

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi merupakan suatu proses perubahan yang berlangsung secara sadar, terencana, dan berkelanjutan dengan sasaran utamanya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia atau masyarakat suatu bangsa.¹ Sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar 1945 yang telah diamandemen menyebutkan bahwa :

“Perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas dasar demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.”

Dari penjelasan Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar 1945 disebutkan bahwa perekonomian nasional senantiasa beranjak dari suatu keadaan yang kurang baik menuju suatu keadaan yang lebih baik. Hal tersebut dilakukan dengan menjaga keseimbangan ekonomi nasional dalam rangka mencapai tujuan nasional suatu bangsa dengan menjaga kesatuan ekonomi nasional agar kesejahteraan masyarakatnya dapat terjamin.

¹ Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alinea keempat.

Kegiatan ekonomi yang mempunyai peran strategis dalam rangka perkembangan perekonomian adalah di bidang perdagangan. Pengaturan kegiatan perdagangan yang diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan salah satunya bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.

Salah satu kegiatan perdagangan yang sedang berkembang adalah di bidang perdagangan teknologi informasi. Teknologi informasi adalah perkembangan untuk teknologi jenis apapun yang memiliki perangkat-perangkat dan sistem jaringan komunikasi untuk mengolah suatu informasi. Sistem jaringan informasi inilah yang sering disebut dengan istilah telematika.²

Terdapatnya sistem jaringan dalam teknologi informasi berguna untuk membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengkomunikasikan, dan/atau menyebarluaskan informasi. Dengan demikian, macam-macam *gawai* dalam teknologi informasi bukan hanya berupa komputer, telepon, televisi, dan peralatan rumah tangga elektronik, tetapi juga peranti genggam modern seperti ponsel atau sering kita kenal dengan sebutan *gadget*.³

Berkembangnya teknologi informasi di masa sekarang ini disebabkan karena meningkatnya kebutuhan manusia untuk saling berkomunikasi

² Upadama, “*Pengertian Telematika*”, (<http://upadama.blogspot.co.id/2012/110/pengertian-Telematika.html?m=1>), diunduh pada tanggal 30 Oktober 2015.

³ “*Teknologi Informasi*”, 2015, (https://id.m.wikipedia.org/wiki/teknologi_informasi), diunduh Pada tanggal 29 Oktober 2015.

antar manusia lainnya. Hak untuk berkomunikasi sebagaimana yang diatur dalam Pasal 28F Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan :

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.”

Selain Pasal 28F Undang-Undang Dasar 1945, hak untuk berkomunikasi diatur juga dalam Pasal 14 Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia yang menyatakan :

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi yang diperlukan untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya. Setiap orang juga berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis sarana yang tersedia.”

Dari penjelasan Pasal 28F Undang-Undang Dasar 1945 dan Pasal 14 Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia untuk berkomunikasi menyebutkan bahwa perkembangan teknologi di jaman modern saat ini sangat dibutuhkan oleh semua manusia. Perkembangan teknologi di jaman modern ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam berinteraksi dan berkomunikasi antara manusia satu dengan manusia yang lainnya, selain itu perkembangan teknologi juga mendorong manusia untuk bisa memperoleh informasi secara luas dengan sarana teknologi yang tersedia.

Perdagangan teknologi telekomunikasi selain memberikan dampak positif untuk meningkatkan pembangunan ekonomi nasional, tetapi juga dapat memberikan dampak negatif, yaitu karena ketatnya persaingan

mengubah perilaku bisnis ke arah persaingan yang tidak sehat, seperti perdagangan tidak resmi.⁴

Black market adalah istilah yang digunakan untuk penjualan suatu produk yang bukan melalui jalur resmi (ilegal). Karena ilegal, maka sesungguhnya tidak ada jaminan mutu, garansi ataupun faktor penting lainnya dari produsen.

Produk *black market* dijual tidak hanya untuk mencari keuntungan yang besar, namun supaya pembeli juga bisa mendapatkan produk yang diinginkan dengan harga di bawah pasaran. Harga yang ditawarkan untuk produk *black market* lebih murah karena tidak membayar bea masuk, serta tidak ada jaminan mutu sehingga barang yang dijual secara *black market* ada kemungkinan telah mengalami rekondisi (atau yang dikenal dengan istilah *refurbished/remark*) yang rentan terhadap kerusakan.⁵

Kondisi penjualan *black market* yang semakin merambah luas ini menjadikan konsumen hanya menjadi objek aktivitas pelaku usaha yang ingin meraup keuntungan sebesar-besarnya melalui praktik penjualan *black market*. Definisi dari pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berbunyi:

⁴ Dalam Putusan Mahkamah Agung No. 527 k/Pdt/2006 menggunakan istilah *Black Market* untuk menyebut suatu perdagangan tidak resmi. Adi Condro Bawono dan Diana Kusumasari, "Hukum Jual Beli Ponsel Tanpa Garansi di Pasar Gelap (*Black Market*), 2012, (<http://www.hukumonline.com/klinik/detail/cl2937/hukum-jual-beli-ponsel-tanpa-garansi-di-pasar-gelap-%28black-market%29>), diunduh pada tanggal 6 Januari 2015.

⁵ M. Rasali, "Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Blackberry *Black Market*", 2013, (<http://eprints.unika.ac.id/14898/2/bab1.pdf>), diunduh pada tanggal 26 Desember 2014.

“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.”

Dari penjelasan Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 disebutkan bahwa yang termasuk pelaku usaha menurut Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) sebagai berikut:⁶

- a. “kalangan Investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan, seperti perbankan, usaha *leasing*, tengkulak;
- b. produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dari bahan baku, bahan tambahan;
- c. distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang tersebut kepada masyarakat, seperti pedagang secara retail, pedagang kaki lima, warung, toko, supermarket, *hypermarket*.”

Menurut Setiawan yang dikutip dari buku Adrianus Meliala, perlindungan konsumen mempunyai dua aspek yang bermuara pada praktik perdagangan yang tidak jujur,⁷ misalnya penipuan mengenai mutu dan kualitas produk, dan penjualan barang *gawai* yang tidak memenuhi ketentuan penjualan barang kepada konsumen, sebagaimana ketentuan dalam penjualan *gawai* telah diatur pada Pasal 8 ayat (1) huruf J Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi :

“Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia.”

⁶ Abdul Fickar Hadjar, “Seri Kuliah: Hukum Perlindungan Konsumen”, 2011, (<http://boxilmu.blogspot.com/2011/11/konsumen.html>), diunduh pada tanggal 26 Desember 2014.

⁷ Adrianus Meliala, *Praktik Bisnis Curang*, Jakarta: Sinar Harapan, 1993, hlm.152

Selain diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf J Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, ketentuan dalam penjualan *gawai* diatur pada Pasal 6 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang berbunyi:

“Setiap pelaku usaha wajib menggunakan atau melengkapi label berbahasa indonesia pada barang yang diperdagangkan di dalam negeri.”

Ketentuan lebih lanjut mengenai penggunaan atau kelengkapan label berbahasa indonesia juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Permendag Nomor 22/M-DAG/PER/5/2010 tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang Semua Produk Baik Impor Maupun Produksi dalam Negeri.

Dari penjelasan Pasal 8 ayat (1) huruf J Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, dan Permendag Nomor 22/M-DAG/PER/5/2010 tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang Semua Produk Baik Impor Maupun Produksi dalam Negeri disebutkan bahwa adanya aturan mengenai penjualan *gawai* tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha yang ingin mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, tetapi adanya aturan tersebut dapat mendorong iklim berusaha yang sehat dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang yang berkualitas⁸, serta memenuhi hak-hak konsumen untuk

⁸ A.Z.Nasution, *Sekilas Hukum Perlindungan Konsumen*, Majalah Hukum dan Pembangunan,

mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa seperti yang tercantum dalam Pasal 4 huruf C Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Namun pada kenyataan yang terjadi di masyarakat terdapat kasus yang bertentangan dengan aturan-aturan yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terkait dengan ketentuan penjualan *gawai*. Salah satu contoh kasusnya yaitu pelaku usaha yang bernama Randy yang menjual *ipad* kepada Dian yang kemudian *ipad* tersebut dijual lagi melalui media *kaskus* kepada petugas kepolisian yang sedang menyamar, pada awalnya disepakati bahwa Dian akan menjual 2 buah *ipad*, lalu kemudian Dian menyanggupi untuk menjual 8 buah *ipad* kepada sang petugas yang menyamar sebagai calon pembeli tanpa disertai buku manual berbahasa Indonesia, yang kemudian setelah diselidiki bahwa *ipad* tersebut diperoleh dari Randy. Dalam hal ini Dian dan Randy melakukan pelanggaran karena menjual barang *ipad* tanpa disertai buku manual berbahasa Indonesia.⁹

Ipad adalah sebuah produk komputer tablet buatan *Apple.Inc (AI)* yang diperkenalkan oleh *Steve Jobs, CEO (Chief Executive Officer)* pada tanggal 27 Januari 2010. Produk jenis *ipad* merupakan salah satu produk barang yang termasuk ke dalam jenis *gawai*. Hal tersebut dikatakan demikian karena *ipad* merupakan sebuah produk yang dirancang sebagai

Fakultas Hukum UI, No.6 Tahun ke XVI, Desember 1986, hlm.570.
⁹ Nur Farida Ahniar, "Inilah Kronologi Kasus iPad Dian dan Randy", 2011, (<http://metro.news.Viva.co.id/news/read/230560-ini-kronologi-kejadian-kasus-dian-dan-randy>), diunduh pada tanggal 2 Desember 2014.

sebuah perangkat digital yang berada di antara telepon pintar (*smartphone*) dan komputer lipat (*laptop*).¹⁰

Mengenai kasus penjualan *gawai* yang terjadi di lingkungan masyarakat menyebabkan konsumen mengalami kerugian atas tidak terpenuhinya hak-hak konsumen. sebagaimana diketahui bahwa dalam perlindungan konsumen dikenal adanya prinsip *caveat venditor* (prinsip kehati-hatian bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang dan/ atau jasa).

Permasalahan penjualan *gawai* dengan tidak adanya kelengkapan buku manual berbahasa Indonesia, mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak konsumen untuk memperoleh informasi dan/ atau petunjuk dalam mengoptimalkan fungsi-fungsi dan fitur-fitur yang terdapat didalamnya, dengan adanya kelengkapan informasi dan/ atau petunjuk dalam produk barang *gawai* juga dapat menghindari resiko kecelakaan dalam penggunaan barang *gawai* tersebut.

Dalam penelitian skripsi ini, penulis telah menemukan beberapa penulisan yang sejenis, antara lain: Tesis yang berjudul “Analisis Yuridis tentang Penangkapan Terhadap Penjual *Integrated Passive and Active Devices* oleh Kepolisian Daerah Metro Jaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen dihubungkan dengan Undang-Undang Republik Indonesia”, ditulis oleh Desby Putu

¹⁰ Eni Setiani, “*Pengertian Ipad*”, (<https://blogeniset.wordpress.com/2011/06/22/pengertian-ipad/>), diunduh pada tanggal 30 Oktober 2015.

Pratama dari Program Studi S1 Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana Universitas Langlangbuana Bandung.

Dari penjelasan yang sudah dipaparkan diatas, diketahui bahwa dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hak-hak konsumen yang harus dilindungi dengan didasarkan pada doktrin *caveat venditor*. Namun pada kenyataan yang terjadi dilapangan masyarakat bahwa masih terdapat penjual yang melakukan penjualan *gawai* dengan tidak memperhatikan doktrin-doktrin mengenai *caveat venditor* yang diatur dalam ketentuan-ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan Permendag Nomor 22/M-DAG/PER/5/2010 mengatur tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang Semua Produk Baik Impor Maupun Produksi dalam Negeri.

Atas permasalahan karena adanya ketidakpastian hukum yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut sejauh mana tanggung jawab para pelaku usaha terhadap hak-hak konsumen yang dirugikan karena melakukan penjualan barang *gawai* tanpa kelengkapan buku manual berbahasa Indonesia sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan permasalahan tersebut penulis memilih topik Tugas Akhir dengan judul :

“KAJIAN YURIDIS ATAS DOKTRIN *CAVEAT VENDITOR* TERHADAP PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN PEMBELI *GAWAI* DALAM KONTRAK ELEKTRONIK MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perikatan yang bersumber dari kontrak yang dibuat secara lisan antara penjual dan konsumen terhadap penjualan *gawai* dan bagaimana kekuatan hukum mengenai perikatan kontrak yang dibuat secara lisan tersebut?
2. Bagaimana akibat hukum mengenai perikatan kontrak yang dibuat secara lisan apabila pelaku usaha melanggar aturan perikatan jual beli *gawai* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
3. Bagaimana bentuk doktrin *caveat venditor* dalam perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang tidak terpenuhi dalam transaksi pembelian *gawai* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Jo. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diidentifikasi diatas, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui bentuk perikatan yang bersumber dari kontrak lisan antara penjual dengan konsumen dalam kaitannya terhadap penjualan *gawai* dan juga mengetahui kekuatan hukum yang terjadi mengenai perikatan yang dibuat antara penjual dengan konsumen.
2. Mengetahui akibat hukum terhadap perikatan yang bersumber dari kontrak lisan bagi pelaku usaha yang melanggar.
3. Mengetahui bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi pembelian *gawai*.

D. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian diharapkan adanya suatu manfaat dan kegunaan yang dapat diambil dari penelitian, sebab besar kecilnya manfaat penelitian akan menentukan nilai-nilai dari penelitian tersebut. Adapun manfaat yang dapat diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari penelitian ini penulis dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan pengetahuan terutama mengenai larangan-larangan dalam melakukan penjualan barang *gawai* yang dapat mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Manfaat Praktis

Untuk menambah wawasan penulis di bidang perlindungan konsumen mengenai ketentuan-ketentuan dalam melakukan penjualan barang *gawai* kepada konsumen tanpa merugikan hak-hak konsumen yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

E. Kerangka Pemikiran

Menurut Hartkamp yang dikutip dari buku Herlien Budiono menjelaskan bahwa:¹¹

“Perjanjian adalah tindakan hukum yang terbentuk dengan memperhatikan ketentuan perundang-undangan perihal aturan bentuk formal oleh perjumpaan pernyataan kehendak yang saling bergantung satu sama lain sebagaimana dinyatakan oleh dua atau lebih pihak, dan dimaksudkan untuk menimbulkan akibat hukum demi kepentingan salah satu pihak serta atas beban pihak lainnya, atau demi kepentingan dan atas beban kedua belah pihak bertimbal balik.”

Di dalam ketentuan Pasal 1313 KUH Perdata menjelaskan mengenai perumusan perjanjian *obligatoire*.¹² Perjanjian *obligatoire* ialah perjanjian yang memunculkan perikatan. Dari penjelasan tersebut di maksudkan dengan perjanjian yang menciptakan, mengubah, mengisi, atau menghapuskan perikatan. Dalam suatu perjanjian *obligatoire* para pihak bermaksud untuk menciptakan hubungan-hubungan di bidang hukum kekayaan (*vermogensrechtelijke*), atas dasar satu pihak diwajibkan

¹¹ Herlien Budiono, *Asas Keseimbangan bagi Hukum Perjanjian Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006, hlm.139.

¹² R.Feenstra, *Romeinsrechtelijke Grondslagen Van Het Nederlands Privaatrecht*, Leiden: Vijfde druk, 1990, hlm.125.

memenuhi suatu prestasi, sedangkan pihak lainnya berhak menuntut pemenuhan prestasi tersebut, atau demi kepentingan dan atas beban kedua belah pihak bertimbal balik.

Perjanjian terjadi melalui atau dengan perantaraan pernyataan kehendak dari orang atau pihak yang bertindak, yang ditujukan pada timbulnya akibat hukum atau karena pihak yang bertindak memunculkan kepercayaan pada pihak lainnya bahwa kehendaknya itu tertuju pada terjadinya perjanjian. Pernyataan kehendak dari orang yang bertindak mencakup penawaran dan penerimaan sebelum ditutupnya perjanjian. Dalam proses pembentukan atau penutupan perjanjian adalah perjumpaan kehendak yaitu saling bertautnya masing-masing pernyataan kehendak sebagaimana disampaikan satu pihak pada pihak lainnya secara timbal balik, namun juga dengan cara ini masing-masing pihak menurut hukum mengikatkan diri pada pihak lainnya, maka terbentuklah kata “sepakat”.¹³

Schut berpendapat bahwa istilah perjanjian (*overeenkomst*) memenuhi tiga fungsi karena istilah tersebut merujuk baik pada tindakan mencapai kesepakatan (atau saling berjanji), akibat darinya (muatan isi dari apa yang disepakati atau diperjanjikan) dan hubungan hukum (hubungan-hubungan hukum yang muncul darinya atau perikatan).¹⁴

Mengenai pengertian perjanjian ada beberapa unsur yang terkait dengan perjanjian, antara lain hubungan hukum (*rechtsbetrekking*) yang menyangkut hukum kekayaan antara dua orang (*persoon*) atau lebih yang

¹³ G.H.A., Schut, *Rechtshandeling, Overeenkomst en Verbintenissen Volgens BW en NBW*, Zwolle, 1987, hlm.65-67.

¹⁴ *Ibid*, hlm.46-47.

memberi hak pada satu pihak dan kewajiban pada pihak lain tentang suatu prestasi.

Berdasarkan pernyataan diatas mengenai dua orang (*persoon*) atau lebih yang memberi hak pada satu pihak dan kewajiban pada pihak lain tentang suatu prestasi sama halnya dengan manusia yang dalam kedudukan dan peranannya dalam kegiatan melakukan jual beli barang memiliki hak dan kewajiban antar masing-masing pihak. Hak merupakan suatu wewenang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu¹⁵. Manusia dalam melakukan sesuatu perlu ditanamkan dalam diri manusia itu sendiri bahwa hukum adalah sesuatu hal yang harus ditaati, dijalankan sehingga manusia dalam bertindak atau melakukan sesuatu bisa membedakan mengenai apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan sesuai dengan aturan hukum yang berlaku.

Pasal 1131 KUH Perdata memberikan definisi tentang perjanjian sebagai berikut : “perjanjian adalah suatu perbuatan, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.”¹⁶ Suatu perjanjian adalah semata-mata untuk persetujuan yang diakui oleh hukum. Persetujuan ini merupakan kepentingan yang pokok di dalam dunia usaha dan menjadi dasar bagi kebanyakan transaksi dagang seperti jual beli barang.¹⁷

¹⁵ Johannes Ibrahim dan P. Lindawaty S.Sewu, *Hukum Bisnis dalam Persepsi Dunia Modern*, Bandung: Refika Aditama, 2007, hlm. 11.

¹⁶ Wirjono Prodjodikoro, *Azaz-Azaz Perjanjian*, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm.52.

¹⁷ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Abadi, 1992, hlm.93.

Dalam Pasal 1457 KUH Perdata diatur tentang pengertian perjanjian jual beli yaitu suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Berdasarkan pernyataan diatas, dalam kegiatan jual beli terdapat pihak yang berkewajiban untuk membayar harga sesuai dengan yang diperjanjikan yang disebut sebagai pihak pembeli, dan terdapat pihak yang berkewajiban untuk menyerahkan barang yang diperjualbelikan yang disebut sebagai pihak penjual.

Dasar dari terjadinya jual beli adalah perjanjian jual beli. Salah satu syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah adanya sebab yang halal. Dalam Pasal 1337 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata sebab yang halal yakni sebab yang tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, maupun dengan ketertiban umum.

Perjanjian jual beli yang berlangsung antara penjual dan pembeli tidak jarang menimbulkan masalah atau resiko. Masalah atau resiko yang biasa terjadi dalam jual beli barang biasanya terjadi karena situasi bisnis yang semakin kompetitif, sehingga motif praktek bisnis tidak jujur atau praktek bisnis curang lebih mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tidak etis yang dilakukan oleh para pelaku usaha yang bertujuan untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya yang dapat merugikan konsumen.

Pada prinsipnya, *unfair business practice* (Praktek Bisnis Tidak Jujur) diketahui sebagai tindakan menipu, mencuri, menggelapkan, mengelabui,

bersekongkol, menyalahgunakan kekuatan dan kesempatan, menindas atau memeras yang lemah dengan tindakan-tindakan yang merusak dan merugikan pihak lain pada umumnya. Tindakan-tindakan di atas, bisa dikategorikan sebagai melanggar hukum. Namun, ada pula yang menganggap bahwa melakukan praktek bisnis tidak jujur merupakan sesuatu yang lumrah bahkan suatu keharusan agar bisa melaksanakan kegiatan bisnis untuk bertahan hidup.¹⁸

Dari suatu angket yang dilakukan di lingkungan Harvard Business School, AS, diperoleh informasi bahwa faktor yang mempengaruhi tindakan bisnis tidak jujur di lingkungan perusahaan adalah sebagai berikut:¹⁹

- a. “desakan kebutuhan keuangan pribadi;
- b. kurangnya kebijaksanaan perusahaan yang jelas;
- c. perilaku rekan-rekan setingkat;
- d. iklim etika dalam industri/dunia bisnis;
- e. perilaku atasan dalam perusahaan.”

Berdasarkan informasi yang diperoleh di atas mengenai faktor yang mempengaruhi bisnis tidak jujur adalah karena faktor utamanya yaitu “kebutuhan finansial”, kemudian bisa dikatakan bahwa faktor utama yang mendorong praktek bisnis tidak jujur adalah motif mencari keuntungan atau mendapatkan uang lebih besar.²⁰

Untuk melindungi konsumen dari resiko-resiko yang bisa terjadi dalam kegiatan jual beli praktek bisnis tidak jujur, maka konsumen harus diberikan perlindungan khusus bagi konsumen. Dalam kamus besar

¹⁸ Adrianus Meliala, *Op.cit*, hlm.29.

¹⁹ Adrianus Meliala, *Loc.cit*, hlm.30.

²⁰ *Ibid*.

Bahasa Indonesia Perlindungan berasal dari kata “lindung” yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi. Sedangkan perlindungan memiliki arti konservasi, pemeliharaan, dan penjagaan.

Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan :

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

Dari penjelasan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa istilah perlindungan konsumen dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.²¹

Untuk memenuhi tujuan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlu dilakukan pembinaan dan pengawasan terhadap terselenggaranya perlindungan terhadap konsumen secara memadai. Pembinaan dan pengawasan meliputi :

- a. “diri pelaku usaha;
- b. sarana dan prasarana produksi;
- c. iklim usaha secara keseluruhan; serta

²¹ Adijaya Yusuf dan John W.Head, *Topik-Topik Mata Kuliah Hukum Ekonomi dan Kurikulum*, Jakarta: Elips,1998.

d. konsumen.”

Dengan pembinaan dan pengawasan ini diharapkan pemenuhan akan hak-hak konsumen dapat terjamin dan sebaliknya pemenuhan kewajiban-kewajiban pelaku usaha sebagai produsen dapat dipastikan.

Pembinaan terhadap pelaku usaha mengandung makna mendorong pelaku usaha supaya bertindak sesuai dengan aturan yang berlaku, seperti aturan yang diharuskan oleh undang-undang. Dalam hal ini pelaku usaha wajib untuk menyadari akan ketentuan-ketentuan yang wajib ditaati mengenai penjualan barang *gawai*, seperti yang tercantum dalam Pasal 8 ayat (1) huruf J Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

“Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia.”

Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, kecenderungan *caveat emptor* dapat mulai diarahkan menuju *caveat venditor*.²² *Caveat emptor* adalah suatu kondisi dimana konsumen harus berhati-hati karena posisi pelaku usaha kuat, diarahkan menuju *caveat venditor* yaitu suatu kondisi dimana pelaku usaha harus berhati-hati karena konsumen sudah memahami mengenai perlindungan konsumen.

²² Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Grasindo, 2006, hlm.62.

Prinsip-prinsip mengenai kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha berdasarkan doktrin atau teori yang dikenal dalam perkembangan sejarah hukum perlindungan konsumen, antara lain:²³

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

Doktrin *let the buyer beware* atau *caveat emptor* merupakan dasar dari lahirnya sengketa dibidang transaksi konsumen. Asas ini berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga konsumen tidak memerlukan perlindungan. Prinsip ini mengandung kelemahan, bahwa dalam perkembangan konsumen tidak mendapat informasi yang memadai untuk menentukan pilihan terhadap barang dan/ atau jasa yang dikonsumsinya. Hal tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan konsumen atau keterbukaan pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkannya. Dengan demikian, apabila konsumen mengalami kerugian, maka pelaku usaha dapat berdalih bahwa kerugian tersebut akibat dari kelalaian konsumen itu sendiri.

2. *The Due Care Theory*

Doktrin ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produk, baik barang maupun jasa. Selama pelaku usaha berhati-hati dengan produknya, maka ia tidak dapat dipersalahkan. Pada prinsip ini berlaku pembuktian siapa mendalihkan maka dialah yang membuktikan. Hal ini

²³ *Ibid*, hlm.61.

sesuai dengan ketentuan Pasal 1865 KUH Perdata yang secara tegas menyatakan bahwa barangsiapa yang mendalilkan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

3. *The Privity of Contract*

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

F. Metode Penelitian

Dalam penelitian untuk menyusun tugas akhir ini, penulis menggunakan metode yuridis normatif. Metode yuridis normatif yaitu metode penelitian hukum yang dilakukan dengan meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka.²⁴ Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi konsep, asas, dan prinsip-prinsip mengenai hak-hak konsumen dan perlindungan hukum bagi konsumen, khususnya mengenai penjualan barang *gawai* agar terpenuhinya hak-hak konsumen untuk memperoleh informasi atas penggunaan suatu barang dan/ atau jasa.

²⁴ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Raja Grafindo, 2006, hlm. 13.

Penyusunan tugas akhir ini menggunakan sifat, pendekatan, jenis data, teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam tugas akhir ini dilakukan secara deskriptif analitis yaitu penelitian yang menggambarkan peristiwa yang sedang diteliti dan kemudian menganalisisnya berdasarkan fakta-fakta berupa data sekunder yang diperoleh dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Penelitian ini melakukan analisis dan menyajikan fakta yang terjadi secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.²⁵ Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, penulis akan mencoba menggambarkan situasi dan kondisi perlindungan hukum terhadap aturan penjualan barang *gawai* di Indonesia yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ke dalam bentuk fakta yang masih terjadi di lapangan masyarakat seperti salah satu kasus yang terjadi terhadap Dian dan Randy yang menjual barang *gawai* tanpa memperhatikan ketentuan-ketentuan penjualan barang *gawai* sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Permendag Nomor 22/M-DAG/PER/5/2010 tentang

²⁵ Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 1999, hlm.63.

Kewajiban Pencantuman Label pada Barang Semua Produk Baik Impor maupun Produksi dalam Negeri.

2. Pendekatan Penelitian

Penyusunan tugas akhir ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*)²⁶. Pendekatan perundang-undangan digunakan berkenaan dengan peraturan hukum yang mengatur mengenai ketentuan-ketentuan dalam penjual barang *gawai* yang wajib ditaati oleh para pelaku usaha. Sehingga para pelaku usaha lebih bertanggung jawab terhadap produk barang yang diperjualbelikan dan hak-hak konsumen tidak dirugikan. Pada pendekatan konseptual peneliti akan menelaah mengenai teori-teori dan doktrin-doktrin yang berkaitan dengan hak-hak konsumen dan hukum perlindungan konsumen.

3. Jenis dan Sumber Bahan Hukum

Jenis data dari penelitian ini dikumpulkan dengan cara menggunakan data sekunder dan data primer. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari penelitian kepustakaan dan dokumen, yang merupakan hasil penelitian dan pengolahan orang lain, yang sudah tersedia dalam bentuk buku-buku atau dokumen yang biasanya disediakan di perpustakaan, atau milik pribadi²⁷ seperti data yang

²⁶ Johny Ibrahim, *Pendekatan Ekonomi terhadap Hukum*, Surabaya: Putra Media Nusantara dan ITS Press, 2009, hlm.302-303.

²⁷ Hilman Hadikusuma, *Metode Pembuatan Kertas Kerja atau Skripsi Ilmu Hukum*, Bandung: Mandar Maju, 1995, hlm. 65.

diperoleh dari beberapa literatur, Undang-Undang. Sedangkan yang dimaksud dengan data primer ialah data yang diperoleh langsung dari masyarakat.²⁸

Di dalam penelitian hukum, data sekunder mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.²⁹ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu terdiri dari :

a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat,³⁰ seperti:

1. Undang-Undang Dasar 1945;
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
3. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia;
4. Permendag Nomor 22/M-DAG/PER/5/2010 tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang Semua Produk Baik Impor Maupun Produksi dalam Negeri.

b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer,³¹ seperti: buku-

²⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Op. Cit.*, hlm. 12.

²⁹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Op. Cit.*, hlm. 13.

³⁰ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia (UI) Press, 1986, hlm.52

³¹ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Cetakan Kelima, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994, hlm. 12.

buku, hasil penelitian, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan makalah hasil seminar.

- c. Bahan Hukum Tersier, bahan-bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder,³² berupa kamus-kamus seperti kamus bahasa, kamus hukum, majalah, serta media massa.

4. Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

a. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan dilakukan untuk mencari teori-teori, pendapat-pendapat serta mengumpulkan dan mengkaji data yang diperoleh dari undang-undang, hasil penelitian, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, buku teks, dan makalah seminar yang berkenaan dengan permasalahan mengenai penjualan barang *gawai* yang tidak memenuhi aturan dalam penjualan barang *gawai*.

b. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh baik dari studi kepustakaan maupun dari penelitian lapangan akan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif yaitu metode analisis data yang mengelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori-teori, asas-asas, dan kaidah-kaidah

³² *Ibid.*

hukum yang diperoleh dari studi kepustakaan sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang dirumuskan.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika yang terbagi dalam lima bab. Masing-masing bab terdiri atas beberapa sub-bab guna lebih memperjelas ruang lingkup dan cakupan permasalahan yang diteliti. Adapun urutan dan tata letak masing-masing bab serta pokok pembahasannya adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Berisikan uraian latar belakang permasalahan mengenai penjualan barang *gawai* dalam hal ketidaklengkapan buku manual berbahasa Indonesia yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, kemudian dilanjutkan dengan identifikasi masalah yang menjadi fokus penelitian yang akan dikaji, uraian mengenai tujuan penelitian dan kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis, metode penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka (Tinjauan Yuridis Mengenai Hak-Hak dan Kewajiban Konsumen)

Dalam bab ini dipaparkan mengenai hak-hak dan kewajiban konsumen yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha terkait dengan penjualan barang *gawai* dengan memperhatikan ketentuan yang diatur dalam melakukan penjualan barang *gawai* sebagaimana hak-hak dan kewajiban

konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak boleh terabaikan.

Bab III Objek Penelitian (Aturan dalam penjualan barang *gawai* menurut ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Peraturan Perundang-undangan)

Dalam bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian yang menggambarkan fakta-fakta yang terjadi dalam kehidupan masyarakat secara nyata dibandingkan dengan aturan-aturan yang diatur dalam undang-undang.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan (menjawab dan menjelaskan pokok permasalahan)

Dalam bab ini akan diuraikan jawaban atas permasalahan dengan menggunakan data hasil penelitian secara teori yang telah diuraikan dalam bab II skripsi.

Bab V Penutup

Dalam bab ini diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Selain itu juga diuraikan pula saran-saran mengenai kebijakan pemerintah yang masih belum tegas dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang telah dirugikan hak-haknya.