

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN DALAM BISNIS PEMBIAYAAN
MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999¹**

Oleh : Rhey A. Karinda²

Anna S. Wahongan³

Karel Yosi Umboh⁴

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana tujuan, asas-asas dan penjelasan istilah yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan bagaimana perlindungan terhadap konsumen dalam bisnis pembiayaan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 di mana dengan metode penelitian hukum normatif disimpulkan: 1. 1. Tujuan perlindungan konsumen adalah merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Menurut Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat 5 asas, yaitu: Asas manfaat, Asas keadilan, Asas keseimbangan, Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dan Asas kepastian hukum. Pelaku usaha, Konsumen, Produk dan standarisasi produk, peran Pemerintah dan Klausula baku adalah istilah yang perlu diketahui dan disamakan persepsinya dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen. 2. 2. Perlindungan konsumen dalam bisnis pembiayaan konsumen sebenarnya terdapat dalam perjanjian pembiayaan antara debitur dengan kreditur itu sendiri, yaitu asas kebebasan berkontrak yang bertanggung jawab, adil/seimbang dan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Namun pada kenyataannya dalam praktek, muncul perjanjian pembiayaan yang tidak seimbang/tidak adil dan cenderung berat sebelah, apalagi dengan adanya kontrak baku yang isinya memuat klausul-klausul yang berat sebelah dan tidak seimbang. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam

Pasal 18 ayat 1 huruf d mengatur secara tegas larangan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha (perusahaan pembiayaan) untuk melakukan tindakan sepihak yang berkaitan dengan obyek/barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Kata kunci: konsumen; bisnis pembiayaan;

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga pembiayaan di Indonesia cukup pesat. Keberadaan lembaga pembiayaan semakin diminati oleh masyarakat. Misalnya pembiayaan konsumen, banyak diminati oleh masyarakat karena relatif tidak sulit prosedurnya. Melalui instrument perjanjian pembiayaan konsumen, dalam sekejap konsumen dapat segera mengendarai kendaraan yang diinginkan, tetapi tidak banyak konsumen yang menyadari bahwa konsekuensi dan berbagai kemungkinan negatif sangat mengikat dibalik berbagai kemudahan yang ditawarkan sehingga menyebabkan konsumen terlena.

Di sisi lain, pembiayaan konsumen kelihatan membantu konsumen yang tidak memiliki uang cukup untuk membeli kendaraan yang harganya cukup mahal di Indonesia. Konsumen cukup menghubungi penyalang (dealer) kendaraan yang diinginkan dan perusahaan pembiayaan. Biasanya keduanya merupakan perusahaan dalam kelompok perusahaan yang sama meskipun tidak selalu demikian.⁵ Disamping kemudahan-kemudahan dalam pemberian pembiayaan oleh lembaga pembiayaan, dalam praktek timbul berbagai masalah. misalnya masih banyak lembaga pembiayaan yang mengeksekusi barang jaminan tanpa prosedur yang benar, bahkan memakai jasa *debt collector*. Hal ini menimbulkan rasa ketakutan dan ketidakadilan di pihak debitur. Untuk menghindari hal-hal demikian, maka diperlukan hukum dan lembaga yang mengatur dan mengawasi kegiatan lembaga pembiayaan agar tidak merugikan konsumen (debitur).

B. Rumusan Masalah

¹ Artikel Skripsi.

² Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM : 15071101367

³ Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

⁴ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

⁵ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hal 219

1. Bagaimana tujuan, asas-asas dan penjelasan istilah yang berhubungan dengan perlindungan konsumen ?.
2. Bagaimana perlindungan terhadap konsumen dalam bisnis pembiayaan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 .

E. Metode Penulisan

Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian hukum kepustakaan.

PEMBAHASAN

A. Tujuan, Asas Dan Istilah Hukum Perlindungan Konsumen

1. Tujuan Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merumuskan dalam Pasal 3 tentang tujuan Perlindungan Konsumen yaitu :

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memiliki, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 sebelumnya karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan

konsumen. Keenam tujuan khusus perlindungan konsumen yang disebutkan di atas bila disimpulkan maka hasilnya adalah sama seperti tujuan hukum pada umumnya yaitu keadilan, kemanfaatan dan kepastian.

Kesulitan memenuhi ketiga tujuan hukum (umum) sekaligus sebagaimana dikemukakan sebelumnya, menjadikan sejumlah tujuan khusus dalam huruf a sampai dengan huruf f dari Pasal 3 tersebut hanya dapat tercapai secara maksimal apabila didukung oleh keseluruhan subsisten perlindungan yang diatur dalam undang-undang ini, tanpa mengabaikan fasilitas penunjang dan kondisi masyarakat.

2. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah berdasarkan lima asas yang menurut Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:

1. Asas manfaat
2. Asas keadilan
3. Asas keseimbangan
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen
5. Asas kepastian hukum⁶

Asas manfaat menyatakan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, produsen-pelaku usaha dan konsumen, apa yang menjadi haknya dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan

⁶ *Ibid*, hal.25

kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan produsen-pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang, oleh karena itu, undang-undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan produsen-pelaku usaha.

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, produsen-pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, produsen-pelaku usaha, dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta benda nya. Oleh karena itu, undang-undang ini membebaskan sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi dan menetapkan jumlah larangan yang harus dipatuhi oleh produsen pelaku usaha dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya, undang-undang ini mengharuskan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan.⁷

⁷Ibid, hal 26-27

3. Istilah Perlindungan Konsumen

Penjelasan tentang istilah perlindungan konsumen perlu dilakukan untuk memperoleh kesatuan pendapat/persepsi dalam beberapa istilah antara lain :

1. Produsen atau Pelaku Usaha.

Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, leveransir 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.⁸ 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. Sebagai contoh, dalam hubungannya dengan produk makanan hasil industri, maka produsennya adalah mereka yang terkait dalam proses pengadaan makanan hasil industri itu hingga sampai ke tangan konsumen. Mereka itu adalah : pabrik (pembuat), distributor, eksportir atau importer, dan pengecer, baik yang berbentuk badan hukum maupun yang bukan badan hukum.

Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak memakai istilah produsen, tetapi memakai istilah pelaku usaha, yang bunyinya sebagai berikut :” Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Termasuk dalam pengertian ini adalah BUMN, Koperasi dan perusahaan swasta, baik berupa pabrikan, importer, pedagang eceran, distributor dan lain-lain. Sebagai penyelenggara kegiatan usaha, pelaku usaha adalah pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negatif berupa kerugian yang ditimbulkan oleh

⁸ Agnes Toar, *Tanggung jawab Produk, Sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara*, DKIH Belanda-Indonesia, Ujung Pandang, 1988, hal 2.

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

2. Konsumen

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi. Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan : “ Konsumen adalah setiap orang pemakai dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarganya, ataupun untuk memelihara/merawat harta bendanya.

3. Produk dan Standardisasi Produk.

Dalam pengertian luas, produk ialah segala barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu proses sehingga produk berkaitan erat dengan teknologi. Produk terdiri atas barang dan jasa. Menurut Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen : “ Barang adalah setiap benda, baik berwujud maupu tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.” Sedangkan menurut Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen : “ Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen”.

Pemakaian teknologi yang makin baik, di satu sisi memungkinkan produsen mampu membuat produk beraneka macam jenis, bentuk, kegunaan, maupun kualitasnya, sehingga pemenuhan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi lebih luas, lengkap, cepat, dan menjangkau bagian terbesar lapisan masyarakat. Akan tetapi, di sisi lain penggunaan teknologi memungkinkan dihasilkannya produk yang tidak sesuai dengan persyaratan keamanan dan keselamatan pemakai sehingga menimbulkan kerugian kepada konsumen.

Berkaitan dengan produk, cacat dapat ditemukan dalam 3 (tiga) klasifikasi menurut tahap-tahap produksi, yaitu kerusakan produk, kerusakan desain, dan pemberian informasi yang tidak memadai. Produk dapat dikategorikan cacat apabila produk itu rusak, atau desainnya tidak sesuai dengan yang seharusnya, atau karena informasi yang menyertai produk itu tidak memadai. Cacat pada produk, pada tingkatan tertentu dapat membahayakan konsumen.

Untuk menghindari kemungkinan adanya produk yang cacat atau berbahaya, maka perlu ditetapkan standar minimal yang harus dipedomani dalam berproduksi untuk menghasilkan produk yang layak dan aman untuk dipakai. Usaha ini yang disebut standardisasi.

Menurut Gandi, standardisasi adalah : ⁹ “ Proses penyusunan dan penerapan aturan-aturan dalam pendekatan secara teratur bagi kegiatan tertentu untuk kemanfaatan dan dengan kerja sama dari semua pihak yang berkepentingan, khususnya untuk meningkatkan penghematan secara optimum dengan memperhatikan kondisi fungsional dan persyaratan keamanan. Hal ini didasarkan pada konsolidasi dari hasil (ilmu) teknologi dan pengalaman. Selanjutnya, ia mengatakan bahwa dengan standardisasi akan diperoleh manfaat sebagai berikut : ¹⁰

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

Dengan demikian, standardisasi berfungsi membantu menjembatani kepentingan konsumen dan produsen pelaku usaha dengan menetapkan standar produk yang tepat yang dapat memenuhi kepentingan dan mencerminkan aspirasi kedua belah pihak.

⁹ Gandi, *Perlindungan Konsumen Dilihat dari Sudut Pengaturan Standardisasi Hasil Industri*, makalah pada Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen BPHN-Binacipta, Jakarta, 1980, hal 80.

¹⁰ *Ibid*, hal 81 -82.

Dengan ada standardisasi produk ini akan memberi manfaat yang optimum pada konsumen dan produsen, tanpa mengurangi hak milik dari konsumen. Standardisasi ini berkaitan erat dengan keamanan dan keselamatan konsumen, yaitu berkaitan dengan kelayakan suatu produk untuk dipakai atau dikonsumsi. Barang yang tidak memenuhi syarat mutu, khususnya makanan, dapat menimbulkan malapetaka bagi konsumen. Selain merugikan konsumen dari segi finansial, barang yang tidak memenuhi syarat mutu tersebut dapat pula mengancam keamanan dan keselamatan masyarakat umum.

Sebagai implementasi dari standardisasi ini, maka kepada produk yang sudah memenuhi standar diberikan sertifikat produk (*Certification Marking*) yang dibuat dengan tanda SII atau SNI, yang dapat ditempatkan pada produk, kemasannya, atau dokumennya. Tanda ini dibubuhkan oleh produsen pada barang produknya setelah mendapat izin dari Menteri Perindustrian sesuai dengan Pasal 6 ayat 3 SK Menteri Perindustrian Nomor 210 Tahun 1979.

Melalui sertifikasi produk ini akan diperoleh manfaat dan keuntungan, baik bagi produsen-pelaku usaha, pemakai profesional, maupun konsumen, yaitu sebagai berikut:¹¹

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

Dengan demikian, untuk dapat memperoleh manfaat dan keuntungan itu secara maksimal, maka di satu pihak diperlukan kejujuran produsen-pelaku usaha untuk sungguh-sungguh menaati peraturan standardisasi yang ditetapkan dan di pihak lain aparat pemerintah perlu aktif membina dan mengawasi

pelaksanaan standardisasi itu sehingga diterapkan dengan baik dan benar.

4. Peranan Pemerintah

Berkaitan dengan pemakaian teknologi yang makin maju dan supaya tujuan standardisasi dan sertifikasi tercapai semaksimal mungkin, maka pemerintah perlu aktif dalam membuat, menyesuaikan, dan mengawasi pelaksanaan peraturan yang berlaku. Upaya pemerintah untuk melindungi konsumen dari produk yang merugikan dapat dilaksanakan dengan cara mengatur, mengawasi serta mengendalikan produksi, distribusi, dan peredaran produk sehingga konsumen tidak dirugikan, baik kesehatan maupun keuangannya.

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dan kebijakan yang akan dilaksanakan, maka langkah-langkah yang dapat ditempuh pemerintah adalah:¹²

- a. Registrasi dan penilaian
- b. Pengawasan produksi.
- c. Pengawasan distribusi.
- d. Pembinaan dan pengembangan usaha.
- e. Peningkatan dan pengembangan prasarana dan tenaga.

Peranan Pemerintah dapat dikategorikan sebagai peranan yang berdampak jangka panjang sehingga perlu dilakukan secara kontinyu memberikan penerangan, penyuluhan, dan pendidikan bagi semua pihak. Dengan demikian, tercipta lingkungan berusaha yang sehat dan berkembangnya pengusaha yang bertanggung jawab. Posisi ketiga pihak terkait, yaitu produsen-pelaku usaha, konsumen, dan pemerintah, masing-masing adalah mandiri sehingga perlu diatur dengan baik untuk mencapai keserasian dan keharmonisan dalam kegiatan ekonomi. Pemerintah yang ditugaskan untuk mengatur hal tersebut berdasarkan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dapat melaksanakannya melalui pembuatan peraturan dan pengawasan pelaksanaan peraturan-peraturan itu. Peraturan-peraturan yang dimaksud adalah peraturan yang juga mengikat pemerintah sehingga tidak muncul kolusi antara pengusaha dan pemerintah yang dapat merugikan konsumen.

5. Klausula Baku

¹¹ *op-cit* hal 89

¹² *op-cit*, hal 20

Sehubungan dengan standar kontrak adalah penggunaan klausula baku dalam transaksi konsumen. Yang dimaksud dengan klausula baku menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah : “ 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 suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen”.

Pembuat undang-undang menerima kenyataan bahwa memberlakukan standar kontrak adalah suatu kebutuhan yang tidak bisa dihindari sebab perjanjian baku/standar kontrak adalah suatu kenyataan yang memang lahir dari kebutuhan masyarakat. Namun demikian, dirasa perlu untuk mengaturnya sehingga tidak disalah gunakan dan atau menimbulkan kerugian bagi pihak lain, tinggal bagaimana pengawasan penggunaan standar kontrak itu sehingga tidak dijadikan sebagai alat untuk merugikan orang lain.¹³

Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen membuat sejumlah larangan penggunaan klausula baku dalam standar kontrak.

B. Perlindungan terhadap konsumen dalam bisnis pembiayaan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Bisnis pembiayaan konsumen merupakan salah satu alternatif pembiayaan yang dapat diberikan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan manusia, yang dapat digolongkan menjadi 3 (tiga) macam, yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier.¹⁴ Perjanjian pembiayaan konsumen dilaksanakan dengan cara konsumen yang berkepentingan menghubungi perusahaan pembiayaan konsumen agar dapat membayar secara tunai harga kebutuhan barang yang dibelinya dari supplier/dealer dengan ketentuan pembayaran kembali harga barang itu kepada perusahaan pembiayaan konsumen yang dilakukan secara angsuran dan hubungan ketiga pihak tersebut dituangkan dalam perjanjian pembiayaan konsumen.

¹³ *op-cit* hal 105

¹⁴ Gatot Supramono, *Perjanjian Utang-Piutang*, Kencana Prenada Media Grup, Jakarta, 2013, hal 1.

Bank yang selama ini sudah dikenal luas oleh masyarakat ternyata tidak mampu memenuhi berbagai keperluan dana yang dibutuhkan oleh masyarakat. Hal tersebut diakibatkan keterbatasan jangkauan penyebaran kredit oleh bank, keterbatasan sumber dana, dan keterbatasan lain yang mengakibatkan kurang fleksibel dalam melakukan fungsinya.¹⁵ Mengingat banyaknya kendala untuk memperoleh dana dari bank ini, lembaga pembiayaan ini merupakan salah satu sumber dana alternatif yang penting dan potensial yang patut dipertimbangkan.

Banyaknya perusahaan pembiayaan atau yang lazim disebut *finance*, merupakan jawaban atas kebutuhan masyarakat akan keinginan untuk memiliki kendaraan bermotor dan benda bergerak lainnya secara kredit. Munculnya *finance* ini telah memberikan kontribusi positif bagi masyarakat karena dengan adanya *finance* maka masyarakat sangat terbantu yaitu “cukup” dengan uang muka, motor atau mobil sudah bisa dibawa. Apalagi didukung dengan uang muka minim yang dikenakan, yaitu cukup 5-10 % dari harga kendaraan, bahkan ada pula yang tanpa uang muka, kendaraan sudah bisa dibawa, sedangkan sisanya diangsur. Kemungkinan terjadinya kerugian konsumen dalam pelaksanaan perjanjian pembiayaan konsumen bisa saja terjadi.

Dalam perjanjian baku (standar) konsumen dianggap sudah mengerti isi dari perjanjian sehingga hal ini dapat mengakibatkan kerugian konsumen. Minimnya pengetahuan konsumen dalam melakukan perjanjian pembiayaan, menyebabkan terjadinya kerugian konsumen. Perjanjian pembiayaan konsumen merupakan perjanjian standar karena perjanjian tersebut berisikan klausul-klausul baku yang sudah dibuat dan disiapkan terlebih dahulu secara sepihak.

Kemajuan di bidang teknologi telah memacu perusahaan untuk menghasilkan produk yang semakin canggih dan beragam. Kelebihan-kelebihan atas suatu produk terbaru mendorong masyarakat (konsumen) tergiur untuk memilikinya meskipun barangkali secara finansial, dana untuk membelinya tidak mencukupi. Bagi masyarakat kelas menengah ke

¹⁵ Munir Fuady, *Hukum Tentang Pembiayaan (Teori dan Praktek)*, Citra Adiyanti Bakti, Bandung, 1995, hal 2..

bawah yang berpenghasilan rendah hal ini tentu merupakan suatu problem tersendiri. Kondisi inilah yang antara lain menyebabkan tumbuh dan berkembangnya lembaga pembiayaan konsumen sebagai salah satu sumber pembiayaan alternatif untuk memenuhi kebutuhan atas barang-barang konsumtif yang dibutuhkannya.

Pembiayaan konsumen dalam Bahasa Inggris disebut dengan istilah *consumer finance*. Pembiayaan konsumen ini pada hakekatnya sama saja dengan kredit konsumen (*consumer credit*). Bedanya hanya terletak pada lembaga yang membiayainya. Pembiayaan konsumen diberikan oleh perusahaan pembiayaan (*financing company*), sedangkan kredit konsumen diberikan oleh Bank. Dalam system pembiayaan konsumen ini, dapat saja suatu perusahaan pembiayaan memberikan bantuan dana untuk pembelian barang-barang produk dari perusahaan dalam kelompoknya. Dengan demikian marketnya sudah tertentu. Perusahaan pembiayaan seperti ini disebut Captive Finance Company.¹⁶

Pengaturan pembiayaan konsumen diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2009 tentang Lembaga Pembiayaan dan Menteri Keuangan Nomor 84/PMK 012/2006 tentang Perusahaan Pembiayaan. Di dalam kegiatan usaha pembiayaan konsumen kendaraan bermotor ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 42 Tahun 1999 tentang Jaminan Fidusia. Apabila terjadi kerugian konsumen yang disebabkan adanya resiko yang terjadi berupa penarikan kendaraan bermotor yang menjadi jaminan fidusia dalam kegiatan usaha pembiayaan kendaraan bermotor akan mendapat sanksi sesuai dengan aturan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 130/PMK 0.10/2012. Apabila konsumen mengalami kerugian yang disebabkan karena kesalahan lembaga pembiayaan kendaraan bermotor, dan apabila lembaga pembiayaan konsumen terbukti telah lalai atau dengan sengaja melakukan pelanggaran hukum yang mengakibatkan kerugian pada konsumen maka konsumen berhak menuntut ganti kerugian.

Berdasarkan Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan

Konsumen, menyebutkan konsumen yang dirugikan akibat kelalaian pelaku usaha dapat menyelesaikan sengketa melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum, selain itu konsumen juga dapat menyelesaikan sengketa di luar pengadilan sesuai dengan kesepakatan antara pihak yang bersengketa.

Pembiayaan konsumen merupakan salah satu model pembiayaan yang dilakukan oleh perusahaan pembiayaan. Target pasar dari model pembiayaan konsumen ini adalah para konsumen, Biaya yang diberikan pada konsumen relative kecil mengingat barang yang dibidik untuk dibiayai adalah barang-barang keperluan konsumen yang akan dipakai oleh konsumen untuk keperluan hidupnya. Misalnya barang-barang keperluan rumah tangga seperti televisi, lemari es, tempat tidur, sepeda motor, mobil dan sebagainya. Dengan iklan yang sangat merayu konsumen, muncullah beragam tawaran pembiayaan konsumen. Dengan inti memberi kemudahan, mulai dari cicilan/angsuran ringan, tanpa uang muka, biaya administrasi ringan sampai ke bunga nol persen.

Mulai pembiayaan konsumen, dalam sekejap konsumen dapat memiliki barang-barang yang diinginkannya, tetapi tidak banyak konsumen yang menyadari bahwa konsekuensi dan berbagai kemungkinan negatif amat mengikat berbagai kemudahan yang ditawarkan. Berbagai kemudahan yang ditawarkan menyebabkan konsumen terlena. Memang di sisi lain, pembiayaan konsumen kelihatan amat membantu konsumen yang tidak memiliki uang cukup untuk membeli barang-barang secara tunai. Konsumen cukup membayar sejumlah uang muka (bahkan ada kalanya tanpa uang muka), maka barang yang diinginkan sudah dapat dibawa pulang. Tetapi sebenarnya sepanjang berlakunya perjanjian pembiayaan konsumen dapat saja dibelit masalah. Di mata hukum, konsumen belumlah menjadi pemilik barang tersebut. Menurut perjanjian pembiayaan, barang tersebut masih dimiliki perusahaan pembiayaan. Konsumen hanyalah sebagai peminjam atau pemakai saja, barang baru menjadi milik konsumen, bila semua angsurannya telah dilunasi. Memang tidak mudah menemukan klausula yang menyatakan

¹⁶ Rudyanti D Tobing, *Hukum, Konsumen dan Masyarakat Sebuah Bunga Rampai*, LaksBang Mediatama, Yogyakarta, 2015., hal 12

kendaraan itu milik perusahaan pembiayaan saat penandatanganan perjanjian pembiayaan, apalagi biasanya konsumen sudah terlalu *excited* bakal segera memiliki barang tersebut.

Masalah baru muncul bila pembayaran angsuran tertunda, seringkali tanpa surat peringatan pihak perusahaan pembiayaan segera mengambil barang yang merupakan obyek perjanjian, meskipun angsuran tinggal beberapa kali saja. Kedudukan konsumen menjadi amat lemah, karena tidak jelas nasib sejumlah uang muka dan angsuran yang telah dibayarkan.

Perjanjian pembiayaan konsumen merupakan salah satu bentuk perjanjian yang lahir berdasarkan Asas Kebebasan Berkontrak. Asas kebebasan berkontrak merupakan asas yang dijunjung tinggi dalam Hukum Perjanjian Indonesia, sebagaimana terdapat dalam Pasal 1338 ayat 1 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berbunyi : “ Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Asas kebebasan berkontrak tidak mempunyai arti tidak terbatas, akan tetapi terbatas oleh tanggung jawab para pihak, sehingga kebebasan berkontrak diberi sifat sebagai asas kebebasan berkontrak yang bertanggung jawab. Asas ini mendukung kedudukan yang seimbang diantara para pihak, sehingga sebuah perjanjian akan bersifat stabil dan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Asas proporsionalitas dalam kontrak komersil kebebasan berkontrak merupakan “roh” dan “nafas” sebuah kontrak atau perjanjian.

Secara implisit memberikan panduan bahwa dalam berkontrak pihak-pihak diasumsikan mempunyai kedudukan yang seimbang. Dengan demikian diharapkan akan muncul kontrak yang adil dan seimbang bagi para pihak. Namun demikian dalam praktik masih banyak ditemukan kontrak yang tidak seimbang, tidak adil dan cenderung berat sebelah. Kontrak yang demikian seringkali diibaratkan dengan pertarungan antara “ David vs Goliath”, dimana berhadapan dua kekuatan yang tidak seimbang, antara pihak yang mempunyai *bargaining position*nya kuat (baik karena penguasaan modal/dana, teknologi maupun skill yang diposisikan sebagai Goliath dengan pihak lemah *bargaining position*-nya hanya sekedar

menerima segala isi kontrak dengan terpaksa, sebab apabila ia mencoba menawar dengan alternative lain kemungkinan besar akan menerima konsekuensi kehilangan apa yang dibutuhkan. Jadi hanya ada dua alternative pilihan bagi pihak yang lemah *bargaining position*-nya untuk menerima atau menolak.

Fenomena adanya ketidak seimbangan dalam berkontrak sebagaimana tersebut di atas dapat dicermati dari beberapa model kontrak, terutama kontrak-kontrak pembiayaan konsumen dalam bentuk standar/baku yang di dalamnya memuat klausula-klausula yang isinya cenderung berat sebelah. Konsumen selalu ditempatkan pada posisi yang lemah, ditempatkan sebagai objek bukan sebagai subjek. Pola pemikiran seperti ini sangat mempengaruhi dalam proses pelaksanaan perjanjian.

Apabila konsumen terlambat membayar cicilannya , maka kadangkala tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada konsumen pihak perusahaan pembiayaan menarik barang yang merupakan obyek perjanjian dari tangan konsumen. Di sisi lain, ketika konsumen ingin melunasi hutangnya sebelum berakhir jangka waktu dalam perjanjian, konsumen malah dikenakan denda dan bunga pinjamanpun tetap diperhitungkan. Malang benar nasib konsumen, punya uang dan ingin cepat-cepat melunasi utangnya sekaligus, malah kena denda. Tidak punya uang dan terlambat untuk membayar cicilannya kena denda pula.

Pada saat penagihan cicilan seringkali *debt collector* melakukan tindakan-tindakan yang tidak pantas, yang bertentangan dengan etika bahkan bertentangan dengan hukum. Secara normatif pemberian pembiayaan konsumen pada umumnya diberikan setelah melalui beberapa tahap, antara lain tahap pengecekan dan pemeriksaan lapangan. Berdasarkan aplikasi pemohon, perusahaan pembiayaan konsumen akan melakukan pengecekan atas kebenaran dari pengisian formulir aplikasi tersebut dengan melakukan analisis dan evaluasi terhadap data dan informasi yang telah diterima. Selanjutnya dilakukan kunjungan ke tempat calon konsumen (*plant visit*), pengecekan ke tempat lain (*credit checking*) dan observasi secara umum/khusus lainnya.

Berdasarkan hasil pemeriksaan lapangan, *marketing department* dari perusahaan pembiayaan konsumen tersebut akan membuat *customer profile* yang isinya memuat tentang nama calon konsumen, dan suami/istri, alamat dan nomor telepon, pekerjaan, alamat kantor, kondisi pembiayaan yang diajukan, jenis dan tipe barang kebutuhan dan lain-lain. Apabila semua tahap tersebut telah dilaksanakan maka barulah diputuskan apakah konsumen tersebut layak atau tidak layak untuk mendapatkan pembiayaan.

Secara normatif, hukum sudah memberikan perlindungan dengan menjamin kedudukan para pihak dalam perjanjian adalah seimbang, tetapi dalam praktik pihak yang merasa kuat selalu menekan pihak yang lemah, seperti halnya dalam perjanjian pembiayaan konsumen. Bisnis pembiayaan konsumen akan menarik minat banyak masyarakat tidak diragukan lagi, sebab biasanya para konsumen akan sulit mendapatkan atau mempunyai akses untuk mendapat kredit bank. Tentunya diharapkan bisnis pembiayaan konsumen ini akan terus berkembang, disamping pranata hukum yang lain yang mempunyai sasaran bidik yang sama, seperti kredit konsumsi oleh bank, kredit dari Pegadaian, Koperasi atau bahkan sewa beli atau jual beli dengan cicilan yang marak dilakukan oleh para penjual barang itu sendiri. Aturan hukum yang baik dan mantap tentu sangat diperlukan agar bisnis pembiayaan konsumen ini dapat berkembang dengan baik dan tertib, dan terutama pula aturan-aturan tersebut dapat memberikan perlindungan hukum kepada konsumen Lembaga pembiayaan.

Perjanjian pembiayaan konsumen merupakan perjanjian yang timbul karena kebutuhan dalam dunia bisnis. Dalam Perjanjian pembiayaan konsumen melibatkan 3 (tiga) pihak yaitu pihak perusahaan pembiayaan, konsumen dan supplier. Hubungan hukum yang terjadi dalam perjanjian pembiayaan adalah hubungan antara pihak kreditur dan konsumen, hubungan antara konsumen dengan supplier dan hubungan antara penyedia dana dengan supplier.¹⁷

Hubungan antara pihak kreditur dengan konsumen adalah hubungan kontraktual dalam

hal ini kontrak pembiayaan konsumen. Dimana pihak pemberi biaya sebagai kreditur dan pihak penerima biaya (konsumen) sebagai pihak debitur. Pihak pemberi biaya berkewajiban untuk memberi sejumlah uang untuk pembelian sesuatu barang konsumsi, sementara pihak penerima biaya (konsumen) berkewajiban utama untuk membayar kembali uang tersebut secara cicilan kepada pihak pemberi biaya. Dengan demikian, hubungan kontraktual antara pihak penyedia dana dengan pihak konsumen adalah sejenis perjanjian kredit, sehingga ketentuan-ketentuan tentang perjanjian pinjam-meminjam dalam KUHPdata berlaku sementara ketentuan perkreditan yang diatur dalam peraturan perbankan secara yuridis formal tidak berlaku berhubung pihak pemberi biaya bukan pihak bank sehingga tidak tunduk kepada peraturan perbankan. Dengan demikian, sebagai konsekuensi yuridis dari perjanjian pembiayaan konsumen tersebut, maka setelah seluruh kontrak ditandatangani, dan dana sudah dicairkan serta barang sudah diserahkan oleh supplier kepada konsumen, maka barang yang bersangkutan sudah langsung menjadi milik konsumen, walaupun kemudian biasanya barang tersebut dijadikan jaminan hutang lewat perjanjian hak milik secara fidusia.¹⁸

Hubungan antara pihak konsumen dengan pihak supplier terdapat suatu hubungan jual beli, dalam hal ini jual beli bersyarat, dimana pihak supplier selaku penjual menjual barang kepada pihak konsumen selaku pembeli, dengan syarat bahwa harga akan dibayar oleh pihak ketiga yaitu sebagai pihak pemberi biaya. Syarat tersebut mempunyai arti bahwa apabila karena alasan apapun pihak pemberi biaya tidak dapat menyediakan dananya, maka jual beli antara pihak supplier dengan pihak konsumen sebagai pembeli akan batal. Karena adanya perjanjian jual beli, maka seluruh ketentuan tentang jual beli yang relevan akan berlaku. Misalnya tentang adanya kewajiban "menanggung" dari pihak penjual, kewajiban purna jual (garansi) dan sebagainya.¹⁹

Hubungan penyedia dana dengan supplier dalam hal ini antara pihak penyedia dana (pemberi biaya) dengan pihak supplier (penyedia barang) tidak mempunyai sesuatu

¹⁷ Munir Fuady, *Hukum Tentang Pembiayaan dalam Teori dan Praktek*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1996, hal 165.

¹⁸ *Ibid*, hal 166.

¹⁹ *Ibid*, hal 167

hubungan hukum yang khusus, kecuali pihak penyedia dana hanya pihak ketiga yang disyaratkan, yaitu disyaratkan untuk menyediakan dana untuk digunakan dalam perjanjian jual beli antara pihak supplier dengan pihak konsumen. Karena itu, jika pihak penyedia dana wanprestasi dalam menyediakan dananya, sementara kontrak jual beli maupun kontrak pembiayaan konsumen telah selesai dilakukan, jual beli bersyarat antara pihak supplier dengan konsumen akan batal, sementara pihak konsumen dapat menggugat pihak pemberi dana karena wanprestasi tersebut.²⁰

Dari ketiga hubungan tersebut yang terpenting adalah hubungan antara kreditur dengan konsumen. Hubungan antara kreditur dengan konsumen didasarkan pada perjanjian pembiayaan konsumen. Namun sampai saat ini tidak atau belum ada pedoman atau tuntunan, yang dapat dijadikan acuan oleh perusahaan pembiayaan mengenai apa saja isi atau klausul-klausul yang seyogyanya dimuat atau tidak dimuat dalam suatu perjanjian pembiayaan konsumen tersebut. Diharapkan perjanjian pembiayaan konsumen yang dibuat dengan klausul-klausul tertentu dapat memberikan keamanan bagi pihak perusahaan pembiayaan karena dana yang telah dikeluarkan oleh perusahaan perlu dilindungi, dan harus pula dapat melindungi konsumen selaku debitur yang dalam batas-batas tertentu sering berada pada posisi yang lemah bila berhadapan dengan perusahaan pembiayaan sebagai kreditur.

Perjanjian pembiayaan konsumen yang dibuat antara perusahaan pembiayaan dan penerima pembiayaan (debitur), dibuat dengan berlandaskan semata-mata hanya kepada asas kebebasan berkontrak. Sebagaimana lazimnya pada setiap pembuatan perjanjian yang semata-mata berlandaskan pada asas kebebasan berkontrak, maka juga pembuatan perjanjian pembiayaan konsumen, masing-masing pihak berusaha untuk merebut atau menciptakan dominasi terhadap pihak lainnya, maka yang saling berhadapan adalah dua lawan janji dan bukannya mitra janji.²¹

Dalam hal perjanjian pembiayaan konsumen, kedudukan perusahaan pembiayaan sebagai kreditur dan penerima pembiayaan sebagai debitur tidak pernah seimbang.

Perjanjian pembiayaan konsumen yang dilandaskan hanya pada asas kebebasan berkontrak semata-mata, isinya atau klausul-klausulnya dapat sangat berat sebelah, yaitu akan lebih banyak melindungi kepentingan pihak yang kuat.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tujuan perlindungan konsumen adalah merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Menurut Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat 5 asas, yaitu: Asas manfaat, Asas keadilan, Asas keseimbangan, Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dan Asas kepastian hukum. Pelaku usaha, Konsumen, Produk dan standardisasi produk, peran Pemerintah dan Klausula baku adalah istilah yang perlu diketahui dan disamakan persepsinya dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen.
2. Perlindungan konsumen dalam bisnis pembiayaan konsumen sebenarnya terdapat dalam perjanjian pembiayaan antara debitur dengan kreditur itu sendiri, yaitu asas kebebasan berkontrak yang bertanggung jawab, adil/seimbang dan memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Namun pada kenyataannya dalam praktek, muncul perjanjian pembiayaan yang tidak seimbang/tidak adil dan cenderung berat sebelah, apalagi dengan adanya kontrak baku yang isinya memuat klausul-klausul yang berat sebelah dan tidak seimbang. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dalam Pasal 18 ayat 1 huruf d mengatur secara tegas larangan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha (perusahaan pembiayaan) untuk melakukan tindakan sepihak yang berkaitan dengan obyek/barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

²⁰ *Ibid*, hal 168..

²¹ Rudyanti D Tobing, *Op-cit*, hal 107..

B. Saran

1. Hendaknya tujuan dan asas perlindungan konsumen dapat terlaksana dengan baik terutama dalam asas keadilan dan keseimbangan dalam proses perjanjian pembiayaan agar kedua belah pihak baik debitur maupun kreditur sama-sama dapat diuntungkan dalam perjanjian pembiayaan tersebut.
2. Lembaga pembiayaan konsumen sebaiknya dapat membuat perjanjian yang lebih adil dan patut sehingga tidak merugikan konsumen. Pemerintah, dalam hal ini Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang memiliki tugas dan wewenang mengawasi lembaga keuangan dapat mengambil peran dalam mengawasi kerangka perjanjian pembiayaan yang klausul-klausulnya memberatkan konsumen dan sebagai konsumen hendaknya menjadi konsumen yang cerdas dalam memilih barang atau jasa yang akan dibeli dan mempertimbangkan resiko-resiko terhadap barang dan jasa tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Miru, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2014.
- Agus Sardjono dkk, *Pengantar Hukum Dagang*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2014.
- Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2013.
- Arus Akbar Silondae dan Wirawan, *Pokok-pokok Hukum Bisnis*, Jakarta, 2011. (Lihat Kansil 1977, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata hukum Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka).
- Anonim, *Undang-undang Perlindungan Konsumen 1999*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2009.
- Dudu Duswara Machmudin, *Pengantar ilmu Hukum Sebuah Sketsa*, Bandung, Refika Aditama, 2013.
- Fuady Munir, *Hukum Tentang Pembiayaan (Teori dan Praktek)*, Citra Adiya Bakti, Bandung, 1995.
- Gandi, *Perlindungan Konsumen Dilihat dari Sudut Pengaturan Standardisasi Hasil Industri*, makalah pada Simposium Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen BPHN-Binacipta, Jakarta, 1980.
- Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003.
- H. Lili Rasjidi dan Liza Sonia Rasjidi, *Dasar-dasar Filsafat dan Teori Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2012.
- Inosensius Samsul, *Ringkasan Disertai Prinsip Tanggung Jawab Mutlak*, Fakultas Hukum, Pascasarjana, 2003.
- Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014.
- J.S. Badudu Sutan & Muhammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, PT Intergrafika, Jakarta, 1994.
- Khairandy Ridwan, *Itikad Baik dalam Kebebasan Berkontrak*, Cetakan II, UI Fakultas Hukum Pascasarjana, Jakarta, 2004.