

UPAYA HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP BARANG YANG DIPERDAGANGKAN¹

Oleh : Marcelo Leonardo Tuela²

A B S T R A K

Konsumen dalam menggunakan barang yang diproduksi atau diperdagangkan oleh pelaku usaha dan keadaan barang tersebut ternyata dalam kondisi rusak, cacat dan tercemar, maka konsumen akan dirugikan. Oleh karena itu ketentuan-ketentuan hukum dibuat untuk melindungi hak-hak konsumen agar dapat mencegah kerugian bagi pihak konsumen dan bagi pelaku usaha harus mempertanggungjawabkan kerugian yang dialami konsumen akibat barang yang diproduksi dan diperdagangkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Jaminan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dan analisis terhadap bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier menggunakan analisis yuridis normatif dan kualitatif, kemudian disusun secara sistematis. Hasil penelitian menunjukkan tentang bagaimana tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan ganti rugi atas kerusakan barang terhadap konsumen serta bagaimana upaya hukum oleh konsumen akibat barang yang digunakan dalam keadaan rusak. Pertama, Tanggung jawab pelaku usaha, sebagaimana diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 19 dalam ayat (1) (2) (3) dan (4) dengan tidak menutup kemungkinan kewajiban ganti rugi oleh pelaku usaha tidak perlu dilakukan

terhadap konsumen, apabila pelaku usaha mampu membuktikan penyebab kerusakan barang bukanlah karena kesalahan pelaku usaha melainkan konsumen sendiri, sebagaimana diatur dalam ayat (5). Kedua, Upaya hukum untuk melindungi konsumen terhadap barang yang diproduksi maupun diperdagangkan oleh pelaku usaha agar tidak merugikan pihak konsumen secara normatif telah diatur mengenai larangan-larangan bagi pelaku usaha dalam memproduksi dan memperdagangkan barang-barang yang tidak sesuai dengan syarat dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sanksi hukum akan diberlakukan apabila pelaku usaha melanggar larangan-larangan tersebut. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa tanggung jawab pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerusakan barang yang merugikan konsumen dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. Upaya hukum untuk mencegah konsumen tidak dirugikan akibat barang yang digunakan dalam keadaan rusak melalui pemenuhan kewajiban pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan beritikad baik. Pelaku usaha harus memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang yang diperdagangkan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

A. PENDAHULUAN

Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan manusia, oleh

¹Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing : Henry R.Ch.Memah, SH, MH; Yumi Simbala, SH, MH; Maarthen Y. Tampanguma, SH, MH

²NIM. 100711255. Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat.

karenanya menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha dan pemerintah.³Keperluan adanya hukum untuk memberikan perlindungan konsumen Indonesia merupakan suatu hal yang tidak dapat dielakan, sejalan dengan tujuan pembangunan nasional kita, yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya.⁴

Membahas keperluan hukum untuk memberikan perlindungan bagi konsumen Indonesia, hendaknya terlebih dahulu kita melihat situasi peraturan perundang-undangan Indonesia, khususnya peraturan atau keputusan yang memberikan perlindungan bagi masyarakat, sehingga bentuk hukum perlindungan konsumen yang ditetapkan sesuai dengan yang diperlukan bagi konsumen Indonesia dan keberadaannya tepat apabila diletakkan di dalam kerangka sistem hukum nasional Indonesia.⁵

Era perdagangan bebas di mana arus barang dan jasa dapat masuk ke semua negara dengan bebas, maka yang seharusnya terjadi adalah persaingan jujur.Persaingan jujur adalah suatu persaingan di mana konsumen dapat memiliki barang atau jasa karena jaminan kualitas dengan harga yang wajar.Oleh karena itu pola perlindungan konsumen perlu diarahkan pada pola kerjasama antarnegara, antarsemua pihak yang berkepentingan agar terciptanya suatu

model perlindungan yang harmonis berdasarkan atas persaingan jujur.⁶

Tanggung jawab sosial lebih menekankan kepada pemenuhan hak dan kewajiban baik dan harus dilakukan oleh produsen maupun yang harus dilakukan oleh konsumen khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.Hak bagi konsumen merupakan kewajiban bagi produsen, kewajiban bagi konsumen merupakan hak bagi produsen, demikian pula sebaliknya. Produsen dalam melakukan komunikasi, selain memperkenalkan dan mempromosikan nama perusahaan dan produk-produk yang ditawarkan, juga mempunyai kewajiban mendidik masyarakat. Dalam melaksanakan kegiatan komunikasi produsen harus menyatakan kondisi yang sebenarnya, baik tentang perusahaan maupun tentang produk yang ditawarkannya.Demikian pula produsen mempunyai kewajiban untuk mendidik konsumen.⁷

Untuk membahas bagaimanakah upaya hukum untuk melindungi hak-hak konsumen dari barang yang diproduksi dan diperdagangkan oleh pelaku usaha, maka diperlukan pemahaman secara normatif mengenai perbuatan-perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.Dengan mengetahui larangan bagi pelaku usaha dapat dipahami bagaimana perlindungan hukum dilakukan terhadap konsumen agar tidak dirugikan karena memakai barang yang rusak, cacat dan tercemar.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan ganti rugi

³ Nurmadjito, Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia, Dalam Erman Rajagukguk, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000, hal. 7. (Lihat anatar lain Nasution AZ. *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hal. 19).

⁴*Ibid.*

⁵*Ibid*, hal. 8.

⁶Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas*, (Makalah) Dalam Dalam Erman Rajagukguk, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000, hal. 38.

⁷H. Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Cetakan Kesatu. Alfabeta, CV. Bandung. 2012, hal. 252.

atas kerusakan barang terhadap konsumen ?

2. Bagaimana upaya hukum oleh konsumen akibat barang yang digunakan dalam keadaan rusak ?

C. METODE PENELITIAN

Bahan-bahan hukum yang digunakan untuk penelitian ini dikumpulkan melalui studi kepustakaan. Jenis-jenis bahan hukum yang akan digunakan sesuai dengan tujuan pembahasan materi ini, yaitu: Bahan hukum primer yang terdiri dari: Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan perundang-undangan lainnya yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Bahan hukum sekunder terdiri dari referensi berupa: literatur-literatur ilmu hukum, karya-karya ilmiah hukum di bidang perlindungan konsumen. Bahan hukum tersier, terdiri dari: kamus hukum dan kamus umum untuk menjelaskan istilah dan pengertian sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dan Analisis terhadap bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier menggunakan analisis yuridis normatif dan kualitatif, kemudian disusun secara sistematis.

D. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Hak dan Kewajiban Konsumen

Pengertian Konsumen menurut hukum perlindungan konsumen di Indonesia dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen sebagaimana dimaksud Pasal 1 angka (2) dirumuskan pengertian bahwa: "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".

Pengertian konsumen sebagaimana pengertian tersebut ditegaskan lagi di dalam Penjelasan Pasal 1 angka (2) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang memberikan penjelasan bahwa: "Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam Undang-undang ini adalah konsumen akhir".

Berkaitan dengan hak-hak konsumen secara normatif UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengaturnya dalam Bab III. Hak dan Kewajiban, Bagian Pertama mengenai Hak dan Kewajiban Konsumen. Hak konsumen dinyatakan dalam Pasal 4 huruf:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.⁸

Sampai saat ini secara universal diakui adanya hak-hak konsumen yang secara universal pula dilindungi dan dihormati, yaitu:⁹

1. Hak keamanan dan keselamatan;
2. Hak atas informasi;
3. Hak untuk memilih;
4. Hak untuk didengar;
5. Hak atas lingkungan hidup.

2. Pengertian Barang Untuk Konsumen

Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen (Pasal 1 angka (4) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen).

Pengertian barang dalam UUPK tersebut mengandung pengertian yang sangat luas, sehingga dari segi perlindungan konsumen, pengertian tersebut menguntungkan konsumen, namun bagi produsen, pengertian tersebut merugikan, terutama produsen dari hasil pertanian primer dan hasil perburuan yang umumnya tidak melibatkan produsen secara langsung dalam menentukan kualitas barang, sehingga pengertian barang dalam UUPK sebaiknya juga dikecualikan produk pertanian primer dan hasil buruan yang belum diolah oleh produsen sebagaimana dalam *directive*.¹⁰ *Product Liability Directive*

⁸Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁹*Ibid*

¹⁰Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Edisi 1. Cetakan ke-

(selanjutnya disebut *directive*) sebagai pedoman bagi negara Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) dalam menyusun ketentuan mengenai Hukum Perlindungan Konsumen.¹¹

3. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi (Pasal 1 angka (3) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen). Penjelasan Pasal 1 angka (3) menyebutkan: "Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.

Definisi pelaku usaha yang diberikan oleh Pasal 1 butir 3 UUPK tersebut, pelaku usaha tidak harus suatu badan hukum, tetapi dapat pula orang perseorangan. Menurut definisi tersebut, UUPK berlaku baik bagi pelaku usaha ekonomi kuat, maupun bagi pelaku usaha ekonomi lemah (Usaha Kecil Menengah). Pelaku Usaha menurut UUPK juga tidak terbatas pada pelaku usaha perorangan yang berkewarganegaraan Indonesia atau pelaku usaha badan hukum asing, sepanjang mereka itu melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia.¹²

1. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011, hal. 25. (yang dimaksud dengan *directive*, yakni Product Liability Directive (selanjutnya disebut *directive*) sebagai pedoman bagi negara Masyarakat Ekonomi Eropa (MEE) dalam menyusun ketentuan mengenai Hukum Perlindungan Konsumen.

¹¹*Ibid*, hal. 21.

¹²Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasi*, Cetakan ke-1. Kencana Media Group. 2008, hal. 67.

Pengertian pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 1 angka(3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen cukup luas karena meliputi penjual grosir, leveransir sampai pada pengecer, dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam masyarakat Eropa terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah: pembuat produk jadi (*finished product*); penghasil bahan baku; pembuat suku cadang; setiap orang yang menampakkannya sebagai produsen, dengan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu; importer suatu produk dengan maksud untuk dijualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*) dalam hal identitas dari produsen atau importer tidak dapat ditentukan.¹³

Dengan demikian tampak bahwa pelaku usaha yang dimaksudkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen sama dengan cakupan produsen yang dikenal di Belanda karena produsen dapat berupa perorangan atau badan hukum.¹⁴ Dalam pengertian pelaku usaha tersebut, tidaklah mencakup eksportir atau pelaku usaha di luar negeri, karena UUPK membatasi orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan dan melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia.¹⁵ Hak pelaku usaha menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diatur dalam Pasal 6.

¹³Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008, hal. 9 (Catatan kaki Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Lihat Johannes Gunawan, "Product Liability" dalam *Hukum Bisnis Indonesia*, Pro Justitia, Tahun XII, Nomor 2 April 1994, hlm. 7).

¹⁴*Ibid*, hal. 9.

¹⁵*Ibid*

E. PEMBAHASAN

1. Ganti Rugi Terhadap Kerusakan Barang Oleh Pelaku Usaha

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur mengenai Tanggung Jawab Pelaku Usaha, sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 19 ayat:

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang 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 (tujuh) 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.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, ternyata memberikan pemahaman secara normatif pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan ganti rugi akibat kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen harus dilaksanakan sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1) (2) (3) dan (4) dengan tidak menutup

kemungkinan kewajiban ganti rugi oleh pelaku usaha tidak perlu dilakukan terhadap konsumen, apabila pelaku usaha mampu membuktikan penyebab kerusakan barang bukanlah karena kesalahan pelaku usaha melainkan konsumen sendiri, sebagaimana diatur dalam ayat (5).

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

- a. Kesalahan;
- b. Praduga selalu bertanggung jawab (*presumption based on fault*);
- c. Praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability*);
- d. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*);
- e. Pembatasan tanggung jawab (*limitation of liability*).¹⁶

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability*) atau *liability based of fault* adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya Pasal 1365, 1366 dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menyatakan seseorang baru dapat dimintakan pertanggungjawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Pasal 1365 KUHPerdata yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:

- a. adanya perbuatan;
- b. adanya unsur kesalahan;
- c. adanya kerugian yang diderita;
- d. adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.¹⁷

Kesalahan adalah unsur yang bertentangan dengan hukum. Pengertian "hukum" tidak hanya bertentangan dengan undang-undang, tetapi juga kepatutan dan kesusilaan dalam masyarakat.¹⁸

Prinsip praduga selalu bertanggung jawab. Prinsip ini menyatakan, tergugat

selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*) sampai saat ini ia dapat membuktikan ia tidak bersalah, jadi beban pembuktian ada pada si tergugat.¹⁹

Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab. Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab (*presumption nonliability principle*) hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan. Contoh dalam penerapan prinsip ini adalah dalam hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan pada bagasi/bagasi tangan yang biasanya dibawa dan diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dari penumpang. Dalam hal ini, pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat diminta pertanggungjawaban.²⁰

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolute (*absolute liability*), kendati demikian ada pula para ahli yang membedakan kedua terminologi di atas. Ada pendapat yang mengatakan *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan, namun ada pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeure*. Sebaliknya, *absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya. Selain itu ada pandangan yang agak mirip yang mengaitkan perbedaan keduanya pada ada atau tidak adanya hubungan kausalitas antara subjek yang bertanggung jawab dan kesalahannya. Pada *strict liability*, hubungan itu harus ada, sementara pada *absolute liability*, hubungan itu tidak selalu ada. Maksudnya pada *absolute liability*,

¹⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *op.cit*, hal. 92

¹⁷ *Ibid*, hal. 93.

¹⁸ *Ibid*

¹⁹ *Ibid*, hal. 94.

²⁰ *Ibid*, hal. 95-96.

dapat saja si tergugat yang dimintai pertanggungjawaban itu bukan si pelaku langsung kesalahan tersebut (misalnya dalam kasus bencana alam).²¹

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*) sangat disenangi oleh pelaku usaha untuk dicantumkan sebagai klausul eksonerasi dalam perjanjian standar yang dibuatnya.²² Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen bila ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha. Dalam UU No. 8 Tahun 1999 seharusnya pelaku usaha tidak boleh secara sepihak menentukan klausul yang merugikan konsumen, termasuk membatasi maksimal tanggung jawabnya. Jika ada pembatasan mutlak harus berdasarkan pada peraturan perundang-undangan yang jelas.²³

Setiap pelaku usaha harus bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan atau diperdagangkannya. Tanggung jawab pelaku usaha ini dinamakan dengan tanggung gugat produk sebagai terjemahan dari kata "*product (s) liability, product (en) aansprakelijkheid*, atau "*prodezentenhaftung*". Tanggung gugat produk ini timbul dikarenakan kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat dari "produk yang cacat" bisa dikarenakan kekurangcermatan dalam memproduksi, tidak sesuai dengan yang diperjanjikan/jaminan atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dengan demikian tanggung gugat produk ini bisa dikarenakan pelaku usahanya ingkar janji atau melakukan perbuatan melawan hukum.²⁴

Tanggung jawab pelaku usaha ini telah diatur dalam Pasal 19 sampai dengan Pasal 28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun

1999. Berdasarkan undang-undang tersebut, bukan hanya pelaku usaha yang bertanggung jawab terhadap barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkannya, tetapi termasuk juga importir. Demikian pula menurut "Directive" yang dipandang bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produk yang cacat adalah:

- a. Produsen produk akhir, bahan dasar atau suku cadang;
- b. Mereka yang menjadikan dirinya sebagai produsen;
- c. *Supplier* atau leveransir, jika tidak diketahui identitas produsennya, kecuali ia memberitahukan identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya;
- d. Importir jika produk yang bersangkutan tidak menunjukkan identitas importer sekalipun nama produsen dicantumkan.²⁵

Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 mengatur tanggung jawab kesalahan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan atau diperdagangkannya. Dikatakan pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas:

- a. Kerusakan;
- b. pencemaran;
- c. kerusakan dan kerugian konsumen;
- d. kerugian konsumen.²⁶

Akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Bentuk ganti rugi berupa:

- a. Pengembalian uang;
- b. Penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara;
- c. Perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.²⁷

Tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan ganti rugi di atas tidak berlaku

²¹*Ibid*, hal. 96.

²²*Ibid*, hal. 97.

²³*Ibid*, hal. 98

²⁴ Usman Rachmadi, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*. Cet. I. Djambatan, Jakarta, 2000, hal. 217.

²⁵*Ibid*, hal. 217-218.

²⁶*Ibid*, hal. 218

²⁷*Ibid*

apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen. Ini berarti bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.²⁸

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur mengenai Sanksi Administratif. Pasal 60 menyatakan pada ayat:

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.²⁹
- (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.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur mengenai Sanksi Pidana, diatur dalam Pasal 61 menyatakan: Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya. Pasal 62 ayat:

- (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).³⁰

- (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).³¹

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

Tanggung gugat produk merupakan terjemahan bebas dalam bahasa Indonesia yang secara populer sering disebut dengan "*product liability*" adalah suatu konsepsi hukum yang intinya dimaksudkan memberikan perlindungan kepada konsumen yaitu dengan jalan memberikan perlindungan konsumen dari beban untuk membuktikan bahwa kerugian konsumen timbul akibat kesalahan dalam proses produksi dan sekaligus ganti rugi.³²

Pada dasarnya konsepsi tanggung gugat produk ini secara umum tidak jauh berbeda dengan konsepsi tanggung jawab sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 1365 dan Pasal 1865 KUH Perdata. Perbedaannya adalah bahwa tanggung jawab produsen untuk memberikan ganti rugi diperoleh, setelah pihak yang menderita kerugian dapat membuktikan bahwa cacatnya produk tersebut serta kerugian yang timbul merupakan akibat kesalahan yang dilakukan produsen. Perbedaan lain, yaitu bahwa ketentuan ini tidak secara tegas mengatur pemberian ganti rugi atau beban

²⁸*Ibid*

²⁹Lihat Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

³⁰Lihat Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18

³¹Lihat Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f

³²Nurmadjito, *op.cit.*, hal.22 (Nurmadjito, mengutip Nahattands. V. Lambock, "*Product Liability*" dalam kerangka Perlindungan Konsumen" Lokakarya Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, Kerjasama, Lembaga Penelitian Universitas Indonesia dengan Departemen Perindustrian dan Perdagangan tanggal 16 Oktober 1996 di Jakarta.

pembuktian kepada konsumen, melainkan kepada pihak manapun yang mempunyai hubungan hukum dengan produsen, apakah sebagai konsumen, sesama produsen penyalur, pedagang atau instansi lain, sehingga sebagai suatu konsep, materi tanggungugat produk yang pada hakikatnya termasuk doktrin hukum yang masih baru merupakan salah satu upaya untuk memperkaya khasanah dalam sistem hukum yang selama ini berlaku di Indonesia.³³

Dimasukkannya materi ini, merupakan suatu upaya mengadakan perubahan di dalam suatu sistem hukum; atau yang sekarang ini populer disebut dengan reformasi hukum. Perubahan tersebut tentunya akan mempengaruhi sistem atau acara yang berlaku apabila terjadi sengketa antara produsen dengan konsumen. Ketentuan semacam ini telah pula diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan.

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.³⁴

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai

dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.³⁵

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.³⁶

Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat. Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi

³³Nurmadjito, *op.cit*, hal. 23.

³⁴ Penjelasan Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

³⁵*Ibid.*

³⁶*Ibid.*

justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong iklim berusaha yang sehat yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas. Di samping itu, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini dalam pelaksanaannya tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah. Hal itu dilakukan melalui upaya pembinaan dan penerapan sanksi atas pelanggarannya.³⁷

2. Upaya hukum melindungi konsumen akibat barang yang diperdagangkan dalam keadaan rusak

Ada dua asumsi dalam melihat posisi konsumen di era pasar bebas, pertama, posisi konsumen diuntungkan. Logika gagasan ini adalah dengan adanya liberalisasi perdagangan arus keluar masuk barang menjadi semakin lancar, sehingga konsumen lebih banyak punya pilihan dalam menentukan berbagai kebutuhan baik berupa barang dan jasa, baik dari segi jenis/macam barang, mutu maupun dari segi harga. Kedua, posisi konsumen khususnya di negara berkembang dirugikan. Alasannya, masih lemahnya pengawasan di bidang standarisasi mutu barang, lemahnya produk perundang-undangan akan menjadikan konsumen negara dunia ketiga menjadi sampah berbagai produk dari negara maju yang tidak memenuhi persyaratan untuk dipasarkan. Contoh kasus buah impor, di negara maju ditolak karena kandungan/residu pestisida di atas ambang batas yang membahayakan kesehatan, tetapi di negara berkembang bebas masuk karena belum ada standarisasi mutu buah impor.³⁸

³⁷Ibid.

³⁸Tini Hadad, *Peranan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Dalam Perlindungan Hukum Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas, (Makalah) Dalam Erman Rajagukguk, dkk, Hukum Perlindungan*

Upaya hukum untuk melindungi konsumen terhadap barang yang diproduksi maupun diperdagangkan oleh pelaku usaha agar tidak merugikan pihak konsumen secara normatif telah diatur mengenai larangan-larangan bagi pelaku usaha dalam memproduksi dan memperdagangkan barang-barang yang tidak sesuai dengan syarat dan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sanksi hukum akan diberlakukan apabila pelaku usaha melanggar larangan-larangan tersebut.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Pasal 8 menyatakan pada ayat:

- (2) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
- tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau

Konsumen, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000, hal. 63-64.

keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 8 ayat (2) menyebutkan: Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud. Produk dikualifikasikan mengandung kerusakan apabila produk itu tidak memenuhi keamanan (*safety*) yang dapat diharapkan oleh seseorang dengan mempertimbangkan semua aspek, antara lain:

- a. penampilan produk (*the presentation of the product*);
- b. maksud penggunaan produk (*intended use of the product*);
- c. saat ketika produk ditempatkan di pasaran (*the time when the product was put into circulation*).³⁹

Tanggung jawab tersebut sehubungan dengan produk yang cacat/rusak sehingga menyebabkan atau turut menyebabkan kerugian bagi pihak lain (konsumen) baik kerugian badaniah, kematian atau harta benda.⁴⁰

Apakah yang dimaksud dengan produk cacat di Indonesia, per definisi produk cacat menurut Emma Suratman, adalah: Setiap produk yang tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya baik karena kesenagjaan atau kealpaan dalam proses produksinya maupun disebabkan hal-hal lain yang terjadi dalam peredarannya atau tidak menyediakan syarat-syarat keamanan bagi manusia atau harta benda dalam penggunaannya sebagaimana diharapkan orang.⁴¹ Sesuatu produk dapat disebut cacat (tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya) karena:

- a. cacat produk manufaktur;
- b. cacat desain;

³⁹Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hal. 102.

⁴⁰*Ibid.*

⁴¹*Ibid.*

c. cacat peringatan atau cacat instruksi.⁴²

Cacat produk adalah keadaan produk yang umumnya berada di bawah tingkat harapan konsumen atau dapat pula cacat itu demikian rupa sehingga dapat membahayakan harta bendanya, kesehatan tubuh dan jiwa konsumen. Misalnya setiap orang mengharapkan air minum dalam botol tidak berisi butir-butir pasir, seperti juga tepung gandum tidak berisi potongan-potongan kecil besi, saus tomat tidak terbuat dari labu siam ditambah dengan zat pewarna. Cacat-cacat demikian dapat pula termasuk cacat desain, sebab kalau desain produk itu dipenuhi sebagaimana mestinya, tidaklah kejadian merugikan konsumen tersebut dapat terjadi.⁴³

Cacat peringatan atau instruksi ini adalah cacat produk karena tidak dilengkapi dengan peringatan-peringatan tertentu atau instruksi penggunaan tertentu. Misalnya peringatan produk harus disimpan pada suhu kamar atau suhu lemari pendingin (makanan dan kemasan) atau dapat pula peringatan agar dalam penggunaannya harus menggunakan *voltage* listrik tertentu (televisi), larangan memakai kendaraan bermotor selama menggunakan (jamu Nostresa) atau pengguna yang biasa meminum minuman keras melebihi ukuran tertentu harus meminta nasihat dokter (obat *Tylenol*) dan sebagainya.⁴⁴

Kemamanan pangan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam konsumsi sehari-hari. Dengan demikian sesungguhnya pangan selain harus tersedia dalam jumlah yang cukup, harga terjangkau juga harus memenuhi persyaratan lain, yaitu sehat, aman dan halal. Jadi sebelum pangan tersebut didistribusikan harus memenuhi persyaratan kualitas, penampilan dan cita rasa, maka terlebih dahulu pangan tersebut harus benar-benar aman untuk

dikonsumsi. Artinya pangan tidak boleh mengandung bahan berbahaya, seperti cemaran pestisida, logam berat, mikroba *patogen* maupun tercemar oleh bahan-bahan yang dapat mengganggu kepercayaan maupun keyakinan masyarakat misalnya tercemar bahan berbahaya.⁴⁵

Menurut undang-undang pangan, keamanan pangan diartikan sebagai kondisi dan upaya yang diperlukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia atau benda lain yang dapat mengganggu, merugikan dan membahayakan kesehatan manusia. Dalam undang-undang pangan tersebut terlihat jelas bahwa keamanan pangan terkait langsung dengan kesehatan manusia yang dapat terjadi sebagai akibat cemaran biologis, seperti bakteri, virus, parasit dan cendawan; pencemaran kimia seperti: pestisida, toksin (racun) dan logam berat serta pencemaran fisik seperti radiasi.⁴⁶

Produksi pangan adalah kegiatan atau proses menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, mengawetkan, mengemas, mengemas kembali, dan atau mengubah bentuk pangan.⁴⁷ Pengangkutan pangan adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka memindahkan pangan dari satu tempat ke tempat lain dengan cara atau sarana angkutan apa pun dalam rangka produksi, peredaran, dan atau perdagangan pangan.⁴⁸

Peredaran pangan adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka penyaluran pangan kepada masyarakat, baik untuk diperdagangkan maupun tidak.⁴⁹ Perdagangan pangan

⁴²*Ibid*, hal. 103.

⁴³*Ibid*, hal. 103-104.

⁴⁴*Ibid*, hal. 104-105.

⁴⁵Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hal. 169.

⁴⁶*Ibid*, hal. 170.

⁴⁷ Pasal 1 angka (5) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan

⁴⁸ Pasal 1 angka (6)

⁴⁹ Pasal 1 angka (7)

adalah setiap kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka penjualan dan atau pembelian pangan, termasuk penawaran untuk menjual pangan, dan kegiatan lain yang berkenaan dengan pemindahtanganan pangan dengan memperoleh imbalan.⁵⁰ Sanitasi pangan adalah upaya pencegahan terhadap kemungkinan bertumbuh dan berkembang biaknya jasad renik pembusuk dan patogen dalam makanan, minuman, peralatan, dan bangunan yang dapat merusak pangan dan membahayakan manusia.⁵¹

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan, Pasal 2 menyatakan: Pembangunan pangan diselenggarakan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia yang memberikan manfaat secara adil dan merata berdasarkan kemandirian dan tidak bertentangan dengan keyakinan masyarakat. Pasal 3: Tujuan pengaturan, pembinaan, dan pengawasan pangan adalah:

- a. tersedianya pangan yang memenuhi persyaratan keamanan, mutu, dan gizi bagi kepentingan kesehatan manusia;
- b. terciptanya perdagangan pangan yang jujur dan bertanggung jawab; dan
- c. terwujudnya tingkat kecukupan pangan dengan harga yang wajar dan terjangkau sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Peran pelaku produsen dalam konteks hubungannya dengan konsumen sangat potensial dalam menimbulkan kerugian baik material maupun moral. Hal ini sangat beralasan karena dalam dunia perdagangan bebas yang sangat kompetitif baik mengenai kualitas produk dalam kaitannya dengan biaya produksi maupun mengenai standarisasi harga maka produsen harus selalu meningkatkan kualitas manajemen perusahaan dan kualitas kontrol internal dan eksternal yang terarah dan tepat guna. Ada di antara mereka yang tidak

mampu melakukan seluruh mekanisme tersebut, sehingga menggunakan jalan pintas dengan tujuan memperoleh keuntungan besar dan dengan mutu daya saing yang sangat rendah.⁵²

Tindakan para produsen sedemikian sudah tentu bukan saja merupakan pelanggaran terhadap ketentuan undang-undang pidana yang berlaku akan tetapi juga merupakan pelanggaran terhadap kepercayaan yang melandasi hubungan hukum antara produsen dan konsumen yang mengandung nilai moral terdalam.⁵³

Pengaturan ketentuan pidana dalam bentuk penetapan macam-macam sanksi pidana dalam hubungan dengan dunia perdagangan atau bisnis harus dilakukan secara hati-hati karena jika masalah etika bisnis yang dijadikan standar perilaku dalam hubungan bisnis atau perdagangan maka sanksi pidana tidak selalu dapat menegakkan etika bisnis pada khususnya dan etika pada umumnya. Sanksi pidana dalam konteks dunia perdagangan dan bisnis hanya merupakan salah satu upaya untuk memperkuat harmonisasi hubungan antara para pihak yang terlibat bukan sarana hukum yang dapat "memperbaiki" hubungan para pihak yang sudah terganggu. Penggunaan dan harapan yang terlalu berlebihan pada kekuatan sanksi pidana konteks dunia perdagangan dan bisnis hanya akan mempertaruhkan masa depan dunia usaha ke dalam jurang kehancuran dan tidak memperkuat segenap segmen kehidupan dunia bisnis dan perdagangan. Dalam kaitan dengan ini maka strategi kebijakan kriminal yang tepat dan relevan adalah kebijakan kriminal yang bersifat preventif, rehabilitatif dan protektif

⁵⁰ Pasal 1 angka (8)

⁵¹ Pasal 1 angka (9)

⁵² Romli Atmasasmita, *Bentuk-Bentuk Tindak Pidana Yang Dilakukan Oleh Produsen Pada Era Perdagangan Bebas Suatu Upaya Antisipatif Preventif dan Represif (Makalah)*, Dalam Erman Rajagukguk, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000, hal. 83-84.

⁵³ *Ibid*, hal. 84.

dibandingkan dengan strategi kebijakan kriminal yang bersifat represif.⁵⁴

Tanggung jawab sosial lainnya dari perusahaan atau prosuden adalah dalam hal kegiatan komunikasi perusahaan. Salah satu bentuk kegiatan komunikasi perusahaan adalah promosi atau iklan.⁵⁵ Dalam menjalankan kegiatan promosi, perusahaan harus memperhatikan berbagai aspek terutama yang terkait dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat. Iklan-iklan yang sudah berhasil menarik pembeli yang dilakukan di suatu negara tidak serta merta dapat dilakukan di negara yang sedang berkembang. Di negara-negara yang sedang berkembang di mana nilai-nilai keagamaan masih sangat kental, perusahaan harus menaruh perhatian yang khusus dalam pemasangan iklan. Pencitraan suatu produk melalui personifikasi seorang bintang film perempuan dengan pakaian yang tidak sesuai dengan nilai budaya setempat akan mengundang proses masyarakat. Hal ini telah terjadi beberapa tahun yang lalu dan protes masyarakat tidak berlanjut karena produsen pemasang iklan segera merubah tampilan iklannya. Masih ada beberapa contoh bentuk-bentuk komunikasi pemasaran lainnya yang kurang sesuai dengan nilai-nilai sosial kemasyarakatan. Sekali lagi tanggung jawab sosial para produsen meliputi wilayah yang sangat luas dan perlu mendapat perhatian sebagaimana mestinya.⁵⁶

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tanggung jawab pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerusakan barang yang merugikan konsumen dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian

santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

2. Upaya hukum untuk mencegah konsumen tidak dirugikan akibat barang yang digunakan dalam keadaan rusak melalui pemenuhan kewajiban pelaku usaha untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan beritikad baik.. Pelaku usaha harus memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang yang diperdagangkan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

B. Saran

1. Dalam menggunakan suatu produk yang diperdagangkan masyarakat harus lebih berhati-hati dikarenakan, produk-produk tersebut seringkali tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan kepada konsumen yang memakai produk tersebut akibatnya dalam hal ini konsumen seringkali dirugikan.
2. Pemerintah sebagai organisasi tertinggi dalam suatu negara haruslah menjaga serta melindungi masyarakat terhadap barang dan jasa yang ditawarkan dengan memberikan rasa aman terhadap produk-produk yang ada dan yang beredar di masyarakat secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

Atmasasmita, Romli, *Bentuk-Bentuk Tindak Pidana Yang Dilakukan Oleh Produsen Pada Era Perdagangan Bebas Suatu Upaya Antisipatif Preventif dan Represif (Makalah)*, Dalam Erman Rajagukguk, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000.

⁵⁴*Ibid*, hal. 91

⁵⁵H. Mulyadi Nitisusastro, *op.cit*, hal. 253.

⁵⁶*Ibid*, hal. 253.

- Hadad, Tini, *Peranan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Dalam Perlindungan Hukum Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas*, (Makalah) Dalam Erman Rajagukguk, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000.
- Hartono Redjeki Sri, *Aspek-Aspek Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas*, (Makalah) Dalam Erman Rajagukguk, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000.
- Kristiyanti Siwi Tri Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2008.
- Miru, Ahmadi, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Edisi 1. Cetakan ke-1. PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011.
- Miru Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Nitisusastro MulyadiH, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Cetakan Kesatu. Alfabeta, CV. Bandung. 2012.
- Nugroho Adi Susanti, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasi*, Cetakan ke-1. Kencana Media Group. 2008.
- Nurmadjito, *Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-Undangan tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Dalam Erman Rajagukguk, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000.
- Rajagukguk, Erman, *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Era Perdagangan Bebas*, (Makalah) Dalam Erman Rajagukguk, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000.
- Simatupang H.Taufik, *Aspek Hukum Periklanan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Cetakan ke- I. PT. Citra Aditya. Bandung, 2004.
- Saefullah.H.E., *Tanggung Jawab Produsen (Product Liability) Dalam Era Perdagangan Bebas*, (Makalah) Dalam Erman Rajagukguk, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000.
- Tahir, Toto, *Kemungkinan Gugatan Class Action Dalam Upaya Perlindungan Hukum Pada Era Perdagangan Bebas (Makalah)*, Dalam Erman Rajagukguk, *dkk, Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan I. Mandar Maju Bandung, 2000.
- Usman Rachmadi, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*. Cet I. Djambatan, Jakarta, 2000.
- Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cetakan Keempat, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008.