

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

TERHADAP DAFTAR HARGA MAKANAN YANG TIDAK

DICANTUMKAN

A. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Karena posisi konsumen yang lemah maka ia harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan:

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Peraturan tersebut mempersoalkan tentang kepastian terpenuhinya hak-hak konsumen. Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa itu. Cakupan

perlindungan konsumen dalam dua aspeknya itu, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah melanggar ketentuan undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, kesalahan harga, desain produk dan sebagainya yang tidak sesuai dengan standar keamanan dan keselamatan konsumen atau tidak, juga persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengonsumsi produk yang tidak sesuai.
- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi, periklanan, standar kontrak, harga, layanan purnajual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.¹³

Umumnya produsen atau pelaku usaha membuat atau menetapkan syarat-syarat perjanjian secara sepihak tanpa memerhatikan dengan sungguh-sungguh kepentingan konsumen, sehingga bagi konsumen tidak ada kemungkinan untuk mengubahnya. Bagi konsumen hanya ada dua

¹³ Janus Sibadalok, Op. cit, hlm 8.

pilihan yaitu mau atau tidak sama sekali. Karena itu Vera Bolger menamakannya sebagai *take it or leave it*.¹⁴

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.¹⁵

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.¹⁶

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

¹⁴ Mariam Darus, *Perlindungan terhadap Konsumen Ditinjau dari segi Standar KONtrak (Baku)*, BPHN-Binacipta, 1980, hlm. 59-60

¹⁵ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya, Bandung, 2014, hlm 74

¹⁶ Philipus M. Hadjon., *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*, Gadjah Mada University Press, 1993, hlm 25

subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.¹⁷

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.¹⁸

Menurut Muchsin, perlindungan hukum merupakan kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antar sesama manusia¹⁹

Menurut Muchsin, perlindungan hukum merupakan suatu hal yang melindungi subyek-subyek hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dipaksakan pelaksanaannya dengan suatu sanksi. Perlindungan hukum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran. Hal ini terdapat dalam peraturan perundang-undangan dengan maksud untuk mencegah

¹⁷ C.S.T Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum Indonesia*, Erlangga, 1997. Hlm 102

¹⁸ Setiono. *Rule of Law (Supremasi Hukum)*. Surakarta. Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret. 2004. hlm. 3

¹⁹ Muchsin, *ikhtisar Hukum Indonesia*, Badan Penerbit Iblam, Jakarta, 2003, hlm 14.

suatu pelanggaran serta memberikan rambu-rambu atau batasan-batasan dalam melakukan suatu kewajiban.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif merupakan perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah terjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.²⁰

Menurut Philipus M. Hadjon, bahwa sarana perlindungan Hukum ada dua macam, yaitu :

a. 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.

²⁰ Ibid. hlm. 20

b. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum yang represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Pengadilan 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.²¹

Hukum berfungsi sebagai pelindungan kepentingan manusia, agar kepentingan manusia terlindungi, hukum harus dilaksanakan secara profesional. Pelaksanaan hukum dapat berlangsung normal, damai, dan tertib. Hukum yang telah dilanggar harus ditegakkan melalui penegakkan hukum. Penegakkan hukum menghendaki kepastian hukum, kepastian hukum merupakan perlindungan yustisiabile terhadap tindakan sewenang-

²¹ Philipus M. Hadjon. Op Cit. hlm. 30

wenang. Masyarakat mengharapkan adanya kepastian hukum karena dengan adanya kepastian hukum masyarakat akan tertib, aman dan damai. Masyarakat mengharapkan manfaat dalam pelaksanaan penegakkan hukum. Hukum adalah untuk manusia maka pelaksanaan hukum harus memberi manfaat, kegunaan bagi masyarakat jangan sampai hukum dilaksanakan menimbulkan keresahan di dalam masyarakat. Masyarakat yang mendapatkan perlakuan yang baik dan benar akan mewujudkan keadaan yang tata tentrem raharja. Hukum dapat melindungi hak dan kewajiban setiap individu dalam kenyataan yang senyatanya, dengan perlindungan hukum yang kokoh akan terwujud tujuan hukum secara umum: ketertiban, keamanan, ketentraman, kesejahteraan, kedamaian, kebenaran, dan keadilan. Aturan hukum baik berupa undang-undang maupun hukum tidak tertulis, dengan demikian, berisi aturan-aturan yang bersifat umum yang menjadi pedoman bagi individu bertingkah laku dalam hidup bermasyarakat, baik dalam hubungan dengan sesama maupun dalam hubungannya dengan masyarakat. Aturan-aturan itu menjadi batasan bagi masyarakat dalam membebani atau melakukan tindakan terhadap individu. Adanya aturan semacam itu dan pelaksanaan aturan tersebut menimbulkan kepastian hukum. Dengan demikian, kepastian hukum mengandung dua pengertian, yaitu pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan dan dua, berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan

pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh Negara terhadap individu. Kepastian hukum bukan hanya berupa pasal dalam undang-undang, melainkan juga adanya konsistensi dalam putusan hakim antara putusan hakim yang satu dengan putusan hakim yang lainnya untuk kasus serupa yang telah diputuskan.²²

Kepastian hukum secara normatif adalah ketika suatu peraturan dibuat dan diundangkan secara pasti karena mengatur secara jelas dan logis. Jelas dalam arti tidak menimbulkan keragua-raguan (multi tafsir) dan logis dalam arti ia menjadi suatu sistem norma dengan norma lain sehingga tidak berbenturan atau menimbulkan konflik norma. Konflik norma yang ditimbulkan dari ketidakpastian aturan dapat berbentuk kontestasinorma, reduksi norma, atau distorsi norma.

Peran pemerintah dan pengadilan dalam menjaga kepastian hukum sangat penting. Pemerintah tidak boleh menerbitkan aturan pelaksanaan yang tidak diatur oleh undang-undang atau bertentangan dengan undang-undang. Apabila hal itu terjadi, pengadilan harus menyatakan bahwa peraturan demikian batal demi hukum, artinya dianggap tidak pernah ada sehingga akibat yang terjadi karena adanya peraturan itu harus dipulihkan seperti sediakala. Akan tetapi, apabila pemerintah tetap tidak mau mencabut aturan yang telah dinyatakan batal itu, hal itu akan berubah menjadi masalah politik antara pemerintah dan pembentuk undang-

²² Peter Mahmud Marzuki, *Op.cit*, hlm. 157-158

undang. Yang lebih parah lagi apabila lembaga perwakilan rakyat sebagai pembentuk undang-undang tidak mempersoalkan keengganan pemerintah mencabut aturan yang dinyatakan batal oleh pengadilan tersebut. Sudah barang tentu hal semacam itu tidak memberikan kepastian hukum dan akibatnya hukum tidak mempunyai daya prediktibilitas.²³

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa perlindungan hukum adalah segala bentuk upaya pengayoman terhadap harkat dan martabat manusia serta pengakuan terhadap asasi manusia di bidang hukum. Prinsip perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia bersumber pada Pancasila dan konsep Negara Hukum, kedua sumber tersebut mengutamakan pengakuan serta penghormatan terhadap harkat dan martabat manusia. Sarana perlindungan hukum ada dua bentuk, yaitu sarana perlindungan hukum preventif dan represif.

Salah satu bentuk Perlindungan Hukum bagi banyaknya Konsumen yang telah dirugikan adalah melalui Badan Perlindungan Konsumen Nasional, sesuai dengan fungsi Badan Perlindungan Konsumen Nasional pasal 34 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa :

“Badan Perlindungan Konsumen wajib menerima pengaduan tentang perlindungan Konsumen dari Masyarakat, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, atau Pelaku Usaha”

²³ ibid. hlm. 159-160

Sesuai dengan Pasal 40 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa Badan Perlindungan Konsumen memerlukan beberapa perwakilan dari Ibu Kota Daerah untuk membantu pelaksanaan tugasnya.

“Apabila diperlukan, badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan di Ibu Kota Daerah untuk membantu pelaksanaan tugasnya”

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) merupakan lembaga peradilan konsumen di Daerah Tingkat II seluruh Indonesia. Tugas utamanya adalah memberikan perlindungan kepada konsumen sekaligus diluar Lembaga peradilan umum. Dengan bahasan pokok tersebut, BPSK mempunyai tugas dan wewenang sesuai dengan Pasal 52 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang bertugas menangani perkara konsumen dan pelaku usaha dengan pasal sebagai berikut :

1. Menangani perkara konsumen melalui mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.
2. Membuka konsultasi perlindungan konsumen.
3. Mengawasi pencantuman klausul baku.
4. Jika ada pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen, BPSK wajib melaporkan kepada penyidik.

5. BPSK wajib menerima pengaduan secara tertulis ataupun tidak tertulis mengenai berbagai jenis pelanggaran.
6. BPSK bertugas melakukan pemeriksaan perkara dan penelitian terkait masalah perlindungan konsumen.
7. BPSK berhak memanggil pelaku usaha yang diduga melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
8. BPSK berhak menghadirkan saksi ahli, saksi, atau seseorang yang dianggap mengetahui tindak pelanggaran Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
9. BPSK bisa meminta bantuan penyidik dalam hal mendatangkan saksi, saksi ahli, dan pelaku usaha—jika mereka tidak mau memenuhi undangan dari BPSK.
10. Memeriksa kebenaran alat bukti untuk tujuan penyelidikan.
11. Memastikan ada atau tidaknya kerugian di pihak konsumen.
12. BPSK harus memberitahukan setiap putusan atas pelanggaran kepada pelaku usaha.
13. BPSK berhak menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran.

Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh :

1. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan

2. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama
3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau Yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan elah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
4. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar an/atau korban yang tidak sedikit.

Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui Lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai Tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi Kembali atau tidak akan terulang Kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

a. Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen menjelaskan bahwa hak-hak konsumen harus dipenuhi oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek.

Pasal 2 UUPK menyatakan:

“Perlindungan konsumen beasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”²⁴

Beberapa asas perlindungan konsumen diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Asas manfaat adalah asas yang mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen harus memberi manfaat yang sebesar-bearnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan asas yang bertujuan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberi kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Asas keseimbangan adalah asas yang memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah.
- 4) Asas keaamanan dan keselamatan konsumen adalah asas yang memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada

²⁴ Badul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2010 hlm 25.

konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang digunakan.

- 5) Asas kepastian hukum adalah asas yang memiliki tujuan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen, dimana negara dalam hal ini turut menjamin adanya kepastian hukum.

b. Tujuan Perlindungan Konsumen

Melalui 5 asas perlindungan konsumen yang tercantum dalam Pasal UUPK, terdapat komitmen untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen yang mana diatur dalam Pasal 3 UUPK yang menyatakan bahwa:

“Perlindungan konsumen bertujuan:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan atau jasa.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.”

Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen yang direncanakan adalah untuk

meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, serta secara tidak langsung mendorong pelaku usaha didalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan penuh rasa tanggung jawab.²⁵

Penerapan peraturan hukum perlindungan konsumen sering kali merefleksikan ketidakseimbangan kekuatan antara pelaku usaha dan konsumen. Secara historis, konsumen dianggap pihak yang lebih lemah dalam transaksi bisnis sehingga aturan-aturan serta regulasi khusus dikeluarkan untuk melindungi kepentingan konsumen.²⁶

3. Prinsip Perlindungan Atas Barang dan Harga

Terkait dengan persoalan tentang perlindungan konsumen terhadap daftar harga makanan yang tidak dicantumkan oleh pelaku usaha, lebih tegas lagi pasal 8 ayat (1) huruf F Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dalam bentuk apapun. Berdasarkan pasal tersebut, ketidaksesuaian spesifikasi barang atau jasa yang diterima ataupun penawaran barang yang tidak sesuai dan merugikan merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang tersebut.

Selaku konsumen sesuai dengan Pasal 4 huruf H Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

²⁵ Ibid, hlm 27

²⁶ Ibid, hlm 28

Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai dengan Pasal 7 huruf G Undang-Undang Perlindungan Konsumen berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

B. Tinjauan Umum tentang Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Konsumen umumnya sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha.²⁷ Yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.²⁸ Pengertian konsumen menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) yakni :

“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.”

Sebagaimana disebutkan dalam penjelasan Pasal 1 angka 2 tersebut bahwa konsumen yang dimaksud adalah konsumen akhir yang dikenal dalam kepastiaan ekonomi. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa

²⁷ Mariam Darus, Op. cit, hlm 57

²⁸ AZ. Nasution, “iklan dan Konsumen (Tinjauan dari Sudut Hukum dan Perlindungan Konsumen)” dalam *Manajeme dan Usahawan Indonesia*, No.3 Thn. XXII, LPM FEUI, Jakarta, 1994, hlm 23.

semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarga ataupun orang lain.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

a. Hak-Hak Konsumen:

Istilah “Perlindungan Konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekadar fisik, melainkan hak-haknya. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.

- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau pengganti, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

b. Kewajiban Konsumen:

Selain memperoleh hak-hak tersebut, konsumen juga memiliki kewajiban yang mana diatur didalam dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa:

“Kewajiban konsumen adalah:

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dan melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

C. Produsen dan Pelaku Usaha

1. Pengertian Produsen dan Pelaku Usaha

Pasal 1 angka 3 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 menjelaskan pelaku usaha adalah setiap orang, perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.²⁹

Seperti yang sudah dijelaskan oleh undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain lain.³⁰

Pengertian pelaku usaha menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut dijabarkan menjadi beberapa unsur/syarat, yaitu:

a. Bentuk atau wujud dari pelaku usaha adalah:

- 1) Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya secara seorang diri.
- 2) Badan usaha, adalah kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, yaitu:
 - a) Badan hukum, misalnya perseroan terbatas.

²⁹ Az Nasution, Op.cit, hlm 1.

³⁰ Ibid, hlm 3

b) Bukan badan hukum, misalnya firma atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha secara insidental. Contoh sederhana dari sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha secara insidental adalah pada saat banjir dan banyak mobil yang mogok, beberapa orang pemuda menawarkan jasa untuk mendorong mobil yang mogok dengan syarat diberikan imbalan sejumlah uang. Badan usaha tersebut harus memenuhi salah satu kriteria berikut:

c) Didirikan dan berkedudukan di wilayah hukum Negara Republik Indonesia.

d) Melakukan kegiatan di wilayah hukum Negara Republik Indonesia.

Perbedaan antara didirikan, berkedudukan dan melakukan kegiatan adalah didirikan erat kaitannya dengan badan hukum, misalnya perseroan terbatas yang berdasarkan anggaran dasarnya didirikan di Indonesia, sedangkan berkedudukan cakupannya lebih luas dari didirikan. Istilah berkedudukan tidak hanya melekat pada badan hukum, melainkan juga pada non badan hukum, baik individu maupun sekelompok orang. Keterangan mengenai tempat kedudukan dapat ditemukan di tanda pengenal seperti KTP atau surat izin praktik.

Istilah melakukan kegiatan lebih luas dibanding berkedudukan, misalnya tenaga medis yang berasal dari luar negeri dan melakukan pengobatan di Indonesia. Mereka bukan badan hukum, sehingga tidak

didirikan di Indonesia, serta tidak berkedudukan di Indonesia, namun mereka tetap harus tunduk pada ketentuan yang berlaku di Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Penggunaan frase “di wilayah hukum Indonesia” memiliki cakupan yang lebih luas dibanding hanya menggunakan frase “di Indonesia.” Istilah wilayah hukum Indonesia juga mencakup daerah-daerah lain dimana hukum Indonesia berlaku, misalnya di kapal laut dan pesawat Indonesia serta di kedutaan besar Indonesia yang berada di negara lain.

Melalui penjabaran unsur/syarat pelaku usaha tersebut kita dapat melihat bahwa pengertian pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen sangat luas. Pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen bukan hanya produsen, melainkan hingga pihak terakhir yang menjadi perantara antara produsen dan konsumen, seperti agen, distributor dan pengecer atau yang sering disebut konsumen perantara.

Produsen juga sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk didalamnya pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer profesional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga samapai ke tangan konsumen.³¹

Sebagai penyelenggara kegiatan usaha, pelaku usaha pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negatif berupa kerugian yang

³¹ Agnes M.toar, *Tanggung Jawab Produk, sejarah dan perkembangan dibeberapa Negara alumi*, Bandung, 1998, hlm 2.

ditimbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga, yaitu konsumen, sama seperti seorang produsen.³²

Selain itu pelaku usaha, produsen juga biasa kita dengar. Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk didalamnya pembuat, grosir, dan pengecer profesional. Yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen, sifat profesional merupakan syarat mutlak dalam hal menuntut pertanggungjawaban dari produsen.

Dengan demikian, produsen tidak hanya diartikan sebagai pelaku usaha pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan kata lain, dalam konteks perlindungan konsumen, produsen diartikan secara luar.

2. Hak dan kewajiban pelaku usaha

Dalam kegiatan menjalankan usaha, undang-undang memberikan sejumlah hak dan membebaskan sejumlah kewajiban dan larangan kepada produsen atau pelaku usaha. Pengaturan tentang hak, kewajiban dan larangan itu dimaksudkan untuk menciptakan hubungan yang sehat antara produsen atau pelaku usaha dan konsumennya.³³

a. Hak Pelaku Usaha

³² Ibid, hlm 6-7

³³ M. Sadar, Moh, Taufik Makarao, Habiloel Mawardi, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, 2012, @kademia, hlm 33.

Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau UUPK menetapkan hak-hak pelaku usaha yang mana terdapat dalam Pasal 6 yang menyatakan bahwa:

“Hak pelaku usaha adalah:

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

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Selain memperoleh hak-hak tersebut pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang mana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau UUPK, yang menyatakan:

“Kewajiban pelaku usaha:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan kegunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- 5) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- 6) Memberi kompensasi: Ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

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

3. Tanggung Jawab Produsen sebagai Pelaku usaha

a. Perbuatan Melawan Hukum yang harus di Pertanggungjawabkan

Pertanggungjawaban pelaku usaha terjadi karena adanya perbuatan yang melanggar hukum yang mengakibatkan kerugian. Setiap kegiatan usaha tentu ada permasalahan-permasalahan yang terjadi. Mulai dari sengketa bisnis dengan pihak kompetitor sampai persoalan regulasi dan perizinan dengan pihak pemerintah yang seakan tidak ada habisnya. Hal tersebut merupakan suatu kelumrahan dalam kegiatan bisnis. Sifat kerugian yang ditimbulkan oleh orang lain kepada kita dan begitu pula sebaliknya, dikenal sebagai istilah ‘perbuatan melawan hukum’ dalam kamus hukum Indonesia.

Perbuatan Melawan Hukum (PMH) merupakan salah satu alasan mengapa suatu gugatan perdata dapat dilayangkan di muka pengadilan. Alasan lainnya adalah wanprestasi. PMH yang kali ini dibicarakan adalah di dalam konteks khusus hukum perdata atau privat saja. Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) menyatakan bahwa tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut. Dari uraian tersebut, dapat ditarik benang merah bahwa setiap perbuatan yang merugikan orang lain atas kesalahannya

untuk menggantikan kerugian atau bertanggung jawab atas kesalahannya, dan berdasarkan penjelasan itu bahwa unsur Perbuatan Melawan Hukum (PMH) adalah:

1) Perbuatan Melawan Hukum (PMH)

Hal ini bermakna bahwa adanya perbuatan atau tindakan dari pihak tergugat yang melawan hukum yang berlaku. Rosa Agustina, dalam bukunya Perbuatan Melawan Hukum (PMH), menyatakan bahwa dalam menentukan suatu perbuatan dapat dikualifisir sebagai melawan hukum, dibutuhkan empat kriteria. Empat kriteria tersebut, adalah:

- a) Bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku.
- b) Bertentangan dengan hak subjektif orang lain.
- c) Bertentangan dengan kesusilaan.
- d) Bertentangan dengan kepatutan, ketelitian, dan kehati-hatian.

2) Kesalahan

Terdapat dua macam kesalahan yaitu kealpaan dan kesengajaan. Kealpaan bermakna terdapat perbuatan yang abai untuk melakukan sesuatu yang seharusnya dilakukan atau tidak berhati-hati dalam melakukan sesuatu hal sehingga menimbulkan kerugian bagi orang lain.

Sementara kesengajaan bermakna bahwa yang bersangkutan dengan penuh kesadaran mengetahui konsekuensi tindakan yang dilakukannya tersebut berakibat kerugian bagi orang lain.

3) Hubungan sebab akibat antara kerugian dengan perbuatan.

Bahwa benar antara perbuatan yang dilakukan oleh yang bersangkutan adalah perbuatan yang kemudian berakibat kerugian bagi orang lain. Poin ini disebut juga sebagai hubungan kausalitas. Dengan kata lain perbuatan orang yang bersangkutan menjadi sebab atas akibat berupa kerugian bagi orang yang lain.

4) Kerugian.

Bahwa perbuatan yang bersangkutan memang benar-benar menimbulkan kerugian bagi orang yang lain. Kerugian dapat berbentuk dua macam, yakni kerugian materiil dan kerugian immateriil. Kerugian materiil merupakan sesuatu yang bisa dihitung dan dinominalkan, seperti uang, barang, biaya, dan lain sebagainya. Sementara itu, kerugian immateriil adalah sesuatu yang bersifat abstrak dan tidak begitu saja langsung bisa dihitung nominalnya. Contoh kerugian immateriil adalah ketakutan, trauma, kekecewaan, rasa sakit, dan lain sebagainya.

Perbuatan Melawan Hukum (PMH) yang membuat kerugian tersebut, menimbulkan orang yang membuat kerugian tersebut harus melakukan tanggung jawab dan ganti rugi atas pebuatannya.

b. Pertanggungjawaban Publik

Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan ekonomi perekonomian nasional

secara keseluruhan. Karena itu kepada produsen atau pelaku usaha dibebankan tanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma-norma hukum, kepatutan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku dikalangan dunia usaha.

Kewajiban produsen atau pelaku usaha untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya yang tercantum didalam Pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berarti pelaku usaha ikut bertanggung jawab untuk menciptakan iklim berusaha yang sehat demi menunjang pembangunan nasional. Jelas ini adalah tanggung jawab publik yang diemban oleh produsen atau pelaku usaha.

Atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh produsen atau pelaku usaha maka kepadanya dikenakan sanksi-sanksi hukum, beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan.

Bentuk pertanggungjawaban administrasi yang dapat dituntut dari produsen sebagai pelaku usaha diatur didalam pasal-pasal 60 ayat (1), (2) dan (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu sebagai berikut:

- 1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administrasi 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.

c. Pertanggungjawaban Privat (Keperdataan)

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan mengenai pertanggungjawaban produsen, yang disebut dengan pelaku usaha, pada Bab VI dengan judul Tanggung Jawab Pelaku Usaha, Pasal 19 ketentuan pasal-pasal tersebut adalah sebagai berikut:

Tanggung jawab pelaku usaha pada umumnya, Pasal 19 menentukan:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atas jasa sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Yang dimaksud dengan Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini adalah jika konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengonsumsi produk yang diperdagangkan, produsen sebagai pelaku usaha wajib memberi penggantian kerugian, baik dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, perawatan maupun dengan pemberian santunan. Penggantian kerugian itu demikian, dengan memerhatikan Pasal 19 ayat (5) maka dapat disimpulkan disini adalah apabila kesalahan tidak pada konsumen.

Menurut hukum setiap tuntutan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan timbulnya hak hukum seseorang untuk menuntut orang lain sekaligus berupa hal yang melahirkan kewajiban hukum orang lain untuk memberikan pertanggungjawaban.

Sebagaimana telah diuraikan di atas, dalam hukum perdata dasar pertanggungjawaban itu ada dua macam, yaitu kesalahan dan risiko. Dengan demikian, dikenal pertanggungjawaban atas dasar kesalahan dan pertanggungjawaban tanpa kesalahan, yang juga dikenal dengan tanggung jawab risiko atau tanggung jawab mutlak.³⁴

Jadi didalam hukum perdata bentuk sanksi hukumnya ada dua dapat berupa kewajiban untuk memenuhi prestasi (kewajiban) dan hilangnya suatu keadaan hukum yang diikuti dengan terciptanya suatu keadaan hukum baru.³⁵

1) Prinsip Tanggung Jawab Perlindungan Konsumen.

Prinsip tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam kajian hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.³⁶

Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum perlindungan konsumen dapat dibedakan sebagai berikut:

³⁴ Janus Sidabalok, Op.cit, hlm 124

³⁵ Ibid, hlm 126-127

³⁶ Shidarta, Op.cit, hlm 59.

1) Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan/kelalaian.

Tanggung jawab berdasarkan kesalahan/kelalaian adalah prinsip subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku pelaku usaha.³⁷

Berdasarkan teori ini kelalaian pelaku usaha yang berakibat pada munculnya yang berakibat pada munculnya kerugian konsumen merupakan faktor penentu adanya hak konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi kepada pelaku usaha. *Negligence* ini dapat dijadikan dasar gugatan, manakala memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a) Suatu tingkah yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hai yang normal.
- b) Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hati terhadap gugatan.
- c) Perilaku tersebut merupakan penyebab nyata dari kerugian yang timbul.³⁸

Adapun yang dimaksud dengan *negligence* adalah suatu perilaku yang tidak sesuai dengan standar kelakuan (*standart of conduct*) yang ditetapkan oleh undang-undang demi perlindungan anggota masyarakat terhadap risiko yang tidak rasional. Yang dimaksud disini adalah adanya perbuatan kurang cermat, kurang hati-hati.

³⁷ Inosentius Samsul, *perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung JJaab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2004, hlm 46.

³⁸ Ahmadi Miru, Op.cit, 148.

Prinsip yang cukup umum ini berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam kitab Undang-Undang Hukum Perdata khususnya Pasal 1365, 1366 dan 1367 prinsip pada ketiga pasal ini dipegang secara mutlak. Prinsip ini menyatakan, seseorang dapat dimintakan pertanggungjawaban secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Pasal 1365 KUHPerdata yang biasa disebut dengan Perbuatan Melawan Hukum (PMH) mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok yaitu:

- a) Adanya perbuatan adalah mengandung pengertian berbuat (aktif) atau tidak berbuat (pasif) sehingga perbuatan itu bertentangan dengan hukum, baik berupa pelanggaran terhadap kewajiban sendiri, terhadap kesusilaan, maupun terhadap kepantasan/kepatutan.
- b) Adanya kesalahan adalah berupa kurang hati-hati. Kesengajaan menunjukkan adanya maksud atau niat dari pelaku usaha untuk menimbulkan akibat tertentu. Akibat itu dapat diduga akan terjadi dan dengan sadar melakukan perbuatan itu. Kurang hati-hati mempersoalkan masalah kelalaian, lalai mengambil tindakan yang sepatutnya sehingga timbul akibat yang tidak dikehendaki.
- c) Adanya kerugian yang diderita dimaksud adalah kerugian yang berbentuk unsur rugi, biaya, dan bunga sebagaimana yang diuraikan sehubungan dengan wanprestasi pada perjanjian dan

kerugian sehubungan dengan Perbuatan Melawan Hukum (PMH).

- d) Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan antara kesalahan dan kerugian yang dimaksud adalah kerugian yang diderita oleh korban perbuatan melawan hukum itu adalah kerugian yang semata-mata timbul atau lahir karena terjadinya perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku. Ini berarti harus dibuktikan kaitan antara kerugian dan kesalahan pelaku pada Perbuatan Melawan Hukum (PMH).

Selain itu faktor kesalahan atau kelalaian pelaku usaha, tuntutan ganti rugi tersebut dapat juga dijukan dengan bukti-bukti lain yaitu:

- a) Pihak tergugat merupakan pelaku usaha yang benar-benar mempunyai kewajiban untuk melakukan tindakan yang dapat menghindari terjadinya kerugian konsumen.
- b) Pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya untuk menjamin kualitas produk sesuai dengan standar yang aman untuk dikonsumsi atau digunakan.
- c) Konsumen menderita kerugian.
- d) Kelalaian pelaku usaha merupakan faktor yang mengakibatkan adanya kerugian bagi konsumen.³⁹

³⁹ Inosentius Samsul, *op.cit*, hlm 47.

2) Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*)

Berkaitan dengan lemahnya kedudukan konsumen penggugat dalam hal ini membuktikan kesalahan dalam hal membuktikan kesalahan ataupun *negligence* nya pelaku usaha tergugat karena tidak mempunyai pengetahuan dan sarana yang memuaskan untuk itu, maka dalam perkembangannya, pengadilan-pengadilan di Amerika Serikat menempuh cara lain untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha, yaitu dengan mempergunakan prinsip pertanggungjawaban mutlak tersebut.

Strict liability adalah bentuk khusus dari *tort* atau perbuatan melawan hukum, yaitu prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum yang didasarkan pada kesalahan (sebagaimana *tort* umumnya) tetapi prinsip ini mewajibkan pelaku usaha langsung bertanggung jawab atas kerugian yang timbul karena perbuatan melawan hukum itu.

Prinsip pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*) ini tidak mempersoalkan lagi mengenai ada atau tidak adanya kesalahan, tetapi pelaku usaha langsung bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produknya atau yang sudah dia jual, karena pelaku usaha yang kurang hati-hati dan karena pelaku usaha yang harus mencegah kerugian itu.⁴⁰

⁴⁰ Janus Sidablok, op.cit, hlm 101

D. Tinjauan tentang Harga

1. Pengertian Harga

Harga adalah suatu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan; fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengomunikasikan *positioning* nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.⁴¹

Menurut Sunarto (2004:206) harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Laksana (2008:105) menyatakan harga adalah jumlah uang yang diperlukan sebagai penukar berbagai kombinasi produk dan jasa, dengan demikian maka suatu harga haruslah dihubungkan dengan bermacam-macam barang dan/atau pelayanan, yang akhirnya akan sama dengan sesuatu yaitu produk dan jasa. Harga merupakan salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Harga merupakan faktor utama yang memengaruhi pilihan para pembeli. Harga dapat mendukung citra sebuah produk, merebut

⁴¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, “*Manajemen Pemasaran*”, Global Edition, 2013. Hlm 8

penjualan dari para pesaing, atau memengaruhi seseorang untuk mengubah waktu pemesanan mereka.

Harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas. Konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Harga memainkan peranan penting dalam pilihan pembeli, terlebih pada suatu produk yang dipasarkan di negara miskin, yang kebanyakan konsumennya memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap harga. Perusahaan harus menetapkan harga produknya secara relevan dan dapat dijangkau oleh pasar potensial suatu produk. Harga erat kaitannya dengan kualitas produk. Dalam penelitian ini menggunakan 2 dimensi yang mencirikan harga yaitu: ⁴²

a. Harga Produk

1) Keterjangkauan harga

b. Harga Pesaing

1) Daya saing harga

⁴² Ibid, hlm. 83

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

2. Penetapan Harga

Penetapan harga perusahaan harus menetapkan harga pada saat pertama kali memasarkan produk baru. Perusahaan harus menentukan dimana perusahaan akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga. Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menetapkan kebijakan harga.⁴³ Menjelaskan enam tahap dalam penetapan harga, yaitu:

a. Memilih Tujuan Penetapan Harga

Perusahaan harus menentukan tujuan apa yang akan dicapai dari suatu produk. Semakin jelas tujuan perusahaan, maka akan semakin mudah untuk menetapkan harga. Setiap harga yang ditetapkan memiliki pengaruh yang berbeda atas tujuan-tujuan perusahaan seperti laba, penjualan, dan pangsa pasar.

b. Menentukan Permintaan

Setiap harga yang ditetapkan akan menghasilkan tingkat permintaan yang berbeda-beda dan karenanya akan memberikan pengaruh yang berbeda pada tujuan pemasaran. Dalam keadaan normal permintaan dan harga memiliki hubungan negatif, yaitu semakin tinggi harga maka akan semakin rendah permintaan, sebaliknya.

⁴³ Ibid, hlm. 76

c. Memperkirakan Biaya

Permintaan umumnya menetapkan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan perusahaan atas suatu produk. Dan biasanya perusahaan menetapkan harga yang mampu menutup biaya produksi, distribusi dan penjualan produknya, termasuk pengembalian yang memadai atas usaha dan risikonya. 4. Menganalisa harga dan penawaran pesaing harga pesaing mampu membantu perusahaan dalam menetapkan harga suatu produk. Perusahaan membutuhkan informasi yang memadai mengenai harga dan kualitas pesaing. Perusahaan dapat menggunakan harga pesaing sebagai pertimbangan dalam melakukan penetapan harga.

d. Memilih Metode Penetapan Harga

Terdapat berbagai metode dalam menetapkan harga, yaitu: penetapan harga *mark up*, penetapan harga berdasarkan pengembalian sasaran, penetapan harga berdasarkan nilai yang diyakini, penetapan harga nilai, penetapan harga berdasarkan harga berlaku, dan penetapan harga penawaran tertutup.

e. Memilih Harga Akhir

Dengan menggunakan metode-metode penetapan harga tersebut, maka perusahaan telah memiliki beberapa alternatif harga yang akan dipilih sebagai harga akhir.

Harga adalah *variable* penting dalam manajemen pemasaran adalah kebijakan mengenai penentuan harga. Dari segi manajemen, persoalan ini memerlukan suatu strategi yang tersendiri pula. Komponen-komponen pembentuk harga yaitu *cost* dan *benefit*. Yang penting Harus diperhatikan disini adalah bahwa harga harus wajar bagi semua pihak, yaitu bagi produsen, pelaku usaha, konsumen dan produsen pesaingnya.⁴⁴

Harga adalah jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal.⁴⁵ Pengertian harga dan barang secara yuridis terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 Tentang Pencantuman Harga barang dan Tarif Jasa yang diperdagangkan yang selanjutnya disebut Permendag Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang diperdagangkan yang tercantum dalam Pasal 1 ayat 1 dan Pasal 1 ayat 4 yaitu :

a. Pasal 1 ayat 1 berbunyi:

“Harga adalah nilai barang dalam jumlah tertentu yang dinyatakan dengan rupiah.”

b. Pasal 1 ayat 4 berbunyi:

“Barang adalah setiap benda baik berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan yang dapat

⁴⁴ Janus Sidabalok, op.cit, hlm. 222

⁴⁵ Ahmadi Miru, Op.cit, hlm 1.

diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.”

Bagi produsen sendiri, mestinya harga yang ditetapkan haruslah wajar. Artinya, melalui perhitungan yang matang dan benar atas seluruh biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk ditambah dengan sejumlah keuntungan (yang wajar) yang diharapkan akan diperoleh. Kedudukan sebagai satu-satunya produsen (*monopolist*) tidak dapat dijadikan sebagai alasan untuk menetapkan harga setinggi mungkin. Dalam kaitan ini, definisi pemasaran, yaitu anatar produk dan harga harus mempunyai nilai yang sama, konsumen dan produsen sama-sama beruntung. Demikian pula harus dihindari perasaan terpaksa konsumen untuk membeli produk seharga yang sudah ditetapkan produsen.⁴⁶ Disebut didalam Pasal 2 ayat 1 Permendag Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa bahwa:

“Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan eceran/atau jasa kepada konsumen wajib mencantumkan harga barang atau tarif jasa secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat.”

Bagi produsen (pesaing) lainnya, harga yang ditetapkan itu pun haruslah wajar sehingga tidak ada perasaan sengaja dipinggirkan, digusur atau digilas karena harga yang terlalu rendah. Kedudukan sebagai produsen besar (kuat) tidak boleh dipakai untuk memerangi produsen pesaingnya melalui perang harga.

⁴⁶ Ibid hlm 238.

Sebagai negara penyelenggara kesejahteraan, negara boleh campur tangan untuk mengintervensi harga melalui tindakan-tindakan melakukan operasi pasar dan menetapkan harga eceran tertinggi (*net*). Kedua tindakan negara ini harus dipandang sebagai kebijakan negara dalam rangka menjaga dan mengusahakan setinggi-tingginya kemakmuran rakyat, bukan karena kekuasaan semata-mata. Inilah yang harus dipahami dan dicermati oleh para produsen bahwa adanya campur tangan negara dibidang harga menunjukkan bahwa ekonomi negara itu belum mapan, dewasa, ataupun berdiri sendiri. Tentu saja negara mencampuri kebijakan harga karena ada sesuatu yang belum terlindungi.

Salah satu hak konsumen yang berkaitan dengan harga ini adalah hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi karena menderita kerugian ekonomis (*economic loss*) artinya, konsumen berhak untuk tidak dirugikan, berhak mendapatkan produk dengan harga yang wajar, hak ini mestinya mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari produsen sebab bagaimanapun juga eksistensi konsumen sangat penting bagi produsen. Produsen dan konsumen pada dasarnya adalah saling membutuhkan, mempunyai hubungan simbiosis mutualisme, maka konsumen perlu dibina dipelihara dan dijaga keberadaanya.⁴⁷

Ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau UUPK yang melindungi dari penggunaan barang yang tidak sesuai dengan standar yang ditentukan, adalah Pasal 8 ayat (1) huruf a, yang

⁴⁷ Ibid, hlm 239

menentukan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atas jasa yang tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁴⁸

Harga produk atau jasa sangat berhubungan dengan kualitas produk atau jasa itu sendiri. Jika kualitas produk adalah yang terbaik, tentunya harganya akan berada diatas rata-rata. Sebaliknya jika produk berkualitas sedang atau rendah, harganya pun akan mengikuti. Harga juga berhubungan dengan nilai atau *value* produk atau barang dan/atau jasa, jika suatu produk memberikan nilai atau *value* tetinggi, maka produk tersebut bernilai tinggi bagi konsumen sehingga produk tersebut juga mempunyai harga tertinggi. Srategi penentuan harga produk sangat menentukan keberhasilan suatu produk dipasaran. Dalam penentuan harga produk dapat dilakukan dengan tahap-tahap sebagai berikut:⁴⁹

- a. Melakukan survei pasar harga produk kompetitor yang sejenis atau sekategori.
- b. Menetapkan sasaran harga produk atau jasa.
- c. Memperkirakan permintaan pasar terhadap produk atau jasa.
- d. Memperkirakan biaya (GOGS) *Cos Of Good Sales* dan menentukan biaya.
- e. Menganalisis harga, biaya, dan penawaran pesaing.

⁴⁸ Janus Widaja Tandjung, *Marketing managemen Pendektan pada Nilai-Nilai Pelanggaran*, Eidisi Kedua, Malang, Banyuwedia Publising, 2004, hlm 20.

⁴⁹ Titik Wijayanti, *Marketing Plan! Perlukan?* PT. elek Media kompuindo,2012, hlm 70.

- f. Menetapkan metode penentu strategi harga produk atau jasa, menetapkan harga akhir atau yang disebut dengan HET (Harga eceran Tertinggi).