

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Landasan Operasional

Dalam upaya untuk lebih memperjelas pengertian-pengertian yang dibahas dalam penelitian ini, maka akan dilakukan pembahasan pada beberapa istilah, antara lain;

2.1.1.1. Pengertian Jual Beli

Menurut Abdulkadir Muhammad, perjanjian jual beli adalah perjanjian dengan mana penjual memindahkan atau setuju memindahkan hak milik atas barang kepada pembeli sebagai imbalan sejumlah uang yang disebut harga.¹

Menurut Pasal 1457 KUHPdata, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Terdapat 2 unsur penting dalam jual beli, yaitu:

1. Barang/benda yang diperjualbelikan

Bahwa yang harus diserahkan dalam persetujuan jual beli adalah barang berwujud benda/zaak. Barang adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan objek harta benda atau harta kekayaan. Menurut

¹ Abdulkadir Muhammad, Hukum Perjanjian, Bandung: PT Alumni, 2010, hlm. 243.

ketentuan Pasal 1332 KUHPerdara, hanya barang-barang yang biasa diperniagakan saja yang boleh dijadikan objek persetujuan.

KUHPerdara mengenal tiga macam barang dalam Pasal 503- Pasal 505 KUHPerdara yaitu: a) Ada barang yang bertubuh dan ada barang yang tak bertubuh. b) Ada barang yang bergerak dan ada barang yang tak bergerak. c) Ada barang yang bergerak yang dapat dihabiskan, dan ada yang tidak dapat dihabiskan; yang dapat dihabiskan adalah barang-barang yang habis karena dipakai. Penyerahan barang-barang tersebut diatur dalam KUHPerdara sebagaimana berikut:

- a) Untuk barang bergerak cukup dengan penyerahan kekuasaan atas barang itu (Pasal 612 KUHPerdara)
- b) Untuk barang tidak bergerak penyerahan dilakukan dengan pengumuman akta yang bersangkutan yaitu dengan perbuatan yang di namakan balik nama di muka pegawai kadaster yang juga dinamakan pegawai balik nama (Pasal 616 dan Pasal 620 KUHPerdara).
- c) Untuk barang tidak bertubuh dilakukan dengan membuat akta otentik atau di bawah tangan yang melimpahkan hak-hak atas barang-barang itu kepada orang lain (Pasal 613 KUHPerdara).

2. Harga

Harga berarti suatu jumlah yang harus dibayarkan dalam bentuk uang.² Pembayaran harga dalam bentuk uang lah yang dikategorikan jual beli. Harga ditetapkan oleh para pihak. Pembayaran harga yang telah disepakati merupakan kewajiban utama dari pihak pembeli dalam suatu perjanjian jual beli.

Dari kegiatan jual beli maka lahirnya adanya kewajiban diantara penjual dan pembeli. Adapun kewajiban penjual antara lain:

1. Menyerahkan hak milik atas barang yang diperjualbelikan.

Kewajiban menyerahkan hak milik meliputi segala perbuatan yang menurut hukum diperlukan untuk mengalihkan hak milik atas barang yang diperjual belikan itu dari si penjual kepada si pembeli.

2. Menanggung kenikmatan tenteram atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi.³

Konsekuensi dari jaminan oleh penjual diberikan kepada pembeli bahwa barang yang dijual itu adalah sungguh-sungguh miliknya sendiri yang bebas dari sesuatu beban atau tuntutan dari suatu pihak. Dan mengenai cacat tersembunyi maka penjual menanggung cacat-cacat yang tersembunyi itu pada barang yang dijualnya meskipun penjual tidak mengetahui ada cacat yang tersembunyi dalam objek jual beli kecuali telah diperjanjikan

² Yahya Harahap, Segi-Segi Hukum Perjanjian, Bandung: PT Alumni, 1986, hlm. 182.

³ Subekti, Aneka Perjanjian, Bandung: PT Alumni, 1982, hlm. 8

sebelumnya bahwa penjual tidak diwajibkan menanggung suatu apapun. Tersembunyi berarti bahwa cacat itu tidak mudah dilihat oleh pembeli yang normal.

Terkait dengan kewajiban pembeli, menurut Abdulkadir Muhammad, kewajiban pokok pembeli itu ada dua yaitu menerima barang-barang dan membayar harganya sesuai dengan perjanjian diaman jumlah pembayaran biasanya ditetapkan dalam perjanjian.⁴ Sedangkan menurut Subekti, kewajiban utama si pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian. Harga tersebut haruslah sejumlah uang meskipun hak ini tidak ditetapkan dalam undang-undang.⁵

2.1.1.2 Pengertian Layanan Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata “jasa” (service) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (personal service) sampai pada jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini banyak pakar pemasaran jasa yang berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Lehtinen⁶ sendiri mengatakan bahwa “A service is an activity or A series of activities which take place in interactions with a contact person or physical machine

⁴ Abdulkadir Muhammad, Hukum Perjanjian, Op.Cit., hlm. 257-258

⁵ Subekti, Op.Cit., hlm. 20.

⁶ Parasuraman, Zeithaml & L.L., Berry, A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for future research, (Journal of Marketing, Vol.49, 1985)

and which provides consumer satisfaction.” Sementara Gronroos⁷ mendefinisikan jasa sebagai berikut “a service is any activity or series of activities of more or less intangible nature that normally, but not necessarily, take place in interactions between the customer and service employees and/or physical resources or good and/or system of the service provider, which are provided as solutions to customer problems.”

Selanjutnya, Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner⁸ memberikan batasan tentang jasa yaitu: “Service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health).” Definisi yang lebih lengkap dikemukakan oleh Stanton⁹ menurutnya jasa adalah: “Kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (intangible) yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin pula tidak diperlukan penggunaan benda nyata (tangible). Akan tetapi sekalipun benda itu perlu namun tidak terdapat adanya pemindahan

⁷ Cristian Gronroos, *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition.*, (New Delhi: Wiley India)

⁸ Valarie Zeithaml, et al., *Service Marketing*, 6th Edition, (Boston: Mcgraw-Hill, 2012)

⁹ Stanton Wiliam, et al., *Fundamental of Marketing* (Sidney: Mcgraw-Hill, 2000), 250.

hak milik atas benda tersebut.” Tidak jauh berbeda dengan definisi diatas, Kotler & Amstron dalam bukunya yang berjudul Prinsip-prinsip Pemasaran¹⁰ mendefinisikan jasa sebagai berikut:

”Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan suatu kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya”

Jasa merupakan suatu produk yang tidak berwujud. Membeli jasa sama dengan membeli sesuatu yang tidak berwujud. Bila melihat lebih jauh lagi antara produk (fisik) dan jasa, sebenarnya keduanya memang sulit untuk dibedakan, karena biasanya pembelian dari suatu produk akan turut disertai dengan pemberian fasilitas jasa dan sebaliknya juga sering pembelian jasa mengikutsertakan barang dalam prosesnya. Jika suatu barang dihasilkan dari sebuah proses produksi misalnya, maka jasa akan dihasilkan melalui pemberian sarana dan prasarana yang mesti ditunjang dengan penyampaian suatu keterampilan tertentu dari pihak pemberi jasa.

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang (fisik). Griffin¹¹ menyebutkan tiga karakteristik

¹⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, (NJ: Pearson Education, 2012), 347.

¹¹ Ricky Griffin and Ronald J. Ebert, Study Guide for Business Essentials, (NJ: Prentice Hall, 2013)

yang membedakan produk jasa dengan produk barang, sebagai berikut:

1. Intangibility (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. Unstorability (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. Customization (kustomisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.1.1.3 Pengertian Media Sosial

Perkembangan dunia teknologi saat ini membuat semakin banyaknya aplikasi jejaring sosial yang menawarkan berbagai fitur guna memenuhi tuntutan kemajuan teknologi saat ini. Mulai dari aplikasi jejaring sosial yang hanya bisa digunakan untuk mengunggah kata-kata atau status, foto, dan video sampai aplikasi yang menyediakan fitur live seperti halnya tayangan televisi.

Jejaring sosial adalah aplikasi yang mengizinkan pengguna untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain, informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Jejaring sosial digunakan untuk menunjukkan sebuah eksistensi, serta untuk mempromosikan sesuatu agar segala sesuatu yang diunggah tersebut banyak yang melihat dan akhirnya menjadi terkenal. Jika jejaring sosial ini dijadikan media untuk promosi bisnis maka akan sangat menguntungkan, selain gratis juga tidak membuang-buang waktu dan tenaga, serta kapan pun dimana pun dapat melakukan promosi melalui jejaring sosial dengan syarat ada jaringan internet.

Bisnis jual beli online ini banyak pedagang yang melakukan proses penjualan barang dagangannya melalui media sosial. Jenis media sosial yang digunakan ialah jejaring sosial. Jejaring sosial adalah aplikasi yang mengizinkan pengguna untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain, informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Aplikasi jejaring sosial yang banyak digunakan diantaranya seperti Whatsapp, Bbm, Instagram, Facebook, Line, maupun sosial media yang lain. Hanya dengan memajang foto yang diperdagangkan pada akun media sosial tersebut para pedagang akan mendapatkan konsumen yang membutuhkan barang dagangannya Begitu pula

dengan jasa titip beli online ini, yang diperjual belikan melalui akun Instagram, Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri.

Pada mulanya instagram hanya digunakan untuk berbagi kegiatan sehari-hari melalui foto atau video yang diunggah pada akun instagram sendiri maupun akun jejaring sosial media yang lain, namun seiring perkembangannya, instagram saat ini tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi antar sesama pengguna aplikasi dengan membagikan foto-foto kegiatan sehari-hari, namun juga digunakan sebagai sarana promosi dan perdagangan barang/jasa. Melalui Instagram inilah bisnis-bisnis online juga marak di promosikan, dengan seiring pesatnya dunia belanja online juga banyak yang menggunakan instagram sebagai media promosi, sebagaimana yang dilakukan oleh pemilik akun Instagram

2.1.2. Kajian Konseptual

2.1.2.1. Perjanjian

Definisi perjanjian telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Pasal 1313, yaitu bahwa perjanjian atau persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang

atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Kata persetujuan tersebut merupakan terjemahan dari perkataan *overeekomst* dalam bahasa Belanda. Kata *overeekomst* tersebut lazim diterjemahkan juga dengan kata perjanjian. Jadi persetujuan dalam Pasal 1313 KUH Perdata tersebut sama artinya dengan perjanjian.

Adapula yang berpendapat bahwa perjanjian tidak sama dengan persetujuan.¹² Perjanjian merupakan terjemahan dari *oveereenkomst* sedangkan perjanjian merupakan terjemahan dari *toestemming* yang ditafsirkan sebagai *wilsovereenstemming* (persesuaian kehendak/kata sepakat).

Perbedaan pandangan dari para sarjana tersebut di atas, timbul karena adanya sudut pandang yang berbeda, yaitu pihak yang satu melihat objeknya dari perbuatan yang dilakukan subyek hukumnya. Sedangkan pihak yang lain meninjau dari sudut hubungan hukum. Hal itu menyebabkan banyak sarjana yang memberikan Batasan sendiri mengenai istilah perjanjian tersebut. Menurut pendapat yang banyak dianut (*communis opinio cloctortinz*) perjanjian adalah perbuatan hukum berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan suatu akibat hukum. Hal itu sependapat pula dengan Sudikno, "perjanjian merupakan hubungan

¹² Sudikno Mertokusumo, *Hukum Acara Perdata Indonesia*, Liberty, Yogyakarta, 1985, hal. 97

hukum antara dua pihak atau lebih berdasar kata sepakat untuk menimbulkan suatu akibat hukum".¹³

Menurut Subekti, suatu perjanjian merupakan suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada orang lain, atau di mana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.¹⁴ R.

Setiawan, menyebutkan bahwa perjanjian ialah suatu perbuatan hukum di mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.¹⁵ Sri

Soedewi Masjchoen Sofwan, berpendapat bahwa perjanjian merupakan perbuatan hukum dimana seseorang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap seorang lain atau lebih.¹⁶

2.1.2.2. Perjanjian Berbasis Online

Di Indonesia, fenomena e-commerce sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs <http://www.sanur.com> sebagai toko buku on-line pertama.¹⁷ Meski belum populer pada tahun 1996 tersebut, mulai bermunculan berbagai situs yang melakukan e-commerce sepanjang tahun 1997-1998 eksistensi e-commerce di Indonesia sedikit terabaikan karena krisis ekonomi. Namun ditahun

¹³ Sudikno Mertokusumo, Hukum Acara Perdata Indonesia, Liberty, Yogyakarta, 1985, hal. 97

¹⁴ Subekti, Pokok-Pokok Hukum Perdata, PT. Intermedia, Jakarta, 2001, hal. 36

¹⁵ R. Setiawan, Hukum Perikatan-Perikatan Pada Umumnya, Bina Cipta, Bandung, 1987, hal.

¹⁶ Sri Sofwan Masjchoen, Hukum Jaminan di Indonesia, Op. Cit., hal. 1

¹⁷ Dikdik M.Arief Mansur, Elisatris Gultom, 'cyber Law.(Bandung:Refika Aditama,2005), hal.144.

1999 hingga saat ini kembali menjadi fenomena yang menarik perhatian masyarakat Indonesia yang mengenal teknologi.

E-commerce dapat dipahami sebagai kegiatan transaksi perdagangan baik barang dan jasa melalui media elektronik yang memberikan kemudahan didalam kegiatan bertransaksi konsumen di internet. Keunggulan *e-commerce* terletak pada efisiensi dan kemudahannya, membahas tentang hukum *e-commerce* maka tidak akan lepas dari hukum internet (*cyber law*). *E-commerce* juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis dan informasi secara elektronik.¹⁸

Transaksi *e-commerce* merupakan perjanjian jual beli juga seperti yang dimaksud oleh KUH Perdata, karena ia merupakan suatu perjanjian maka ia melahirkan juga apa yang disebut sebagai prestasi, yaitu kewajiban suatu pihak untuk melaksanakan hal-hal yang ada dalam suatu perjanjian. Adanya prestasi memungkinkan terjadinya wanprestasi atau tidak dilaksanakannya prestasi sebagaimana mestinya yang dilaksanakan oleh kontrak kepada pihak-pihak tertentu.

¹⁸ <https://www.kajianpustaka.com/2013/04/perdagangan-elektronik-e-commerce.html?m=1>

Aplikasi wanprestasi yang dilakukan oleh penjual (merchant) dalam transaksi *e-commerce*, yaitu:¹⁹

a) Tidak melakukan apa yang di sanggupi akan dilakukannya.

Dalam transaksi *e-commerce*, penjual atau merchant mempunyai kewajiban untuk menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli dan kewajiban untuk menanggung kenikmatan tenteram dan menanggung cacatcacat tersembunyi. Jika penjual tidak melaksanakan kedua kewajibannya tersebut maka penjual dapat dikatakan wanprestasi.

b) Melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana yang dijanjikan.

Contoh dari wanprestasi ini adalah pembeli memesan satu buah rangkaian dari toko online. Pada saat memesan, yang pembeli lihat adalah sebuah gambar di layar monitornya yang menampilkan gambar sebuah rangkaian bunga mawar yang segar. Tetapi ternyata yang sampai bunga mawar yang sudah layu yang tidak sesuai dengan gambarnya. Dengan demikian jelas bahwa merchant telah melakukan wanprestasi karena melaksanakan prestasinya dengan tidak sebagaimana mestinya.

c) Melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat.

¹⁹ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, (Jakarta:Raja Grafindo Perkasa,2003), hal.233-234.

Untuk wanprestasi model ini sebenarnya mirip dengan wanprestasi bentuk yang pertama. Jika barang pesanan datang terlambat tapi tetap dapat dipergunakan maka hal ini dapat digolongkan sebagai prestasi yang terlambat. Misalnya pembeli memesan buku dari toko sanur online. Pesanan seharusnya hanya memerlukan waktu pengiriman selama 3 hari ternyata baru tiba pada hari yang ke tujuh. Hal ini menunjukkan penjual telah melakukan wanprestasi. Akan tetapi hal ini digolongkan sebagai prestasi yang terlambat dan bukan tidak melakukan prestasi karena barangnya masih dapat dipergunakan.

d) Melaksanakan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya

Untuk wanprestasi yang terakhir ini, contohnya penjual berkewajiban untuk tidak menyebarkan kepada umum identitas dan data diri dari pembeli, tetapi ternyata penjual melakukannya.

2.1.2.3. Konsumen

Kata konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yakni *consumer*, atau dalam bahasa Belanda "*consument*", "konsument", konsumen secara harfiah adalah orang yang memerlukan membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembedah.

Berbagai pengertian tentang "konsumen" yang dikemukakan baik

dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sebagai upaya ke arah terbentuknya Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, adalah sebagai berikut: Pengertian konsumen dalam Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang diajukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, yaitu: Konsumen adalah pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, bagi kepentingan diri sendiri atau keluarganya atau orang lain yang tidak untuk diperdagangkan kembali.²⁰

Pengertian tentang konsumen secara yuridis yaitu didalam UU No 8 Tahun 1999 Tentang UUPK pasal 1 merumuskan sebagai berikut: “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan / atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”²¹

Dalam pengertian sehari-hari sering kali dianggap bahwa yang disebut konsumen adalah pembeli (Inggris; buyer, Belanda; koper). Pengertian konsumen secara hukum tidak hanya terbatas kepada pembeli, bahkan kalau disimak secara cermat pengertian

²⁰ Yayasan Lembaga Konsumen, Perlindungan Konsumen Indonesia, Suatu Sumbangan Pemikiran Tentang Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen, 1981), Hal. 2

²¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010. Hukum Perlindungan Konsumen. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm 1

konsumen sebagaimana terdapat di dalam Pasal 1 butir 2 UUPK, di situ tidak ada disebut kata pembeli, pengertian pemakai dalam definisi tersebut di atas menunjukkan bahwa barang atau jasa dalam rumusan pengertian konsumen tidak harus sebagai hasil dan transaksi jual beli. Dengan demikian, hubungan konsumen dengan pelaku usaha tidak terbatas hanya Karena berdasarkan hubungan transaksi atau perjanjian jual beli saja, melainkan lebih dan pada hal tersebut seseorang dapat disebut sebagai konsumen.²²

Pengertian konsumen secara otentik telah dirumuskan di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 2 undang-undang No. 8 Tahun 1999. Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, jelaslah bahwa adanya undang-undang ini untuk melindungi kita sebagai konsumen karena selama ini konsumen amat lemah posisinya. Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata consumer (InggrisAmerika), atau consument/itu tergantung dalam posisi dimana ia berada. Konsumen dapat berupa: 1. Pemakai barang hasil produksi; 2. Penerima pesan iklan; 3. Pemakai jasa (pelanggan).

²² Siahaan N.H.T, 2005. Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk, Jakarta, Pantai Rei, 2005 hlm 22-24

Az. Nasution²³ dalam bukunya yang berjudul Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni: a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu; b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial); c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial).

1. Sehubungan dengan hal tersebut, menurut Hans W. Miklitz, secara garis besar dapat dibedakan dua tipe konsumen yaitu:

Konsumen yang terinformasi (well informed) yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Memiliki tingkat pendidikan tertentu;
- b. Mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar bebas;
- c. Lancar berkomunikasi.

2. Konsumen yang tidak terinformasi yang memiliki ciri-ciri:

- a. Kurang berpendidikan;

²³ Az. Nasution, 2001, Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Jakarta: Diadit Media, Hal. 113

- b. Termasuk kategori ekonomi kelas menengah ke bawah;
- c. Tidak lancar dalam berkomunikasi.²⁴

2.1.2.4. Pelaku Usaha

Pengertian Pelaku Usaha Dalam Pasal 1 angka 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

menentukan bahwa “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”²⁵

2.1.2.5. Konsep Perlindungan Hukum

Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat perlu untuk terus dilakukan karena berkaitan dengan upaya mensejahterakan masyarakat dalam kaitan dengan semakin berkembangnya transaksi perdagangan pada zaman modern saat ini. Perhatian mengenai perlindungan konsumen ini bukan hanya di

²⁴ Sidharta, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Jakarta: PT. Grasindo Edisi Revisi, Hal 3

²⁵ Sumber UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Indonesia tetapi juga telah menjadi perhatian dunia. Dalam pertimbangan UUPK dikatakan²⁶

- 1) Bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- 2) Bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
- 3) Bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- 4) Bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi

²⁶ M. Sadar, Moh. Taufik Makarao, Habloel Mawadi, Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia (Jakarta; akademia, 2012), hlm 1.

dirinya serta menumbuh kembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab;

5) Bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;

6) Bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut diatas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;

7) Bahwa untuk itu perlu dibentuk undang-undang tentang perlindungan konsumen. Hukum Perlindungan Konsumen secara umum bertujuan memberikan perlindungan bagi konsumen baik dalam bidang hukum privat maupun bidang hukum publik. Kedudukan Hukum Perlindungan Konsumen berada dalam kajian Hukum Ekonomi.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka (1) UUPK, perlindungan konsumen adalah “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan hukum kepada konsumen”²⁷ Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan

²⁷ Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 8 Tahun 1999, TLN Nomor 3821, Pasal 1 angka (1).

pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

Dengan pemahaman bahwa perlindungan konsumen mempersoalkan perlindungan (hukum) yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memperoleh barang dan jasa dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya, maka hukum perlindungan konsumen dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban produsen, serta cara-cara mempertahankan hak dan kewajiban itu.²⁸

Dalam berbagai literatur ditemukan sekurang-kurangnya dua istilah mengenai hukum yang mempersoalkan konsumen, yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Az. Nasution menjelaskan bahwa kedua istilah itu berbeda, yaitu bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari konsumen. Hukum Konsumen menurut beliau adalah “Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen, didalam pergaulan hidup”.

²⁸ Janus Sidabolok. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 45.

Hukum Perlindungan Konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen". Pada dasarnya, baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum (hak-hak konsumen). Bagaimana hak-hak konsumen itu diakui dan diatur didalam hukum serta bagaimana ditegakkan di dalam praktik hidup bermasyarakat, itulah yang menjadi materi pembahasannya.

Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya. Kata keseluruhan dimaksudkan untuk menggambarkan bahwa didalamnya termasuk seluruh pembedaan hukum menurut jenisnya.

Jadi termasuk didalamnya, baik aturan hukum perdata, pidana, administrasi negara maupun hukum internasional. Sedangkan cukupannya adalah "hak dan kewajiban serta cara-cara pemenuhannya dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya", yaitu bagi konsumen mulai dari usaha untuk mendapatkan kebutuhannya dari produsen, meliputi : informasi, memilih harga, sampai pada akibat-akibat yang timbul karena penggunaan kebutuhan itu, misalnya untuk

mendapatkan penggantian kerugian. Sedangkan bagi produsen meliputi kewajiban yang berkaitan dengan produksi, penyimpanan, peredaran dan perdagangan produk, serta akibat dari pemakaian produk itu.²⁹

Dengan demikian, jika perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian pemenuhan hak-hak konsumen sebagai wujud perlindungan kepada konsumen, maka hukum perlindungan konsumen tidak lain adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.

2.1.3. Landasan Yuridis

2.1.3.1. Undang-Undang Dasar 1945

Didalam Undang-Undang Dasar 1945 disebutkan bahwasanya sebagai sumber dari segala sumber hukum di Indonesia, Undang-Undang dasar 1945 mengamanatkan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Tujuan pembangunan nasional diwujudkan melalui sistem pembangunan ekonomi yang demokratis sehingga mampu menumbuhkan dan mengembangkan dunia yang memproduksi barang dan jasa yang layak dikonsumsi oleh masyarakat.

²⁹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010. Hukum Perlindungan Konsumen. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 12.

Terkait dengan perlindungan terhadap konsumen, pada Undang- Undang Dasar 1945 telah diatur sebagaimana tercantum didalam Pasal 28D. Pasal ini mengatur mengenai hak asasi manusia dalam hukum, pekerjaan, pemerintahan serta kewarganegaraan.

Pada penelitian ini perlindungan konsumen dikhususkan pada Pasal 28D ayat 1.³⁰ Pasal 28D UUD 1945 pada ayat 1 dibuat bukan tidak lain bertujuan untuk menegakkan supremasi hukum. Begitu besarnya peran hukum bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Sebagai pengatur, keberadaan hukum menginginkan agar segala sesuatunya berjalan dengan baik.

2.1.3.2. Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Istilah perjanjian jual beli berasal dari terjemahan dari *contract of sale*. Perjanjian jual beli menurut Kitab Undang- Undang Hukum Perdata (KUHPer) diatur sebagai berikut:

³⁰ Pasal 28D Undang-Undang Dasar 1945 berbunyi “Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum.” Pada penjelasan pasal 28D ayat 1 dijelaskan bahwasanya negara menjamin 4 hak manusia dihadapan hukum, yaitu pertama, hak pengakuan, hak ini bermakna mengakui apa yang berhubungan dengannya, sebagai contoh konkrit adalah pengakuan atas tanah milik seseorang, pengakuan atas rumah yang dimilikinya. Adapun pengakuan ini disertai dengan bukti kepemilikan berupa surat hak milik. Kedua, hak jaminan dimaknai bahwa negara memberikan jaminan atas hukum, sosial, keadilan, keselamatan dan perlindungan dari kejahatan yang warga negaranya. Ketiga, hak perlindungan yaitu dimaknai negara memberikan perlindungan dari kejahatan, ancaman, keadilan, dan gangguan. Keempat, hak kepastian hukum, dimaknai bahwa terdapat suatu peraturan yang jelas, logis, adil, dan memiliki aturan sesuai undang-undang; serta hukum yang tidak membeda-status.

Pasal 1457: suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Pasal 1458 : Jual beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar.

Pasal 1320 : Untuk sahnyanya suatu perjanjian diperlukan empat syarat: (1) sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; (2) kecakapan untuk membuat suatu perikatan; (3) hal tertentu; (4) suatu sebab yang halal.

2.1.3.3. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan UU Nomor 19 Tahun 2016 yang tercatat dalam lembaran Negara RI Tahun 2016 Nomor 251 dan Tambahan Lembaran Negara Nomor 5952

Menurut ketentuan didalam Undang-Undang tentang Informasi dan Transaksi elektronik, terkait dengan perlindungan konsumen maka terdapat beberapa pasal yang menaturnya, antara lain:

Pasal 28 ayat (1): Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Pasal 45A ayat (1): Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

2.1.3.4. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1998

Tentang Perlindungan Konsumen

Ketentuan terkait dengan perlindungan terhadap konsumen dapat dijabarkan dalam beberapa pasal berikut yaitu:

Pasal 4 : Hak konsumen adalah

- 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.

Pasal 7: Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

Universitas Internasional Batam

- e. memberi 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;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jurnal saudara Sri Arlina yang dimuat pada UIR Law Review Volume 02 Nomor 01 Tahun 2018 E-ISSN 2548-768X P-ISSN 2548-7671 dengan judul Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) Yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Hasil penelitian pada jurnal tersebut adalah Perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online produk kosmetik (pemutih wajah) yang mengandung zat berbahaya berdasarkan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dapat

Universitas Internasional Batam

dilakukan lebih optimal. Perlindungan yang diawali dari konsumen online yang menyikapi dengan lebih hati-hati dan teliti sebelum memesan produk kosmetik (pemutih wajah), memeriksa komposisi bahan yang terkandung, aman atau tidak bagi kulit dan yang paling penting sudah lulus dari uji balai BPOM. Hal ini dikarenakan transaksi pembelian hanya dilakukan melalui media online dengan penggunaan transaksi elektronik, hanya melihat produk dari gambarnya saja tidak bisa dicoba dan dirasakan bahannya. Transaksi secara online bagi pihak para pelaku usaha maupun konsumen masing-masing harus memiliki iktikad baik dari awal. Perlindungan dari pemerintah dalam hal ini melalui BPOM, dengan melakukan pengawasan dan penyeleksian produk-produk kosmetik khususnya pemutih wajah yang aman untuk dikonsumsi oleh konsumen.

2. Jurnal saudara Rizka Amelia Azis dan saudara Dimas Nur Bagaskara yang dimuat pada Jurnal Lex Jurnalica Volume 15 Nomor 02 Tahun 2018 P-ISSN 1858-0262 dengan judul Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetika Ilegal Berupa Pomade Secara Online.

Hasil penelitian pada jurnal tersebut diatas adalah Produk pomade old skull dalam prespektif UU Kesehatan adalah termasuk dalam halnya sediaan farmasi. Dalam ihalnya sediaan farmasi tersebut jika pelaku akan mengedarkannya, maka harus mendapatkan izin dari

BPOM. Jika tidak mendapatkan izin dari BPOM maka dapat dikatakan bahwa produk tersebut adalah ilegal karena tidak memenuhi persyaratan diatur dalam undang-undang. Pada dasarnya UU Perlindungan Konsumen, UU ITE dan juga UU Kesehatan sudah mencukupi dalam halnya perlindungan konsumen dari produk peredaran kosmetik ilegal secara online tersebut. Namun, implementasi dan pengawasan yang kurang serta tidak adanya tindakan yang tegas dari badan terkait untuk menyelesaikan permasalahan ini menyebabkan masih maraknya peredaran produk kosmetik ilegal yang dijual secara online khususnya produk pomade merk old skull.

Tanggungjawab pelaku usaha terhadap pelanggaran ketentuan produk kosmetik sesuai dengan pasal 19 sampai dengan pasal 24 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain akan tetap bertanggungjawab atas tuntutan ganti kerugian dan/atau gugatan konsumen sekalipun tidak memiliki hubungan kontraktual dengan konsumen yang ber-sangkutan. Tanggungjawab yang dimaksudkan oleh pasal ini adalah tanggungjawab berdasarkan perbuatan melanggar hukum.

3. Jurnal saudara Yulisa Susantri, Sri Walny Rahayu dan saudara Sanusi yang dimuat pada Syiah Kuala Law Journal Volume 02 Nomor 01 Tahun 2018 ISSN 2580-9059 dengan judul Pencantuman Informasi

Pada Label Produk Kosmetik Oleh Pelaku Usaha Dikaitkan Dengan Hak Konsumen.

Hasil penelitian pada jurnal tersebut adalah Pelaksanaan perlindungan hak konsumen yang berkaitan dengan pencantuman informasi pada label produk kosmetik oleh pelaku usaha belum dilaksanakan sebagaimana mestinya meskipun telah ada ketentuan yang tegas mengaturnya. Hal ini dibuktikan dengan masih adanya pelaku usaha yang tidak mencantumkan informasi sama sekali pada label produk, dan tidak memenuhi syarat izin klinik yaitu memiliki dokter spesialis kecantikan dan ahli farmasi yang bertanggungjawab. Selain itu hal ini disebabkan oleh kurang optimalnya pengawasan dari instansi terkait dan sanksi yang diberikan tidak memberikan efek jera. Tanggung jawab BPOM dalam melakukan upaya-upaya pengawasan terhadap peredaran kosmetik yang tidak mencantumkan informasi pada label produk dalam rangka pemenuhan hak konsumen belum berjalan efektif. Kurangnya efektivitas pengawasan tersebut disebabkan oleh beberapa hambatan baik eksternal maupun internal.

Hambatan-hambatan yang ditemukan oleh BPOM dalam perlindungan konsumen terhadap peredaran produk kosmetik yang tidak mencantumkan informasi pada label yaitu hambatan eksternal dan internal. Hambatan eksternal antara lain kantor BPOM yang hanya ada (satu) di Kota Banda Aceh yang belum mampu

Universitas Internasional Batam

mengoptimalkan fungsi pengawasan di seluruh wilayah iAceh, dan kurangnya sumber daya manusia dari pihak BBPOM untuk menjalankan tugas pengawasan dan penyidikan di seluruh wilayah Aceh di mana BBPOM hanya memiliki 15 orang di bagian pemeriksaan dan 5 orang di bagian penyidikan. Hambatan internal antara lain disebabkan oleh perilaku konsumen yang tidak peduli terhadap haknya untuk mendapatkan informasi terkait barang, perilaku pelaku usaha baik pelaku usaha secara umum maupun klinik untuk menjalankan tanggungjawabnya terhadap pencantuman informasi pada label produk, pengaruh iklan yang semakin memperparah kebutaan terhadap informasi para konsumen, serta sulitnya proses pemeriksaan terhadap toko online.

4. Jurnal saudara Novel Dominika dan saudara Hasyim yang dimuat pada Jurnal Niagawan Volume 08 Nomor 01 Tahun 2019 P-ISSN i: 2301-7775 E-ISSN i: 2579-8014 dengan judul Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Kosmetik Berbahayan Di Indonesia: Suatu Pendekatan Kepustakaan.
Hasil Penelitian pada jurnal tersebut adalah Perlindungan hukum bagi konsumen pada dasarnya adalah melindungi hak-hak konsumen. Hak-hak konsumen sebenarnya sudah dirumuskan secara jelas dan terinci di dalam peraturan perundang-undangan yang semestinya diperhatikan dan dilindungi oleh pihak pelaku usaha, hanya dalam prakteknya hal

ini sering terabaikan karena iktikad tidak baik dari pelaku usaha serta dalam melakukan usaha hanya didorong iuntuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Perlindungan hukum terhadap konsumen kosmetik agar merasa nyaman, aman, dan selamat berkaitan dengan peredaran kosmetik yang mengandung bahan berbahaya secara normatif sebenarnya sudah diupayakan oleh pemerintah dan jajarannya dengan menetapkan peraturan-peraturan mengenai pembinaan dan pengawasan berdasarkan Keputusan Badan POM RI Nomor HK.03.1.23.12.11.10052 Tahun 2011 tentang Pengawasan Produksi dan Peredaran Kosmetika dan sanksi berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan yang diharapkan dapat membuat para pelaku iusaha sadar sehingga melakukan usaha dengan iktikad baik.

5. Jurnal saudari Elfiane C.A. Rumuat yang dimuat pada Jurnal Lex Et Societatis Volume 02 Nomor 06 Tahun 2014 ISSN i: 2337-9758 dengan ijudul Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Penyebaran Kosmetik Palsu.

Hasil penelitian pada jurnal ini adalah Peredaran kosmetik palsu di Indonesia merupakan kasus yang masuk dalam hukum pelindungan konsumen karena mengenai hak-hak konsumen yang di langar oleh pelaku usaha. Perlindungan konsumen di Indonesia di atur dalam hukum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, undang-undang ini di

bentuk untuk melindungi konsumen dari pelaku usaha yang curang serta untuk menyeimbangkan kedudukan konsumen dan pelaku usaha.

Hak konsumen dalam kasus kosmetik palsu di lindungi dalam pasal 4, serta pasal-pasal lainnya. pasal 5, pasal 6, pasal 7, pasal 19, pasal 22, pasal 23, pasal 27, pasal 52 yang berisikan hak serta kewajiban konsumen sampai pada pertanggung jawaban pelaku usaha serta tugas dan kewajiban badan penyelesaian sengketa konsumen.

Akibat dari ketidaktaatan atas larangan serta kewajiban dalam undang-undang perlindungan konsumen melahirkan sengketa antara konsumen dan pelaku iusaha. Sengketa yang lahir akibat dari tidak melaksanakan kewajibannya serta tidak menepati apa yang seharusnya atau wanprestasi yang di lakukan pelaku iusaha maupun konsumen, dalam hal ini kasus kosmetik palsu dimana hak-hak konsumen di langar oleh pelaku usaha. Undang-undang memahami dan memberikan jalan keluar dalam penyelesaian berupa pilihan penyelesaian ibaik melalui penyelesaian diluar pengadilan yakni yang di atur dalam pasal 45 ayat 2 UUPK maupun penyelesaian sengketa di dalam pengadilan yang di atur idalam pasal 45 ayat 1 UUPK. Undang-undang juga mengatur adanya badan penyelesaian sengketa konsumen sebagai badan dimana konsumen dapat imeminta bantuan untuk menyelesaikan perkara dengan pelaku usaha. Beberapa cara diberikan undang-undang untuk mendamaikan kedua belah pihak yang

bersengketa tanpa melalui berperkara di pengadilan mulai dari mediasi, arbitrase, sampai pada konsiliasi. Jika cara-cara ini tidak berhasil memberikan suatu kesepakatan iantara kedua belah pihak untuk dapat menyelesaikan sengketa undang-undang member jalan lain yakni dengan berperkara di pengadilan. Pasal 28 UUPK imemberikan tanggung jawab pembuktian manakalah sengketa berlanjut kepengadilan pada pelaku usaha karena konsumen merupakan pihak yang berkedudukan lemah disbanding pelaku usaha serta pihak yang tidak tau apa-apa mengenai prosedur pembuatan barang.

2.2 Landasan Teori

Dalam menganalisis permasalahan yang dirumuskan, diperlukan teori yang relevan, dengan maksud supaya permasalahannya dapat dijelaskan secara memuaskan. Teori yang digunakan dalam penelitian adalah:

2.2.1 Teori Perlindungan Hukum oleh Philipus M. Hadjon

Kata perlindungan menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia berarti tempat berlindung atau merupakan perbuatan (hal) melindungi,

misalnya memberi perlindungan terhadap orang yang lemah.³¹ Menurut Sudikno Mertokusumo, yang dimaksud dengan hukum adalah kumpulan peraturan atau kaedah yang mempunyai isi yang bersifat umum dan normatif, umum karena berlaku bagi setiap orang dan normatif karena menentukan apa yang seyogyanya dilakukan, dan apa yang tidak boleh dilakukan atau harus dilakukan serta menentukan bagaimana caranya melaksanakan kepatuhan pada kaedah-kaedah.³²

Jadi dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum adalah suatu perbuatan dalam rangka melindungi subjek-subjek hukum dengan norma-norma atau peraturan perundang-undangan yang berlaku (hukum positif) dan pelaksanaannya dapat dipaksakan dengan suatu sanksi.

Menurut Philipus M. Hadjon, negara Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan Pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap warga negara sesuai dengan Pancasila. Oleh karena itu perlindungan hukum berdasarkan Pancasila berarti pengakuan dan perlindungan hukum akan harkat dan martabat manusia atas dasar nilai Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan, persatuan, permusyawaratan, serta keadilan sosial. Nilai-nilai tersebut melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wadah negara kesatuan yang

³¹ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Cetakan IX, Jakarta: Balai Pustaka, 1986, Hal. 600.

³² Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, Yogyakarta: Liberty, 1991, Hal.38.

menjunjung tinggi semangat kekeluargaan dalam mencapai kesejahteraan Bersama.³³

Dalam merumuskan prinsi-prinsip perlindungan hukum di Indonesia, landasannya adalah Pancasila sebagai ideologi dan falsafah negara. Konsepsi perlindungan hukum bagi rakyat di Barat bersumber pada konsep-konsep *Rechtstaat* dan “*Rule of The Law*”. Dengan menggunakan konsepsi barat sebagai kerangka berfikir dengan landasan pada Pancasila, prinsip perlindungan hukum di Indonesia adalah prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindak pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan Perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarahnya di Barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada pembatasan-pembatasan dan peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah³⁴

Aspek dominan dalam konsep barat tentang hak asasi manusia menekankan eksistensi hak dan kebebasan yang melekat pada kodrat manusia dan statusnya sebagai individu, hak tersebut berada di atas negara dan di atas semua organisasi politik dan bersifat mutlak sehingga tidak dapat diganggu gugat. Karena konsep ini, maka sering

³³ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987, Hal 84

³⁴ Philipus M. Hadjon. *Op.cit.* Hal. 38

kali dilontarkan kritik bahwa konsep Barat tentang hak-hak asasi manusia adalah konsep yang individualistik. Kemudian dengan masuknya hak-hak sosial dan hak-hak ekonomi serta hak kultural, terdapat kecenderungan mulai melunturnya sifat individualistik dari konsep Barat.³⁵

Dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum dibutuhkan suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya yang sering di sebut dengan sarana perlindungan hukum, sarana perlindungan hukum dibagi menjadi dua macam yang dapat dipahami, sebagai berikut:³⁶

a. Sarana Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif memberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah untuk mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan ini sangat besar artinya bagi tindakan pemerintah 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.

³⁵ Sudikno Mertokusumo, *Op.cit.* Hal 51

³⁶ *Ibid.* Hlm 102.

Dengan adanya suatu Perlindungan hukum secara preventif ini, diharapkan perlindungan ini dapat mendorong agar pemerintah untuk mempertimbangkan setiap pengambilan keputusan, dan masyarakat dapat secara kritis memberikan mengajukan keberatan atas keputusan itu.³⁷

Adapun bentuk perlindungan preventif sebagaimana tertuang didalam Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menganut 5 (lima) asas yaitu:³⁸

1. Perlindungan konsumen berasaskan manfaat,

Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar- besarnya bagi kepentingankonsumen dan pelau usaha secara keseluruhan.

2. Perlindungan konsumen berasaskan keadilan,

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bias diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknyadan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3. Perlindungan konsumen berasaskan keseimbangan,

³⁷ Philipus M. Hadjon. *Op.cit.* Hal 69

³⁸ Pasal 12 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

4. Perlindungan konsumen berdasarkan keamanan dan keselamatan konsumen,

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

5. Perlindungan konsumen berdasarkan kepastian hukum.

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara tegas menyatakan bahwa konsumen memiliki hak :

a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengkonsumsi suatu produk.³⁹

³⁹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014.) hlm. 41

b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan

Hak ini dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak.⁴⁰ Konsumen memiliki kebebasan untuk membeli atau tidak bahkan memilih kualitas maupun kuantitas suatu produk tertentu

c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa

Hak ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen mengenai suatu produk dapat mengakibatkan cacatnya suatu produk dikarenakan informasi yang tidak memadai⁴¹

Informasi dapat memberikan dampak yang signifikan dalam peningkatan kehati-hatian konsumen dalam memilih produk yang secara tidak langsung juga meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk.

d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang dipergunakan

Hak untuk didengar merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut atau hak untuk menghindarkan diri dari

⁴⁰ *Ibid.* hlm. 42

⁴¹ *Ibid.* hlm. 41

kerugian. Bentuk nyata dari hak ini adalah pengaduan atas kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu produk atau pernyataan tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen.⁴²

e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut

Hak ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan produk melalui jalur hukum baik secara litigasi maupun non litigasi.⁴³ Konsumen harus mengajukan komplain atas penderitaan yang dialami sebagai akibat dari penggunaan produk walaupun nilai tuntutan cenderung kecil akan tetapi mempunyai efek yang besar pada masyarakat.

f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen

Hak ini dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan maupun keterampilan yang diperlukan agar dapat terhindar dari kerugian akibat penggunaan produk.⁴⁴ Pembinaan dan pendidikan konsumen juga dapat menumbuh kembangkan kesadaran konsumen serta ketelitian konsumen dalam memilih suatu produk.

g. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sebagaimana mestinya

⁴² *Ibid.* hlm. 43

⁴³ *Ibid.* hlm. 46

⁴⁴ *Ibid.* hlm. 46

Sebagai akibat adanya suatu keadaan yang telah menjadi rusak maka perlunya pemulihan terhadap keadaan tersebut. Pemulihan keadaan ditempuh seiring dengan adanya upaya penyelesaian sengketa.

Selain dari hak-hak tersebut di atas, Dalam pasal 8 ayat 1 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan:

Bahwa Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

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

Huruf g: tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut.

Huruf 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 dipasang/dibuat.

Demikian juga disebutkan pada pasal 106 Undang-Undang No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan bahwa :

1. Sediaan farmasi dan alat kesehatan hanya dapat diedarkan setelah mendapat izin edar;
2. Penandaan dan informasi sediaan farmasi dan alat kesehatan harus memnuhi persyaratan objektivitas dan kelengkapan serta tidak menyesatkan.
3. Pemerintah berwenang mencabut izin edar dan memerintahkan penarikan dari peredaran dari sediaan farmasi dan alat kesehatan yang telah mempunyai izin edar, yang kemudian terbukti tidak memenuhi persyaratan mutu dan/atau keamanan dan/atau kemanfaatan dapat disita dan dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2. Sarana Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan Hukum yang Represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan Peradilan Administrasi diIndonesia 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.

Dalam rangka melindungi konsumen yang dirugikan akibat penggunaan kosmetik yang mengandung bahan berbahaya, maka produk kosmetik yang terbukti tidak memenuhi syarat perlu mendapatkan tindakan secara yuridis dengan mendasarkan pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pasal 62 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ditegaskan sanksi berupa pidana penjara paling lama 5(lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,- (dua milyar rupiah) bagi pelaku usaha yang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan, tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut, tidak memasang label atau

Universitas Internasional Batam

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 dipasang/dibuat (Pasal 8 ayat 1 huruf a, g dan i Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen). Sedangkan terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap, atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku (Pasal 62 ayat 3 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen).

Untuk meningkatkan upaya pemberantasan terhadap peredaran kosmetik yang tidak memenuhi ketentuan, dilakukan kegiatan penyelidikan yang meliputi operasi gabungan daerah, operasi gabungan nasional, penelusuran dan pengembangan tindak lanjut deteksi dini, inspeksi dadakan, penelusuran kasus serta penyelidikan dan penyidikan tindak pidana kosmetik dalam rangka *pro justicia* dan sanksi administratif.

Perlindungan hukum represif oleh Dinas Kesehatan dilakukan melalui penyitaan produk kosmetik, pemusnahan produk kosmetik dan *pro justicia* terhadap pelaku yang terbukti menjual produk kosmetik berbahaya.

Bagi konsumen yang dirugikan akibat pemakaian kosmetik dapat melakukan penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana yang tercantum dalam pasal 15 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perlindungan Konsumen yang pada dasarnya memberi dua pilihan untuk penyelesaian sengketa yaitu penyelesaian melalui pengadilan dan penyelesaian di luar pengadilan. Adapun penyelesaian di luar pengadilan yakni melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Penyelesaian Sengketa Konsumen di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dilakukan berdasarkan prinsip cepat, murah, dan sederhana. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen menangani kasus yang umumnya bersifat perdata, yang umumnya bersifat ganti rugi langsung yang dialami konsumen akibat kesalahan/kelalaian pelaku usaha. Penyelesaian sengketa di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dilakukan dengan cara konsiliasi, mediasi, dan arbitrase.