan perjanjian tidak bernama, dalam hal ini dapat digolongkan kedalam tiga golongan besar yaitu :⁴¹

- 1) Perjanjian yang secara prinsip masih mengandung unsur esensialia dari salah satu perjanjian yang diatur dalam KUH Perdata, misalnya perjanjian pemberian kredit oleh perbankan, yang mengandung unsur-unsur esensialia dari perjanjian pinjam meminjam. Terhadap jenis perjanjian ini, makanya ketentuan yang berlaku didalam KUH Perdata,

³⁹Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian, Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, (Yogyakarta: LaksBang Mediatama,2008), hlm. 43

⁴⁰ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang lahir dari perjanjian*,(Jakarta:Raja Grafindo Persada,2003), hlm 85.

⁴¹*Ibid*, hlm 87-89.

sejauh perjanjian tersebut tidak boleh disimpangi dan atau mengandung ketentuan-ketentuan yang tidak diatur secara khusus atau berada oleh para pihak, adalah mengikat bagi para pihak.

- 2) Perjanjian yang mengandung kombinasi dari unsur-unsur esensialia dari dua atau lebih perjanjian yang diatur dalam KUH Perdata, misalnya perjanjian sewa-beli, yang mengandung baik unsur-unsur esensialia jual beli maupun sewa menyewa yang diatur dalam KUH Perdata. Untuk perjanjian-perjanjian jenis ini, maka kita harus jeli untuk melihat unsur esensialia mana yang paling dominan, yang sebenarnya menjadi tujuan diadakan perjanjian ini, untuk kemudian dapat menentukan secara pasti ketentuan-ketentuan memaksa mana yang diatur dalam KUH Perdata yang dapat dan harus diterapkan untuk tiap-tiap perjanjian, serta ketentuan mana dalam KUH Perdata yang boleh disimpangi serta diatur secara berbeda oleh para pihak.
- 3) Perjanjian yang sama sekali tidak mengandung unsur-unsur esensialia dari perjanjian yang diatur dalam KUH Perdata, seperti misalnya perjanjian sewa guna usaha dengan hak opsi atau yang lebih populer dengan nama (*Financial Lease*). Meskipun dalam perjanjian sewa guna usaha dengan hak opsi ini, diatur mengenai masalah sewa menyewa, dan opsi untuk membeli kebendaan yang disewa guna usahakan dengan hak opsi, namun jika dilihat dari sifat transaksi sewa guna usaha secara keseluruhan, transaksi ini tidak mengandung unsur sewa menyewa maupun jual beli, melainkan lebih merupakan suatu

bentuk pembiayaan diluar lembaga perbankan. Jadi dalam hal ini harus dapat ditentukan terlebih dahulu unsur-unsur esensialia dari perjanjian ini, baru kemudian dapat kita kembangkan untuk mencari dan menentukan secara tepat kapan wanprestasi terjadi, apa akibat-akibat wanprestasi tersebut, serta bagaimana menegakkan kembali kewajiban debitor yang sebenarnya terhadap kreditor tanpa merugikan kepentingan kreditor.

b. Unsur Naturalia

Unsur naturalia ini adalah unsur yang lazimnya melekat pada perjanjian, yaitu unsur yang tanpa diperjanjikan secara khusus dalam suatu perjanjian secara diam-diam dengan sendirinya dianggap ada dalam perjanjian karena sudah merupakan pembawaan atau melekat pada perjanjian.⁴² Unsur naturalia unsur yang pasti ada dalam suatu perjanjian tertentu, setelah unsur essensialianya diketahui secara pasti misalnya dalam perjanjian yang mengandung unsur essensialia jual-beli, pasti terdapat unsur naturalia berupa kewajiban dari penjual untuk menanggung kebendaan yang dijual dari cacat-cacat tersembunyi. Ketentuan ini tidak dapat disimpangi oleh para pihak, karena sifat jual beli menghendaki hal yang demikian. Masyarakat tidak akan mentolerir suatu jual beli dimana penjual tidak mau menanggung cacat-cacat tersembunyi dari kebendaan yang dijual olehnya.⁴³

⁴²Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, (Yogyakarta:Liberty,1999) hlm 110-111.

⁴³ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Op.Cit* ,hlm 88-89.

c. Unsur Aksidentalita

Unsur aksidentalita adalah unsur pelengkap dalam suatu perjanjian, yang merupakan ketentuan-ketentuan yang dapat diatur secara menyimpang oleh para pihak, yang merupakan persyaratan khusus yang ditentukan secara bersama-sama oleh para pihak. Dengan demikian maka unsur ini pada hakekatnya bukan merupakan suatu bentuk prestasi yang harus dilaksanakan atau dipenuhi oleh para pihak.⁴⁴

3. Syarat Sah Perjanjian

Syarat yang pertama yaitu sepakat, dimaksudkan bahwa kedua pihak yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat, setuju atau seiya-sekata mengenai hal-hal pokok dari perjanjian yang diadakan itu.

Syarat yang kedua yaitu cakap, dimaksudkan bahwa orang yang membuat suatu perjanjian haruslah cakap menurut hukum. Pada dasarnya, setiap orang yang sudah dewasa atau akilbaliq dan sehat pikirannya adalah cakap menurut hukum.

Syarat yang ketiga yaitu harus mengenai suatu hal tertentu, artinya adalah apa yang diperjanjikan hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul suatu perselisihan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya. Bahwa barang itu sudah ada atau sudah berada di tangan pihak yang berutang pada waktu perjanjian dibuat dan tidak diharuskan oleh undang-undang.

⁴⁴*Ibid*, hlm 89-90.

Syarat keempat yaitu adanya sebab yang halal, sebab dalam hal ini dimaksudkan bahwa tidak ada lain dari pada isi dari perjanjian, sebab itu adalah sesuatu yang menyebabkan seseorang membuat perjanjian yang termaksud.⁴⁵

4. Akibat Perjanjian

Semua perjanjian yang dibuat secara sah adalah mengikat, jadi mengikat pihak-pihak dalam perjanjian.

Orang bebas membuat perjanjian karena adanya kebebasan berkontrak, orang boleh membuat perjanjian yang menyimpang daripada yang ditentukan oleh Undang-Undang, karena ketentuan Undang-Undang mengenai perikatan yang timbul dari perjanjian adalah hukum pelengkap.

Kadang-kadang Undang-Undang mengatur dengan kata-kata yang banyak bahwa ketentuan itu adalah hukum pemaksa, apabila peraturan itu mengenai ketertiban umum dan kesusilaan.⁴⁶

D. Tinjauan Umum Tentang Standardisasi, Sertifikasi, dan Labelisasi Produk

1. Standardisasi Produk

Untuk menghindari adanya produk yang cacat atau berbahaya, maka perlu diterapkan standar minimal yang harus dipedomani dalam berproduksi

⁴⁵ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: PT Inermasa, 1987), hlm.17-19

⁴⁶ Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Perikatan Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*, (Bandung : Mandar Maju, 1994), hlm 65

untuk menghasilkan produk yang layak dan aman dipakai. Usaha inilah yang disebut dengan standardisasi.⁴⁷

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 Ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1991 tentang Standar Nasional Indonesia, yang dimaksud dengan standar adalah :

“Spesifikasi teknis atau sesuatu yang dibakukan, disusun berdasarkan konsensus semua pihak yang terkait dengan memperhatikan syarat-syarat kesehatan, keselamatan, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pengalaman, perkembangan masa kini dan masa akan datang untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya.”

Sedangkan standardisasi menurut Ayat 3 adalah:

“Proses merumuskan, merivisi, menerapkan standar, dilakukan kerjasama dengan semua pihak.”⁴⁸

Standardisasi berkaitan erat dengan proses penetapan dan penerapan standar yang dilakukan secara tertib dalam suatu kerjasama yang melibatkan semua pihak. Tujuannya adalah untuk memberikan perlindungan terhadap kesehatan dan keselamatan kepada konsumen, tenaga kerja, dan masyarakat, serta mewujudkan jaminan mutu terhadap produk dan/ jasa yang dihasilkan dengan meningkatkan efisiensi dalam proses mengelola sistem mutu.⁴⁹

Menurut Gandi, standardisasi adalah:

“Proses penyusunan dan penerapan aturan-aturan dalam pendekatan secara teratur bagi kegiatan tertentu untuk kemanfaatan dan dengan kerjasama dari semua pihak yang berkepentingan, khususnya untuk meningkatkan penghematan menyeluruh secara optimum dengan memperhatikan kondisi fungsional dan persyaratan keamanan. Hal ini didasarkan pada konsolidasi dari hasil (ilmu) teknologi dan pengalaman.”⁵⁰

⁴⁷ Janus Sidabolak, *Op.Cit.*, hlm 19

⁴⁸ Wahyuni Endang Sri, *Aspek Hukum Sertifikasi dan Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm 103

⁴⁹ *Loc. Cit.*

⁵⁰ Gandi, *Perlindungan Konsumen Dilihat dari Sudut Pengaturan Standardisasi Hasil Industri*, (Jakarta: BPHN Binacipta, 1980), hlm 80

Selanjutnya Gandhi mengatakan bahwa dengan standardisasi akan diperoleh manfaat sebagai berikut:

- a. Pemakaian barang secara ekonomis, perbaikan mutu, penurunan ongkos produksi dan penyerahan yang cepat
- b. Penyederhanaan pengiriman dan penanganan barang
- c. Perdagangan yang adil, peningkatan kepuasan langganan
- d. *Interchangeability* komponen memungkinkan *subcontracting*.⁵¹

Dengan begitu standardisasi berfungsi membantu menjembatani kepentingan konsumen dan produsen dengan menetapkan standar produk yang tepat yang memenuhi kepentingan dan mencerminkan aspirasi kedua belah pihak. Standardisasi ini berkaitan erat dengan kelayakan suatu produk untuk dipakai atau dikonsumsi. Barang yang tidak memenuhi syarat mutu, khususnya makanan dan obat-obatan dapat menimbulkan malapetaka bagi konsumen, selain merugikan konsumen dari segi financial dapat pula mengancam keamanan dan keselamatan masyarakat umum.

Untuk mencapai tujuan standardisasi tersebut, menurut Gandhi yang perlu dimasukkan dalam standar produk adalah:

- a. Terminologi dan definisi yang dapat dipakai sebagai bahasa yang sama-sama dimengerti oleh produsen, penjual, distributor, dan konsumen;
- b. Perlu ditetapkan tingkat minimal bagi keselamatan yang ditetapkan secara ahli, yang memperhitungkan resiko yang dapat diterima;

⁵¹ Janus Sidabolak, *Op.Cit*, hlm 20

- c. Perlu diterapkan cara dan produsen untuk menentukan apakah memenuhi persyaratan keselamatan minimum;
- d. Perlu diusahakan kemungkinan dipertukarkan, baik bagi produk secara keseluruhan maupun bagi komponennya;
- e. Perlu diterapkan kategori atau deret ukur yang cocok bagi konsumen dan juga kemungkinan produsen untuk menghilangkan ragam produk yang tidak perlu;
- f. Perlu dikembangkan seperangkat cara dan prosedur yang lengkap bagi pengukuran kemampuan dan mutu.⁵²

2. Sertifikasi Produk

Pada Pasal 1 Ayat 8 Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 1991 dikatakan bahwa sertifikasi adalah proses yang berkaitan dengan pemberian sertifikat. Sedangkan sertifikat sendiri ayat (9) adalah dokumen yang menyatakan bahwa suatu produk dan/ jasa sesuai dengan persyaratan standar atau spesifikasi teknis tertentu. Untuk dapat melakukan sertifikasi maka suatu perusahaan harus melakukan standardisasi. Tolak ukur yang akan dipakai lembaga sertifikasi untuk menerbitkan sertifikat yang diminta oleh suatu organisasi/ perusahaan tersebut dalam menerapkan standar mutu yang telah dipilihnya secara benar. Dengan demikian dapat dijamin bahwa produk yang dihasilkan adalah produk yang memenuhi persyaratan standar mutu tersebut,

⁵² Janus Sidabolak, *Op.cit*, hlm 20-21

oleh karena itu antara sertifikasi dan standardisasi memiliki keterkaitan yang sangat erat.⁵³

Sertifikat merupakan dokumen yang merupakan bentuk pengakuan formal dari penerapan standar mutu tertentu yang tujuannya adalah memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang telah disertifikasi tersebut adalah produk yang telah memenuhi standar mutu tertentu.

Melalui sertifikasi produk ini akan diperoleh beberapa keuntungan baik bagi produsen, pemakai professional, maupun konsumen yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi produsen, lebih memberikan bobot dan membuktikan bahwa hasil produksinya memenuhi persyaratan standar secara konsisten dan memberikan bantuan dalam meningkatkan penjualannya di pasar dalam dan luar negeri.
- b. Bagi pemakai professional atau konsumen umum memberikan indikasi yang dapat dipercaya bahwa barang-barang sesuai dengan persyaratan standar secara konsisten.
- c. Tansaksi lebih lancar karena pemakai atau konsumen tidak perlu menguji dulu barang-barang yang akan dibelinya.⁵⁴

Sertifikasi diharapkan akan mampu secara efektif memberikan perlindungan kepada konsumen karena pelaku usaha dituntut untuk memenuhi standar tertentu dari produk dan/ atau jasa yang dihasilkan yang kemudian

⁵³ Wahyuni Endang Sri, *Op.Cit*, hlm 104

⁵⁴ Janus Sidabolak, *Op.Cit*, hlm 22

akan mendapatkan sertifikasi sebagai jaminan kelayakan atas kualitas dari produk yang dihasilkan tersebut.

3. Labelisasi Produk

Label adalah setiap keterangan mengenai barang yang dapat berupa gambar, tulisan, atau kombinasi keduanya atau bentuk lain yang memuat informasi tentang barang dan keterangan pelaku usaha serta informasi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang disertakan pada produk, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan.

Labelisasi adalah sepotong kertas yang ditempelkan pada suatu produk yang berisi petunjuk singkat tentang zat yang terkandung dalam suatu produk (produk makanan).

Label harus memuat semua informasi pokok tentang produk tersebut sebagaimana telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku dan ditempelkan dan dimasukkan kedalam kemasannya.⁵⁵

Label penting diketahui sebagai informasi yang sesungguhnya, terutama mengenai substansi dan standar pemakaian yang dilabelkan. Label ini merupakan media komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumennya. Komunikasi harus dilakukan untuk menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Hal ini berarti tidak boleh ada informasi yang menjadi hak konsumen yang ditutup-tutupi.

⁵⁵ AZ Nasution, *Op.Cit*, hlm 41

Dalam praktiknya, standar pelabelan seringkali dilanggar pelaku usaha. Akibatnya banyak anggota publik yang menjadi korban. Kendati para konsumen ada yang memprotesnya terang-terangan, namun lebih banyak konsumen yang berdiam diri dan tetap menjadi *silent victim*.

Pemberian label mempunyai peranan agar masyarakat memperoleh informasi yang benar dan jelas atas setiap produk pangan yang dikemas, baik menyangkut asal, keamanan, mutu, kandungan gizi, maupun keterangan lain yang diperlukan.

