

SKRIPSI

ANALISIS YURIDIS TANGGUNG JAWAB HUKUM PRODUSEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN KONSUMEN



Oleh :

**YUSRIL ARSYPITUNG JAMIL
040 2019 0423**

Diajukan Sebagai Tugas Akhir Dalam Rangka Penyelesaian Studi

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR
2023**

HALAMAN JUDUL

**ANALISIS YURIDIS TANGGUNG JAWAB HUKUM PRODUSEN
ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN KONSUMEN**

Disusun dan diajukan

Oleh

YUSRIL ARSYPITUNG JAMIL

04020190423

SKRIPSI INI

**Diajukan Sebagai Tugas Akhir Dalam Rangka Penyelesaian Studi
Serjana Pada Bagian Hukum Perdata
Program Studi Ilmu Hukum**

Pada

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Ditetapkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama Mahasiswa : Yusril Arsyitung Jamil

Stambuk : 040 2019 0423

Program Studi : Ilmu Hukum

Bagian : Hukum Perdata

Judul : **ANALISIS YURIDIS TANGGUNG JAWAB HUKUM
PRODUSEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN
KONSUMEN**

Telah disetujui untuk diajukan dalam ujian skripsi.

Makassar, Februari 2023

Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Hj. Anggreany Arief, SH., MH

Pembimbing II



Dr. Asriati, SH., MH

Mengetahui

Ketua Bagian Hukum Perdata



Dr. Hj. Andi Risma, SH., MH

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama : Yusril Arsypitung Jamil

NIM : 040 2019 0423

Bagian : Hukum Perdata

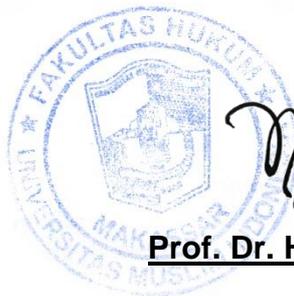
Judul Skripsi : **ANALISIS YURIDIS TANGGUNG JAWAB HUKUM
PRODUSEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN
KONSUMEN**

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir program studi.

Makassar, Februari 2023

Dekan Fakultas Hukum

Universitas Muslim Indonesia



Prof. Dr. H. La Ode Husen, S.H., M.H.

PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS YURIDIS TANGGUNG JAWAB HUKUM PRODUSEN
ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN KONSUMEN**

Disusun dan diajukan oleh:
YUSRIL ARSYPITUNG JAMIL
04020190423

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Skripsi
Pada Program Studi Sarjana Ilmu Hukum Fakultas Hukum
Universitas Muslim Indonesia
Pada, Februari 2023
dan dinyatakan diterima

Makassar, Februari 2023

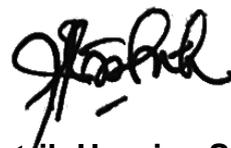
Panitia Ujian,

Ketua



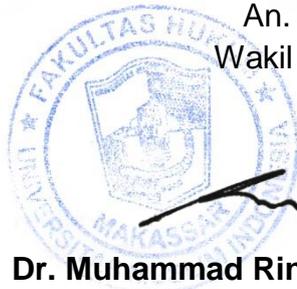
Dr. Andika P Buana, SH.,MH.
NIDN. 0927049001

Anggota



Dr. Satrih Hasyim, SH.,MH.
NIDN. 0031126407

An. Dekan
Wakil Dekan I,



Dr. Muhammad Rinaldy Bima, S.H., M.H.
NIDN. 104101110

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Diterangkan bahwa skripsi tersebut dibawah ini:

Nama : Yusril Arsyitung Jamil
NIM : 040 2019 0423
Bagian : Hukum Perdata
Dasar Penetapan : 0646/H.05/FH-UMI/XI/2022
Judul Skripsi : ANALISIS YURIDIS TANGGUNG JAWAB HUKUM
PRODUSEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN
KONSUMEN

Telah dipertahankan dihadapan Majelis Penguji pada tanggal
Oktober 2022 dan dinyatakan telah lulus oleh tim penguji.

Disahkan oleh:

1. Dr. Hj. ANggraeny Arief, SH., MH. (Pembimbing I)  (.....)
2. Dr. Asriati, SH.,MH. (Pembimbing II)  (.....)
3. Dr. Andika P Buana, SH.,MH. (Penguji I)  (.....)
4. Dr. Satrih Hasyim, SH.,MH. (Penguji II)  (.....)



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yusril Arsypitung Jamil
NIM : 04020190423
Bagian : Hukum Perdata
Judul Skripsi : ANALISIS YURIDIS TANGGUNG JAWAB HUKUM
PRODUSEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN
KONSUMEN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi terhadap karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan dari skripsi merupakan hasil plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi karena perbuatan tersebut.

Makassar, Februari 2023
Yang menyatakan



Yusril Arsypitung Jamil

ABSTRAK

YUSRIL ARSYPITUNG JAMIL. 04020190423: “Analisis Yuridis Tanggungjawab Hukum Produsen Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen”. Di bawah bimbingan **Anggraeny Arief** sebagai Ketua Pembimbing **Asriati Asriati** sebagai anggota pembimbing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tanggungjawab hukum produsen atas iklan yang menyesatkan konsumen. dan menganalisis penerapan sanksi hukum terhadap iklan yang menyesatkan konsumen.

Tipe penelitian adalah tipe normatif dengan teknik pengumpulan data penelitian studi pustaka. Bahan hukum yang diperoleh kemudian dianalisis dengan argumentative dan disajikan dengan secara deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, Untuk melindungi konsumen terdapat dua ketentuan yaitu hukum publik dan hukum perdata, di mana dalam hukum perdata terdiri dari hukum perjanjian dan hukum tentang perbuatan melawan hukum, dan Penerapan sanksi hukum terhadap iklan yang menyesatkan konsumen berdasarkan ketentuan Pasal 19 ayat (1) UUPK 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”. Konsumen yang dirugikan karena praktik promosi yang tidak jujur meminta tanggung jawab dari pihak pelaku usaha yang berupa ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (2) yaitu ganti rugi yang berupa pengembalian uang sejumlah harga barang yang dibelinya.

Rekomendasi dalam penelitian ini adalah Bagi pelaku usaha, sebaiknya mencantumkan informasi yang benar dan jujur terkait produk yang diiklannya. Dengan demikian konsumen konsumen bisa mempertimbangkan dengan seksama jika akan memberli produk tersebut. Apalagi produk berupa mobil merupakan produk yang tidak murah dan memerlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk memutuskan membeli dan menggunakannya. Bagi konsumen sebaiknya berhati-hati dalam menyerap informasi dari iklan yang disampaikan pelaku usaha. Sebaiknya melakukan konfirmasi atau menanyakan kepada beberapa konsumen yang telah menggunakan produk yang sama untuk membuktikan kebenaran dari iklan atau promosi produk yang akan dibelinya

Kata Kunci: Tanggungjawab Hukum, Produsen, Iklan.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur Penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas berkah rahmatnya penulis diberikan inspirasi, pengetahuan, kemudahan dan kesehatan dalam menyelesaikan skripsi ini. Salam dan sholawat tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umat manusia di dunia termasuk penulis.

Skripsi ini persembahkan dari penulis sebagai bentuk sumbangan akhir jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia, yang tentu saja berasal dari apa yang pernah penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa. Juga dari hasil penelitian penulis dan tentu saja arahan yang diberikan oleh dosen pembimbing terbaik.

Alhamdulillah dengan izin Allah SWT dan segala pemikiran kemampuan yang penulis miliki, maka skripsi yang berjudul “Penerapan Asas Restorative Justice Dalam Penyelesaian Perkara Pidana Kecelakaan Lalu Lintas Yang Dilakukan Oleh Anak di Bawah Umur” dapat terselesaikan. Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran-saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah diberikan kepada penulis. Untuk itu, penulis ingin

menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada orang tua penulis, Ayahanda Dr. H.M. Jamil Misbach SH.,MH dan Ibunda Hj. Rachmaniar SH untuk segala kasih sayang, cinta, pengertian, kesabarannya yang luar biasa dalam hidup penulis, bantuan moril dan materil serta doa yang sangat tulus demi kesuksesan penulis selama melaksanakan proses pendidikan hingga dapat menyandang gelar sarjana, yang merupakan anugerah besar dalam hidup. Terimakasih juga untuk kakak penulis Yusticia Zahrani Jamil SH.,MH., Yusrina Maulidya Jamil, SH, adek penulis Yusnita Agnia Jamil, S.Ds yang selalu mendukung dan memberikan mood yang baik selama penulis mengerjakan tugas akhir. Penulis berharap dapat menjadi anak dan anggota keluarga yang baik, taat, serta mengerti moral, dan dapat dibanggakan sekarang dan untuk kedepannya.

Pada kesempatan ini pula, Penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof.Dr.H.Basri Modding, SE.M.Si selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia beserta seluruh staff dan jajarannya.
2. Bapak Prof.Dr.H.La Ode Husen, SH.,MH selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muslim Indonesia.
3. Ibu Dr. Hj. Angggraeny Arief, SH.,MH selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Asriati, SH.,MH selaku pembimbing II. Terima kasih atas waktu, bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis selama ini demi terselesaikannya skripsi ini.

4. Dosen tim penguji Bapak Dr. Andika P. Buana, SH.,MH dan Ibu Dr. Satrih Hasyim, SH.,MH
5. Teman saya Egi, Fuad, Idham, Nandi, Rizal yang telah membantu dan memberi motivasi dan semangat kepada penulis hingga dapat percaya diri menyelesaikan skripsi ini.

Namun demikian penulis menyadari sebagai manusia biasa yang tidak pernah luput dari khilaf dan salah hingga karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan. Akhir kata, sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Semoga Allah SWT senantiasa menilai amal perbuatan kita sebagai ibadah. Dan semoga semua yang telah kita kerjakan dengan niat baik mendapatkan berkah, Amin Ya Rabbal Alamin

Makassar, Februari 2023

Yusril Arsypitung Jamil

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Tentang Perlindungan hukum.....	10
1. Pengertian Perlindungan Hukum.....	10
2. Tujuan Dari Perlindungan Hukum.....	16
3. Asas Perlindungan Hukum	36
B. Tinjauan Umum Tentang Konsumen.....	41
1. Pengertian Konsumen.....	41
2. Hak dan Kewajiban Konsumen	42
C. Hukum Perlindungan Konsumen.....	44
1. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	44
2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
A. Tipe Penelitian	53
B. Jenis dan sumber Bahan Hukum	53
C. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum	53

D. Analisis Bahan Hukum	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Tanggungjawab Hukum Produsen Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen.....	56
1. Putusan Nomor 659 K/Pdt.Sus/2012.....	56
2. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Secara Perdata	67
3. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha secara Pidana.....	69
4. Penentuan Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	78
5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha.....	81
B. Penerapan Sanksi Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Konsumen.....	83
1. Sanksi Administratif.....	83
2. Sanksi Pidana Pokok	87
3. Sanksi Pidana Tambahan	88
BAB IV PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penjelasan umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen antara lain menyatakan bahwa pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang, ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha, antara lain melalui promosi dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.

Hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha tidaklah selalu lancar. Seringkali terdapat perbedaan pendapat atau perselisihan diantara kedua pihak tersebut. Adanya perbedaan pendapat atau perselisihan tersebut disebut dengan masalah konsumen. Masalah konsumen merupakan hal yang selalu aktual, menarik perhatian. Persoalan konsumen selalu hangat dipersoalkan, dibicarakan, didiskusikan dan diperdebatkan. Masalah konsumen adalah masalah manusia. Hubungan pelaku usaha dan konsumen tidak lepas dari unsur di luar pihak-pihak tersebut, seperti masalah nilai-nilai keagamaan, ketenagakerjaan, tanggung jawab sosial dan lain-lain.¹

Konsumen yang mendapat perlindungan menurut Undang-undang perlindungan konsumen adalah konsumen akhir, yakni pemakai, pengguna, pemanfaat barang dan / atau jasa yang digunakan untuk diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya, dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Selain menjelaskan hak konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga menjelaskan hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak

¹ N.H.T. Siahaan, Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk, Panta Rei, Bogor, 2005 , hlm. 1.

sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya.²

Umumnya dalam membicarakan kerugian yang terkait dengan aspek ekonomis, konsumen tidak mendapatkan manfaat kegunaan dari barang dan/atau jasa yang dikonsumsi. Adapun tiga teori yang menjadi dasar tuntutan ganti rugi konsumen akan produk yang dikonsumsi meliputi breach of warranty, negligence in tort, dan strict liability in tort. Pada jenis kerugian produk yang dikonsumsi, konsumen dapat mengajukan tuntutan berdasarkan adanya kewajiban penjual/produsen untuk menjamin kualitas produk. Tuntutan itu dapat berupa pengembalian barang sambil menuntut kembali harga pembelian, atau penukaran dengan barang yang baik mutunya. Jaminan terhadap kualitas produk dapat dibedakan atas 2 (dua) macam, yaitu expressed warranty dan implied warranty.³

Expressed Warranty atau jaminan secara tegas adalah suatu jaminan atas kualitas produk, yang dinyatakan oleh penjual atau distributornya secara lisan atau tulisan. Dengan adanya expressed warranty ini, berarti produsen/penjual bertanggung jawab untuk melaksanakan kewajibannya untuk menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu yang berlaku terhadap kekurangan atau kerusakan dalam produk

² "Perlindungan konsumen", at http://id.wikipedia.org/wiki/Perlindungan_konsumen, diakses 20 April 2014.

³ Kimberly Jade Tillman dalam Inosentius Samsul, Hukum Perlindungan Konsumen Buku I, Bahan Kuliah Program Pasca Sarjana Bidang Ilmu Hukum, Universitas Indonesia, Jakarta, 2001, hlm. 99-125.

yang dijualnya. Dalam hal demikian, konsumen dapat mengajukan tuntutananya berdasarkan adanya wanprestasi dari pihak penjual.

Pembebanan tanggung jawab terhadap pihak penjual yang didasarkan pada adanya kontrak tersebut membuat ruang lingkup menjadi terbatas yaitu hanya timbul di antara pihak-pihak yang mengadakan kontrak dan pihak lain yang juga menjadi korban dari suatu produk cacat/rusak tidak akan terlindungi atau berdasarkan hubungan *privity of contract*. Sementara itu, *Implied Warranty* adalah jaminan berasal dari undang-undang atau bentuk hukum lain. Misalnya, kewajiban penjual untuk menanggung adanya cacat - cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya, meskipun ia tidak mengetahui adanya cacat itu, kecuali jika ia dalam keadaan yang demikian telah minta diperjanjikan bahwa ia tidak diwajibkan menanggung sesuatu apa pun (pasal 1506 KUH Perdata). Menurut pasal 1504 KUH Perdata, penjual diwajibkan menanggung terhadap cacat tersembunyi pada barang yang dijual, yang membuat barang itu tak sanggup untuk pemakaian yang dimaksudkan (*not fit for purpose*), atau yang demikian mengurangi pemakaian itu, sehingga seandainya pembeli mengetahui cacat itu, ia sama sekali tidak akan membeli barangnya, atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang lebih murah.

Apabila penjual telah minta diperjanjikan untuk tidak menanggung sesuatu apa pun dalam hal adanya cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya, maka hal itu berarti bahwa adanya cacat tersembunyi pada

barang itu menjadi risiko pembeli sendiri. Jadi jaminan yang diberikan dalam implied warranty adalah jaminan tentang kepemilikan; jaminan tentang kelayakan; dan jaminan bahwa yang dijual cocok untuk dipasarkan. Namun penerapan prinsip ini kemudian menjadi masalah dari pihak konsumen yaitu untuk membuktikan kesalahan dari pihak pelaku usaha.

Berikut prinsip-prinsip umum tanggung jawab pelaku usaha dalam hukum yang dalam praktek dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan (fault liability/liability based on fault);
2. Prinsip Praduga untuk Selalu Bertanggung Jawab (presumption of liability principle);
3. Prinsip Praduga untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab;
4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (strict liability);
5. Prinsip Tanggung Jawab Dengan Pembatasan.

Namun demikian, perlu diperhatikan ketentuan pasal 1493 KUH Perdata yang menyatakan bahwa kedua belah pihak diperbolehkan dengan persetujuan - persetujuan istimewa, memperluas atau mengurangi kewajibankewajiban yang ditetapkan dalam undang-undang, bahwa mereka diperbolehkan mengadakan persetujuan bahwa si penjual tidak akan diwajibkan menanggung suatu apa pun.

Hal tersebut hanya dimungkinkan bila kedua belah pihak dalam pembuatan perjanjian/kontrak berada dalam posisi seimbang, artinya tidak

ada penekanan-penekanan dari pihak (umumnya) pelaku usaha terhadap suatu ketentuan tertentu kepada konsumen. Pada era perdagangan bebas saat ini tampaknya pelaku usaha dapat dengan mudah membuat aturan tertentu (seperti terms and condition) yang berisikan pembatasan tanggung jawab. Acuan yang digunakan adalah prinsip take it or leave it contract. Padahal pelaku usaha diharapkan menjamin prinsip-prinsip hak konsumen dalam pembuatan kontrak yang mendasari hubungannya dengan konsumen.

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan atau jasa yang berkualitas. Adapun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam pelbagai transaksi adalah bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Pelaku usaha juga dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud dan dilarang untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar.

Di antara hak-hak dari konsumen dan kewajiban pelaku usaha, terdapat titik hubungan yaitu tujuan perlindungan untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen untuk mendapatkan informasi, yang juga merupakan salah satu hak konsumen dan diwajibkan pula bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur. Informasi tersebut dapat diperoleh konsumen dari suatu iklan yang diberikan oleh pelaku usaha. Dengan demikian antara fungsi iklan dan tujuan iklan, terdapat persamaan yaitu melakukan promosi terhadap produk sehingga konsumen terpengaruh untuk membeli atau menggunakan produk yang diiklankan. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan. Bagi pelaku usaha yang melakukan pelanggaran, baik atas cara memproduksi maupun cara mengiklankan barang dan/atau jasanya, dapat dikenakan sanksi. Sanksi tersebut berupa sanksi administrasi, sanksi perdata dan atau sanksi pidana.

Kasus berkaitan iklan yang memberikan dan menyampaikan informasi yang tidak jelas terdapat dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 659 K/Pdt.Sus/2012. Putusan ini pada prinsipnya memeriksa perkara perdata khusus tentang keberatan atas putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen antara PT. Nissan Motor Indonesia melawan Ludmilla Arif.

Ludmilla Arief melayangkan gugatan ke Nissan Motor Indonesia (NMI) di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Itu dilakukan

karena Nissan dinilai melakukan kebohongan soal keiritan bahan bakar Nissan March melalui iklan. Keluhan konsumen atas produk otomotif Nissan March yang dinilai boros Bahan Bakar Minyak (BBM) tidak sesuai dengan iklan yang ditawarkan. Menurut Ludmilla Arif, sengketa dirinya dan PT NMI berawal, ketika dia membeli produk PT NMI, mobil Nissan March yang dikatakan irit BBM dimana setiap liter BBM bisa digunakan 18 Km. Namun, setelah mobil itu dibeli Rp159,8 juta, ternyata tidak seperti yang diiklankan dan sangat boros karena setiap liter BBM hanya digunakan 8 kilometer. Ludmilla menjelaskan, pihaknya pun mengadukan persoalan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) yang merupakan arbitrase sengketa antara produsen dan konsumen. BPSK kemudian membuat Keputusan No. 099/Pts.A/BPSK-DKI/II/2012 tertanggal 16 Februari 2012, dimana dicapai titik temu pelaku usaha diputuskan memberikan uang pengembalian dan permintaan konsumen. Keputusan itu, lanjut Ludmilla, sudah sangat adil dan bijaksana, karena mengambil titik tengah dan mempertimbangkan kesediaan pelaku usaha mengganti rugi. Namun, PT. NMI kemudian menolak mengganti uang pembelian produk Nissan March dan mengajukan perkara tersebut ke PN Jakarta Selatan.

Dari uraian yang dikemukakan di atas timbullah keinginan penulis untuk mengetahui lebih jauh tentang hal-hal tersebut di atas dalam sebuah Disertasi dengan judul: "ANALISIS YURIDIS TANGGUNGJAWAB HUKUM PRODUSEN ATAS IKLAN YANG MENYESATKAN KONSUMEN".

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Tanggungjawab Hukum Produsen Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen?
2. Bagaimanakah Penerapan Sanksi Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Berpegang pada perumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Tanggungjawab Hukum Produsen Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen.
2. Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Penerapan Sanksi Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Memberikan Informasi Kepada Konsumen Mengenai Pelaku Usaha Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen
2. Diharapkan Dapat Bermanfaat Bagi Produsen Atau Pelaku Usaha Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Tentang Perlindungan hukum

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Terkait dengan perlindungan hukum, ada beberapa ahli yang menjelaskan bahasan ini, antara lain yaitu Fitzgerald, Satjipto Raharjo, Phillipus M Hanjon dan Lily Rasyidi.

Fitzgerald mengutip istilah perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat⁴

Menurut Satjipto Rahardjo, Perlindungan hukum adalah

⁴ A.Z. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 3.

memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.

Selanjutnya menurut Phillipus M. Hadjon bahwa perlindungan hukum bagi rakyat sebagai tindakan pemerintah yang bersifat preventif dan resprensif. Perlindungan Hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, yang mengarahkan tindakan pemerintah bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkandiskresi dan perlindungan yang resprensif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa, termasuk penanganannya di lembaga peradilan.⁵

Sedangkan menurut Lili Rasjidi dan I.B Wya Putra bahwa hukum dapat didifungsikan untuk menghujudkan perlindungan yang sifatnya tidak sekedar adaptif dan fleksibel, melaikan juga predektif dan antipatif.

Dari uraian para ahli diatas memberikan pemahaman bahwa perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun dalam bentuk yang bersifat represif, baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis

⁵ A.Z. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 3.

dalam rangka menegakkan peraturan hukum.

Dengan hadirnya hukum dalam kehidupan bermasyarakat, berguna untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan kepentingan-kepentingan yang biasa bertentangan antara satu sama lain. Maka dari itu, hukum harus bisa mengintegrasikannya sehinggabenturan-benturan kepentingan itu dapat ditekan seminimal mungkin. Pengertian terminologi hukum dalam Bahasa Indonesia menurut KBBI adalah peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa ataupun pemerintah, undang-undang, peraturan, dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat, patokan atau kaidah tentang peristiwa alam tertentu, keputusan atau pertimbangan yang ditetapkan oleh hakim dalam pengadilan, atau vonis.⁶

Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian. Adapun pendapat yang dikutip dari beberapa ahli mengenai perlindungan hukum sebagai berikut :

1. Menurut Satjito Rahardjo perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.

⁶ A.Z. Nasution, Hukum Perlindungan Konsumen, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 6.

2. Menurut Setiono perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum, untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia.
3. Menurut Muchsin perlindungan hukum adalah kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasrakan hubungan nilai-nilai atau kaidah - kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antara sesama manusia.
4. Menurut Philipus M. Hadjon Selalu berkaitan dengan kekuasaan. Ada dua kekuasaan pemerintah dan kekuasaan ekonomi. Dalam hubungan dengan kekuasaan pemerintah, permasalahan perlindungan hukum bagi rakyat (yang diperintah), terhadap pemerintah (yang memerintah). Dalam hubungan dengan kekuasaan ekonomi, permasalahan perlindungan hukum adalah perlindungan bagi si lemah (ekonomi) terhadap si kuat (ekonomi), misalnya perlindungan bagi pekerja terhadap pengusaha.

Pada dasarnya perlindungan hukum tidak membedakan terhadap kaum pria maupun wanita.⁷ Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya karena itu perlindungan hukum

⁷ Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani. Hukum Tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 15-16.

tersebut akan melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wujudnya sebagai makhluk individu dan makhluk social dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan demi mencapai kesejahteraan bersama.

Pendapat mengenai pengertian untuk memahami arti hukum yang dinyatakan oleh Dr. O. Notohamidjojo, SH Hukum ialah keseluruhan peraturan yang tertulis dan tidak tertulis yang biasanya bersifat memaksa untuk kelakuan manusia dalam masyarakat negara serta antara negara yang berorientasi pada dua asas, yaitu keadilan dan daya guna, demi tata dan damai dalam masyarakat.

Menurut Prof. Mahadi, SH pengertian hukum seperangkat norma yang mengatur laku manusia dalam masyarakat. Menurut Soedjono Dirdjosisworo bahwa pengertian hukum dapat dilihat dari delapan arti, yaitu hukum dalam arti penguasa, hukum dalam arti parapetugas, hukum dalam arti sikap tindakan, hukum dalam arti sistem kaidah, hukum dalam arti jalinan nilai, hukum dalam arti tata hukum, hukum dalam arti ilmu hukum, hukum dalam arti disiplin hukum.⁸

Berbagai definisi yang telah di kemukakan dan di tulis oleh para ahli hukum, yang pada dasarnya memberikan suatu batasan yang hampir bersamaan, yaitu bahwa hukum itu memuat peraturan tingkah laku manusia. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia Perlindungan berasal dari kata lindung yang memiliki arti mengayomi, mencegah,

⁸ Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani. Hukum Tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 15-16.

mempertahankan, dan membentengi. Sedangkan Perlindungan berarti konservasi, pemeliharaan, penjagaan, asilun, dan bunker. 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 Perlindungan oleh hukum atau perlindungan dengan menggunakan pranata dan sarana hukum.

Namun dalam hukum Pengertian perlindungan hukum adalah Segala daya upaya yang dilakukan secara sadar oleh setiap orang maupun lembaga pemerintah, swasta yang bertujuan mengusahakan pengamanan, penguasaan dan pemenuhan kesejahteraan hidup sesuai dengan hak - hak asasi yang ada sebagaimana di atur dalam Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.

Pada dasarnya perlindungan hukum tidak membedakan terhadap kaum pria maupun wanita. Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya karena itu perlindungan hukum tersebut akan melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wujudnya sebagai makhluk individu dan makhluk sosial dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan demi mencapai kesejahteraan bersama.⁹

⁹ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

Menurut R. La Porta dalam *Jurnal of Financial Economics*, bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh suatu negara memiliki dua sifat, yaitu bersifat pencegahan (prohibited) dan bersifat hukuman (sanction). Bentuk perlindungan hukum yang paling nyata adalah adanya institusi-institusi penegak hukum seperti pengadilan, Kejaksaan, kepolisian, dan lembaga-lembaga penyelesaian sengketa diluar pengadilan (non-litigasi) lainnya.

Perlindungan yang di maksud dengan bersifat pencegahan (prohibited) yaitu membuat peraturan , Sedangkan Perlindungan yang di maksud bersifat hukuman (sanction) yaitu menegakkan peraturan.

2. Tujuan Dari Perlindungan Hukum

Adapun tujuan serta cara pelaksanaannya antara lain sebagai berikut :

1. Membuat peraturan ,yang bertujuan untuk :¹⁰
 - a. Memberikan hak dan kewajiban
 - b. Menjamin hak-hak pra subyek hukum
2. Menegakkan peraturan Melalui :
 - a. Hukum administrasi negara yang berfungsi untuk mencegah terjadinya pelanggaran hak-hak dengan perizinan dan pengawasan.
 - b. Hukum pidana yang berfungsi untuk menanggulangi setiap pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan,

¹⁰ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

dengan cara mengenakan sanksi hukum berupa sanksi pidana dan hukuman.

- c. Hukum perdata yang berfungsi untuk memulihkan hak dengan membayar kompensasi atau ganti kerugian.

Pada perlindungan hukum di butuhkan suatu wadah atau tempat dalam pelaksanaanya yang sering di sebut dengan sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum di bagi menjadi dua macam yaitu sebagai berikut:

1. Sarana Perlindungan Hukum Preventif, Pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.¹¹
2. Sarana Perlindungan Hukum Represif, Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan

¹¹ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah. Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.¹²

Hukum perlindungan konsumen pengertian hukum atau konsep hukum, dan asas hukum merupakan unsur-unsur dari peraturan hukum. Peraturan hukum ini dapat di artikan sebagai norma yang memberikan suatu konsekwensi yang jelas sebagai kelanjutan di lakukan nya suatu perbuatan, untuk menyampaikan kehendak suatu peraturan hukum menggunakan pengertian – pengertian atau konsep-konsep dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam pasal 1 angka 1 UUPK diatur bahwa “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian untuk memberikan perlindungan

¹² sri lestari poernomo, 2018. *Standar Kontrak Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Jurnal Nasional Terakreditasi. DEJURE, Jakarta, Akreditasi: Kep. Dirjen. Penguatan Risbang. Kemenristekdikti: No:30/E/KPT/2018

kepada konsumen”, perlindungan yang di maksud adalah perlindungan hukum.¹³

Alasan diperlukannya perlindungan hukum bagi konsumen adalah dalam era globalisasi dan perdagangan bebas banyak beredar barang utamanya kosmetik di pasaran, baik dalam negeri maupun luar negeri. Kondisi demikian dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, konsumen dalam posisi yang lemah (*undue influence*) sehingga diperlukan perlindungan hukumnya, tetapi tetap memperhatikan kepentingan pelaku usaha. Keseimbangan itu hanya dapat dicapai hanya dengan campur tangan negara melalui sistim “Hukum Perlindungan Konsumen” yang diharapkan dapat memberdayakan konsumen, karena tidak mudah mengharap kesadaran pelaku usaha yang selalu berpegang pada prinsip ekonominya (Pertimbangan pembentukan UUPK dan penjelasan Umum UUPK). Perlindungan hukum bagi konsumen dapat pula diartikan sebagai : tanggung jawab pelaku usaha”, ataupun sebagai pelaksanaan hak — hak konsumen, karena pada dasarnya perlindungan hukum pada konsumen, serta kewajiban pelaku usaha dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang bermuara pada tanggung jawab pelaku usaha, merupakan refleksi dan hak — hak konsumen. Sebagaimana di kemukakan oleh Sudikno Mertokusumo bahwa “ hak pada hakikatnya merupakan hubungan antara subyek

¹³ Sri lestari poernomo, 2018. *Standar Kontrak Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Jurnal Nasional Terakreditasi. DEJURE, Jakarta, Akreditasi: Kep. Dirjen. Penguatan Risbang. Kemenristekdikti: No:30/E/KPT/2018

hukum (konsumen, pelaku usaha) dengan obyek hukum, yang dilindungi oleh hukum dan menimbulkan kewajiban.¹⁴

Berkenaan dengan tanggung jawab di atas tampak bahwa perlindungan hukum bagi konsumen memang sama dengan tanggung jawab pelaku usaha, karena kewajiban pelaku usaha merupakan isi dari hak konsumen akhirnya bermuara pada tanggung jawab pelaku usaha, baik itu tanggung jawab terhadap produk yang dibuatnya maupun tanggung jawab terhadap ganti rugi apabila konsumen mengalami kerugian karena mengkonsumsi, memanfaatkan, memakai produk yang dibuat pelaku usaha dalam penelitian ini digunakan tanggung jawab pelaku usaha mengikuti istilah yang digunakan dalam UUPK, tetapi dengan makna yang terbatas pada tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk, mengingat penelitian ini bidang produk kosmetika yang tidak memenuhi standarisasi mutu dan manfaat. Selanjutnya Agnes M. Toar mengemukakan tanggung jawab produk adalah tanggung jawab para pelaku usaha untuk produk yang dibawahnya ke dalam peredaran yang menimbulkan/ menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.¹⁵

Sejalan dengan pembahasan mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk yang dibawahnya dalam peredaran yang kemudian muara terakhir dalam tanggung jawab ini adalah

¹⁴ Sri lestari poernomo, 2020. *Analisis Perlindungan konsumen kosmetika kecantikan wajah di kota Makassar*. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar

¹⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

“Konsumen“. Menurut Ahmadi Miru berdasarkan pengertian konsumen di UUPK yaitu konsumen akhir (end consumers) maka konsumen Antara (derived intermediate consumers) tidak dapat menuntut pelaku usaha berdasarkan UUPK karena konsumen antara adalah pelaku usaha yang membeli produk untuk di jual kembali, jadi statusnya adalah pelaku usaha. Sehubungan dengan hal tersebut, menurut Hans W. Miklitz secara garis besar dapat dibedakan dua tipe konsumen yaitu

1. Konsumen yang terinformasi (well informed) yang memiliki ciri sebagai berikut : memiliki tingkat pendidikan tertentu, mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar bebas dan lancar berkomunikasi,
2. Konsumen yang tidak terinformasi memiliki ciri-ciri yaitu: kegiatan usaha d rang berpendidikan, termasuk katagori ekonomi kelas menengah ke bawah, dan tidak lancar berkomunikasi.¹⁶

Sedemikian Pelaku usaha di dalam Pasal 1 angka 3 UUPK diatur bahwa “ Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun berSamasama melalui perjanjian penyelenggaraan alam berbagai bidang ekonomi”, selanjutnya dikemukakan bahwa yang termasuk pelaku usaha adalah Perusahaan korporasi, BUMN, importir, pedagang, distributor,

¹⁶ Sri lestari poernomo, 2018. *Standar Kontrak Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Jurnal Nasional Terakreditasi. DEJURE, Jakarta, Akreditasi: Kep. Dirjen. Penguatan Risbang. Kemenristekdikti: No:30/E/KPT/2018

berdasarkan ketentuan ini tidak hanya pelaku usaha penghasil produk kosmetik yang tunduk pada Hukum Perlindungan Konsumen, tetapi juga para rekanannya yaitu importir, supplier/leveransir dan pengecer.¹⁷

Dalam UUPK Pasal 8 pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang: tidak memenuhi standar yang dipersyaratkan dalam ketentuan perundangan, tidak sesuai dengan berat bersih, netto, jumlah dalam hitungan sebagaimana dinyatakan dalam label atau etiket, tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran, tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode yang dinyatakan dalam label, tidak mengumumkan tanggal kedaluwarsa, tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label serta tidak mencantumkan petunjuk penggunaan.

Prinsip-prinsip mengenai kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha berdasarkan doktrin atau teori yang dikenal dalam perkembangan sejarah hukum perlindungan konsumen, antara lain :¹⁸

a. *Let the buyer beware (caveat emptor)*

Doktrin let the buyer beware atau caveat emptor merupakan dasar dari lahirnya sengketa dibidang transaksi konsumen. Asas ini

¹⁷ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

¹⁸ Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 15-16.

berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga konsumen tidak memerlukan perlindungan. Prinsip ini mengandung kelemahan, bahwa dalam perkembangan konsumen tidak mendapat informasi yang memadai untuk menentukan Pilihan terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya. Hal tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan konsumen atau ketidakterbukaan pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkannya. Dengan demikian, apabila konsumen mengalami kerugian, maka pelaku usaha dapat berdalih bahwa kerugian tersebut akibat dari kelalaian konsumen sendiri.¹⁹

b. *The due care theory*

Doktrin ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produk, baik barang maupun jasa. Selama pelaku usaha berhati-hati dengan produknya, maka ia tidak dapat dipersalahkan. Pada prinsip ini berlaku pembuktian siapa mendalilkan maka dialah yang membuktikan. Hal ini sesuai dengan jiwa pembuktian pada hukum privat di Indonesia yaitu pembuktian ada pada penggugat, sesuai dengan pasal 1865 BW yang secara tegas menyatakan bahwa barangsiapa yang mendalilkan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau

¹⁹ Sri Iestari Poernomo, 2018. *Standar Kontrak Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Jurnal Nasional Terakreditasi. DEJURE, Jakarta, Akreditasi: Kep. Dirjen. Penguatan Risbang. Kemenristekdikti: No:30/E/KPT/2018

menunjuk pada suatu peristiwa, maka diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

c. *The privity of contract*

Doktrin ini menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan diluar hal-hal yang diperjanjikan. Dengan demikian konsumen dapat menggugat berdasarkan wanprestasi. Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam pasal 1340 BW yang menyatakan tentang ruang lingkup berlakunya perjanjian hanyalah antara pihak-pihak yang membuat perjanjian saja.²⁰

Sehubungan dengan perlindungan terhadap konsumen yang perlu mendapat perhatian utama dalam standar kontrak adalah mengenai klausula eksonerasi yaitu klausula yang berisi pembebasan kewajiban dan pertanggungjawaban pelaku usaha tetapi dibebankan kepada konsumen. Ada beberapa klausula eksonerasi yang terdapat dalam kontrak yang sangat potensial untuk merugikan konsumen sehingga perlu diwaspadai, yaitu klausula yang menurut Munir Fuadi, klausula yang menyatakan tidak ada pemberian garansi purna jual atas barang yang di jual, klausula yang menyatakan membatasi tanggung jawab jika terjadi wanprestasi terhadap garansi purna jual atas barang yang dijual, klausula yang memaksakan proses beracara yang tidak layak,

²⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo Edisi Revisi, Jakarta, 2004

klausula yang menghilangkan tangkisan hukum terhadap hak penerima pengalihan hak (assignee), klausula penjaminan silang (cross collateral). Mengapa timbul praktik standar kontrak, kiranya tidak ada alasan hukum (argumen yuridis) yang kuat untuk mendukungnya²¹

Diperkirakan semata-mata untuk menghemat waktu dan uang (alasan ekonomis) saja sehingga menghindari negosiasi yang berlarut-larut. Disadari bahwa untuk mencapai suatu kesepakatan tentang isi perjanjian, dibutuhkan waktu yang cukup lama untuk bernegosiasi. Negosiasi berlarut-larut perlu dihindari supaya tidak memakan waktu yang terlalu lama dan biaya yang makin banyak. Salah satu pihak biasanya pihak prinsipiel yang berbentuk korporasi, memiliki konsultan hukum yang bertugas untuk menyusun syarat-syarat perjanjian (term of conditions) tersebut.²² Di dalam kontrak yang sudah dibakukan, konsultan yang bersangkutan berusaha sedemikian rupa mengamankan dan melindungi kepentingan kliennya dari kemungkinan kerugian yang timbul dari perjanjian. Dengan demikian isi perjanjian yang seperti ini umumnya cenderung menguntungkan pihak perusahaan prinsipiel, karena itu masalah standar kontrak ini berkaitan dengan erat dengan perlindungan konsumen dan menjadi salah satu ruang lingkup pembahasan dalam perlindungan konsumen, yaitu melindungi konsumen dari kemungkinan diterapkannya syarat-syarat

²¹ Janus Sidabalok. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

²² Sri Iestari Poernomo, 2018. *Standar Kontrak Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Jurnal Nasional Terakreditasi. DEJURE, Jakarta, Akreditasi: Kep. Dirjen. Penguatan Risbang. Kemenristekdikti: No:30/E/KPT/2018

yang merugikan atau tidak adil di dalam perjanjian.²³

Dalam hukum kontrak dikenal tiga asas antara satu dengan lainnya saling berkaitan, yakni asas konsensualisme (the principle of consensualism, het consensualisme), asas kekuatan mengikatnya kontrak (the principle of the binding force of contract, de verbindende kracht van de overeenkomst), dan asas kebebasan berkontrak (principle of freedom of contract, de contractsvrijheid). Bentuk standar kontrak telah muncul pada setiap level transaksi bisnis, mulai dari transaksi bisnis berskala besar sampai pada kaki lima. Munculnya standar kontrak sebenarnya merupakan akibat tidak langsung dari introduction asas kebebasan berkontrak (Pasal 1320 dan Pasal 1338 KUHPerdara). Tidak adanya aturan-aturan substansial yang mampu menyeimbangkan posisi tawar (bargaining position) diantara para pihak dan keterpaksaan pada pihak lain. Standar kontrak banyak digunakan dalam setiap perjanjian yang bersifat sepihak, dalam bahasan umum sering juga disebut disclaimer yang bertujuan untuk melindungi pihak yang memberikan suatu jasa tertentu.²⁴

Seperti jasa penjualan pada supermarket/ mall, bank, jasa angkutan (kereta api, pesawat terbang, kapal laut) jasa delivery, dan lain-lain. Dapat dicontohkan klausula baku di sini adalah: formulir pembayaran tagihan bank dalam salah satu syarat yang harus

²³ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

²⁴ Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 15-16.

dipenuhi oleh nasabah adalah “ Bank tidak bertanggung jawab atas kelalaian atau kealpaan, tindakan atau keteledoran dari Bank sendiri atau pegawainya atau korespondesinya, sub agen lainnya, atau pegawai mereka “, contoh lain: kuitansi atau faktur pembelian barang yang menyatakan “Barang yang sudah dibeli tidak dapat ditukar atau dikembalikan“, hal tersebut sangat merugikan konsumen karena terdapat hak- hak yang dilanggar.

Menurut Hodius, dalam standar kontrak terdapat pelanggaran terhadap asas kebebasan berkontrak yang merupakan suatu pendirian umum Negara Inggris yang menyatakan “Exemption clauses differ greatly in many respects. Probably the most objectionable are found in the complex conditions which are now so common. In the ordinary way the customer has no time to read them if he did read them would probably not understand them. If he did understand and objected to any of them he would generally be told that he could take it or leave it. If he went to another supplier, the result would be the same. Freedom to contract must surely imply some voice or room for bargaining Suisse Atlantique.” Beberapa ahli hukum tidak memberikan dukungan terhadap standar kontrak ini, seperti halnya Sluizer menyatakan bahwa standar kontrak itu bukan perjanjian, sebab kedudukan pelaku usaha di dalam perjanjian seperti pembentuk undang-undang swasta (*legio particulere wetgever*), syarat yang ditentukan pelaku usaha dalam perjanjian itu adalah undang-undang

bukan perjanjian, Pitlo mengatakan sebagai perjanjian paksa (dwangcontract).²⁵

Standar kontrak pada umumnya memanfaatkan undue influence yaitu keadaan (kelemahan, keraguan, atau keadaan tertekan) pihak konsumen, sehingga perilaku atau keputusan pihak tersebut berubah secara tidak bebas, demi keuntungan pelaku usaha, adapun undue influence dalam standar kontrak menurut Johannes Gunawan bahwa isi standar kontrak tidak masuk akal, tidak patut bertentangan dengan kemanusiaan (unfair contract terms), pihak dalam standar kontrak tertekan, konsumen dalam standar kontrak tidak memiliki pilihan lain, kecuali menerima isi standar kontrak walaupun dirasakan memberatkan, hak dan kewajiban para pihak tidak seimbang, standar kontrak dibuat oleh pihak pelaku usaha sehingga tidak ada negosiasi mengenai isi standar kontrak sebelumnya dengan konsumen.²⁶ Negosiasi tidak terjadi maka terjadilah “unequabargaining power or unconscionability” (posisi tawar pihak konsumen selalu lemah), konsumen tidak memiliki pilihan kecuali menerima persyaratan yang ada, pertimbangan ekonominya hanyalah didasarkan pada faktor “efisiensi” dalam pembuatan kontrak.²⁷

Perlindungan hukum terhadap konsumen didasarkan pada adanya

²⁵ Rotterdamsche Kohen Centrale (1996), 2 Aller, 69,77

²⁶ Sri Iestari Poernomo, 2018. *Standar Kontrak Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Jurnal Nasional Terakreditasi. DEJURE, Jakarta, Akreditasi: Kep. Dirjen. Penguatan Risbang. Kemenristekdikti: No:30/E/KPT/2018

²⁷ Mariam Darus Badruzaman, *Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Binacipta, Bandung, 1986, hlm. 56-79

sejumlah hak - hak konsumen yang perlu dilindungi dari tindakan-tindakan yang dapat merugikan konsumen. Hak-hak ini merupakan hak-hak yang sifatnya mendasar dan universal sehingga perlu mendapat jaminan dari negara untuk pemenuhannya. Pengertian konsumen secara umum adalah pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk diri sendiri, orang lain dan tidak diperdagangkan. Namun, dalam realitas sosial, antara konsumen dan pelaku usaha atau produsen, sering terjadi hubungan korelasi dan sebab akibat yang menyangkut hak dan kewajiban masing-masing pihak. Antara pelaku usaha atau produsen dengan konsumen atau pelanggan dapat terjadi hubungan saling membutuhkan.²⁸

Para produsen atau pelaku usaha akan berupaya untuk mencari keuntungan yang setinggi-tingginya sesuai dengan prinsip ekonomi yang dianut yaitu “prinsip mencari keuntungan yang setinggi-tingginya melalui pengorbanan yang sekecil-kecilnya.” Dalam rangka mencapai keuntungan yang setinggi-tingginya itu para produsen/pelaku usaha harus bersaing antar sesama mereka dengan perilaku bisnisnya sendiri-sendiri yang dapat merugikan konsumen. Ketatnya persaingan dapat mengubah perilaku ke arah persaingan yang tidak sehat guna melindungi kepentingan masing-masing yang saling berbenturan²⁹

²⁸ Artidjo Alkostar, 2014

²⁹ Dedi Harianto. “Asas Kebebasan Berkontrak: Problematika Penerapannya Dalam Kontrak Baku ANtara Konsumen Dengan Pelaku Usaha.” *Jurnal Hukum Samudra Keadilan* 11, no. 2 (2016): 145-156

Sehingganya, kaitannya dengan Pengertian Konsumen di atas yang terdapat dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, memberikan definisi tentang klausula baku dalam Pasal 1 angka 10 yaitu “Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam dokumen dan atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi konsumen”. Standar Kontrak yang berkembang dalam masyarakat memiliki ciri antara lain; bentuknya tertulis, formatnya dibakukan, syarat-syaratnya ditentukan oleh pelaku usaha, konsumen hanya dapat menerima atau menolak, isinya menguntungkan pelaku usaha Abdulkadir.³⁰

Hal ini sangat erat kaitannya dengan Perkembangan ekonomi, serta perlunya efisiensi dalam setiap kegiatan bisnis mempengaruhi perkembangan penggunaan perjanjian. Hampir setiap kegiatan yang langsung berhubungan dengan orang yang banyak, perusahaan selalu menggunakan perjanjian yang telah dibuat sepihak oleh perusahaan, perjanjian ini biasa disebut dengan perjanjian baku.

Pemberlakuan standar kontrak dalam masyarakat tidak terlepas dari tiga asas penting yang berlaku dalam hukum perjanjian yaitu asas konsesualisme yang menekankan pada aspek pencapaian kesepakatan para pihak dalam standar kontrak, asas pacta sunt servanda yang menitikberatkan pada kepastian hukum para pihak

³⁰ Muhammad, 1992

yang terimplementasi pada perjanjian menjadi perikatan yang tercermin pada bentuk penandatanganan standar kontrak, asas kebebasan berkontrak yang menekankan pada kebebasan membuat atau tidak perjanjian, mengadakan perjanjian dengan siapapun, menentukan isi perjanjian, pelaksanaan dan persyaratan, menentukan bentuk perjanjian tertulis atau lisan.³¹

Menurut Pasal 1313 KUHPerdara menyatakan bahwa “Perjanjian adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikat dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Lebih lanjut menurut R. Wirjono Prodjodikoro, perjanjian adalah suatu perhubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu hal atau untuk tidak melakukan suatu hal, sedang pihak lain berhak menuntut pelaksanaan perjanjian itu. Lebih lanjut perjanjian merupakan suatu hubungan hukum antara subjek hukum yang satu dengan subjek hukum yang lain yang di dahului dengan adanya kesepakatan, dimana subjek hukum yang satu berhak atas suatu prestasi dan subjek hukum lain berkewajiban melakukan pemenuhan suatu prestasi. Asas kebebasan yang dimaksud adalah bahwa semua pihak bebas menjalin hubungan perikatan dengan pihak manapun yang dikehendakinya, termasuk bebas menentukan syaratnya, pelaksanaannya dan bentuk kontraknya. Hal ini sebagaimana dipertegas dalam Pasal 1338 KUH

³¹ HS Salim, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis*, (Jakarta: Sinar Grafika, Jakarta, 2003

Perdata bahwa semua kontrak perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.³²

Apabila dikaitkan dengan standar kontrak memang esensi tercapai kesepakatan (konsesualisme) pada standar kontrak masih diragukan dikarenakan adanya penentuan sepihak isi kontrak, namun oleh Asser Rutter hal tersebut tidak perlu diperdebatkan lagi karena, “setiap orang yang menandatangani perjanjian, bertanggung jawab pada isi dan apa yang ditandatangani. Jika orang membubuhkan tanda tangan pada formulir standar kontrak, tanda tangan itu mengakibatkan kepercayaan bahwa yang menandatangani mengetahui dan menghendaki isi formulir yang ditandatanganinya. Oleh karena itu untuk mengasumsikannya apakah standar kontrak itu merugikan konsumen tidak serta merta mengacu pada aspek kesepakatan semata, melainkan perlu dikomparasikan dengan isi dan pelaksanaan dari kontrak tersebut sebagai penerapan asas kebebasan berkontrak.

Undang - Undang Perlindungan Konsumen yang secara spesifik merupakan *lex specialis* dari penjabaran Pasal 1337 dan Pasal 1339 KUHPerdata, yang sudah mengatur rambu-rambu utama penerapan isi dalam standar kontrak yaitu: ketentuan mengenai larangan untuk pengalihan tanggung jawab pelaku usaha; menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang dan sudah dibeli

³² Dewi Hendrawati, 2011

konsumen; pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang telah dibeli konsumen; menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli konsumen secara angsuran; mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen; memberi kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli jasa; menyatakan tunduknya konsumen pada aturan baru selama masa pemanfaatan barang dan jasa; menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebasan hak tanggungan, hak gadai, hak jaminan terhadap barang yang dibeli konsumen secara angsuran; larangan pencantuman klausula baku yang letak dan bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, dan tidak dimengerti (Pasal 18 Ayat (1) dan Ayat (2) UUPK).³³

Dengan mengacu pada ketentuan di atas tentunya akan lebih mudah dalam mengidentifikasi apakah standar kontrak yang diberlakukan kepada pelaku usaha berpotensi merugikan konsumen, dan sebagai panduan bagi konsumen sehingga pada tahap law enforcement akan memudahkan menjatuhkan sanksi hukum

³³ Mariam Darus Badruzaman, *Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Binacipta, Bandung, 1986, hlm. 56-79

kepada pelaku usaha. Perlindungan konsumen pada dasarnya berupaya untuk menyinergikan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha akibat hubungan yang terbentuk dengan mengacu pada prinsip - prinsip: let the buyer beware, the due care theory, the privacy of contract dan teori kontrak bukan syarat . Dari beberapa teori diatas, untuk menganalisis keterkaitan antara kedudukan konsumen dengan pelaku usaha dalam kontrak baku akan lebih tepat jika menggunakan teori “ kontrak bukan syarat” sebagai dasar acuannya. Hal ini dikarenakan beberapa teori lainnya syarat mengandung kelemahan seperti: let the buyer beware” yang tidak memberikan perlindungan sama sekali pada konsumen.³⁴

Konsumen diharapkan bersikap hati-hati dalam membeli suatu produk dan ini tidak dituntut kepada pelaku usaha bersikap hati-hati dalam memasarkan produknya. The Due care Theory, lebih menekankan pada beban pembuktian kepada konsumen jika timbul sengketa antara pelaku usaha, konsumen dipihak yang lemah dan tidak tahu apa yang harus dibuktikan, the privity of contract, yang memberikan peluang menggugat pelaku usaha sebatas yang diatur dalam kontrak, ditengah maraknya standar kontrak yang diberlakukan pelaku usaha di tambah klausul eksonerasi yang sangat merugikan konsumen. Jadi berdasar kelemahan dari tiga teori tersebut di atas “teori kontrak bukan syarat “ merupakan alat analisis yang paling tepat

³⁴ Sri lestari poernomo, 2018. *Standar Kontrak Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Jurnal Nasional Terakreditasi. DEJURE, Jakarta, Akreditasi: Kep. Dirjen. Penguatan Risbang. Kemenristekdikti: No:30/E/KPT/2018

karena kontrak dibuat oleh para pihak bukan merupakan undang-undang melainkan hanya sebagai alat penegakan bahwa telah terjadi hubungan hukum, sekalipun para pihak atas dasar asas kebebasan berkontrak diberi keleluasaan dalam menentukan substansi kontrak tetapi substansi tersebut tidak serta merta berdiri sendiri melainkan harus sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam peraturan Perundangan yang secara mendasar disebutkan dalam Pasal 1337 dan 1339 KUHPerdara.³⁵

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa penelitian ini menggunakan Teori Perlindungan Hukum Preventif dan Teori Perlindungan Hukum Represif. Perlindungan hukum preventif menekankan peran penting pemerintah dalam mencegah timbulnya kerugian yang akan dialami oleh konsumen akibat mengkonsumsi produk yang tidak sesuai dengan standarisasi mutu, upaya-upaya pencegahan ini dapat dilakukan dengan cara, meningkatkan sosialisasi mengenai aturan-aturan yang terkait dengan perlindungan konsumen;³⁶ melakukan pengawasan sebagai pelaksanaan fungsi kontrol sosial; dan melakukan pembinaan berupa pemberian bimbingan petunjuk dan penyuluhan mengenai pelaksanaan jaminan keamanan dan keselamatan terhadap penggunaan alat, bahan baku, atau hasil produksi, pengangkutan bahan baku, pencegahan timbulnya

³⁵ Mariam Darus Badruzaman, *Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Binacipta, Bandung, 1986, hlm. 56-79

³⁶ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

kerusakan terhadap lingkungan hidup, pengamanan terhadap keseimbangan dan kelestarian sumber daya alam, sosialisasi bisa dilakukan melalui media massa TV, Koran atau media online, dan sosialisasi itu juga dapat dilakukan melalui pembelajaran aktif di sekolah dan perguruan tinggi karena materi masalah “perlindungan konsumen” merupakan hal yang sangat urgen dalam pembentukan sumber daya yang berkualitas. Sosialisasi ini bukan saja diberlakukan untuk konsumen tetapi untuk pelaku usaha sehingga diharapkan terjadi sinergi yang positif antara konsumen dan pelaku usaha. Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), Bea Cukai, Kemenperindag, Kemenkes, MUI serta Badan Standarisasi Mutu Indonesia (SNI, ISO, dll), Badan Perlindungan Konsumen Indonesia (BPKN), Yayasan lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) sangat diperlukan agar berperan aktif untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang disebutkan sebelumnya secara periodik (berkesinambungan).

3. Asas Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum represif ditujukan untuk menyelesaikan sengketa apabila sudah terjadi kerugian di pihak konsumen dengan menitikberatkan pada proses penyidikan dan penyelidikan serta sanksi. Upaya ini memberikan peran penting pada keterlibatan aparat hukum yang dilakukan dengan mengefektifkan fungsi sanksi hukum baik sanksi perdata, sanksi pidana maupun sanksi administratif, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

tentang Perlindungan Konsumen, yang mekanismenya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan Pengadilan Negeri (PN).³⁷

Beragam upaya perlindungan konsumen atas pemberlakuan kontrak baku yang terdapat dalam penerapan berbagai prinsip perlindungan baik mulai dari prinsip perjanjian, prinsip kedudukan konsumen dengan pelaku usaha, dan prinsip tanggungjawab yang diarahkan untuk menciptakan suatu kepastian hukum yang sifatnya holistic protection yakni perlindungan dari hulu hingga hilir. Hulu maksudnya legalitas dalam tahapan pra kontrak dan kontratual seperti mengenai kesepakatan maupun penentuan substanti kontrak yang disesuaikan dengan ketentuan perundangan, sedangkan hilir sebagai tahapan pelaksanaan kontrak (pasca kontrak) yang diterapkan dalam bentuk konsekuensi pertanggungjawaban atas penerapan standar kontrak.

Namun apabila suatu standar kontrak menempatkan kondisi yang tidak seimbang (berpotensi merugikan) maka untuk mengatasinya dapat dilakukan dengan mengadakan beberapa upaya pemulihan (restitutif) yaitu: Negosiasi Ulang merupakan suatu tahapan yang mendahului penyesuaian perjanjian yang dimaksudkan untuk pemulihan keseimbangan. Nilai-nilai kepatutan dan kelayakan akan berperan penting dalam proses muatan baru isi perjanjian para pihak yang

³⁷ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

mengalami suatu keadaan yang tidak terduga (*over macht*). Negosiasi ulang dalam rangka memperbaiki perjanjian dapat dilakukan melalui perdamaian (*schikking*), mediasi atau campur tangan hakim; Penyesuaian: dengan cara mengurangi prestasi secara setara antara pelaku dan konsumen, serta perjanjian dibatalkan untuk sebagian, maka ini disebut penyesuaian terhadap perjanjian, dan apabila suatu standar kontrak sudah sangat merugikan konsumen, pilihan tepat adalah pembatalan perjanjian (*pengakhiran*), secara normatif dapat dikategorikan dalam bentuk dibatalkan atau batal demi hukum, ini sesuai dengan Pasal 1320 dan Pasal 1337 KUHPerdata, suatu perjanjian yang terbentuk karena adanya unsur cacat kehendak maupun ketidakcakapan bertindak akan membawa konsekuensi dibatalkan. Sedang batal demi hukum mengarah pada bentuk perbuatan yang melanggar undang-undang, kesusilaan dan kepatutan. Terhadap keadaan ini akan muncul ganti kerugian (*kompensasi*) sebagai corak keperdataan sebagai instrumen untuk memulihkan hubungan hukum para pihak yang telah terganggu sebelumnya.³⁸

Di Amerika Serikat sebagai suatu komparasi misalnya, pembatasan wewenang pelaku usaha untuk membuat klausula eksonerasi lebih banyak diserahkan kepada inisiatif konsumen, jika ada konsumen yang dirugikan, berdasarkan *Unifrom Commercial Code 1978*, konsumen dapat mengajukan gugatan ke pengadilan. Putusan- putusan

³⁸ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

pengadilan inilah yang akan dijadikan masukan perbaikan legislasi yang telah ada, termasuk sejauh mana Pemerintah dapat campur tangan dalam penyusunan standar kontrak. Bagi Indonesia ketentuan membatasi wewenang pembuatan klausula eksonerasi ini belum diatur secara tegas dalam undang-undang. Ketentuan satu-satunya baru ditemukan dalam undang-undang Perlindungan Konsumen, walaupun di situ digunakan istilah "klausula eksonerasi". Secara umum memang dapat ditunjuk beberapa pasal dalam KUHPerdara, salah satunya adalah Pasal 1337 KUHPerdara, sekalipun untuk dapat menguji sejauhmana perjanjian itu bertentangan, perlu proses melalui gugatan di pengadilan padahal kekuatan yurisprudensi dalam sistem hukum Indonesia tidak seperti yang berlaku di negara-negara Anglo Saxon. Dengan demikian sebagai perbandingan yang kedua langka yang ditempuh di Negeri Belanda dengan menerapkan: seperti membuat undang-undang yang bersifat memaksa yang melarang penggunaan klausula baku atau klausula eksonerasi, misalnya: yang termuat dalam undang-undang sewa beli atas benda tak bergerak (huurkoop Onroerend Goed); memberikan kesempatan kepada pemerintah untuk mengesahkan klausula baku atau klausula eksonerasi atas permintaan dari pihak yang berkepentingan; dibukanya kemungkinan oleh undang-undang untuk keikutsertaan organisasi konsumen dalam rangka perundingan dengan pihak pelaku usaha dalam pembuatan standar kontrak dengan klausula baku atau klausula eksonerasi; undang-undang memberi kewenangan kepada Ombudsman untuk mengajak

pihak-pihak mengubah klausula eksonerasi dalam kontrak. Jika pihak pelaku usaha menolak perundingan tersebut, Ombudsman konsumen dapat memprosesnya secara hukum lewat pengadilan khusus, seperti Pengadilan Marknadsdomtol di Belanda.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak melarang pelaku usaha untuk membuat standar kontrak dengan memuat klausula baku atau klausula eksonerasi disetiap dokumen atau transaksi perjanjian perdagangan barang dan jasa, sepanjang standar kontrak atau perjanjian baku tersebut tidak mencantumkan ketentuan sebagaimana dilarang dalam Pasal 18 Ayat (1) dan Ayat (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. membaca, menandatangani standar kontrak dari perjanjian yang ditawarkan pelaku usaha. Dengan membuat suatu undang-undang khusus yang bersifat memaksa dan bersanksi yang melarang penggunaan klausula eksonerasi yang merugikan konsumen diharapkan konsumen hak-haknya terlindungi. Dibuka kesempatan kepada pihak-pihak yang terkait dalam perlindungan konsumen yaitu organisasi konsumen dan pemerintah dalam rangka perundingan dengan pihak pelaku usaha dalam pembuatan standar kontrak. Perlu adanya pembahasan tentang standar kontrak yang lebih komprehensif terkait dengan aturan lain misalnya; Hukum Pidana, Hukum Administrasi Negara, dan lain-lain berubungan dengan standar kontrak dengan dukungan teori yang memadai.

B. Tinjauan Umum Tentang Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Konsumen berasal dan alih bahasa dari kata consumer (Inggris Amerikan) atau consument/konsument dalam posisi mana berada. Secara harfiah arti kata consumer yaitu “(lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang”. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula kamus bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata consumer sebagai “pemakai atau konsumen”. Black’s Law Dictionary memberikan pengertian konsumen sebagai berikut Consumer is individuals who purchase, use, maintain, and dispose of products and services artinya konsumen merupakan mereka yang berperan sebagai pembeli, pengguna, pemelihara, dan pembuat barang dan/atau jasa.³⁹

Pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan pengertian konsumen adalah sebagai berikut :

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.

³⁹ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

Kongres *Internasional Organization of Consumer Unions* (IOCU) ke 14, sekarang bernama *Consumer Internasional* (CI), memandang perlu menindaklanjuti rekomendasi resolusi PBB Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang perlunya perlindungan konsumen melalui Undang-undang Nasional Negara masing-masing. Dalam merespon dinamika globalisasi serta rekomendasi masyarakat dan organisasi Internasional, Pemerintah dengan persetujuan DPR telah mengundang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

1. Hak Konsumen :

Konsumen memiliki hak dan kewajiban yang di jelaskan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu :

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa.
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang 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 dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapat 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.

2. Kewajiban Konsumen :⁴⁰

Pasal 5 dijelaskan bahwa ada 4 kewajiban terhadap konsumen yaitu :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk atau informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

⁴⁰ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

C. Hukum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen menyangkut aturan - aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban, pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan lainnya dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.⁴¹

Pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Perlindungan Konsumen yang dimaksud didalam Undang-undang yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Az Nasution berpendapat bahwa Hukum perlindungan Konsumen memuat asas-asas atau kaidah kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, ini diartikan sebagai keseluruhan asas-asas

⁴¹ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup. Henry Campbell mengatakan bahwa perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah

kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.⁴²

Asas–asas Hukum Perlindungan konsumen yang dikelompokkan dalam 3 (tiga) kelompok yaitu asas keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Dalam hukum ekonomi keadilan disejajarkan dengan asas keseimbangan, kemanfaatan disejajarkan dengan asas efisiensi. Asas kepastian hukum disejajarkan dengan asas efisiensi karena menurut Himawan bahwa Hukum yang berwibawa berarti hukum yang efisiensi, di bawah naungan mana seseorang dapat melaksanakan hak–haknya tanpa ketakutan dan melaksanakan kewajibannya tanpa penyimpangan.

Sedang dalam teori tujuan hukum yang bisa dikategorikan agak lengkap dan komplek adalah apa yang dikemukakan oleh Roscou Pound mengemukakan bahwa tujuan hukum untuk melindungi kepentingan manusia (*law as tool of social engineering*) kepentingan manusia adalah suatu tuntutan yang dilindungi dan dipenuhi manusia

⁴² Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

dalam bidang hukum. Roscou Pound membagi kepentingan manusia yang dilindungi hukum menjadi 3 (tiga), yaitu: public interest (kepentingan umum), social interest (kepentingan masyarakat) dan privat interest (kepentingan individu).⁴³ Kepentingan umum yang utama meliputi (a). Kepentingan negara sebagai badan hukum dalam mempertahankan kepribadian dan substansinya; dan (b) Kepentingan-kepentingan dari negara sebagai penjaga kepentingan masyarakat.⁴⁴

Terkait dengan tujuan perlindungan Konsumen yang sejalan dengan tujuan hukum umum, tujuan di bentuknya Undang-Undang Pangan juga sejalan dengan ke-2 tujuan tersebut, dijelaskan sebagai berikut, "Tujuan Peraturan, Pembinaan, dan Pengawasan Pangan adalah: (a) tersedianya pangan yang memenuhi persyaratan keamanan, mutu, dan gizi bagi kepentingan kesehatan manusia, (b) terciptanya perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab dan, (c) tercukupya tingkat kecukupan pangan dengan harga yang wajar dan terjangkau sesuai dengan kebutuhan masyarakat (sumber, Penjelasan Undang-undang Pangan).

Sebagaimana konsep teori kemanfaatan yang terkait dalam fokus penelitian ini, untuk tataran "Application Theory" Keseimbangan atau Harmoni dari tujuan hukum Timur yang menjadi rujukan dalam penelitian ini yaitu tujuan hukum adalah keadilan dan keadilan adalah

⁴³ Lili Rasyidi, (1988), hlm, 228 – 231

⁴⁴ Roscou Pound, dalam Lili Rasyidi, (2002)

harmonisasi (keseimbangan), harmonisasi (keseimbangan) adalah kedamaian. Jadi berbeda dengan tujuan hukum Barat, maka tujuan hukum bangsa– bangsa Timur yang masih menggunakan kultur hukum asli mereka, salah satu contohnya adalah Jepang, sama sekali tidak menggunakan konsep tujuan hukum barat, yaitu keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. di Jepang di mana para penegak hukum lebih berorientasi pada tujuan hukum yaitu harmonisasi (keseimbangan) menuju perdamaian (peace) dalam istilah Jepangnya Heiwa atau Heion, tetapi sebenarnya dalam paradikma hukum di Jepang tujuan hukum hanyalah Chiad Hanji (justice of the peace) yaitu keadilan dari harmonisasi (keseimbangan) dan perdamaian. Hukum di Jepang menciptakan perdamaian bagi warga masyarakat, dan di dalam perdamaian itu terkandung keadilan.

Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.⁴⁵ Berdasarkan pengertian tersebut di atas adalah subyek yang disebut sebagai konsumen berarti orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan jasa. Istilah “orang” sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person* atau termasuk juga badan hukum atau *recht person*. Menurut Nasution, orang yang dimaksudkan adalah orang alami bukan badan

⁴⁵ Sri Lestari Poernomo. (2018). *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

hukum. Sebab yang memakai, menggunakan dan yang memanfaatkan barang atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain tidak untuk diperdagangkan hanyalah orang alami atau manusia.⁴⁶

Dalam pasal 6 UUPK diatur bahwa “Kewajiban konsumen adalah (a) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan; (b) beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa; (c) membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati; dan (d) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut”. Selain mempunyai hak, konsumen juga dibebani kewajiban. Adapun analisis terhadap ketentuan tersebut, penulis menggunakan uraian-uraian yang dikemukakan oleh Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, bahwa konsumen wajib: (a) membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan merupakan hal yang penting, mengingat seringkali pelaku usaha menyampaikan peringatan dan instruksi secara jelas pada label suatu produk, namun konsumen tidak membacanya. (b) beritikad baik hanya tertuju pada saat transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Dan (c) mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut adalah untuk mengimbangi hak

⁴⁶ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁴⁷

Hukum perlindungan konsumen menyangkut aturan - aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban, pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan lainnya dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.

2. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

1. Asas Perlindungan Konsumen

Usaha memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, terdapat beberapa asas yang terkandung didalamnya. Perlindungan konsumen dilakukan sebagai bentuk usaha bersama antara masyarakat (konsumen), pelaku usaha dan pemerintah sebagai pembentuk Peraturan Perundang-undang yang berkaitan dengan Perlindungan konsumen, menurut Pasal 2 (dua), Undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) menyebutkan perlindungan konsumen berasaskan keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Di dalam penjelasan Undang - undang

⁴⁷ Sutarman Yodo, (2004)

Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 2 menyebutkan perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 asas yang (relevan) pembangunan nasional yaitu, sebagai berikut :

- a. Asas manfaat dimaksud untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksud agar partisipasi seluruh rakyat Indonesia dapat diwujudkan secara maksimal dan memberi kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberi keseimbangan kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materil maupun secara spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksud untuk memberikan jaminan dan atas keamanan atau keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- 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.

2. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen ini bertujuan dan sekaligus usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan. Tujuan perlindungan konsumen perlu dirancang dan dibangun secara berencana dan dipersiapkan sejak dini. Tujuan perlindungan konsumen ini meliputi atau mencakup aktivitas-aktivitas penciptaan dan penyelenggaraan sistem perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen bertujuan untuk:⁴⁸

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

⁴⁸ Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian normatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan pendekatan pada norma atau substansi hukum, asas hukum, teori hukum, dalil-dalil hukum dan perbandingan hukum, Dengan menggunakan pendekatan Kualitatif.⁴⁹

B. Jenis dan sumber Bahan Hukum

1. Bahan Hukum Primer, merupakan bahan hukum yang diperoleh dari peraturan perundang-undangan maupun risalah penyusunan perundang-undangan
2. Bahan Hukum Sekunder merupakan bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan huku primer dan dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer
3. Bahan Hukum Tersier, merupakan bahan-bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer

C. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui setting dari berbagai sumber, dan berbagai cara. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Teknik telaah Pustaka.

⁴⁹ Syahrudin Nawi, (2013), *Penelitian Hukum Normatif versus Penelitian Hukum Emiris*, UMI Toha

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan bahan hukum penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Telaah Pustaka, yaitu mempelajari dan mengkaji data pada berbagai literatur dan menelaah berbagai buku kepastakaan, Koran dan karya ilmiah yang ada hubungannya dengan objek penelitian.
2. Membaca, mempelajari dan mengkaji literatur, artikel majalah, dan mencari bahan dari internet dan berkaitan erat dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini.
3. Membaca dan mempelajari hasil penelitian terdahulu berupa skripsi yang membahas tentang penelitian yang bersangkutan.

D. Analisis Bahan Hukum

Faktor terpenting dalam penelitian untuk menentukan kualitas hasil penelitian yaitu dengan analisis data. Data yang telah di peroleh setelah melewati mekanisme pengolahan data, kemudian ditentukan jenis analisisnya, agar nantinya data yang terkumpul tersebut lebih dapat di pertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, Teknik Analisa data yang digunakan adalah Teknik analisis data yang bersifat kualitatif deduktif. Menurut Jhonny Ibrahim analisis kualitatif deduktif yaitu menarik suatu kesimpulan dari suatu permasalahan yang bersifat umum terhadap permasalahan secara konkret dalam masyarakat.⁵⁰

⁵⁰ Jhonny Ibrahim.2006 *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Data yang dikumpulkan dari hasil penelitian baik data primer maupun data sekunder, selanjutnya dianalisis secara kualitatif dan dibahas dalam bentuk penjabaran dengan memberi makna sesuai peraturan perundang - undangan yang berlaku.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tanggungjawab Hukum Produsen Atas Iklan Yang Menyesatkan Konsumen

1. Putusan Nomor 659 K/Pdt.Sus/2012

Pokok perkara dalam Putusan Nomor 659 K/Pdt.Sus/2012 secara singkat dapat dijelaskan bahwa PT. Nissan Motor Indonesia mengajukan keberatan atas putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Pemerintah Provinsi DKI Jakarta No. 099/Pts.A/BPSK-DKI/II/2012 tanggal 16 Februari 2012, yang amarnya sebagai berikut:

- a. Menyatakan klaim iklan Nissan March yang menyatakan konsumsi BBM jarak tempuh/km melanggar Pasal 9 ayat (1) huruf k dan Pasal 10 huruf c Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- b. Mengabulkan permohonan Pemohon untuk sebagian;
- c. Menyatakan transaksi mobil Nissan March dibatalkan;
- d. Memerintahkan kepada Pihak Pemohon untuk menyerahkan mobil; Nissan March dan Pihak Termohon (PT. Nissan Motor Indonesia) mengembalikan uang pembelian mobil sebesar Rp150.000.000,00 (seratus lima puluh juta rupiah) dengan tunai;

Terhadap amar putusan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen tersebut, Pemohon Keberatan telah mengajukan keberatan

di depan persidangan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan yang pada pokoknya sebagai berikut:

a. Fakta Hukum: Putusan Arbitrase perkara a quo keliru dan tidak berdasarkan hukum, oleh karena itu sangat beralasan dan tepat dibatalkan.

1) Bahwa Pemohon sebelumnya telah diadukan oleh Termohon kepada BPSK Provinsi DKI Jakarta dengan duduk perkara dan tuntutan hukum bahwa Termohon sebagai konsumen telah dirugikan oleh Pemohon karena apa yang diiklankan oleh Pemohon terkait dengan produk Nissan March baik di surat kabar maupun internet bahwa konsumsi BBM Nissan March Matic hasil pemakaian di dalam kota adalah 18,5 km/liter, tidak sesuai dengan kenyataan yang dialami Termohon setelah pemakaian produk a quo kurang lebih 1-2 bulan;

2) Bahwa merupakan fakta hukum, Pemohon tidak pernah mengiklankan bahwa konsumsi BBM Nissan March Matic hasil pemakaian di dalam kota adalah 18,5 km/liter;

3) Bahwa merupakan fakta hukum, informasi konsumsi BBM Nissan March merupakan hasil test drive 6 (enam) unit mobil Nissan March bertransmisi Manual dan 6 (enam) unit mobil Nissan March bertransmisi Otomatis yang dilaksanakan pada tanggal 4 – 6 November 2010 dengan menempuh rute Jakarta-Cikampek – Kanci – Ajibarang – Gombang – Petanahan –

Wates - Yogyakarta, yang diikuti oleh perwakilan dari sekitar 29 (dua puluh sembilan) media cetak dan elektronik;

- 4) Bahwa dalil Termohon yang menyatakan apa yang diiklankan oleh Pemohon bahwa konsumsi BBM Nissan March Matic hasil pemakaian di dalam kota adalah 18,5 km/liter, tidak sesuai dengan kenyataan yang dialami Termohon setelah pemakaian produk a quo kurang lebih 1-2 bulan, didasarkan Termohon pada pemberitaan-pemberitaan (bukan iklan) sebagai berikut:
 - a) Pemberitaan yang berjudul "First Impressions Trying Nissan March" di www.kompas.com edisi 15 November 2010;
 - b) Pemberitaan yang berjudul "Konsumsi BBM Nissan March Matic 18,5 Km/liter" di www.detik.com edisi 15 November 2010;
 - c) Pemberitaan yang berjudul "Nissan March, Lincah Saat Dikebut" di www.investor.co.id edisi 18 Januari 2011.
- 5) Bahwa merupakan fakta hukum, sebagai bentuk apresiasi layanan Pemohon terhadap konsumennya in casu Termohon, pada tanggal 14 Juli 2011 Pemohon telah melakukan pemeriksaan sesuai standar terhadap produk a quo yang telah dipakai Termohon selama kurang lebih 1-2 bulan, dan hasilnya produk a quo dinyatakan tidak bermasalah. Adapun pemeriksaan/pengetesan tersebut dilakukan dengan menggunakan bahan bakar Shell, start dari SPBU Shell Ciputat

jam 11.05 wib menuju gardu Tol Ciputat melalui Jalan Tol Lingkar Luar hingga gardu tol Rorotan (PP) dan kembali ke SPBU Shell Ciputat pada pukul 12.38 wib. Dengan total jarak tempuh 80 km, waktu tempuh 1 jam 33 menit, rata-rata kecepatan 51,60 km/jam, total isi bahan bakar 3,19 liter, diketahui konsumsi BBM produk a quo adalah 25,07 km/liter;

- 6) Bahwa perbuatan Termohon yang mengajukan tiga pemberitaan sebagai bukti sebagaimana dimaksud dalam dalil butir 4 yang diklaim dan diakui serta dinyatakan sebagai iklan adalah nyatanya merupakan tipu muslihat Termohon mengelabui Majelis Hakim untuk mengambil keputusan sesuai dengan keinginan Termohon. Sangat berbeda makna dan pengertian antara iklan dengan pemberitaan. Pemberitaan adalah produk jurnalistik yang menjadi domain media yang bersangkutan dan otonom tanpa mendapatkan pembayaran, sedangkan iklan adalah produk informasi yang disiarkan oleh media sesuai dengan pesanan pemasang iklan dengan membayar sejumlah uang kepada media yang memasangnya.

Menurut Majelis BPSK Provinsi DKI Jakarta keberadaan klaim iklan Nissan march menggunakan konsumsi BBM untuk jarak tempuh/km, melanggar Ketentuan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 9 ayat (1) huruf (k) dan Pasal 10 huruf (c)".

Pasal 9 ayat (1) huruf k Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, berisi ketentuan:

“Pelaku Usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah: - huruf (k): menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti”.

Pasal 10 huruf c Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, berisi ketentuan:

“Pelaku Usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai: c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas sesuatu barang dan/atau jasa”.

Pengadilan Negeri Jakarta Selatan telah memberikan putusan Nomor 130/Pdt.G/2012/PN. Jkt.Sel. tanggal 17 April 2012 adalah sebagai berikut:

- 1) Menolak Permohonan Pemohon tersebut;
- 2) Menghukum Pemohon untuk membayar biaya perkara sebesar Rp 316.000,00 (tiga ratus enam belas ribu rupiah);

Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan tersebut diucapkan dengan hadirnya Pemohon pada tanggal 17 April 2012, terhadap putusan tersebut Pemohon melalui kuasanya berdasarkan Surat Kuasa Khusus tanggal 18 April 2012 mengajukan permohonan kasasi

pada tanggal 1 Mei 2012 sebagaimana ternyata dari Akta Permohonan Kasasi Nomor: 130/Pdt.G/2012/PN.JKT.SEL. yang dibuat oleh Panitera Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, permohonan tersebut diikuti dengan memori kasasi yang diterima di Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan pada tanggal 14 Mei 2012.

Di dalam persidangan baik dalam persidangan di BPSK maupun persidangan di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, terbukti secara sah dan meyakinkan bahwa dasar dari dalil-dalil Termohon Kasasi dalam pengaduannya ke BPSK tersebut sebenarnya berasal dari artikel yang ditulis oleh media, bukan iklan atau advertorial dari Pemohon Kasasi selaku pelaku usaha. Adapun artikel-artikel dimaksud adalah sebagai berikut:

- 1) Artikel di www.kompas.com edisi tanggal 15 November 2010, berjudul: "First Impressions Trying Nissan March";
- 2) Artikel di www.detik.com edisi tanggal 15 November 2010, berjudul: "Konsumsi BBM Nissan March Matik 18,5 km/liter";
- 3) Artikel di www.investor.co.id edisi tanggal 18 Januari 2011, berjudul: "Nissan March, Lincah Saat Dikebut"; (selanjutnya disebut sebagai "Artikel-artikel")

Terhadap keberatan-keberatan tersebut, Mahkamah Agung berpendapat: Bahwa keberatan tersebut tidak dapat dibenarkan, karena setelah meneliti dengan seksama memori kasasi tanggal 14 Mei 2012 dan kontra memori kasasi tanggal 8 Juni 2012 dihubungkan

dengan pertimbangan Judex Facti, dalam hal ini Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, ternyata tidak salah menerapkan hukum dan telah memberi pertimbangan yang cukup dan benar, dengan pertimbangan sebagai berikut:

Dari fakta-fakta yang terungkap di persidangan ternyata pelaku usaha i.c. PT. Nissan Motor Indonesia terbukti melanggar ketentuan Pasal 9 ayat (1) huruf k dan Pasal 10 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu menawarkan sesuatu janji atau kondisi yang tidak benar dan menyesatkan.

Sesuai dengan ketentuan Pasal 6 ayat (3) huruf c Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2006 putusan Arbitrase BPSK hanya dapat dibatalkan apabila terpenuhi unsur-unsur sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Pasal 70 Undang-Undang Arbitrase. Dalam pemeriksaan di persidangan Pemohon Keberatan/ Pemohon Kasasi tidak dapat memberikan bukti dalam bentuk putusan pengadilan yang menunjukkan bahwa putusan BPSK diambil atas dasar tipu muslihat yang dilakukan oleh Termohon Keberatan sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Pasal 70 huruf c Undang-Undang Arbitrase.

Berdasarkan pertimbangan tersebut di atas, ternyata bahwa putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan Nomor 130/Pdt.G/2012/PN.Jkt.Sel. tanggal 17 April 2012 dalam perkara ini tidak bertentangan dengan hukum dan/atau undang-undang, oleh itu permohonan kasasi yang diajukan oleh Pemohon Kasasi PT. Nissan Motor Indonesia tersebut harus ditolak.

Pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 UUPK adalah setiap orang 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.

Rumusan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap pelaku usaha mempunyai pengertian yang luas bahwa tidak hanya para produsen pabrik yang harus menghasilkan barang dan/atau jasa yang tunduk pada undangundang ini, melainkan juga para rekanan, termasuk para agen, distributor serta jaringan-jaringan yang melaksanakan fungsi pendistribusian dan penawaran barang dan/atau jasa kepada masyarakat luas selaku pemakai dan/atau pengguna barang/atau jasa.⁵¹

Terjadinya sengketa yaitu akibat adanya perbedaan pandangan atau pendapat antara para pihak tertentu mengenai hal tertentu. Itulah pendapat orang pada umumnya jika ditanya akan apa yang dimaksud dengan sengketa. Sengketa akan timbul apabila salah satu pihak merasa dirugikan hak-haknya oleh pihak lain, sedangkan pihak lain tidak merasa demikian. Sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas

⁵¹ Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, Hukum Tentang Perlindungan Konsumen, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hlm. 86

kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa.⁵² Lingkupnya mencakup semua segi hukum, baik keperdataan, pidana maupun tata Negara.

Pasal 45 Ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatakan “Penyelesaian Sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”. Dengan demikian berdasarkan ketentuan Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan penjelasannya, maka dapat disimpulkan penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui cara-cara sebagai berikut:

- a. Penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa (pelaku usaha dan konsumen) tanpa melibatkan pengadilan atau pihak ketiga yang netral. Penyelesaian sengketa konsumen melalui cara-cara damai dapat mengacu pada ketentuan Pasal 1851 sampai Pasal 1864 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Pasal-pasal tersebut mengatur tentang pengertian, syarat-syarat dan kekuatan hukum dan mengikat perdamaian (dading);
- b. Penyelesaian melalui pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu kepada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku;

⁵² Pasal 1 angka 8 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 350/MPP/kep/12/2001 tentang pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen.

c. Penyelesaian di luar pengadilan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).⁵³

Sebagaimana sengketa hukum pada umumnya, sengketa konsumen harus diselesaikan. Penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan dengan menempuh salah satu dari ketiga cara penyelesaian yang ditawarkan oleh Pasal 45 Ayat (2) di atas, sesuai keinginan dan kesepakatan para pihak yang bersengketa sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan/pelaku usaha dengan konsumen.

Masalah ada atau tidaknya suatu kerugian yang diderita oleh suatu pihak, dalam hal hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha, dari penggunaan, pemanfaatan, dan pemakaian oleh konsumen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha tidak akan terlepas dalam pertanggungjawaban hukum. Pertanggungjawaban tersebut dapat berupa pertanggungjawaban secara perdata maupun pidana.

Apabila dirinci, tanggung jawab tersebut terdiri dari:

- a. Tanggung jawab kontraktual atau tanggung jawab berdasarkan adanya suatu perjanjian yang dibuat oleh dua pihak atau lebih.
- b. Tanggung jawab perundang-undangan atau tanggung jawab berdasarkan adanya suatu perbuatan melanggar hukum.⁵⁴

⁵³ Syukri, "Analisis Terhadap Perlindungan Hukum Konsumen Listrik: Studi Pada PT. PLN Ranting Dewantara di Kabupaten Aceh Utara", Tesis pada Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2009

Dikaitkan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha pabrikan dan/atau distributor pada umumnya, untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan, dengan ketentuan bahwa ganti rugi tersebut dapat dilakukan dalam bentuk: pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi harus telah dilakukan dalam waktu 7 (tujuh) hari terhitung sejak tanggal transaksi. Besar pemberian ganti rugi tersebut tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana terhadap pelaku usaha berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

Hal tersebut menunjukkan bahwa tanggung jawab pelaku usaha yang melakukan kelalaian dalam praktik usahanya sebatas apa yang telah ditetapkan dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yakni berupa tanggung jawab secara perdata dan secara pidana, di mana konsumen yang merasa dirugikan dapat meminta ganti rugi dalam bentuk pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan

⁵⁴ N.H.T. Siahaan, Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk, Pantai Rei, Jakarta, 2005, hlm. 52

kesehatan dan/atau pemberian santunan. Terhadap tanggung jawab pidananya, pemberian sejumlah ganti rugi tersebut ternyata tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana yang berdasarkan pada pembuktian mengenai unsur kesalahannya.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah mengatur perlindungan terhadap konsumen dalam lingkup hukum perdata dan hukum pidana. Perlindungan hukum tersebut ditujukan untuk meningkatkan posisi tawar konsumen dalam bertransaksi dengan pelaku usaha.

2. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Secara Perdata

Secara umum, tuntutan ganti kerugian yang dialami oleh konsumen sebagai akibat penggunaan produk, baik yang berupa kerugian materi, fisik maupun jiwa, dapat didasarkan pada beberapa ketentuan yang telah disebutkan, yang secara garis besarnya hanya ada dua kategori, yaitu tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi dan tuntutan ganti kerugian yang berdasarkan perbuatan melanggar hukum.⁵⁹ Ini merupakan bentuk pertanggungjawaban yang dapat dituntut pada seorang pelaku usaha secara perdata apabila terbukti melakukan kerugian pada konsumen.

Tuntutan Ganti Kerugian Berdasarkan Wanprestasi, Ganti kerugian yang diperoleh karena adanya wanprestasi merupakan akibat tidak terpenuhinya kewajiban utama atau kewajiban tambahan yang berupa kewajiban atas prestasi utama atau kewajiban tambahan yang

berupa kewajiban atas prestasi utama atau kewajiban jaminan/garansi dalam perjanjian. 60 Bentuk-bentuk wanprestasi ini dapat berupa:

- 1) tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
- 2) melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
- 3) melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat;
- 4) melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.⁵⁵

Pengajuan gugatan berdasarkan wanprestasi dapat menggunakan dasar Pasal 1243 KUHPerdara yang berbunyi:

Penggantian biaya, rugi, dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan, barulah mulai diwajibkan apabila si berutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya tetap melalaikannya atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukannya.

Pengertian dalam pasal ini menyatakan bahwa seseorang dapat dikatakan telah melakukan wanprestasi apabila ia memiliki janji kepada seseorang, namun ia tidak memenuhi prestasi seperti yang telah dijanjikannya karena lalai. Jadi, untuk menentukan kapan seseorang telah melalaikan kewajibannya dapat dilihat dari isi perjanjian.

Apabila terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh pelaku usaha, maka pertanggungjawabannya menjadi tanggung jawab pelaku usaha

⁵⁵ Prof. Subekti, Hukum Perjanjian, cet. 19, PT. Intermasa, Jakarta, 2002, hlm. 45

yang bersangkutan. Untuk mengajukan gugatan dengan dasar wanprestasi ini, korban (konsumen pemanfaat produk) harus membuktikan bahwa memang benar telah terjadi perikatan yang lahir dari perjanjian antara dirinya dengan pelaku usaha yang bersangkutan dalam hal ini PT. Nissan Motor Indonesia.

3. Pertanggungjawaban Pelaku Usaha secara Pidana

Undang-Undang Perlindungan Konsumen cukup banyak mengandung ketentuan-ketentuan pidana, termasuk didalamnya diatur mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha secara pidana. Hal ini dapat dilihat dalam Pasal 61 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa tuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Dengan ketentuan ini berarti badan usaha (badan hukum atau bukan badan hukum, perusahaan swasta atau publik, koperasi dan sebagainya dapat diajukan sebagai terdakwa dalam suatu perkara pidana, disamping mereka yang bekerja sebagai pengurusnya.⁶⁸ Jadi, pertanggungjawaban pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan atau pengurusnya apabila dapat dibuktikan unsur-unsur kesalahannya.

Ancaman pidana terhadap pelaku usaha atau pengurusnya itu dijelaskan pada Pasal 62 ayat (1), antara lain pidana penjara maksimal 5 (lima) tahun atau denda maksimum Rp 2.000.000.000,- (dua milyar rupiah), apabila melanggar ketentuan termuat dalam Pasal-pasal 8,9,

10,13,15,17 ayat (1) huruf a, b, c, e dan ayat (2), dan Pasal 18. Begitu pula dalam Pasal 62 ayat (2) menetapkan bahwa pelanggaran atas Pasal 11, 12, 13 ayat (1), 14, 16 dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan f , diancam pidana penjara maksimum 2 (dua) tahun penjara atau denda maksimum Rp 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah). Sedangkan terhadap pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha dan/atau pengurus yang mengakibatkan konsumen luka berat, sakit berat, cacat tetap, atau meninggal maka diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku diatur dalam Pasal 62 ayat (3).

Dalam ketiga ayat tersebut di atas terlihat bahwa ancaman hukuman pidana penjara atau denda dapat dijatuhkan pada setiap pelaku usaha yang bersalah. Ancaman pidana penjara dan denda merupakan bentuk pertanggungjawaban yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran.

Pelaku usaha dan/atau pengurusnya masih dapat dijatuhi hukuman tambahan atas tindak pidana sebagai disebut di atas berdasarkan Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang terdiri dari:

- a. Perampasan barang tertentu;
- b. Pengumuman keputusan hakim;
- c. Pembayaran ganti rugi;
- d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;

e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau pencabutan izin usaha.

Menurut ketentuan pidana dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sebagai pelaku usaha dalam hal ini PT. Nissan Motor Indonesia dapat mempertanggungjawabkan tindakannya secara pidana apabila memang telah terbukti melakukan pelanggaran. Ancaman pidananya dapat berupa hukuman pidana penjara atau dengan membayar denda yang dijatuhkan sesuai dengan kesalahan yang dilakukan. Terhadap kegiatan PT. Nissan Motor Indonesia dapat dilakukan perintah penghentian apabila memang terbukti telah menimbulkan kerugian pada konsumen, serta izin usahanya dapat dicabut.

Dalam UUPK diatur hal-hal penting mengenai promosi dan arti promosi. Pasal 1 angka 6 UUPK berisi ketentuan sebagai berikut:

“Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan”.

Seorang pelaku usaha yang baik adalah yang beritikad baik. Itikad baik tersebut dapat dilihat dari upaya-upaya memberikan informasi yang sebenarnya (jujur) dan sejelas-jelasnya tentang kondisi dan jaminan dari produknya, baik mengenai soal penggunaannya, perbaikannya maupun pemeliharannya. Itikad baik, adalah prinsip

dimana pihak yang kuat posisinya tidak menggunakan posisi tersebut untuk menetapkan isi kontrak guna kepentingan dirinya sendiri.

Periklanan merupakan salah satu media informasi yang terpenting dalam rangka promosi atau pemasaran suatu produk. Iklan erat hubungannya dengan dunia usaha dimana dengan iklan menjadi jalan bagi para pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Tanpa adanya iklan, para pelaku usaha tidak akan dapat menjual produknya, sedangkan di sisi lain para konsumen tidak akan memiliki informasi yang memadai mengenai produk-produk yang tersedia di pasar. Jika hal tersebut terjadi, maka dunia industri dan perekonomian modern pasti akan lumpuh.⁵⁶

Media periklanan dapat dibedakan dalam tiga jenis, yakni:

- a. media lisan;
- b. media cetak, seperti surat kabar, majalah, brosur, pamflet, selebaran;
- c. media elektronik, seperti televisi, radio, komputer atau internet.

Melakukan promosi dengan iklan yang hanya memakan waktu sangat singkat, dapat menaikkan suatu omset/pemasukan dalam suatu perusahaan.

Seperti dikatakan oleh Zaim Saidi bahwa praktik demikian dalam periklanan di Indonesia cukup sulit. Namun selanjutnya terhadap itu dapat ditentukan dua kategori, berupa:⁵⁷

⁵⁶ Frank Jefkins, Periklanan, Erlangga, Jakarta, 1997, hlm. 3.

⁵⁷ NHT. Siahaan, Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk, Panta Rei, Jakarta, 2004, hlm. 129.

- a. Pemakaian pernyataan-pernyataan yang secara jelas-jelas salah (false). Misalnya menyebutkan adanya sesuatu yang sebenarnya tidak ada, atau menyebutkan tidak adanya sesuatu yang sebenarnya sesuatu itu ada dalam produksi yang diiklankan.
- b. pernyataan-pernyataan yang menyesatkan (mislead). Konsumen yang menggunakan suatu produk dan tidak mendapatkan hasil yang diharapkan, sudah pasti merasa kecewa dan merasa dirugikan oleh produk tersebut serta merasa ditipu iklan yang dibuat oleh pelaku usaha. Namun pada kenyataannya para konsumen pun tidak terlalu mepedulikan kerugian yang dialaminya karena mereka tidak memiliki kemampuan untuk menyewa pengacara, memeriksakan bukti yang didapat ke laboratorium atau membayar ongkos perkara.

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Secara umum dan mendasar hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan kesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain.

Hal tersebut secara sistematis dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam suatu sistem distribusi dan pemasaran produk barang atau jasa

guna mencapai suatu tingkat produktivitas dan efektivitas tertentu dalam rangka mencapai sasaran usaha. Sampai pada tahapan tertentu, penyaluran tersebut menghasilkan suatu hubungan yang sifatnya massal. Karena sifatnya massal maka peran negara sangat dibutuhkan dalam rangka melindungi kepentingan konsumen pada umumnya.

Informasi iklan yang benar dan bertanggungjawab dapat membantu konsumen menetapkan pilihan yang tepat artinya sesuai kebutuhan dan kemampuannya. Cara pemasaran yang wajar akan mendukung putusan pilihan konsumen yang menguntungkannya. Mayoritas konsumen di Indonesia masih terlalu rentan dalam menyerap informasi iklan barang dan jasa yang tidak sehat karena itu sangat beresiko kiranya apabila tidak diadakan pengawasan yang memadai dan konsumen dibiarkan menimbang-nimbang serta memutuskan sendiri iklan apa yang pantas untuk dipercaya.

Posisi yang tidak berimbang antara produsen dan konsumen akan mudah untuk disalahgunakan (*matchpositie*) oleh pihak yang lebih kuat. Hal ini akan berdampak lebih buruk jika pihak pelaku usaha yang lebih kuat itu didukung oleh fasilitas yang memungkinkan bertindak secara monopolis. Berdasarkan pada pemikiran hal tersebut diatas bahwa konsumen diharapkan dapat bersikap lebih kritis dalam menilai iklan barang dan jasa serta dapat bertindak dan berusaha memperoleh hak-haknya serta kepentingannya itu. Melalui sikap-sikap

yang demikian kerugian yang dialami oleh konsumen akibat mengkonsumsi produk barang dan jasa dapat berkurang atau dengan perkataan lain kerugian dapat diperkecil.⁵⁸

Undang-undang Perlindungan Konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Berbagai peraturan yang berkaitan dengan upaya perlindungan konsumen pada dasarnya sama dengan peraturan-peraturan lain yang ketentuannya mengandung ide-ide atau konsep-konsep yang boleh digolongkan abstrak, yang idealnya meliputi ide tentang keadilan, kepastian dan kemanfaatan sebagaimana diungkapkan oleh Gustav Radbruch.⁵⁹

Persoalan hak konsumen untuk memperoleh perlindungan maupun untuk mendapatkan informasi yang benar terhadap suatu barang atau jasa sebagai bagian dari suatu sistem hukum akan berkaitan dengan upaya mewujudkan ide-ide tersebut, bahkan seringkali negara harus ikut campur tangan karena adanya kekuatan pengaruh yang menuntut hal demikian agar bekerjanya hukum dapat efektif, khususnya dalam hal ini adalah mengenai penyelenggaraan struktur hukum yang berupa Lembaga-lembaga penegak hukum sebagai sarana bagi pihak yang dirugikan untuk memperoleh keadilan.

⁵⁸ Zulkarnaen, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Barang-barang", Tesis pada Program Magister Ilmu Hukum UNDIP, Semarang, 2008, hlm. 14

⁵⁹ Gustav Radbruch dalam Achmad Ali, *Menguak Tabir Hukum*, Chandra Pratama, Jakarta, 1996, hlm. 95.

Dengan demikian diharapkan sistem hukum dalam upaya perlindungan konsumen dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan Teori kedaulatan Negara yang dikemukakan oleh Jean Boudin dan George Jellinek, kekuasaan tertinggi ada pada Negara dan Negara mengatur kehidupan anggota masyarakat. Negara yang berdaulat melindungi anggota masyarakat. Dalam hal ini negara mengeluarkan peraturan-peraturan yang berfungsi sebagai panduan seluruh warga negara Indonesia dan warga negara asing yang memiliki kepentingan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan kehidupan hukum dan ekonomi di Indonesia.⁶⁰

Negara Indonesia yang menganut paham welfare state (Negara kesejahteraan rakyat) membuat negara ikut campur dalam perekonomian rakyatnya melalui berbagai kebijakan yang berwujud dalam bentuk peraturan perundang-undangan, termaksud dalam hubungan kontraktual antara pelaku usaha dengan konsumen. Sesuai dengan fungsi kehadiran Negara, maka pemerintah sebagai lembaga eksekutif bertanggung jawab memajukan kesejahteraan rakyatnya.⁶¹

Iklan bukan hanya merupakan sarana bagi kepentingan pelaku usaha untuk memasarkan produk, tetapi di dalamnya juga terdapat kepentingan konsumen untuk memperoleh informasi secara jujur, objektif, dan tidak menyesatkan, sehingga konsumen dapat

⁶⁰ Thaib Dahlan, *Kedaulatan Rakyat Negara Hukum dan Konstitusi*, Liberty, Yogyakarta, 1999, hlm. 6

⁶¹ Dedi Harianto dalam Adi Handono *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Informasi Iklan Barang Dan Jasa Yang Menyesatkan*, Tesis Fakultas Hukum Universitas Jember, Jember, 2011, hlm. 34.

mempergunakan sumber dananya yang terbatas secara optimal. Apabila iklan berpotensi menimbulkan kerugian kepada konsumen, maka harus dipertimbangkan kemungkinan terdapatnya peluang untuk meminta pertanggungjawaban pelaku usaha, terutama pelanggaran-pelanggaran terhadap ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah, serta berbagai peraturan yang bersifat administratif.⁶²

Mengenai muatan informasi produk, tentu pihak yang paling bertanggung jawab adalah pelaku usaha sebagai pihak penghasil barang dan/ atau jasa. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kemungkinan untuk meminta pertanggungjawaban para pihak pada kegiatan periklanan telah disesuaikan dengan dua kemungkinan tersebut. Misalnya, bagi pelaku usaha dimungkinkan berdasarkan ketentuan dalam pihak pada Pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:

“Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan, atau diperdagangkan”.

Bagi pelaku usaha periklanan atau media iklan, keharusan untuk bertanggung jawab dimuat dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa pelaku

⁶² Dedi Harianto dalam dalam Adi Handono, *ibid.*, hlm. 104.

usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Upaya untuk meminta pertanggungjawaban para pihak dalam kegiatan periklanan, bukanlah persoalan yang mudah dilaksanakan. Oleh karena itu, pertanggungjawaban didasarkan dua pertimbangan, yaitu:

- a. Kegiatan periklanan melibatkan banyak pelaku ekonomi, dalam hal ini pengusaha pengiklan (produsen, distributor, supplier, retailer), pengusaha periklanan, organisasi profesi periklanan, dan media periklanan. Di samping itu, juga melibatkan konsumen selaku penerima informasi yang disajikan melalui iklan, dan pemerintah;
- b. Tempat periklanan sendiri dalam pembidangan hukum di Indonesia lebih banyak dikelompokkan dalam bidang hukum administrasi negara, khususnya kelompok hukum pers.

4. Penentuan Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Memproduksi suatu iklan dibutuhkan peran serta beberapa pihak, mulai dari pelaku usaha, perusahaan periklanan, dan media massa, di mana masing-masing pihak dapat memberikan kontribusinya dalam proses pembuatan sampai penayangan iklan di media massa. Oleh karena itu, untuk menentukan pihak yang paling bertanggung jawab dalam penyampaian informasi iklan menyesatkan menjadi hal yang cukup penting untuk dikaji lebih lanjut. Diperlukan kehati-hatian dalam menganalisa siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak

terkait, karena hal tersebut berkaitan dengan Prinsip-prinsip tentang tanggung jawab yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen.⁶³

Beberapa ketentuan umum yang berlaku di Indonesia, misalnya hukum Perjanjian yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memiliki kecenderungan untuk membatasi tanggung jawab si pelanggar hak-hak konsumen, sehingga persoalan penentuan tanggung jawab ini harus dilakukan kasus-perkasus, tergantung kepada peranan masing-masing pihak dalam proses pembuatan dan pemasangan iklan tersebut, serta bagaimana Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau hakim di pengadilan meletakkan beban tanggung jawab atas pelaku usaha yang kasusnya dihadapkan kepada mereka.

Untuk menentukan pertanggungjawaban pelaku usaha, dapat dilihat pada uraian berikut:

- a. Pelaku usaha, apabila sebuah iklan atas permintaan pelaku usaha baik itu bentuknya maupun yang menyangkut tentang isinya, sehingga biro iklan dan media yang mengiklankannya hanya bersifat pasif dalam arti bahwa mereka hanya membuat secara utuh sesuai dengan permintaan pelaku usaha, maka dalam hal ini yang bertanggung jawab secara penuh adalah pelaku usaha yang bersangkutan.

⁶³ Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Jakarta, PT Grasindo, 2000.

- b. Biro iklan, dalam hal ini pelaku usaha dan media iklan bersifat pasif, sedangkan biro iklan yang mendesain bentuk termasuk isinya, maka yang bertanggung jawab adalah biro iklan yang bersangkutan.
- c. Media iklan, apabila dalam mengiklankan suatu produk pelaku usaha dan biro iklan telah menetapkan bentuk dan isi iklan, akan tetapi dalam penyebarannya terjadi perubahan, di mana setelah ditayangkan/ disebarakan berbeda dengan yang sebenarnya, maka yang bertanggung jawab adalah media iklan yang bersangkutan.

Pertanggungjawaban para pihak ditentukan berdasarkan peran aktif para pihak sebagai sumber informasi dalam proses pembuatan iklan tersebut. Apabila sumber informasi berasal dari pelaku usaha sebagai penghasil produk, maka tanggung jawab akan dibebankan kepada pelaku usaha atas penyesian informasi iklan tersebut. Sedangkan apabila sumber informasi berasal dari perusahaan periklanan dan dibuat tanpa sepengetahuan atau persetujuan pengiklan, maka tanggung jawab terhadap informasi iklan menyesatkan tersebut dibebankan kepada perusahaan periklanan. Selain itu, apabila sumber informasi yang dimuat dalam iklan berbeda dengan informasi aslinya akibat kesalahan media iklan, maka tanggungjawab terhadap informasi menyesatkan tersebut berada di pihak media iklan.

Peranan yang paling menonjol dari berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan periklanan berada di pihak produsen/pengiklan, di

mana pengiklan mempunyai keinginan untuk menjadikan iklan sebagai media untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Di samping itu, pengiklan juga merupakan sumber utama informasi yang terdapat pada pesan-pesan iklan, sehingga pesan-pesan iklan yang dihasilkan pihak perusahaan periklanan selalu harus merujuk kepada dan dengan persetujuan pelaku usaha yang membayar biaya dan imbalan dalam membuat iklan tersebut. Sepanjang perusahaan periklanan bekerja sesuai dengan arahan dan petunjuk pengiklan, maka beban pertanggungjawaban berada di pundak pengiklan.

Pada akhirnya, peran dari Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau Penilaian Hakim pada Pengadilan yang akan menentukan beban pertanggungjawaban masing-masing pihak, berkaitan penyampaian informasi iklan menyesatkan dengan melihat paraf/tanda tangan perusahaan mana yang terdapat dalam draft akhir iklan yang kemudian disiarkan melalui media massa/media cetak. Pihak yang membubuhkan tanda tangan tersebut dianggap sebagai pelaku usaha yang paling bertanggung jawab terhadap informasi iklan menyesatkan tersebut.

5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Masalah pertanggungjawaban memiliki keterkaitan dengan pelanggaran terhadap suatu peraturan, serta suatu kewajiban yang harus dilaksanakan berdasarkan perjanjian maupun ketentuan hukum, sebagaimana dijelaskan dalam definisi pertanggungjawaban

(responsibility) yaitu “*the state of being answerable for an obligation, and includes judgment, skill, ability and capacity. The obligation to answer for an act done, and to repair or otherwise make restitution for any injury it may have caused*”. (Negara bertanggungjawab atas kewajiban, dan termasuk penilaian, keterampilan, kemampuan dan kapasitas. Kewajiban untuk menjawab untuk tindakan yang dilakukan, dan untuk memperbaiki atau membuat restitusi untuk setiap cedera yang mungkin timbul). Akibat dari pelanggaran tersebut maupun wanprestasi yang dilakukan, maka menimbulkan kewajiban kepada pihak yang melakukan pelanggaran maupun wanprestasi untuk melakukan perbaikan atau memberikan ganti kerugian kepada pihak lain.

Secara gramatikal, tanggung jawab dapat pula berarti keadaan wajib menanggung segala sesuatunya (kalau ada sesuatu hal, boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan dan sebagainya).⁶⁴ Dalam kegiatan periklanan, tanggung jawab pelaku usaha timbul sebagai akibat pelanggaran terhadap larangan-larangan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, dan Pasal 13, yang berhubungan dengan berbagai macam larangan dalam melakukan penawaran, promosi, maupun mengiklankan barang dan/atau jasa, serta ketentuan pasal 17 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang khusus diperuntukan bagi perusahaan periklanan.

⁶⁴ W.J.S Poerwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta, Balai Pusataka, 1999, hlm. 132

Di samping itu, pelanggaran juga dapat dilakukan terhadap larangan-larangan dalam berbagai peraturan perundang-undangan seperti Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Kitab Undang-undang Hukum Pidana, Peraturan Pemerintah (PP), peraturan yang bersifat administratif.

B. Penerapan Sanksi Hukum Terhadap Iklan Yang Menyesatkan Konsumen

Sanksi-sanksi yang dapat diterapkan kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan dapat ditemukan dalam Pasal 60 sampai dengan Pasal 63 UUPK. Sanksi-sanksi tersebut terdiri dari:

Sanksi Administratif

Pasal 60 UUPK berisi ketentuan bahwa (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26. (2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah). (3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Berkaitan dengan ganti rugi, tidak akan diberikan oleh pelaku usaha apabila konsumen tidak mengalami kerugian, kerugian merupakan berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh

perbuatan (melakukan atau membiarkan) yang melanggar norma oleh pihak lain. Kerugian konsumen dapat dibedakan menjadi 2 yaitu : berupa

- a. kerugian materiil, dimana mengalami suatu kerugian yang diderita kreditur dalam bentuk uang/kekayaan/benda.
- b. Kerugian imateriil, dimana suatu kerugian yang diderita kreditur yang tidak bernilai uang.⁶⁵

Arti Kerugian dalam pasal 1243 KUH Perdata ialah kerugian yang timbul karena debitur melakukan wanprestasi (lalai memenuhi perikatan). Kerugian tersebut wajib diganti oleh debitur terhitung sejak ia dinyatakan lalai. Menurut M Yahya Harahap⁶⁶, kewajiban ganti-rugi tidak dengan sendirinya timbul pada saat kelalaian. Ganti-rugi baru efektif menjadi kewajiban debitur, setelah debitur dinyatakan lalai dalam bahasa Belanda disebut dengan "ingebrekestelling" atau "inmorastelling". Kerugian sebagaimana termaktub dalam pasal 1243 KUHPerdata, terdiri dari tiga unsur yaitu:

- a. Ongkos atau biaya yang telah dikeluarkan, misalnya ongkos cetak, biaya materai, biaya iklan.
- b. Kerugian karena Kerusakan, kehilangan benda milik kreditur akibat kelalaian debitur, misalnya busuknya buah-buah karena kelambatan penyerahan, amburuknya rumah karena kesalahan konstruksi sehingga merusakkan perabot rumah tangga.

⁶⁵ Sudarsono, 2007, Kamus Hukum, Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 270.

⁶⁶ M. Yahya Harahap, Segi-Segi Hukum Perikatan, Alumni, Bandung, 1986, hlm. 45.

- c. Bunga atau keuntungan yang diharapkan, misalnya bunga yang berjalan selama piutang terlambat diserahkan (dilunasi), keuntungan yang tidak diperoleh karena kelambatan penyerahan bendanya. Menurut Abdul Kadir Muhammad, dalam ganti kerugian itu tidak selalu ketiga unsur tersebut harus ada. Yang ada mungkin kerugian yang sesungguhnya, atau mungkin hanya ongkos-ongkos atau biaya, atau mungkin kerugian sesungguhnya ditambah dengan ongkos atau biaya.⁶⁷

Dengan demikian untuk menghindari tuntutan sewenang-wenang pihak kreditur, undang-undang memberikan batasan-batasan ganti kerugian yang harus oleh debitur sebagai akibat dari kelalaiannya (wanprestasi) yang meliputi:

- a. Kerugian yang dapat diduga ketika membuat perikatan (Pasal 1247 KUHPdt).
- b. Kerugian sebagai akibat langsung dari wanprestasi debitur, seperti yang ditentukan dalam pasal 1248 KUHPdt. Untuk menentukan syarat "akibat langsung" dipakai teori adequate. Menurut teori ini, akibat langsung ialah akibat yang menurut pengalaman manusia normal dapat diharapkan atau diduga akan terjadi. Dengan timbulnya wanprestasi, debitur selaku manusia normal dapat menduga akan merugikan kreditur.

⁶⁷ Abdul Kadir Muhammad, Hukum Perdata Indonesia, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1993, hlm. 78

- c. Bunga dalam hal terlambat membayar sejumlah hutang (pasal 1250 ayat 1 KUHPdt). Besarnya bunga didasarkan pada ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah. Tetapi menurut Yurisprudensi, pasal 1250 KUHPdt tidak dapat diberlakukan terhadap perikatan yang timbul karena perbuatan melawan hukum.

Ada dua sebab timbulnya ganti rugi, yaitu:

- a. Ganti rugi karena wanprestasi.

Ganti rugi karena wanprestasi adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada debitur yang tidak memenuhi isi perjanjian yang telah dibuat antara kreditur dengan debitur. Ganti rugi karena wanprestasi ini diatur dalam Buku III KUH Perdata, yang dimulai dari Pasal 1243 KUH Perdata s.d. Pasal 1252 KUH Perdata.

- b. Perbuatan melawan hukum.

Ganti rugi karena perbuatan melawan hukum adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada orang yang telah menimbulkan kesalahan kepada pihak yang dirugikannya. Ganti rugi itu timbul karena adanya kesalahan, bukan karena adanya perjanjian. Ganti rugi karena perbuatan melawan hukum ini diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata.

Ganti kerugian yang dapat dituntut oleh kreditur kepada debitur adalah sebagai berikut:

- 1) Kerugian yang telah dideritanya, yaitu berupa penggantian biaya-biaya dan kerugian.
- 2) Keuntungan yang sedianya akan diperoleh (Pasal 1246 KUH Perdata), ini ditujukan kepada bunga-bunga.

Diartikan sebagai biaya-biaya (ongkos-ongkos), yaitu ongkos yang telah dikeluarkan oleh kreditur untuk mengurus objek perjanjian, sedangkan bunga-bunga adalah keuntungan yang akan dinikmati oleh kreditur.

Sanksi Pidana Pokok

Pasal 61 UUPK berisi ketentuan Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62 UUPK berisi ketentuan

- a. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).
- b. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

- c. Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Sanksi Pidana Tambahan

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, Pasal 63 menentukan sanksi tambahan yang dapat dijatuhkan dijatuhkan berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

Dari penjelasan yang telah penulis uraikan tersebut di atas, kasus dalam Putusan Nomor 659 K/Pdt.Sus/2012 tidak terdapat sanksi pidana maupun sanksi pidana tambahan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tanggung jawab hukum pelaku usaha atas iklan yang menyesatkan konsumen merupakan tanggungjawab produsen apabila produknya menimbulkan kerugian dan merupakan tanggungjawab perdata. Untuk melindungi konsumen terdapat dua ketentuan yaitu hukum publik dan hukum perdata, di mana dalam hukum perdata terdiri dari hukum perjanjian dan hukum tentang perbuatan melawan hukum. Hukum perjanjian didalamnya terdapat tanggungjawab atas dasar kontrak (*contractual liability*) sedangkan hukum tentang perbuatan melawan hukum atas dasar *tortius liability* (tanggungjawab atas dasar perbuatan melawan hukum).
2. Penerapan sanksi hukum terhadap iklan yang menyesatkan konsumen berdasarkan ketentuan Pasal 19 ayat (1) UUPK 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". Konsumen yang dirugikan karena praktik promosi yang tidak jujur meminta tanggung jawab dari pihak pelaku usaha yang berupa ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (2) yaitu ganti rugi yang berupa pengembalian uang sejumlah harga barang yang dibelinya. Tanggung jawab ini dilakukan karena

menyangkut produk yang dijanjikannya melalui promosi dan merupakan bentuk hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha dalam bertransaksi.

B. Saran

1. Bagi pelaku usaha, sebaiknya mencantumkan informasi yang benar dan jujur terkait produk yang diiklannya. Dengan demikian konsumen konsumen bisa mempertimbangkan dengan seksama jika akan memberli produk tersebut. Apalagi produk berupa mobil merupakan produk yang tidak murah dan memerlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk memutuskan membeli dan menggunakannya.
2. Bagi konsumen sebaiknya berhati-hati dalam menyerap informasi dari iklan yang disampaikan pelaku usaha. Sebaiknya melakukan konfirmasi atau menanyakan kepada beberapa konsumen yang telah menggunakan produk yang sama untuk membuktikan kebenaran dari iklan atau promosi produk yang akan dibelinya

DAFTAR PUSTAKA

LITERATUR

- Agung Nugroho. 2014. ***Peranan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Dalam Membantu Masyarakat yang Dirugikan Akibat Iklan yang Menyesatkan***. Lex Jurnalica (Journal of Law). Beranda> Vol. 11. No. 2.
- Afriana Ratu M.P. 2014. ***Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Produk Makanan Kemasan Tanpa Label Halal di Kota Banda Aceh***. Electronic Theses and Dissertaons (ETD). Vol. VI. No. 58.
- Ali Mansyur dan Irsan Rahman. 2015. ***Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional***. *Jurnal Pembaharuan Hukum*. jurnal.unisula.ac.id.articlle.PDF.Vol. 11. No.1 JanuariApril 2015
- Az. Nasution, ***Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar***, Diadi Media, Jakarta, 2001
- Aulia Muthiah, 2018, ***Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah***, Pustaka Baru Press, Jakarta.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2004. ***Hukum Perlindungan Konsumen***. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Badruzaman, Miriam Darus, ***Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat dari Sudut Perjanjian Baku*** (Standar). (Jakarta: Bina Cipta, 1986).
- Celina Tri Siwi Krisyanti. 2009. ***Hukum Perlindungan Konsumen***. Jakarta: Sinar Grafika.
- Desy Ary Setyawati, Dahlan, dan M.Nur Rasyid, 2017. ***Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik***. Syiah Kuala Law Journal: Vol. 1. No. 3 Desember 2017.
- Djunardi, Susilowati Suparto, Deviana Yuanitasari, dan Agus Suwandono. ***«Harmonisasi Dan Sinkronisasi Pengaturan Kelembagaan Sertifikasi Halal Terkait Perlindungan Konsumen Muslim Indonesia.»*** *Mimbar Hukum-Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada* 28, no. 3 (2016): 427-438.
- Dedi Harianto. ***“Asas Kebebasan Berkontrak: Problematika Penerapannya Dalam Kontrak Baku ANtara Konsumen Dengan***

Pelaku Usaha.” Jurnal Hukum Samudra Keadilan 11, no. 2 (2016): 145-156

Erleni. 2016. **Menyisir Perlindungan Hukum Bagi Pihak yang Melakukan Transaksi Jual-Beli Melalui Internet dan Upaya Hukum Bagi Konsumen Terhadap Transaksi Jual-Beli Melalui Internet.** Jurnal Disiplin. Volume 22. Nomor 9 Juli 2016

Golden Octavianus Sembel. 2014. **Penyelesaian Sengketa Konsumen Pelaku Usaha Dalam Perspektif** (Suatu Kajian UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen) *ejournal.unsrat.ac.id.vol.3.no.1.*

Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. 2003. **Hukum tentang Perlindungan Konsumen.** Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Happy Susanto. 2008. **Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan.** Jakarta: Visimedia.

Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. 2000. **Hukum Perlindungan Konsumen,** Bandung: Mandar Maju.

Ita Oktaliani, 2016. **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pangan Olahan Impor yang Tidak Mencantumkan Nomor Izin Edar Kode Makanan Luar Negerii (ML) pada Label Kemasan.** E-Jurnal Gloria Yuris. Volume 4, No. 3.

Josef Purwadi dan Bambang Hermaya. 2015. **Peran Badan Penyelenggara Sengketa Konsumen (BPSK) Dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen.** *ejurnal.unisri.ac.id.Eksplorasi.* Volume XVIII. No.1 Agustus 2015.

Janus Sidabalok. 2010. **Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia.** Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

John Pieris dan Wiwik Sri Widiarty. 2007. **Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluarsa.** Jakarta: Pelangi Cendikia.

Ninik Azizah, 2015. **Keharusan Pelaku Usaha Memberikan Informasi Yang Benar Ditinjau dari Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.** Jurnal Irtifaq. Vol. 2, No. 1, Maret 2015. P.47-73.

Nuhzul Marnizar S. 2016. **Penanggulangan Tindak Pidana Terhadap Makanan Kemasan yang Tidak mencantumkan Tanggal Kadaluarsa (Suatu Penelitian di Wilayah Kota Banda Aceh).**

Electronic Theses and Dissertations (ETD). Fakultas Hukum Unsyiah. Vol. V. No. 59.

Nasution, Az. 2007. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media

N.H.T Siahaan. 2005. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Jakarta: Panta Rei.

Nasution, Az. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.

Rusli, Tami. "**Keterbatasan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Penyelesaian Sengketa Konsumen.**" *Masalah-Masalah Hukum* 43, no. 2 (2014): 233-239.

Rachmat Trijon, *Perlindungan Konsumen*, Jurnal Hukum, 2003

Syahrudin Nawi, *Kapita Selekta Hukum Agraria*, Pencetakan UMI Toha 2002

_____. 2004 *Hak Pengeolaan Tanah Negara*, Pencetakan UMI Toha

_____. 2012 *Kiat Menghindari Pelanggaran Hukum via 377 butir Mutiara kata*, UMI Toha

_____. 2013 *Penelitian Hukum Normatif versus Penelitian Hukum Emiris*, UMI Toha

_____. 2014 *Pengantar Sosiologis Hukum*, 2014

Sri Lestari Poernomo. 2018. *Analisis perlindungan hukum konsumen produk pangan di provinsi Sulawesi selatan*. Cetakan II. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

_____. 2018. *Implementasi perlindungan hukum terhadap penyelesaian sengketa konsumen kosmetik di kota Makassar*. Tesis Unpublished. Pascasarjana UMI Makassar.

_____. 2020. *Analisis Perlindungan konsumen kosmetika kecantikan wajah di kota Makassar*. PT. Umitoha Ukhuwah Grafika Makassar.

_____. 2020, *analisis perlindungan hukum konsumen produk makanan kemasan yang beredar di kota Makassar*. *Jurnal hukum*. E-ISSN: 2614-5030 P-ISSN: 2614-5022. Volume 3 No. 1 – April 2020

_____. 2018. **Standar Kontrak Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen**. Jurnal Nasional Terakreditasi. DEJURE, Jakarta, Akreditasi: Kep. Dirjen. Penguatan Risbang. Kemenristekdikti: No:30/E/KPT/2018

SUMBER LAIN

<http://www.bisnis-KTI.com>, diakses 6 mei 2014

[http://www.wikipedia.org/wiki/Badan Pengawas Obat dan Makanan](http://www.wikipedia.org/wiki/Badan_Pengawas_Obat_dan_Makanan), diakses 28 maret 2014

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Tentang pangan. UU No.7 Tahun 1996. LN No. 99 Tahun 1996, TLN No. 3821.

Undang-Undang Tentang Perlindungan Konsumen. UU No.8 Tahun 1999. Pasal 1 Ayat 1.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 *tentang Kesehatan*

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 *tentang Pangan*

Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2004 *tentang Keamanan, Mutu dan Gizi pangan*

Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 *tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota*