

BAB III

3.1 PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP BARANG TIRUAN

Disadari atau tidak bahwa tingkat kemajuan dan pola pikir manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan sudah sangat maju. Manusia sudah mampu untuk mengembangkan teknologi dengan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Pola pikir manusia menjadi lebih terarah dalam mewujudkan suatu masyarakat yang makmur. Dalam kajian ilmu ekonomi, makmur merupakan suatu takaran yang menyatakan bahwa dalam kehidupan manusia secara individu atau kelompok, bila mana sebagian besar kebutuhannya merasa telah terpenuhi, maka hal inilah yang dinamakan dengan makmur.¹

Berkaca dari permasalahan yang semakin kompleks antara manusia dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan maka manusia melakukan suatu kegiatan usaha. Dalam kenyataannya kegiatan usaha ini dibagi menjadi 3 (tiga) kategori yaitu produksi, distribusi dan konsumsi. Kegiatan produksi adalah kegiatan menghasilkan atau menambah nilai guna barang dan atau jasa. Adapun orang yang dalam melakukan suatu produksi ini disebut dengan produsen. Produsen dalam melakukan kegiatannya dapat berupa orang perorangan ataupun sekelompok orang. Dengan kata lain produsen inilah yang nantinya akan menghasilkan barang dan atau jasa yang sedianya digunakan oleh manusia sebagai alat pemuas kebutuhan dalam memenuhi kebutuhannya.

¹ Suyanto dan Nurhadi, *Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2004, hal. 44

Berdasarkan pada Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah setiap orang atau perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum. Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Distribusi merupakan kegiatan menyalurkan barang dan atau jasa kepada konsumen dari produsen ke konsumen. Melalui kegiatan distribusi ini, barang dan atau jasa yang dihasilkan oleh produsen dapat sampai ke konsumen. Jika dilihat dari tugas yang harus ditanggung oleh distributor, maka tugas dari distributor dalam kegiatan ekonomi adalah :

- a. Membeli barang dan atau jasa dari produsen atau pedagang yang lebih besar;
- b. Menyimpan barang di gudang;
- c. Melakukan klasifikasi barang atau memilah-milahkan barang sesuai dengan jenis, ukuran, dan kualitasnya agar lebih mudah dalam melayani pembeli;
- d. Memperkenalkan barang dan atau jasa;
- e. Memperkenalkan barang dan atau jasa yang diperdagangkan kepada konsumen, misalnya dengan iklan maupun reklame;
- f. Memberikan penjelasan seperlunya kepada pembeli tentang barang yang diperdagangkan;

- g. Mengangkut barang-barang ke konsumen atau pedagang lain yang lebih kecil;
- h. Menjual barang dan atau jasa kepada konsumen yang lebih kecil.²

Dalam masyarakat dengan taraf hidup yang masih sederhana, kegiatan memproduksi barang dan jasa bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Berarti dalam masyarakat seperti ini, produsen sekaligus berperan sebagai konsumen. Dengan demikian, distribusi bukan merupakan masalah karena hasil produksi langsung sampai kekonsumen.

Hal ini tentunya bertolak belakang dengan cara masyarakat yang hidup di perkotaan atau pada kumpulan masyarakat yang memiliki pola hidup yang lebih modern. Kegiatan memproduksi barang dan atau jasa sudah bertujuan untuk mendapatkan keuntungan terutama bagi produsen. Besar kecilnya keuntungan tentunya sangat ditentukan oleh sampai atau tidaknya barang dan atau jasa ketangan konsumen. Dengan demikian, kegiatan distribusi jelas merupakan hal yang penting karena menentukan penyaluran hasil produksi oleh produsen kepada konsumen untuk dikonsumsi.

Kegiatan selanjutnya adalah kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi ini tentunya dilakukan oleh konsumen sebagai pemakai alat pemuas kebutuhan baik itu berupa barang dan atau jasa. Adapaun berdasarkan pada Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimaksudkan sebagai konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa

²Ibid. hal. 95

yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa konsumen adalah pemakai dari kegiatan produksi baik itu dihasilkan oleh diri sendiri (pada masyarakat sederhana) maupun dari pihak atau badan usaha lain (pada masyarakat modern). Berdasarkan pada pernyataan tersebut maka dapat dipahami bahwa subjek yang memakai semua produk yang dihasilkan oleh produsen inilah yang disebut konsumen. Untuk itulah perlu dilakukan upaya perlindungan terhadap konsumen dari perilaku yang dilakukan oleh pihak produsen untuk melindungi hak-hak yang dimiliki oleh konsumen. Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen ini tentunya sebagai cara atau langkah yang ditempuh oleh pemerintah dalam melindungi konsumen dari ulah buruk pihak-pihak produsen yang nakal.

Perlindungan konsumen ini, tentunya diupayakan agar barang konsumsi yang di pergunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya atau sebagai alat pemuas kebutuhan manusia, tidak merasa dicurangi oleh pihak-pihak yang sengaja melakukan suatu kejahatan. Mencermati lebih lanjut bahwa perlindungan konsumen ini haruslah berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen ini di

selenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional yaitu:

- a. *Asas Manfaat*, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- b. *Asas Keadilan*, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan membedakan kesempatan pada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- c. *Asas Keseimbangan*, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti material ataupun spiritual;
- d. *Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen*, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan; dan
- e. *Asas Kepastian Hukum*, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Dengan adanya perlindungan konsumen diharapkan dalam melakukan kegiatan usaha ini, para pengguna produk atau konsumen tidak merasa dirugikan

oleh pihak pelaku usaha. Sedangkan bagi pelaku usaha, tidak melakukan suatu tindakan melanggar hukum yang lebih pada penipuan terhadap barang produksi terutama barang elektronik. Diakui atau tidak, kehidupan manusia sekarang, dalam memenuhi kebutuhannya, manusia sering menggunakan komoditas yang disebut dengan barang elektronik. Kebutuhan manusia akan barang-barang elektronik sudah tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia yang senantiasa terus berputar (*mobile*). Kehidupan manusia yang dituntut untuk selalu mobile inilah yang membuat manusia untuk selalu menggunakan bantuan alat yang digunakan untuk membantu aktivitasnya.

Dalam pemenuhan kebutuhan ini, manusia berusaha untuk memperolehnya dengan segala cara agar aktivitas yang dilakukannya tidak terbengkalai. Dapat kita ambil contoh sekarang ini, kebutuhan manusia semisal penggunaan telepon genggam (*handphone*), televisi, *tape recorder*, kipas angin hingga *air conditioner*, komputer dan lain-lain tidak akan pernah lekang dari kehidupan manusia. Dengan adanya kebutuhan yang sangat diperlukan oleh manusia ini, dikhawatirkan pelaku usaha baik itu distributor ataupun produsen berusaha untuk memanipulasi barang elektronik baik itu dari segi kuantitas maupun kualitasnya.

Kebutuhan akan barang elektronik yang dibutuhkan oleh para konsumen, terutama bagi barang yang sangat dibutuhkan oleh para konsumen dibuat dengan "ala kadarnya", sehingga jika ada keluhan dari konsumen terhadap barang elektronik yang dipakai oleh konsumen, pelaku usaha dalam hal ini distributor ataupun produsen seolah-olah tidak mau tahu dengan keluhan yang dialami oleh

konsumennya. Hal inilah yang mengakibatkan adanya kecemburuan dan ketidakseimbangan antara hak yang seharusnya dilakukan oleh distributor dan produsen dengan konsumennya.

Dalam usahanya menjual produk yang dibuatnya, produsen dan distributor berusaha untuk melakukan kegiatan usaha dengan berbagai cara baik itu melalui jalur periklanan maupun reklame. Dalam melakukan promosi ini cenderung lebih-lebihkan produk buatannya, namun jika terjadi kerusakan produsen ataupun distributor seolah-oleh “cuci tangan” terhadap permasalahan yang menimpa para konsumennya. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan atau jasa untuk menarik minat beli masyarakat (konsumen) terhadap barang dan atau jasa yang akan dan sedang ditawarkan. Kegiatan promosi ini sering kali digunakan oleh pihak pelaku usaha dalam menawarkan barang dagangannya kepada calon pembeli. Upaya promosi ini, tidak hanya secara tidak langsung saja tetapi juga sudah pada promosi secara langsung (*face to face promotion*). Kegiatan *face to face promotion* ini dapat melalui penjualan langsung (*direct selling*).

Penjualan langsung (*direct selling*) ini, sekarang mulai gencar dilakukan oleh para pelaku usaha dalam menawarkan dagangannya. Kegiatan penjualan secara langsung ini melibatkan penjual (*sales promotion girl* dan *sales promotion boy*) selalu aktif menawarkan produk yang ditawarkan kepada pihak konsumen dengan berbagai cara. Adapun cara yang ditempuh diantaranya dengan memberikan bonus alat penunjang, diskon atau potongan harga yang selangit dan lain sebagainya. Dengan adanya perlakuan seperti ini, para konsumen tidak

mengetahui apayang akan terjadi jika barang yang dibelinya mengalami kerusakan dikemudian hariatau apakah jika terjadi kerusakan, *service* atau pelayanan terhadap penggantian *spare part* mudah dan cepat dilakukan atau tidak dan lain sebagainya. Hal inilah yang sekiranya perlu dipikirkan oleh masyarakat konsumen untuk lebih teliti dalam membeli alat-alat elektronik dalam rangka memenuhi kebutuhan karena dirasa atau tidak bahwa kegiatan penjualan secara langsung apalagi kegiatan penjualan dengan merek yang kurang begitu terkenal di lingkungan akan membawa dampak yang kurang baik bagi masyarakat. Oleh karena itulah, masyarakat perlu dilindungi dengan suatu peraturan perundang-undangan.

Kegiatan mengkonsumsi barang-barang elektronik bagi konsumen sering kali konsumen tidak lagi menghiraukan kualitas suatu barang yang dibeli atau dikonsumsinya. Faktor utama dari kegiatan ini adalah tingkat kesadaran yang masih lemah yang ditunjukkan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Hal ini mungkin disebabkan karena tingkat pendidikan dan pengetahuan masyarakat Indonesia yang masih sangat rendah. Masyarakat Indonesia lebih berusaha untuk mendapatkan barang yang berguna untuk kehidupan dan aktivitasnya dengan murah tanpa memikirkan bagaimana kualitas dari suatu barang elektronik tersebut danbagaimana kelak jika dilakukan purna jual terhadap barang elektronik tersebut. Untuk itu dibentuklah suatu Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang di maksudkan untuk memberikan landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini sangat penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini potensial dapat merugikan kepentingan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan diatas maka perlu adanya upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif dalam masyarakat.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam segala bidang kehidupan masyarakat, telah memungkinkan para pelaku usaha untuk memproduksi berbagai macam barang dan/atau jasa dan memperluas arus gerak transaksi yang ditawarkan baik dalam negeri maupun luar negeri yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa berdasarkan kebutuhan. Di sisi lain, pengetahuan, kesadaran, dan kemampuan konsumen untuk memilih dan menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa yang memenuhi persyaratan keamanan, keselamatan, dan kenyamanan masih perlu ditingkatkan.

Kondisi yang demikian konsumen kerap menjadi objek pelaku usaha, dan kelemahan konsumen tersebut dimanfaatkan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pelaku usaha. Untuk meningkatkan perlindungan konsumen dari kelemahan yang demikian, maka perlu dilakukan upaya pemberdayaan terhadap konsumen melalui suatu lembaga yang diamanatkan oleh Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu Badan Perlindungan

Konsumen Nasional yang mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen.

Disadari atau tidak bahwa untuk melindungi konsumen dari pengaruh atau efek yang ditimbulkan dari para pelaku usaha (produsen dan distributor) perlu adanya suatu lembaga untuk melindungi konsumen. Dalam usahanya untuk melindungi konsumen dari pengaruh buruk yang dilakukan oleh pelaku usaha maka, pemerintah berupaya untuk membentuk suatu lembaga yang khusus untuk melindungi masyarakat sebagai konsumen dari berbagai produk. Berdasarkan pada Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional menyatakan bahwa pemerintah membuat suatu badan atau lembaga yang dikenal dengan Badan perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan lembaga non pemerintah yang disebut dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) adalah suatu badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen. Badan Perlindungan Konsumen Nasional ini berada di Ibukota Negara dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Fungsi dari di dirikannya Badan Perlindungan Konsumen Nasional ini adalah untuk memberikan saran dan pertimbangan kepada Pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia. Untuk itu fungsi dari badan Perlindungan Konsumen Nasional ini sangatlah penting karena dengan adanya Badan Perlindungan konsumen Nasional ini, konsumen tidak merasa untuk dicurangi dengan pelaku konsumen yang senantiasa menjalankan motif dan

prinsip ekonomi dalam menjalankan usahanya tanpa menghiraukan kebutuhan konsumen. Mencermati hal tersebut maka Badan Perlindungan Konsumen Nasional ini menjadi kompleks karena disamping memberikan saran kepada pemerintah juga harus melindungi konsumen dalam kegiatan ekonomi.

Adapun tugas yang dibebankan kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah :

- a. Memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
- b. Melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undanganyang berlaku dibidang perlindungan konsumen;
- c. Melakukan penelitian terhadap barang dan atau jasa yang menyangkutkeselamatan konsumen;
- d. Mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- e. Menyebarkan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sistem keberpihakan kepada konsumen;
- f. Menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dan masyarakat, lembaga perlindungan swadaya masyarakat, atau pelaku usaha; dan
- g. Melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.

Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional, pemerintah juga mengakui keberadaan lembaga perlindungan konsumen non pemerintah yang dikenal dengan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ini merupakan suatu lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan mengenai perlindungan konsumen.

Salah satu upaya yang digunakan oleh pemerintah untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen sebagaimana yang dikehendaki oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah melalui pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen. Pembinaan perlindungan konsumen ini diselenggarakan oleh pemerintah dalam upaya untuk menjamin di perolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilakukannya kewajiban masing-masing. Sedangkan pengawasan perlindungan konsumen dilakukan secara bersama oleh pemerintah, masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, mengingat banyaknya ragam dan jenis barang dan atau jasa yang beredar di pasar serta luasnya wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pembinaan terhadap pelaku usaha dan pengawasan terhadap barang dan atau jasa yang banyak beredar di pasaran tidak semata-mata ditunjuk untuk melindungi kepentingan konsumen tetapi sekaligus bermanfaat bagi pelaku usaha dalam upaya meningkatkan daya saing barang dan jasa di pasar global. Disamping itu, diharapkan pula tumbuhnya hubungan usaha yang sehat antara pelaku usaha dengan konsumen yang pada gilirannya dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha. Untuk itu

dalam usaha menyelenggarakan perlindungan konsumen, pemerintah dengan diwakili oleh Menteri dan atau menteri teknis terkait berupaya untuk :

- a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
- b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat; dan
- c. Meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.

Dalam usaha menciptakan iklim usaha dan menumbuhkan hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri terkait dalam hal :

- a. Penyusunan kebijakan di bidang perlindungan konsumen;
- b. Pemasarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
- c. Peningkatan peranan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan lembaga;
- d. Peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha dan konsumen terhadap hak dan kewajiban masing-masing;
- e. Peningkatan pemberdayaan konsumen melalui pendidikan, pelatihan dan keterampilan;
- f. Penelitian terhadap barang dan atau jasa yang beredar yang menyangkut perlindungan konsumen;

- g. Peningkatan kualitas barang dan atau jasa;
- h. Peningkatan kesadaran sikap jujur dan bertanggungjawab pelaku usaha dalam memproduksi, menawarkan, mempromosikan, mengiklankan dan menjual barang dan atau jasa; dan
- i. Peningkatan pemberdayaan usaha kecil dan menengah dalam memenuhi standar mutu barang dan atau jasa serta pencantuman label dan klausula baku.

Dalam upaya mengembangkan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis dalam hal:

- a. Pemasyarakatan peraturan perundang-undangan dan informasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen;
- b. Pembinaan dan peningkatan sumber daya manusia pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat melalui pendidikan, pelatihandan keterampilan.

Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan kegiatan pelatihan dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen, Menteri melakukan koordinasi penyelenggaraan perlindungan konsumen dengan menteri teknis terkait dalam hal:

- a. Peningkatan kualitas aparat penyidik pegawai negeri sipil di bidang perlindungan konsumen;
- b. Peningkatan kualitas tenaga peneliti dan penguji barang dan atau jasa;
- c. Pengembangan dan pemberdayaan lembaga pengujian mutu barang; dan

- d. Penelitian dan pengembangan teknologi pengujian dan standar mutu barang dan atau jasa serta penerapannya.

1.2 Bagaimana Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Membeli Barang Tiruan

Analisis Ruang Lingkup Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dengan disahkannya UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat menjadi landasan bagi konsumen dan lembaga perlindungan konsumen untuk memberdayakan dan melindungi kepentingan konsumen, serta membuat pelaku usaha lebih bertanggung jawab. Hal ini dikarenakan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi obyek aktifitas bisnis untuk mendapat keuntungan sebesar-besarnya. Perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan Undang-Undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif.

Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini mengacu pada filosofi pembangunan nasional, bahwa pembangunan nasional termasuk pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen adalah dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara Undang-undang Dasar 1945. Penyusunan UU No 8 Tahun 1999 di latar belakang oleh pemikiran untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen

untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Berdasarkan pemikiran tersebut diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Berdasarkan pasal 1365 KUHPdt : “Tiap perbuatan melanggar hukum, yang menimbulkan kerugian bagi orang lain mewajibkan orang yang karena kesalahannya mengakibatkan kerugian itu, mengganti kerugian.” Pasal ini memberi perlindungan kepada seseorang terhadap perbuatan melawan hukum (onrechtmatige daad) orang lain. Unsur penting dalam pasal ini ialah perbuatan melawan hukum yang pada zaman dulu ditafsirkan secara sempit, yaitu perbuatan yang bertentangan dengan Peraturan Perundangan. Perbuatan yang bertentangan dengan atau melanggar :

- a. Hukum atau Peraturan Perundangan.
- b. Hak orang lain.
- c. Wajib hukumnya sendiri (si pembuat).
- d. Keadilan dan kesusilaan
- e. Kepatutan yang layak diindahkan dalam pergaulan masyarakat, terhadap orang atau barang.³

Berdasarkan KUHPdt tersebut kedudukan konsumen sangat lemah dibanding produsen. Salah satu usaha untuk melindungi dan meningkatkan kedudukan konsumen adalah dengan menerapkan prinsip tanggung jawab mutlak

³ H.M.N. Purwosutjipto, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia Pengetahuan Dasar Hukum Dagang*, Jakarta : Djambatan, 1993, hlm. 135-136.

dalam hukum tentang tanggung jawab produsen. Dengan diberlakukannya prinsip tanggung jawab mutlak diharapkan pula para produsen menyadari betapa pentingnya menjaga kualitas produk yang dihasilkan, para produsen akan lebih berhati-hati dalam memproduksi barang. Demikian juga bila kesadaran para produsen terhadap hukum tentang tanggung jawab produsen tidak ada, dikhawatirkan akan berakibat tidak baik terhadap perkembangan dunia industri nasional maupun terhadap daya saing produk nasional di luar negeri. Namun demikian, dengan memberlakukan prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum tentang *product liability* tidak berarti pihak produsen tidak mendapat perlindungan, pihak produsen masih diberi kesempatan untuk membebaskan dari tanggung jawabnya dalam hal-hal tertentu yang dinyatakan dalam undang-undang. Dengan penerapan tanggung jawab mutlak produk ini, pelaku usaha pembuat produk atau yang dipersamakan dengannya, dianggap bersalah atas terjadinya kerugian pada konsumen pemakai produk itu, kecuali apabila ia dapat membuktikan keadaan sebaiknya, yaitu bahwa kerugian yang terjadi tidak dapat dipersalahkan kepadanya. Tanggung jawab produk, tanpa kesalahan, merupakan doktrin hukum yang masih baru dan merupakan perluasan dari tanggung jawab perbuatan melawan hukum.⁴

Kriteria perbuatan melawan hukum adalah :

- a. Pelanggaran hak-hak. Hukum mengakui hak-hak tertentu baik mengenai hak-hak pribadi maupun hak-hak kebendaan dan akan

⁴A.Z Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Daya Widya, hlm, 243.

melindunginya dengan memaksa pihak yang melanggar itu supaya membayar ganti rugi kepada pihak yang dilanggar haknya.

- b. Unsur kesalahan. Pertanggungjawaban pada kesalahan perdata memerlukan unsur kesalahan atau kesengajaan pada pihak yang melakukan pelanggaran.
- c. Kerugian yang diderita oleh penggugat. Suatu unsur yang esensial dari kebanyakan kesalahan perdata adalah bahwa penggugat harus sudah menderita kerugian fisik atau finansial sebagai akibat dari perbuatan tergugat.⁵

Sesuai dengan hukum positif yang berlaku di Indonesia, seorang konsumen bila dirugikan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, dapat menggugat pihak yang menimbulkan kerugian itu. Dengan kualifikasi gugatan wanprestasi atau perbuatan melawan hukum. Karena kerugian yang dialami konsumen, tidak lain karena tidak dilaksanakannya prestasi oleh pengusaha.

Penuntutan karena wanprestasi dan karena *onrechtmatige daad* (perbuatan melawan hukum) pelaksanaannya berbeda yakni :

- a. Dalam aksi karena *onrechtmatige daad* maka si penuntut harus membuktikan semua unsur-unsur yakni antara lain bahwa ia harus membuktikan adanya kesalahan pada si pelaku. Dalam aksi karena wanprestasi maka si penuntut umum menunjukkan adanya wanprestasi,

⁵Abdul Kadir Muhammad, Hukum Perjanjian, Bandung : Penerbit Alumni, 1986, hlm. 199-200.

sedang pembuktian bahwa tentang tidak adanya wanprestasi dibebankan pada si pelaku.

- b. Tuntutan pengembalian pada keadaan semula hanyalah dapat dilakukan bilamana terjadi tuntutan karena *onrechtmatige daad*, sedang dalam tuntutan wanprestasi tidak dapat dituntut pengembalian pada keadaan semula.
- c. Bilamana terdapat beberapa debitur yang bertanggung gugat, maka dalam hal terjadi tuntutan ganti kerugian karena *onrechtmatige daad*, masing-masing debitur tersebut bertanggung gugat untuk keseluruhan ganti kerugian tersebut. Kalau tuntutannya didasarkan pada wanprestasi maka penghukuman masing-masing untuk keseluruhannya hanyalah mungkin bilamana sifat tanggung rentengnya dicantumkan dalam kontraknya atau bilamana prestasinya tidak dapat dibagi-bagi.⁶

Dengan gugatan ini, konsumen sebagai penggugat harus membuktikan unsur-unsur :

- a. Adanya perbuatan melawan hukum. Perbuatan barulah merupakan perbuatan melawan hukum apabila : bertentangan dengan hak orang lain, bertentangan dengan kewajiban hukumnya sendiri, bertentangan dengan kesusilaan yang baik, bertentangan dengan keharusan yang harus diindahkan dalam pergaulan masyarakat mengenai orang lain atau barang.⁷

⁶M.A. Moegni Djodirdjo, *Perbuatan Melawan Hukum Tanggung Gugat untuk Kerugian yang Disebabkan Karena Perbuatan Melawan Hukum*, Jakarta : Pradanya Paramita, 1979, hlm. 34-35.

⁷Ibid., hlm. 35.

- b. Adanya kesalahan/ kelalaian pengusaha/ perusahaan. Dikatakan ada kelalaian apabila timbulnya kerugian bagi seseorang atau barang milik orang lain disebabkan karena kurang hati-hatinya melakukan suatu perbuatan, atau mengurus sesuatu sebagaimana dikehendaki oleh hukum. Untuk berhasilnya suatu gugatan berdasarkan kelalaian, penggugat harus membuktikan tiga unsur penting yaitu : pertama, bahwa tergugat dibebankan kewajiban berhati-hati dalam melakukan kewajiban hukumnya, kedua, kewajiban hukum itu dilanggar, ketiga, bahwa akibat pelanggaran itu timbul kerugian.⁸
- c. Adanya kerugian yang dialami konsumen. Penggugat harus membuktikan bahwa ia menderita kerugian sebagai akibat dari pelanggaran kewajiban berhati-hati oleh tergugat. Dalam kerugian itu dapat termasuk kerugian terhadap harta benda, kerugian pribadi dan dalam beberapa hal kerugian uang.⁹
- d. Adanya hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang dialami konsumen. Apabila tanggung jawab dalam kesalahan perdata tergantung pada kerugian, penggugat harus membuktikan bahwa kerugiannya secara sah disebabkan oleh perbuatan tergugat.¹⁰

Berdasarkan penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 45 ayat (2) penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada

⁸Abdul Kadir Muhammad, op. cit., hlm. 212.

⁹Ibid., hlm. 218

¹⁰Ibid., hlm. 236.

ayat ini tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa. Pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Yaitu penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melalui pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan tidak bertentangan dengan UU ini. Berdasarkan ketentuan pasal 45 ayat (2) UUPK dihubungkan dengan penjelasannya, maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui cara-cara sebagai berikut :

- a. Penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa tanpa melibatkan pengadilan atau pihak ketiga yang netral.
- b. Penyelesaian melalui pengadilan.
- c. Penyelesaian di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian

Sengketa Konsumen. Pada prinsipnya setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, maka gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh pihak yang bersengketa.¹¹

Karakter dasar product liability pada dasarnya adalah perbuatan melawan hukum, maka unsur-unsur yang dibuktikan konsumen, yaitu:

¹¹Rachmadi Usman, Hukum Ekonomi dalam Dinamika, Jakarta : Djambatan, 2000, hlm. 223-224.

- a. Unsur perbuatan melawan hukum yang dilakukan pengusaha/ perusahaan.
- b. Unsur kerugian yang dialami konsumen atau ahli warisnya.
- c. Unsur adanya hubungan kausal antara unsur perbuatan melawan hukum dengan unsur kerugian tersebut.

Unsur kelalaian/ kesalahan tidak menjadi kewajiban konsumen untuk membuktikannya. Sebaliknya hal ini menjadi kewajiban pengusaha untuk membuktikan ada tidaknya kelalaian/ kesalahan padanya. Menurut doktrin *product liability*, tergugat dianggap telah bersalah, kecuali jika ia mampu membuktikan ketidak lalaiannya, maka ia harus memikul resiko kerugian yang dialami pihak lain karena mengkonsumsi/ menggunakan produknya.¹²

Penggunaan instrumen hukum acara perdata setelah berlakunya UUPK menengahkan sistem beban pembuktian terbalik.¹³ pasal 28 UUPK berbunyi sebagai berikut: “Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam pasal 19, pasal 22 dan pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.” Konsekuensinya, jika pelaku usaha gagal membuktikan tidak adanya unsur kesalahan, maka gugatan ganti rugi penggugat akan dikabulkan dalam hal memiliki alasan yang sah menurut hukum.¹⁴ Dalam hal yang demikian, selama pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut bukan merupakan kesalahan yang terletak

¹²Yusuf Shofie, op. cit., hlm. 242-243

¹³Yusuf Shofie, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori dan Praktek Penegakan Hukum*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003, hlm.75

¹⁴Ibid

pada pihaknya, maka demi hukum pelaku usaha bertanggung jawab dan wajib mengganti kerugian yang diderita tersebut.¹⁵

Jika pelaku usaha menolak dan/ atau tidak memberi tanggapan dan/ atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen maka menurut pasal 23 UUPK dapat digugat melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.¹⁶

Pasal 19 ayat (1) UUPK menentukan : “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/ atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkannya.” Bentuk ganti rugi tersebut dapat berupa :

- a. Pengembalian uang atau penggantian barang dan/ atau jasa yang sejenis atau setara nilainya atau perawatan; dan/ atau
- b. Pemberian santunan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.(Pasal 19 ayat (2) UUPK). Kata dapat di situ menunjukkan masih ada bentuk-bentuk ganti rugi lain yang dapat diajukan konsumen kepada pelaku usaha. Seperti keuntungan yang akan diperoleh bila tidak terjadi kecelakaan, kehilangan pekerjaan atau penghasilan untuk sementara atau seumur hidup akibat kerugian fisik yang diderita, dan sebagainya.¹⁷

Instrumen hukum acara pidana dalam UUPK mengedepankan suatu system beban pembuktian terbalik. Pasal 22 UUPK berbunyi sebagai berikut : “Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana

¹⁵Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm. 69.

¹⁶Rachmadi Usman, op. cit., hlm. 219-220.

¹⁷Yusuf Shofie, op. cit., hlm. 76.

sebagaimana dimaksud pasal 19 ayat (4), pasal 20 dan pasal 21 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.” Sistem pembuktian terbalik pada pasal 22 UUPK itu terbatas pada kasus pidana. Ada dua hal yang perlu dicermati pada pasal 22 UUPK tersebut.

Pertama, dikatakan kasus pidana apabila unsur-unsur sistem peradilan pidana menjalankan wewenang penyidikan, penuntutan dan/ atau peradilan suatu tindak pidana di bidang perlindungan konsumen. Kedua, kasus pidana yang dimaksud pasal 22 UUPK itu terkait dengan ketentuan-ketentuan pasal 19 ayat (4), pasal 20 dan pasal 21 UUPK. Pasal 19 ayat (4) UUPK menegaskan bahwa : “pemberian ganti rugi oleh pelaku usaha atas kerusakan, pencemaran dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/ atau jasa tidaklah mengharuskan kemungkinan tuntutan pidana berdasarkan asas pembuktian terbalik ada tidaknya unsur kesalahan”. Sedangkan pasal 20 dan pasal 21 UUPK masing-masing memberikan penekanan sebagai berikut : 1. Tanggung jawab subyek tersangka/ terdakwa, yaitu; importir, jika importasi produk barang tidak dilakukan agen atau perwakilan produsen barang tersebut di luar negeri. 2. Tanggung jawab subyek tersangka/ terdakwa, yaitu : importir bertanggung jawab atas jasa yang diimpor, jika penyediaan jasa tidak dilakukan agen atau perwakilan jasa asing.¹⁸ Dalam proses berbisnis selain memperhatikan prinsip kejujuran, keterbukaan, keramahan, keadilan dan kesukarelaan. Para pelaku bisnis juga perlu memperhatikan aspek usaha yang terus menerus bila tahapan tersebut sudah

¹⁸Ibid., hlm. 123-124.

ditempuh maka keberhasilannya adalah keberhasilan yang diiringi dengan rasa syukur, sebaliknya kegagalannya merupakan kegagalan yang tak perlu diratapi tetapi justru disikapi dengan penuh kesabaran. Untuk menciptakan masyarakat bisnis yang kredible, maka masyarakat bisnis yang bertanggung jawab kepada konsumen adalah masyarakat yang menumbuhkan saling kepercayaan, menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan keadilan sebagai ciri utama masyarakat yang beradab.¹⁹

Sebagai konsekuensi hukum yang diberikan oleh UUPK dan sifat perdata dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, maka setiap pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha yang merugikan konsumen memberi hak kepada konsumen untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha, serta menuntut ganti kerugian yang diderita konsumen. Berdasarkan hal-hal di atas maka ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha adalah memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan berkaitan dengan gugatan konsumen, selama pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut bukan merupakan kesalahannya. Dalam Islam prinsip-prinsip umum dalam aktivitas bisnis adalah prinsip kejujuran, kesetimbangan dan keadilan, kebenaran, keterbukaan, kerelaan di antara pihak yang berkepentingan, larangan memakan harta orang lain secara batil, larangan berbuat di curangi, larangan eksploitasi dan saling merugikan yang membuat orang lain teraniaya. Dengan demikian tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 UUPK adalah tidak

¹⁹Abdullah Aly, "Dimensi Spiritualitas dalam Bisnis di Indonesia: Perspektif Islam" dalam Maryadi dan Syamsudin (eds), *Agama Spiritualisme dalam Dinamika Ekonomi Politik*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2001, hlm. 225-226.

bertentangan dengan nilai-nilai bisnis Islam karena dalam mencapai keuntungan menghindari kerugian seminimal mungkin.

3.2.1 Analisis Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kaitannya Dengan Perlindungan Konsumen

Dengan mengkaji pasal demi pasal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, tampak bahwa beberapa ketentuan yang tertera dalam tersebut sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis, walaupun dengan redaksi yang berbeda akan tetapi substansi dan tujuannya adalah sama yaitu untuk melindungi konsumen. hal ini dapat terlihat dari aturan-aturan mengenai keharusan beritikad baik dalam melakukan usaha

pasal 7 huruf a

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya

pasal 7 huruf b,

- a. .memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, jujur dalam takaran atau timbangan

pasal 8 ayat (1), huruf a, b, c, d, e)

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;, menjual barang yang baik mutunya (pasal 8 ayat (2, 3, 4), larangan menyembunyikan barang yang cacad (pasal 8) dan lain sebagainya.²⁰

3.2.2 Sanksi Pelaku Usaha

Sanksi Bagi Pelaku Usaha Menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Sanksi Perdata :

- a. Ganti rugi dalam bentuk :
 - 1) Pengembalian uang atau

²⁰Neni Sri Imaniyati , Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam dalam Perkembangan, Bandung : Mandar Maju, 2002, hlm. 177.

- 2) Penggantian barang atau
 - 3) Perawatan kesehatan, dan/atau
 - 4) Pemberian santunan
- b. Ganti rugi diberikan dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi
- Sanksi Administrasi:
- maksimal Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah), melalui BPSK jika melanggar Pasal 19 ayat (2) dan (3), 20, 25,60 UUPK Sanksi Pidana :
- c. Kurungan :
- 1) Penjara, 5 tahun, atau denda Rp. 2.000.000.000 (dua milyar -rupiah)
(Pasal 8, 9, 10, 13 ayat (2), 15, 17 ayat (1) huruf a, b,c, dan e dan Pasal 18, pasal 62 ayat 1 UUPK
 - 2) Penjara, 2 tahun, atau denda Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah)
(Pasal 11, 12, 13 ayat (1), 14, 16 dan 17 ayat (1) huruf d dan f pasal 62 ayat 2 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- d. Ketentuan pidana lain (di luar Undang-undang No. 8 Tahun. 1999 tentang Perlindungan Konsumen) jika konsumen luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian
- e. Hukuman tambahan , antara lain :
- 1) Pengumuman keputusan Hakim
 - 2) Pencabuttan izin usaha;
 - 3) Dilarang memperdagangkan barang dan jasa ;

- 4) Wajib menarik dari peredaran barang dan jasa;
- 5) Hasil Pengawasan disebarluaskan kepada masyarakat

Tanggung jawab tersebut timbul karena adanya kesalahan di pihak pelaku usaha (based on fault), karena karakter dasar strict liability pada dasarnya adalah perbuatan melawan hukum, maka unsur-unsur yang dibuktikan konsumen, yaitu:

- a. Unsur perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha.
- b. Unsur kerugian yang dialami konsumen dan ahli waris.
- c. Unsur adanya hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan unsur kerugian tersebut.

sedangkan unsur kelalaian atau kesalahan tidak menjadi kewajiban konsumen untuk membuktikannya tetapi pelaku usahalah (produsen) yang harus membuktikan kerugian yang diderita konsumen dan bukan diakibatkan oleh kesalahan atau kelalaiannya. Hal ini menyebabkan konsumen tidak lagi direpotkan oleh kewajiban untuk membuktikan kesalahan atau kelalaian pelaku usaha dan kepentingan pelaku usaha tetap terlindungi apabila kerugian yang dialami oleh konsumen benar-benar bukan diakibatkan oleh kesalahan atau kelalaiannya.

Di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen ketentuan yang mengisyaratkan adanya tanggung jawab produk tersebut dimuat dalam Pasal 7- Pasal 11, Pasal 19 ayat (1) UUPK secara lebih jelas dan tegas merumuskan mengenai tanggung jawab produk ini dengan menyatakan bahwa “pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau

kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”. Hal ini menunjukkan bahwa undang-undang tersebut menganut strict liability without false atau pertanggung jawaban tanpa pembuktian. Artinya jika konsumen akan menuntut kepada pelaku usaha, maka pelaku usaha langsung dianggap bersalah dan unsur kesalahan tersebut langsung dibebankan kepada pelaku usaha. Prinsip tanggung jawab langsung (strict liability) ini merupakan dasar dari bentuk tanggung jawab produk (product liability) dan profesional liability.

Undang-undang Perlindungan Konsumen menganut juga sistem pembuktian terbalik. Hal ini berarti bahwa beban pembuktian (ada atau tidak adanya kesalahan) berada pada pelaku usaha. Pasal 22 menegaskan beban pembuktian pada pelaku usaha dalam perkara pidana pelanggaran Pasal 19 ayat (4), Pasal 20 dan Pasal 21 dengan tidak menutup kemungkinan jaksa untuk melakukan pembuktian. Selanjutnya begitu pula dalam perkara perdata ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 28 menyangkut pelanggaran Pasal 19, Pasal 22 dan Pasal 23.

Mengenai tanggung jawab pelaku usaha periklanan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen terdapat dalam Pasal 20 yang mengatakan bahwa “pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan tersebut”. Semua pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas kebenaran isi dari iklan mengenai produk yang dipromosikan untuk memasarkan dan menawarkannya kepada konsumen, perusahaan iklan harus bertanggung jawab atas iklan yang dibuatnya atas hasil kreatifitasnya dan media periklanan bertanggung jawab atas penayangan

iklan tersebut. Berdasarkan Pasal 22 dan Pasal 28 bahwa tanggung jawab untuk membuktikan adanya kesalahan atas iklan yang dibuat oleh pelaku usaha periklanan dan segala akibat yang ditimbulkannya adalah tanggung jawab pelaku usaha periklanan sendiri. Jadi pelaku usaha dianggap telah bersalah kecuali ia mampu membuktikan bahwa ia tidak melakukan kesalahan. Seandainya ia gagal membuktikannya, maka ia harus bertanggung jawab mengganti rugi atas kerugian yang dialami pihak lain karena mengkonsumsi produknya.

3.2.3. Lingkup tanggung jawab ganti kerugian

Secara umum prinsip tanggung jawab dalam hukum terkait dengan tuntutan ganti kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat penggunaan produk yang cacat yang didasarkan pada tuntutan ganti kerugian berdasarkan Wanprestasi dan tuntutan ganti kerugian berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum sebagaimana yang akan dibahas secara singkat dibawah ini :

a. Tuntutan berdasarkan Wanprestasi ;

Apabila tuntutan berdasarkan wanprestasi, maka terlebih dahulu Tergugat dan Penggugat (produsen dan konsumen) terikat dalam suatu perjanjian. Dengan demikian pihak ketiga (bukan sebagai pihak dalam perjanjian) yang dirugikan tidak dapat menuntut ganti kerugian dengan alasan wanprestasi. Ganti kerugian yang diperoleh karena adanya wanprestasi merupakan akibat tidak dipenuhinya kewajiban, berupa

kewajiban atas prestasi dalam perikatan. Wujud dari tidak memenuhi perikatan itu ada 3 (tiga) macam yaitu :²¹

- a. Debitur sama sekali tidak memenuhi perikatan ;
- b. Debitur terlambat memenuhi perikatan ;
- c. Debitur keliru atau tidak pantas memenuhi perikatan ;

Tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi adalah sebagai akibat penerapan klausula dalam perjanjian, yang merupakan ketentuan hukum yang harus dipatuhi oleh kedua belah pihak yang dikenal dengan asas *Pacta Sunt Servanda*²².

b. Tuntutan berdasarkan Perbuatan Melawan Hukum (PMH);

Tuntutan ganti kerugian yang didasarkan pada Perbuatan Melawan Hukum tidak perlu didahului dengan perjanjian antara produsen dengan konsumen, sehingga tuntutan ganti kerugian dapat dilakukan setiap pihak yang dirugikan, walaupun tidak pernah terdapat hubungan perjanjian antara produsen dengan konsumen. Dengan demikian pihak ketigapun dapat menuntut ganti kerugian.

Adapun Unsur-unsur Perbuatan Melawan Hukum yang harus dipenuhi yaitu :

²¹ Prof. Dr. Mariam Darus Badruzaman, SH, *K.U.H Perdata Buku III Tentang Hukum Perikatan Dengan Penjelasan*, Alumni, Bandung, 2011, hal. 23

²² Diatur dalam pasal 1338 BW "*Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya*", R. Subekti, *Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgerlijk wetboek)*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1996, hal. 42,

- a. Ada PMH ;
- b. Ada kerugian ;
- c. Ada hubungan kausalitas antara PMH dan kerugian ; dan
- d. Ada kesalahan

Sebelum tahun 1919, Perbuatan Melawan Hukum identik dengan perbuatan melanggar undang-undang, setelah tahun 1919 (kasus *Lindenbaum-Cohen*), PMH tidak lagi hanya sekedar melanggar undang-undang, tetapi juga dapat berupa²³

- a. Melanggar hak orang lain ;
- b. Bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat ;
- c. Bertentangan dengan kesusilaan baik ; dan
- d. Bertentangan dengan sikap hati-hati yang seharusnya diindahkan dalam pergaulan masyarakat terhadap diri atau benda orang lain ;

Adapun bentuk dari ganti rugi pada dasarnya yang lazim dipergunakan adalah uang, oleh karena menurut ahli-ahli hukum perdata maupun Yurisprudensi, uang merupakan alat yang paling praktis, yang paling sedikit menimbulkan selisih dalam menyelesaikan sesuatu sengketa. Selain uang masih ada bentuk lain yang diperlukan sebagai bentuk ganti rugi yaitu pemulihan kedalam keadaan semula (*in natura*) dan larangan untuk mengulangi.²⁴ Sebagai contoh bentuk ganti rugi *in natura*, sebagaimana yang telah diakomodir dalam UUPK adalah ketentuan pasal 19 ayat (2) mengenai perawatan kesehatan karena sakit yang dialami konsumen

²³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op Cit*, Hal. 130

²⁴ Mariam Darus Badruzaman, *Op Cit*, hal. 29-30

setelah mengonsumsi produk yang cacat. Perawatan kesehatan dimaksudkan agar konsumen menjadi pulih kembali kedalam keadaan semula sebelum mengonsumsi produk tersebut. Selain itu, ketentuan pasal 22 lebih menekankan pada tanggung jawab pembuktian unsur kesalahan dalam perkara pidana apabila konsumen sebagai korban menuntut kerugian yang dialaminya melalui instrumen hukum pidana.

Selanjutnya ketentuan Pasal 23 mengatur mengenai pengajuan gugatan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau Badan Peradilan ditempat kedudukan konsumen. Artinya bahwa Konsumen sebagai korban dapat menempuh atau menggunakan instrumen hukum perdata dalam penanganan perkara ini. Hal lainnya yang lebih menarik adalah adanya pengaturan tempat pengajuan gugatan ganti kerugian **“di tempat kedudukan Konsumen”** baik melalui BPSK maupun Badan Peradilan, dimana akan sangat memudahkan konsumen dalam menuntut haknya. Hal ini bertolak belakang dengan ketentuan pasal 118 HIR yang mengatur secara umum pengajuan gugatan perdata dilakukan ditempat tinggal Tergugat, ini berarti di tempat pelaku usaha berdomisili. Pengaturan ini akan banyak membawa kesulitan bagi konsumen yang akan menuntut haknya. Dengan ditentukannya tempat pengajuan gugatan **“di tempat kedudukan Konsumen”**, maka sangat memberikan kemudahan bagi konsumen.²⁵

Selanjutnya dalam pasal 28 menentukan bahwa beban pembuktian unsur *“kesalahan”* dalam gugatan ganti kerugian merupakan beban dan tanggung jawab

²⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op Cit*, hal. 155

pelaku usaha. Artinya pelaku usaha harus membuktikan bahwa kerugian bukan merupakan kesalahannya sehingga terbebas dari tanggung jawab ganti kerugian. Dalam hukum acara perdata, berlaku asas umum beban pembuktian sebagaimana diatur dalam pasal 163 HIR/283 RBg/1865 BW bahwa “Barangsiapa yang mengaku mempunyai hak atau yang mendasarkan pada suatu peristiwa untuk menguatkan haknya itu atau menyangkal hak orang lain, harus membuktikan adanya hak atau peristiwa itu.”²⁶

Terkait asas beban pembuktian tersebut, Menurut Prof. Ahmad Ali,²⁷ baik Penggugat maupun Tergugat, dapat dibebani dengan pembuktian. Terutama Penggugat wajib membuktikan dalil gugatannya dan Tergugat wajib membuktikan sangkalannya. Atau dalam ranah hukum perlindungan konsumen, baik produsen maupun konsumen dibebani pembuktian. Konsumen harus membuktikan adanya kesalahan produsen yang mengakibatkan kerugiannya. Setelah lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), pembuktian tentang ada tidaknya kesalahan produsen tersebut dibebankan kepada produsen. Ini berarti bahwa prinsip tanggung gugat berdasarkan kesalahan dengan pembalikan beban pembuktian.²⁸ (sebagaimana dalam penjelasan pasal 22 UUPK). Berdasarkan prinsip tersebut, Konsumen hanya dibebani adanya kerugian yang dialaminya sebagai akibat mengonsumsi/memakai produk tertentu yang

²⁶ K. Wantjik saleh, SH, *Hukum Acara Perdata (RBG/HIR)*, Ghalia Indonesia, 1980, hal. 71

²⁷ Prof. Dr. Achmad Ali, SH. MH dan Dr. Wiwie Heryanie, SH. MH, *Asas-Asas Hukum Pembuktian Perdata*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2012, hal. 110

²⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op Cit*, hal. 169

diperoleh/berasal dari produsen, sedangkan pembuktian tentang ada tidaknya kesalahan produsen yang mengakibatkan timbulnya kerugian konsumen dibebankan kepada Produsen, pengaturan mengenai pembalikan beban pembuktian dalam UUPK merupakan langkah maju dalam mengakomodir perlindungan hukum yang lebih maksimal kepada Konsumen. Penerapan pembalikan beban pembuktian dalam UUPK tidak hanya dalam perkara perdata (gugatan ganti kerugian) tetapi juga dalam perkara pidana sebagaimana diatur dalam pasal 28 dan pasal 22 yang telah disinggung sebelumnya.

C. Contoh Kasus

Kasus mengenai penjualan barang tiruan ada beberapa contoh kasus yang marak diIndonesia adalah sebagai berikut:

a. Kasus DVD dan barang elektronik palsu

Ketika China mengklaim telah memperoleh kemajuan besar dalam menghargai hak cipta, pasar untuk iPhone dan DVD palsu masih terus berkembang. Mitra dagang China terus mendesak China agar tetap bekerja lebih baik lagi dalam menangani pembajakan produk ini.

Akhir bulan lalu, AS yang selalu konsisten mengkritik kegagalan Beijing untuk mencegah pemalsuan produk bermerek dari AS mengeluarkan laporan tahunan yang menyatakan bahwa pembajakan di China masih berada pada taraf yang sangat tinggi.

Analisis mengatakan, walaupun pejabat setempat telah berupaya memberantas pembajakan dan telah membuat pencegahan, kebijakan yang lemah tetap membuat pabrik-pabrik memproduksi barang tiruan dari luar negeri. Hal itu menyebabkan produsen asli kehilangan kesempatan mendapatkan keuntungan karena pembeli lebih suka produk palsu yang berharga lebih murah.

”Proteksionisme lokal dan korupsi di pemerintahan bukanlah isu yang sesungguhnya,” ujar Daniel Chow, pengajar Ohio State University College of Law.

”Pemerintah pusat mungkin jujur, tetapi penegakan hukum yang dilakukan di tingkat pemerintahan lokal kurang. Selain itu, pemerintah lokal memiliki kepentingan, baik langsung maupun tidak langsung, dalam memproduksi produk bajakan ini. Beroperasinya pabrik-pabrik merupakan hal yang sangat penting bagi perekonomian setempat,” tambahnya lagi.

Pasar produk bajakan dan palsu dari China merupakan pasar terbesar di seluruh dunia. Pabrik-pabrik China mempekerjakan jutaan pegawai, juga melibatkan banyak distributor dan penjaga toko di seluruh negara yang berpenduduk 1,3 miliar orang itu.

Produk palsu tersedia di toko-toko dan dijual melalui internet di China, juga di pasar internasional dari New York ke Sydney. Misalnya saja film *Avatar* yang menciptakan rekor *box office* di Amerika Utara. DVD film itu dapat dibeli dengan harga kurang dari 1 dollar AS (kurang dari Rp 9.500) di toko di Beijing,

iPhone Apple palsu juga sudah tersedia di China jauh sebelum Applemeluncurkan produk tersebut pada tahun 2009.

Dalam laporan tahunannya di hadapan Kongres sebelum Natal lalu, Perwakilan Perdagangan AS Ron Kirk, salah satu anggota delegasi kunci yang bersama dengan Obama berkunjung ke China November lalu, terlihat pesimistis menghadapi maraknya aksi pembajakan China.

”Walaupun ada kampanye antipembajakan di China dan kenaikan kasus sipil soal pembajakan di China, pemalsuan dan pembajakan masih marak dan tetap berada pada level yang sangat tinggi. Hal ini sangat serius karena membahayakan industri AS dalam berbagai bidang,” demikian diungkapkan Kirk.

Pernyataan Kirk itu menyusul keputusan dari Kaukus Anti-Pembajakan Internasional Kongres untuk menempatkan China dalam daftar ”Pembajakan Internasional” untuk tahun 2009.

Akan tetapi, Beijing mengatakan bahwa mereka telah membuat cukup banyak kemajuan dalam mengatasi pembajakan dan pemalsuan ini. Demikian dilaporkan media China yang mengutip keterangan dari Biro Hak Cipta Nasional China bulan lalu.

Biro itu mencatat, sejak Agustus, Beijing telah melakukan investigasi terhadap lebih dari 500 pembajakan melalui internet, menutup ratusan situs ilegal, dan menjatuhkan denda kepada mereka yang terlibat pembajakan *online* sebesar 1,28 triliun yuan atau setara dengan 187.500 dollar AS.

Perusahaan asing juga menjadi target. Sebuah perusahaan China sukses menuntut Microsoft karena membajak ciptaannya berupa bentuk huruf tertentu dalam sistem operasi Microsoft.

Selain itu, seorang penulis China telah meluncurkan tuntutan melawan Google karena telah memindai satu dari dua novelnya di perusahaan digital tanpa pemberitahuan.

Akan tetapi, sebagian besar kasus pembajakan dan pemalsuan lenyap begitu saja. Demikian menurut Victor Ho, seorang pengacara dari Shanghai. Hambatan utama yang dihadapi Beijing untuk memberantas pemalsuan dan pembajakan adalah pemerintah setempat yang melindungi pekerja dan ekonominya.²⁹

b. Kasus jeans palsu

Tim Reserse Kriminal Kepolisian Daerah Nanggroe Aceh Darussalam menggerebek toko penjual jeans palsu di pusat pasar Kota Banda Aceh. Polisi menyita ratusan *jeans* palsu merek Hugo Sport berikut dua orang pedagang saat menggelar operasi penertiban, Selasa (11/5). Tersangka mengaku menerima pasokan dari toko grosir di Banda Aceh. Barang tersebut ditengarai dikirim dari sejumlah pedagang jeans di Tanahabang, Jakarta Pusat.

Penggrebekan itu berdasarkan laporan pengaduan seorang agen resmi celana jeans di Jakarta. Sang agen yang sengaja datang ke Banda Aceh menemukan beberapa toko di pusat pasar Banda Aceh menjual celana merek Hugo Sport palsu. Celana itu dijual Rp 55 ribu per potong. Sementara harga celana Hugo Sport asli dijual Rp 110 ribu rupiah per potong. Polda NAD akan mengirim tim ke Jakarta dan Medan untuk membongkar sindikat pemalsu jeans tersebut.

Pemalsuan celana jeans juga pernah terungkap di Bandung dua tahun silam. Ujang Rahmat ditangkap anggota Kepolisian Resor Bandung Timur, Jawa Barat, karena memalsukan celana jeans merek Levi`s dan

²⁹ <http://tekno.kompas.com/read/2010/01/04/08570688/produk.palsu.china.marak>

Lea [baca: **Pemalsu Celana Jins Merek Terkenal Ditangkap**]. Dari rumah tersangka, polisi menyita 288 potong celana jeans palsu, 13 potong jaket, 36 meter lebih bahan jeans, stempel merek, dan satu unit mesin jahit. (YAN/Muktarudin Yakob dan Feri Efendi.³⁰

c. Kasus pakaian palsu

Salah satu brand tenama yang ada di Indonesia, 3 Second sudah memiliki banyak penggemarnya. Selain dengan style kaos yang up to date, konsumen juga merasakan kenyamanan ketika memakainya.

Akan tetapi jika kalian menemukan kaos dengan merk 3 second atau 3SCO, akan tetapi dilihat sekilas saja tidak menarik, bahkan ketika dipakai kurang nyaman. Bisa jadi itu adalah kaos kw atau palsu.

Bagi anak muda yang selalu memakai kaos bermerk, pastinya sudah paham betul mana yang asli dan mana yang palsu. Namun bagi orang awam, jangan tertipu dengan barang murah bermerk. Niatnya pengen gaya, tapi pas jalan-jalan ketemu sama temen 'gaul' justru bisa-bisa kalian bakal malu sendiri karena menggunakan kaos kw.

Untuk itu ayo kita simak perbedaan kaos asli 3second dan kw pada ulasan berikut.

a. Harga.

Mahal atau tidaknya sebuah barang, tergantung siapa pembelinya. Jika kamu orang kaya, 3second termasuk murah, karena harganya berkisar 150 an ribu. Mungkin bagi orang yang berkantong pas, harga segitu emang pas dengan kualitas yang bagus.

Tapi kalau kalian menemukan kaos 3 -second dengan harga dibawah 100, hampir pasti itu adalah kaos kw atau palsu. Entah kw 1, kw 2, kw super, atau grade ori, semuanya bukanlah barang resmi dari 3 second-cloting.

b. Bahan.

Bahan jelas berbeda, kaos asli 3second sangat adem dipakai. Kelenturan atau elastisitas juga cukup baik. Dalam pemakaian jangka panjang, kaos ini tidak mengeluarkan serabut seperti selimut. Warna nya pun tidak mudah pudar seperti kaos-kaos yang ada di pasaran dengan harga miring.

Sementara kaos palsu lebih kaku, namun tergantung juga dengan kualitas yang mereka buat. Banyak tipe seperti bahan cotton combed mulai 20s sampai 30s

³⁰ <http://news.liputan6.com/read/77885/penjual-celana-ijeansi-palsu-dibekuk-polisi>

dan berbagai macam sablon seperti plastisol contohnya. Sekilas hampir sama, tapi pada akhirnya asli lebih baik daripada palsu.

c. Tempat penjual

3second memasarkan barangnya di toko resminya, agen atau gabung dengan outlet yang ada di pusat perbelanjaan atau mal. Sangat mudah ditemui mulai dari pusat kota besar seperti Jakarta, Bandung, Jogja, Semarang, Surabaya dan beberapa kota lainnya.

Saat ini sudah jamannya internet, pembeli pun tidak harus datang ke toko fisik, melalui pembelian online pun barang keinginan anda bisa diantarkan dengan cepat.

Sementara untuk barang kw, banyak sekali penjual mulai dari grosir sampai eceran dengan mengatasnamakan 3second / 3SCO, Greenlight, Moutley, dan The Famo yang menjual secara online lewat facebook, online shop dan berbagai media lainnya.³¹

³¹ <http://ayomaju.info/perbedaan-kaos-asli-3second-dan-kw-atau-palsu/>