

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memasuki zaman yang terus berkembang pada saat ini, persaingan hidup semakin tinggi, arus perdagangan barang dan/atau jasa semakin meluas bahkan melintasi batas-batas wilayah suatu negara dan kebutuhan masyarakat akan informasi pun semakin tinggi. Ini membuat semakin banyaknya barang dan/atau jasa di pasaran. Kondisi ini memberi keuntungan bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan akan terpenuhi. Di sisi lain, kondisi ini akan memaksa para pelaku usaha untuk mencari metode pemasaran yang efektif guna menambah minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang mereka tawarkan. Metode-metode yang kurang bijak pun bisa saja digunakan oleh pelaku usaha yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dengan demikian, upaya-upaya untuk melindungi konsumen merupakan sesuatu hal yang dianggap penting.

Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Karena itu, kepada produsen dibebankan tanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma-norma hukum, kepatutan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku di kalangan dunia usaha.

Pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat, menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Karena itu, kepada produsen dibebankan tanggung jawab atas

pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma-norma hukum, kepatutan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku di kalangan dunia usaha.

Saat ini telah ada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut dengan UUPK. Undang-Undang ini bertujuan memberikan kepastian dan keseimbangan hukum antara produsen dan konsumen sehingga terwujud perekonomian yang sehat sehingga terjadi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.¹ Meskipun UUPK disebut sebagai undang-undang yang melindungi konsumen, namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak ikut menjadi perhatian, karena keberadaan perekonomian nasional banyak ditentukan oleh pelaku usaha.

Pengertian perlindungan konsumen dalam Pasal 1 angka 1 UUPK adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Pengertian konsumen sendiri adalah orang yang mengkonsumsi barang atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk digunakan sendiri dan tidak diperdagangkan.

Ketentuan mengenai jaminan/garansi diatur dalam Pasal 25 UUPK yang isinya sebagai berikut:

1. Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.
2. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut;
 - a. Tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;
 - b. Tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Kesimpulan pasal ini bahwa kewajiban menyediakan suku cadang atau fasilitas purna jual yang dimaksud tidak tergantung ada atau tidaknya ditentukan dalam perjanjian. Artinya meskipun para pihak tidak menentukan hal ini dalam perjanjian, konsumen tetap memiliki hak

¹ Muchlisin Riadi, 2018, Pengertian, Tujuan Konsumen dan Asas Perlindungan. <https://www.kajianpustaka.com>
Diakses tanggal 5 februari 2020.

menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha yang bersangkutan berdasarkan perbuatan melanggar hukum, apabila kewajiban menyediakan suku cadang atau fasilitas purna jual tersebut diabaikan pelaku usaha.

Pada toko Cipta Radio pemberian kartu jaminan/garansi kurang terlaksana. Terdapat barang-barang yang tidak memiliki garansi setelah pembelian, sehingga hak-hak dari konsumen tidak terpenuhi. Alasan yang dikemukakan oleh bapak Amukhir sebagai pelaku usaha terhadap barang-barang yang dijualnya tanpa kartu jaminan adalah bahwa pelaku usaha yakin bahwa barang yang dijualnya akan tahan lama melebihi masa garansi yang diberikan, sehingga pemberian kartu garansi oleh pelaku usaha kurang efektif.

Pada 2018 terdapatnya 2 kasus penuntutan konsumen terhadap barang yang rusak dan tidak memiliki kartu garansi/jaminan karena memang pembelian barang tersebut tidak disertai dengan kartu jaminan oleh pelaku usaha. Kasus pertama pada juli 2018 konsumen menuntut kepada pelaku usaha atas mesin pengatur suhu (AC) merek SHARP, yang mengalami kerusakan pada pengaturan suhunya. Lalu pada agustus 2018 konsumen menuntut perbaikan barang dispenser yang rusak pada pengaturan suhunya.

Ganti kerugian yang diberikan oleh pelaku usaha yakni bapak Amukhir adalah perbaikan dengan melihat seberapa besar kerusakan yang diderita, lalu setelah dilakukan perbaikan maka pelaku usaha memberikan jaminan berupa kartu garansi setelah perbaikan barang.

Pertanggung jawaban pelaku usaha kepada konsumen yang datang menuntut ganti kerugian terhadap barang yang rusak dan tidak memiliki kartu jaminan setelah pembelian barang adalah dengan memperlihatkan bukti pembayaran beserta alasan yang kuat atas kerusakan barang yang diderita oleh konsumen.

Mengenai tanggung jawab pelaku usaha dicantumkan dalam Pasal 19 ayat (1) dan (2)

UUPK sebagai berikut:

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

Pasal 19 UUPK di atas menjelaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab terhadap kerugian yang ditimbulkannya dari barang yang diperdagangkan baik ada atau tidaknya kartu jaminan atau garansi. Namun pada ayat (5) menjelaskan bahwa ketentuan yang ada pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Kualitas produk juga mempengaruhi daya minat dari konsumen terhadap produk yang dijual oleh pelaku usaha. Kualitas merupakan kemampuan dan daya tahan produk. Konsumen yang telah menjatuhkan pilihan untuk melakukan pembelian tidak ingin kecewa dengan keputusannya karena kualitas yang dibeli tidak baik. Hal itu yang membuat konsumen melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian produk.²

Selain itu konsumen juga menilai layanan purna jual yang diberikan perusahaan kepada konsumen setelah melakukan pembelian. Layanan purna jual merupakan pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesudah melakukan pembelian dalam upaya mempertahankan kepercayaan pelanggan.³

Layanan purna jual dapat berupa perbaikan (*service*), garansi dan suku cadang. Pertama, perbaikan merupakan salah satu layanan produsen maupun distributor untuk memastikan

² Simanjuntak, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Putusan Pembelian*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 55 no 3.

³ *Ibid.*

apabila barang yang sudah berada ditangan konsumen mengalami kerusakan, maka pihak penyedia barang dapat memperbaiki kondisi barang tersebut semampu tenaga ahli montir untuk memenuhi harapan konsumen. Kesiapan, tanggapan dan pemecahan masalah yang diberikan produsen untuk menerima dan melayani konsumen menjadi hal penting bagi perusahaan untuk menunjukkan kepedulian produsen terhadap konsumen.⁴

Kartu jaminan/garansi adalah keterangan dari suatu produk bahwa pihak produsen menjamin produk tersebut bebas dari kesalahan dan kegagalan bahan dalam jangka waktu tertentu. Kartu jaminan/garansi ini sangat bermanfaat bagi konsumen, sebab selain menjamin kualitas suatu produk, garansi ini juga dapat digunakan oleh konsumen untuk melakukan tuntutan kerugian yang diderita akibat kerusakan atau kesalahan dalam suatu produk. Garansi itu tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen tetapi juga bagi pelaku usaha. Manfaat kartu jaminan/garansi bagi pelaku usaha yaitu dapat membatasi klaim yang berlebihan dari konsumen dan garansi juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi promosi bagi suatu produk sebab produk dengan garansi yang lebih lama itu menandakan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang baik.

Mengingat pentingnya kartu jaminan untuk melengkapi UUPK, maka dikeluarkanlah Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 547/MPP/Kep/7/2002 tentang Pedoman Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/Garansi Dalam Bahasa Indonesia Bagi Produk Teknologi Informasi dan Elektronika. Keputusan ini kemudian diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 19/M-DAG/PER/5/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan (Manual) dan Kartu Jaminan/Garansi Purna Jual Dalam Bahasa Indonesia Bagi

⁴ *Ibid.*

Produk Telematika dan Elektronika. Selanjutnya dalam skripsi ini akan disebut dengan Permendag No.19/MDAG/PER/5/2009.

Peraturan ini mewajibkan agar produk telematika dan elektronika menyertakan kartu jaminan/garansi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yang isinya berupa:

- a) Setiap produk telematika dan elektronika yang diproduksi dan/atau diimpor untuk diperdagangkan di pasar dalam negeri wajib dilengkapi dengan petunjuk penggunaan dan kartu jaminan dalam Bahasa Indonesia.
- b) Kewajiban penggunaan Bahasa Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat disandingkan dengan bahasa asing sesuai kebutuhan.

Pasal di atas menjelaskan bahwa pemberian kartu jaminan setelah pembelian barang merupakan kewajiban bagi pelaku usaha disertai dengan petunjuk penggunaan kartu jaminan dalam bahasa Indonesia. Dan pada ayat (2) dijelaskan bahwa petunjuk penggunaan kartu jaminan dalam bahasa asing dapat digunakan sepanjang tidak bertentangan dengan ayat (1)

Kemudian dalam Pasal 3 ayat (2) dan (3) Peraturan Menteri Perdagangan ini dijelaskan bahwa:

- 2) Kartu jaminan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) harus memuat informasi sekurang-kurangnya:
 - a) Masa garansi;
 - b) Biaya perbaikan gratis selama masa garansi yang diperjanjikan;
 - c) Pemberian pelayanan purna jual berupa jaminan ketersediaan suku cadang dalam masa garansi dan pasca garansi;
 - d) Nama dan alamat pusat pelayanan purna jual (*Service Center*);
 - e) Nama dan alamat tempat usaha produsen (perusahaan/pabrik) untuk produk dalam negeri; dan
 - f) Nama dan alamat tempat usaha importir untuk produk impor.
- 3) Pemberian pelayanan purna jual selama masa garansi dan pasca garansi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c berupa:
 - a) Ketersediaan pusat pelayanan purna jual (*Service Center*);
 - b) Ketersediaan suku cadang;
 - c) Penggantian produk sejenis apabila terjadi kerusakan yang tidak dapat diperbaiki selama masa garansi yang diperjanjikan; dan

d) Penggantian suku cadang sesuai jaminan selama masa garansi yang diperjanjikan.

Dijelaskan pada ayat (2) bahwa pemberian kartu jaminan oleh pelaku usaha setelah pembelian barang harus memuat ke enam pokok diatas untuk menjamin barang yang dibeli oleh konsumen terhadap kerusakan yang mungkin akan terjadi. Pemberian kartu jaminan juga harus disertai dengan tempat servis barang dan penggantian suku cadang baru terhadap barang yang rusak. Konsumen dapat pergi ke alamat yang terdapat pada kartu jaminan yang diberikan oleh pelaku usaha untuk tempat konsumen melakukan klaim. Hal ini penting karena menjamin barang yang dibeli oleh konsumen jika suatu waktu terjadi kerusakan.

Kartu jaminan/garansi sebenarnya merupakan salah satu bagian dari perjanjian kontraktual yang mengharuskan pihak pelaku usaha untuk memperbaiki atau mengganti produk yang mengalami kerusakan atau cacat akibat kesalahan atau kegagalan bahan selama masa garansi yang diperjanjikan.

Garansi juga merupakan tahap purnatransaksi dari tahapan-tahapan transaksi konsumen. Tahap ini dapat disebut dengan tahap purnajual atau *after sale service* dimana penjual menjanjikan beberapa pelayanan cuma-cuma dalam jangka waktu tertentu seperti menjanjikan garansi atau servis gratis selama periode tertentu.⁵ Garansi yang diberikan itu biasanya dalam bentuk surat. Surat itu disebut dengan kartu garansi atau kartu jaminan. Kartu garansi ini sangat penting ketika suatu toko tempat konsumen membeli produk mengalami bangkrut atau pailit. Maka konsumen dapat langsung ke Layanan Purna Jual (*Service Center*) yang ada dikartu tersebut.

Dari penjelasan di atas sudah seharusnya UUPK diterapkan oleh pelaku usaha di dalam menjalankan usahanya juga pada saat bertransaksi dengan konsumen. Selain itu juga

⁵ Ade Maman Suherman, 2005, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 104

mencegah konsumen mengambil keuntungan terhadap barang yang mengalami kerusakan karna kesalahan dari konsumen sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merumuskan judul : **“GANTI RUGI TERHADAP TUNTUTAN KONSUMEN KEPADA PELAKU USAHA ATAS PRODUK ELEKTRONIK TANPA KARTU JAMINAN ”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah alasan pelaku usaha tidak memberikan kartu jaminan setelah pembelian produk elektronik pada toko Cipta Radio di Kota Padang?
2. Bagaimanakah bentuk dan pelaksanaan ganti kerugian oleh pelaku usaha kepada konsumen yang dirugikan terhadap produk elektronik yang tidak disertai kartu jaminan pada toko Cipta Radio di Kota Padang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui alasan mengapa pelaku usaha tidak memberikan kartu jaminan setelah pembelian suatu barang.
2. Untuk mengetahui bagaimana ganti kerugian oleh pelaku usaha kepada konsumen terhadap produk elektronik yang tidak disertai kartu jaminan.

D. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam membahas penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang dipakai adalah yuridis sosiologis. Jenis penelitian yuridis sosiologis yaitu penelitian yang dilakukan dalam lingkungan masyarakat

dengan maksud dan tujuan menemukan fakta mengenai proses bekerjanya hukum di dalam masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan memperoleh data primer dari bapak Amukhir sebagai pemilik toko Cipta Radio mengenai ganti rugi terhadap tuntutan konsumen kepada pelaku usaha atas produk elektronik yang tidak disertai dengan kartu jaminan.

2. Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama.⁶ Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Amukhir sebagai pemilik toko Cipta Radio Kota Padang.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan bahan-bahan kepustakaan yang antara lain:

1) Bahan hukum primer yaitu :

- a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 9/M-Deg/PER/5/2009 tentang Pendaftaran Petunjuk Penggunaan Manual dan Kartu Jaminan/Garansi Purna Jual Dalam Bahasa Indonesia Bagi Produk Telematika dan Elektronika.

2) Bahan hukum sekunder buku-buku literatur yang memiliki hubungan dengan objek penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan teknik pengumpulan data oleh penulis dengan melakukan wawancara langsung kepada bapak Amukhir sebagai pemilik toko Cipta Radio, bapak Ardi dan bapak Imran sebagai karyawannya dan 5 orang pengunjung pada toko

⁶Zainuddin Ali, 2016, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 106

Cipta Radio di Kota Padang. Dalam hal ini penulis menggunakan pedoman wawancara yaitu semi terstruktur yaitu penulis akan mengajukan pertanyaan yang telah disusun terlebih dahulu kemudian dikembangkan sesuai dengan masalah yang diteliti.

b. Studi dokumen

Studi dokumen merupakan teknik pengumpulan data yang penulis lakukan terhadap bahan-bahan kepustakaan hukum yang bertujuan untuk mengumpulkan data sehingga dapat mengarahkan penulis dalam melakukan penelitian. Adapun caranya adalah dengan membaca, mencatat, dan mengutip peraturan, buku, serta dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian.

4. Analisis Data

Data primer yang diperoleh dari toko Cipta Radio digabungkan dengan data sekunder, dianalisa secara kualitatif yakni dengan mengelompokkan data menurut aspek-aspek yang diteliti, data yang dikumpulkan kemudian diolah dan diuraikan dalam bentuk kalimat yang disusun sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan.