

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu sarana penunjang dalam kehidupan sehari-hari, yang berperan penting baik di pedesaan maupun di perkotaan. Transportasi berasal dari kata latin yaitu *transportae*, dimana *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* berarti mengangkut atau membawa. Jadi Transportasi berarti “mengangkut atau membawa (sesuatu) sebelah lain atau suatu tempat ke tempat lainnya”. Transportasi dapat didefinisikan “sebagai usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan/atau penumpang dari satu tempat ke tempat lainnya.”¹

Tiap negara bagaimanapun tingkatan perkembangan perekonomiannya membutuhkan alat transportasi yang cukup serta memadai, tanpa adanya transportasi sebagai penunjang sarana utama kegiatan ekonomi, maka tidak akan tercapai hasil yang memuaskan dalam pembangunan ekonomi suatu negara.²

Saat ini perkembangan di industri transportasi berkembang dengan sangat pesat. Setiap tahun terjadi peningkatan jumlah kendaraan baik kendaraan mobil penumpang, mobil bis, mobil barang, maupun sepeda motor. Dari keempat moda transportasi tersebut peningkatan jumlah sepeda motor dari tahun ketahun adalah yang paling tinggi.³

¹ Abdul Kadir, “Transportasi: Peran dan Dampaknya Dalam Pertumbuhan Ekonomi Nasional”, USU e-Journals, Vol 1 No. 3 April 2006, Hlm. 1

² Ibid.

³ Aziah, A., & Rubiah, P. *Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT. Gojek Indonesia)*, Cakrawala : Vol. 18 No. 2 September 2018, Hlm. 1

Hal ini karena industri sepeda motor memperhatikan struktur pasar dan perilaku untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan meningkatkan penjualan produk sepeda motor agar menghasilkan laba yang maksimum. Industri sepeda motor adalah industri manufaktur, Tingginya produksi yang kemudian diikuti oleh meningkatnya permintaan terhadap produk sepeda motor tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain maraknya lembaga pembiayaan yang menguncurkan pembiayaan pembelian sepeda motor. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang relatif murah dan terjangkau oleh hampir semua lapisan masyarakat.⁴

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), hingga tahun 2018 tercatat ada 120.101.047 (Seratus Dua Puluh Juta ,Seratus Satu Ribu, Empat Puluh Tujuh) sepeda motor yang dimiliki warga negara Indonesia.⁵ Tuntutan akan perlunya alat transportasi bagi masyarakat Indonesia sangat jelas terlihat dalam kehidupan sehari-hari,sepeda motor juga digunakan sebagai sumber mata pencaharian bagi sebagian masyarakat. Saat ini khususnya di kota medan ,terlihat sudah banyak merek sepeda motor, salah satunya adalah sepeda motor merek Yamaha. Sebagai produsen kendaraan bermotor, Yamaha memerlukan dealer dan sub dealer dalam melakukan pemasaran produk sepeda motornya kepada masyarakat. Salah satu perusahaan yang memasarkan sepeda motor Yamaha kepada konsumen untuk daerah Sumatera Utara khususnya Kota Medan adalah PT.Alfa Scorpii Medan.

PT. Alfa Scorpii Medan adalah perusahaan yang bergerak di bidang distributor (dealer utama) sepeda motor merek Yamaha yang berdiri pada tanggal

⁴ Aurina Yuliasari, *Analisis Struktur Pasar dan Prilaku Industri Sepeda Motor* di Jakarta tahun 2009-2022, Media Ekonomi Vol 20 No. 1 April 2012

⁵ https://www.bps.go.id/line_tabel_Dinamis/View/id/m33333. Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis, 1949-2018

25 Agustus 1987 di Medan. Saat ini perusahaan telah menguasai pasar sepeda motor merk Yamaha untuk wilayah Sumatera Utara, Nanggroe Aceh Darussalam dan Sumatera Barat. Kantor Pusat PT. Alfa Scorpii Medan beralamat di Jalan H. Adam Malik No.30, Silalasa, Kec. Medan Barat, Kota Medan. Pada awal berdirinya PT. Alfa Scorpii Medan mengalami kesulitan dalam hal pemasarannya, hal ini disebabkan masyarakat kota Medan khususnya belum begitu akrab dengan sepeda motor keluaran Yamaha.. Untuk mengatasi masalah tersebut PT. Alfa Scorpii Medan melakukan kebijakan promosi dan distribusi yang gencar sehingga perusahaan tersebut mampu meningkatkan penjualan sepeda motor merk Yamaha. Disamping itu perusahaan juga mendirikan sub dealer dan unit-unit perbengkelan serta sistem penjualan kredit yang lebih ditingkatkan.⁶

Dalam hal ini Yamaha memberikan kepada konsumennya, dalam setiap pembelian sepeda motor merk Yamaha maka konsumen akan mendapatkan garansi sepeda motor tersebut dalam jangka waktu tiga tahun, garansi ini meliputi garansi umum, garansi kelistrikan dan garansi mesin juga servis gratis sebanyak empat kali.⁷

Adapun jenis-jenis garansi sepeda motor Yamaha Alfa Scorpii adalah:⁸

1. Garansi mesin, berlaku selama 3 tahun atau 36.000 (Tiga Puluh Enam Ribu) km.
2. Untuk forget piston dan Diasil Cylinder berlaku garansi sampai dengan 5 tahun atau 50.000 (Lima Puluh Ribu) km.

⁶ Hariadi Haryano, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Mio (Studi Kasus di Alfa Scorpii Medan)*, Tesis, (Medan, USU, 2008) hlm. 90

⁷ Lihat dalam PT. Yamaha Indonesia Manufacturing, *Buku Garansi dan Servis* (Indonesia: PT. Yamaha Manufacturing, 2018)

⁸ Ibid, Hlm. 2

3. Garansi khusus kelistrikan (part tertentu), berlaku selama 2 tahun atau 24.000 (Dua Puluh Empat Ribu) km.
4. Garansi umum, berlaku selama 1 tahun atau 12.000 (Dua Belas Ribu) km.
5. Garansi khusus komponen FI 5 tahun atau 50.000 (Lima Puluh Ribu) km.

Garansi 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 bahkan selama masa garansi yang diperjanjikan. Garansi juga merupakan purna transaksi dari tahapan-tahapan transaksi konsumen. Tahap ini dapat disebut dengan tahap dengan purna jual atau after sale service dimana penjual menjanjikan beberapa pelayanan cuma-cuma dalam jangka waktu tertentu seperti menjanjikan garansi atau service selama periode tertentu.⁹

Layanan purna jual (*after sale service*) merupakan kepentingan konsumen yang sangat vital dewasa ini. Perkembangan teknologi yang sangat cepat, misalnya pada teknologi perangkat computer sering membuat produsen harus mengubah tipe-tipe produknya mengikuti selera dan kebutuhan konsumen yang terus berganti dalam waktu singkat. Akibatnya, jika ada kerusakan dari suatu tipe produk, sering konsumen tertentu menghadapi kendala memperbaiki barangnya karena ketiadaan suku cadang.¹⁰

Masalah lain yang menyangkut layanan purna jual adalah soal garansi dalam jangka waktu tertentu yang diberikan produsen/penyalur produk (penjual) kepada konsumennya. Demikian pula dengan tanggung jawab produsen/penyalur

⁹ Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global* (Bogor, Ghalia Indonesia, 2005) hlm. 103

¹⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:Grasindo, 2000), hlm. 124-128

produk (penjual) dalam memenuhi hak konsumen, terutama hak untuk memperoleh barang/jasa yang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan.¹¹

Namun garansi juga memberikan manfaat kepada konsumen dan produsen, dari sisi konsumen, garansi dapat melindungi dari pembelian yang cacat tersembunyi oleh produk dan mendapatkan ganti rugi dari garansi tersebut. Dari sisi produsen juga mendapatkan manfaat yaitu dengan adanya garansi bisa menjadikan promosi yang efektif, karena semakin lama masa garansi yang diberikan konsumen akan tertarik dengan barang yang dijual, dan membatasi klaim garansi dari konsumen yang tidak rasional.¹²

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur secara tegas mengenai pelaku usaha dan konsumen, ketentuan ini diberlakukan untuk mewujudkan keseimbangan antara konsumen dengan pelaku usaha. Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen atau upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹³

Salah satu hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah hak memperoleh ganti kerugian. Hak atas ganti kerugian ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini sangat terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen baik yang berupa

¹¹ Ibid

¹² Praditya, Khairusy Noor, Skripsi. *Penggantian Kerugian Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Handphone Bergaransi di Jogtronic, Yogyakarta*, (Yogyakarta, UMY, 2017) hlm. 4

¹³ Wahid Yauwarin, Jurnal. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pembeli Makanan Berbuka Puasa yang Mengandung Bahan Pengawet dan Bahan Pemanis buatan* (Kajian UU No. 8 Tahun 1999), Stia-Said perinta e-Journals, Volume 1, No. 1, Maret 2020 hlm. 39

kerugian materi, maupun kerugian yang menyangkut diri (sakit, cacat, bahkan kematian) konsumen. Untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai (diluar pengadilan) maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.¹⁴

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.¹⁵

Salah satu aspek dari perlindungan konsumen adalah persoalan tentang tanggung jawab produsen atas kerugian sebagai akibat yang ditimbulkan oleh produknya. Dengan singkat persoalan ini lazim disebut dengan tanggung jawab produk (*product liability*).¹⁶ Secara historis, tanggung jawab produsen (*product liability*) lahir karena adanya ketidakseimbangan kedudukan dan tanggung jawab produsen dan konsumen. Sehingga produsen yang pada awalnya menerapkan strategi yang berorientasi pada produk dalam pemasaran produknya harus mengubah strategi menjadi pemasaran yang berorientasi pada konsumen, dimana produsen harus hati-hati dengan produk yang dihasilkan olehnya.¹⁷

Oleh karena itu, masalah tanggung jawab produk (*product liability*) telah mendapat perhatian yang semakin meningkat dari berbagai kalangan, baik

¹⁴ Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta, : Raja Grafindo Persada, 2004) hlm. 44

¹⁵ Shidarta, Op. Cit, Hlm. 59

¹⁶ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006) Hlm. 11

¹⁷ Lumantono Carter H, Jurnal, *Tinjauan Yuridis tanggung Jawab Produsen Terhadap Produk Cacat Dalam Kaitannya dengan Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Linerat, Vol. 1 No. 2, April – Juni, 2013, hlm. 35

kalangan industri, konsumen pemerintah dan ahli hukum. Kurangnya kesadaran dan tanggung jawab sebagai produsen akan berakibat fatal dan menghadapi resiko bagi kelangsungan hidup dan kredibilitas usahanya. Rendahnya kualitas produk atau adanya cacat pada produk yang dipasarkan akan menyebabkan ganti kerugian bagi konsumen, disamping produsen itu juga akan menghadapi tuntutan kompensasi yang pada akhirnya akan bermuara pada kalah bersaingnya produk tersebut dalam merebut pangsa pasar.¹⁸

Demikian pula pada kendaraan bermotor merek Yamaha yang ada di Alfa Scorpii Medan juga mempunyai garansi sehingga apabila terjadi kerusakan pada kendaraan yang dijual oleh Alfa Scorpii Medan yang diakibatkan kesalahan pabrik, maka dapat diajukan klaim guna memberikan perlindungan kepada hak konsumen.

Klaim garansi dapat diajukan jika konsumen telah memenuhi semua ketentuan garansi. Akan tetapi dalam prakteknya konsumen sangat sulit meminta kesadaran pelaku usaha untuk bertanggung jawab dalam mendapatkan pemenuhan klaim garansi sepeda motor konsumen, hal ini tentu saja dapat menimbulkan konflik antara produsen dan konsumen, apabila pada akhirnya konsumen ternyata tidak mendapatkan sesuai dengan janji yang terdapat dalam buku garansi.

Dealer dalam hal ini unit perbengkelan yang menjalankan kegiatan servis dan perawatan juga terkadang memiliki keterbatasan ketersediaan *spare part* sepeda motor yang ingin di klaim garansi nya oleh konsumen, yang akhirnya konsumen harus menunggu *spare part* tersebut dikirim dari Jakarta sebagai pusat manufacturing Yamaha di Indonesia melalui mekanisme inden, yaitu pembelian

¹⁸ I Gede Agus Satrya Wibowo dan I Nengah Suharto, Jurnal, *Mekanisme Penyelesaian Sengketa Konsumen secara Mediasi Terhadap Produk Cacat Dalam Kaitannya dengan Tanggung Jawab Produsen*, Kertha Semaa, Journal Ilmu Hukum, Vol. 4 No. 3, 2016, hlm. 2

barang dengan cara memesan dan membayar lebih dahulu.¹⁹ Yang kemudian mengakibatkan konsumen sulit mendapatkan *spare part* tersebut, Akhirnya konsumen lebih memilih membeli *spare part* tersebut sendiri di toko *spare part* dari pada menunggu dan menggunakan klaim garansinya.

Seperti kendala yang di alami Melvyn warga Medan johor yang memiliki sepeda motor merek Yamaha yang pembeliannya di lakukan di PT.Alfa Scorpii, kendala yang dialami Melvyn saat mengajukan klaim garansi umum terhadap *Gear box* pada sepeda motor merek Yamaha Tipe All New N-Maxx 155 cc yang mengalami kerusakan sehingga mengakibatkan terdengar suara dengung pada kendaraan, adalah gugurnya garansi berdasarkan ketentuan garansi yang menyatakan Garansi tidak berlaku apabila telah memodifikasi/dirubah tidak sesuai dengan standar pabrikan, hal ini diakui dan telah dibuktikan bahwa Melvyn telah memodifikasi bagian knalpot sepeda motor nya dengan model knalpot racing sehingga tidak lagi standar pabrik.

Namun sayangnya usia kendaraan tersebut masih belum melewati 1 tahun,dan jarak tempuh kendaraan belum melewati 12.000 km, sesuai dengan ketentuan garansi umum dalam buku garansi bahwa Garansi Umum, berlaku selama 1 (satu) tahun atau 12.000 (dua belas ribu) km, pihak PT.Alfa Scorpii kemudian menjelaskan bahwa ditolaknya kalim garansi yang diajukan dikarenakan sesuai dengan ketentuan dalam buku garansi bahwa konsumen tidak boleh memodifikasi/dirubah kendaraan tidak sesuai dengan standar pabrikan.

Garansi juga tidak dapat diklaim jika terdapat kerusakan pada sparepart yang habis dipakai atau harus diganti dalam periode tertentu. Hal ini dialami oleh saudara Jonathan pada saat melakukan service. Pada saat itu busi yang ada di

¹⁹ Ebta Setiawan, KBBI Daring, <https://kbbi.web.id/inden>

sepedamotornya telah habis, jadi Jonathan tidak bisa mendapatkan garansi dan ia harus membayar jika menginginkan sparepart yang baru.

Disisi lain juga terjadi masalah dengan saudara Nanda, dalam melakukan perawatan Nanda lebih memilih untuk service diluar bengkel resmi Yamaha, disuatu saat Nanda melakukan service di bengkel resmi Yamaha dan Nanda menyampaikan keluhannya. Akan tetapi karena keluhan yang disampaikan diluar dari service bengkel resmi Yamaha maka pihak Yamaha menolak klaim garansi.

Pembuktian terhadap kerusakan tersebut diakibatkan karena cacat produk atau kesalahan konsumen merupakan hal yang penting di lakukan dalam proses klaim garansi sepeda motor di PT. Alfa Scorpii, mengingat dalam klaim garansi berlaku pembuktian terbalik dimana Pelaku usaha dalam hal ini PT. Alfa Scorpii dapat membuktikan bahwa kerusakan/cacat bukan dari pelaku usaha, maka akhirnya pelaku usaha dibebaskan dari tanggungjawabnya untuk mengganti kerugian yang dituntut konsumen.²⁰

Masalah lain tentang kurangnya pemahaman tentang ketentuan garansi ini sering kali membuat konsumen salah memahami ketentuan garansi yang diberikan. Ditambah sering kali kedudukan pelaku usaha dan konsumen tidak seimbang, dimana konsumen pada posisi yang lemah. Konsumen hanya dijadikan objek aktivitas bisnis untuk meraup laba sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.²¹

²⁰ Lihat dalam, Hazar Kusmayati, *Problematika Pembuktian Terbalik Penyelesaian Sengketa Konsumen di Indonesia*. Lex Jurnalica, Vol 17 No. 2, 2020

²¹ Erna Jaruniati, Skripsi, *Analisis UU No. 8 Tahun 1999. Tentang Perlindungan Konsumen Relevansinya dengan Jaminan Kethalalan Produk Bagi Konsumen Muslim* (Semarang, UIN Walisongo; 2006) hlm. 32

Hak-hak Konsumen dalam klaim garansi ditinjau dari Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Hukum Konsumen :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; konsumen berhak mendapatkan keamanan dan kenyamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya, konsumen juga harus mendapatkan keamanan dan kenyamanan dalam mengajukan klaim garansi, konsumen berhak diperlakukan sebaik mungkin dan senyaman mungkin sebagaimana konsumen lainnya.
- 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;
 Dalam mengonsumsi suatu produk, konsumen berhak menentukan pilihannya, ia tidak boleh mendapatkan tekanan dari pihak luar, hak untuk mendapatkan produk barang dan/jasa sesuai dengan nilai tukar serta jaminan yang dijanjikan erat kaitannya dengan garansi, hak ini berarti konsumen dilindungi dari permainan yang tidak wajar
 Dengan kata lain kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayar sebagai pengantinya, begitu juga dalam klaim garansi sepeda motor, suku cadang yang diganti harus sesuai, dan suku cadang tersebut haruslah suku cadang yang baru dan bukan suku cadang bekas.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang atau jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara.

Dengan uraian diatas dan kendala yang terjadi maka timbul ketertarikan untuk membuat karya tulis dalam bentuk skripsi dengan judul “Tinjauan Yuridis Mengenai Hak-Hak Konsumen Dalam Klaim Garansi Kendaraan Bermotor Study di PT.Alfa Scorpii Yamaha Medan”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latarbelakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana hak-hak konsumen dalam klaim garansi di tinjau dari Undang Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen
2. Bagaimana ketentuan garansi sepeda motor merek Yamaha yang diberikan oleh PT.Alfa Scorpii dan kendala kendala yang dialami konsumen dalam mengajukan klaim garansi

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui hak hak konsumen dalam klaim garansi di tinjau dari undang undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.
2. Untuk mengetahui ketentuan garansi kendaraan bermotor merek Yamaha yang diberikan oleh PT.Alfa Scorpii.

D. Manfaat Penelitian

Penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis antara lain sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis/Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai wawasan hukum di bidang perlindungan konsumen. Menjadikan bahan kajian lebih lanjut untuk melahirkan berbagai konsep keilmuan yang pada gilirannya dapat memberikan andil bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai perlindungan konsumen yang berkaitan dengan klaim garansi kendaraan bermotor

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembuat kebijakan, penegak hukum, guna melengkapi peraturan perundang-undangan yang masih diperlukan, memberi dan lebih memahami perlindungan hukum bagi konsumen berkaitan dengan klaim garansi kendaraan bermotor.

3. Manfaat Untuk Peneliti

- 1) Hasil penelitian ini juga dapat memberi manfaat dalam mengembangkan wawasan penulis khususnya berkaitan dengan tinjauan yuridis mengenai hak-hak konsumen dalam klaim garansi kendaraan bermotor.
- 2) Hasil Penelitian ini diharapkan dengan selesainya penelitian ini dapat menjadi syarat terhadap penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Universitas HKBP Nommensen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disebutkan dalam Pasal 1 ayat (1) bahwa perlindungan konsumen adalah : “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Az. Nasution, berpendapat bahwa, “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”.²² Adapun hukum konsumen diartikan sebagai “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, di dalam pergaulan hidup.”²³

Az. Nasution membedakan definisi antara hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen, yakni sebagai berikut: Hukum Konsumen adalah “keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunanya, dalam kehidupan masyarakat”. Hukum perlindungan konsumen adalah “keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk

²² AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm. 72.

²³ Ibid.

(barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaanya dalam kehidupan bermasyarakat”.²⁴

Menurut Yusuf Sofie perbedaan hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen terletak pada objek yang dikaji. “Hukum konsumen wilayah hukumnya lebih banyak menyangkut pada transaksi-transaksi konsumen (*consumer transactions*) antara pelaku usaha dan konsumen yang berobyekan barang dan/atau jasa, sedangkan dalam hukum perlindungan konsumen, kajian mendalam terletak pada perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam melakukan transaksi-transaksi tersebut”.²⁵

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat pada Pasal 1 angka 1 UUPK tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.²⁶

Selanjutnya dalam hukum konsumen bukannya tidak ada perlindungan hukum terhadap konsumen, namun perlindungan hukumnya berwujud hak-hak dan/atau kewajiban pelaku usaha dan konsumen, sedangkan perlindungan hukum dalam hukum perlindungan konsumen merupakan campur tangan negara untuk melindungi individu konsumen dari praktik-praktik bisnis yang tidak jujur (*unfair business practices*).²⁷

²⁴ AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Diadit Media, 2011), hlm. 37.

²⁵ Yusuf Sofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2011), hlm. 52-53

²⁶ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 11

²⁷ Ibid

Perlindungan konsumen telah diatur di dalam UUPK, adalah Perlindungan yang diberikan oleh hukum kepada konsumen sebagai akibat dilanggarnya hak-hak konsumen oleh pelaku usaha.²⁸ Beberapa pengertian hukum perlindungan konsumen di atas jika dikaitkan dengan definisi hukum menurut Mochtar Kusumaatmadja, maka hukum perlindungan konsumen adalah “keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah, lembaga dan proses yang mengatur kegiatan manusia dalam kaitannya dengan upaya perlindungan terhadap konsumen”.²⁹

Berdasarkan uraian di atas, maka hukum perlindungan konsumen pada dasarnya merupakan bagian khusus dari hukum konsumen, di mana tujuan hukum perlindungan konsumen secara khusus mengatur dan melindungi kepentingan konsumen atas barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat. Ketentuan-ketentuan hukum perlindungan konsumen tersebut terdapat dalam beberapa ketentuan peraturan perundang-undangan dalam hukum perdata, hukum pidana, hukum administrasi.³⁰ Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang.³¹

2. Tujuan dan Asas Perlindungan Hukum

Upaya perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan baik kepada konsumen maupun kepada produsen. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, membuat

²⁸ Abdul Hakim Siagian, Komentaris Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Medan:Jabal Ahmad, 2014) Hlm. 2.

²⁹ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo; Op.Cit, hlm. 2

³⁰ Ibid

³¹ Jannus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 45

hukum perlindungan konsumen memiliki dasar yang benar-benar kuat untuk produsen maupun konsumen.

Adapun asas perlindungan konsumen menurut Pasal 2 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu: “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”

Penjelasan dari Pasal 2 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa :

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual.
- d. 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.

- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen serta Negara menjamin kepastian hukum

Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut apabila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas, yaitu:³²

1. Asas Kemanfaatan, yang didalamnya meliputi Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen.
2. Asas Keadilan, yang didalamnya meliputi Asas Keseimbangan dan
3. Asas Kepastian Hukum

Radbruch, menyebutkan bahwa kemanfaatan, keadilan, dan kepastian hukum sebagai “tiga ide dasar hukum” atau “tiga nilai dasar hukum”, yang berarti dapat dipersamakan dengan asas hukum. Diantara ketiga asas tersebut, yang sering menjadi sorotan utama adalah masalah keadilan, dimana Friedman, menyebutkan bahwa *“In terms of law, justice will be judged as how law treats people and how it distributes its benefits and cost,* dan dalam hubungan ini, Friedman juga menyatakan bahwa *“every function of law, general or specific, is allocative”*.³³

Sebagai asas hukum, dengan sendirinya menempatkan asas ini yang menjadi rujukan pertama baik dalam pengaturan perundang-undangan maupun dalam berbagai aktivitas yang berhubungan dengan gerakan perlindungan konsumen oleh semua pihak yang terlibat didalamnya.³⁴

Adapun tujuan Perlindungan Konsumen menurut Pasal 3 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen :

³² Abdul Hakim Siagian, Op. Cit, Hlm. 26

³³ Ibid, Hlm. 26

³⁴ Ibid, hlm. 27

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

Pasal 3 UUPK ini merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 sebelumnya, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang hanya dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.

B. Tinjauan Konsumen dan Pelaku Usaha

1. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

Setiap orang, pada suatu waktu dalam posisi tunggal atau sendiri maupun berkelompok bersama oranglain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu. Keadaan yang universal ini pada

beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang “aman”.³⁵

Hukum Perlindungan Konsumen selalu berhubungan dan berinteraksi dengan berbagai bidang dan cabang hukum lain, karena pada tiap bidang dan cabang hukum itu senantiasa terdapat pihak yang berpredikat “Konsumen”. Dengan memahami pengertian konsumen, maka perbedaan antara hak-hak pokok dari konsumen dan keterkaitan hukum perlindungan konsumen dengan bidang-bidang hukum yang lain dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang hukum perlindungan konsumen.³⁶

a. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda) Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada.³⁷ Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai, “pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*)”.³⁸

Az.Nasution memberikan pengertian konsumen dengan membaginya menjadi jenis konsumen diantaranya :³⁹

- 1) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.

³⁵ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Op. Cit. Hlm. 5

³⁶ Shidarta, Op. cit, Hlm. 1

³⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Op. Cit. Hlm. 22

³⁸ Mariam Darus, Op. Cit, Hlm. 57

³⁹ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Suatu Pengantar, Cet ke-2, Op. Cit hlm.

- 2) Konsumen-antara, adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- 3) Konsumen-akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan yang menggunakan barang atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah-tangga dan tidak untuk diperdagangkan Kembali (non-komersial).

Dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, Istilah “Konsumen” sebagai definisi yuridis formal ditemukan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Dalam pasal 1 ayat 2 UUPK menyatakan 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.”⁴⁰

b. Pengertian Pelaku Usaha

Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa.⁴¹ Dalam pengertian ini termasuk didalamnya pembuat, grosir, leveransir dan pengecer profesional.⁴² Dalam hubungan dengan produk makanan hasil industri(pangan olahan), maka produsennya adalah “setiap orang yang terkait dalam proses pengadaan makanan hasil industri (pangan olahan) itu hingga sampai ke tangan konsumen”.Pelaku usaha/produsen itu adalah : “Pabrik

⁴⁰ Sidarta, Op. Cit, hlm. 1-2

⁴¹ Agnes M. Toar, *Tanggung Jawab produk Sejarah dan Perkembangannya di Beberapa Negara*,(Bandung : Alumni 1988), hlm. 2

⁴² Harry Duintjer Tebbens, *International Products Liability, Sijhoff & Nordhoff*, (Netherland:International, Publisher, 1980) hlm. 4

(pembuat), distributor, eksportir atau importir dan pengecer baik yang berbentuk badan hukum maupun yang tidak berbentuk badan hukum.⁴³

Dalam pasal 1 angka 3 UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan sebagai berikut :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Pengertian pelaku usaha menurut ketentuan Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen cukup luas karena meliputi penjual grosir, leveransir sampai pada pengecer, dan sebagainya.⁴⁴ Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam masyarakat Eropa terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah: pembuat produk jadi (*finished product*); penghasil bahan baku; pembuat suku cadang; setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu; importer suatu produk dengan maksud untuk dijualbelikan, disewakan, disewagunakan(*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*) dalam hal identitas dari produsen atau importer tidak dapat ditentukan.⁴⁵

⁴³ Janus Sidabalok, Op. Cit, hlm. 16

⁴⁴ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta, 2008) Hlm. 9

⁴⁵ Ibid.

Demikian halnya pada PT. Alfa Scorpii Medan sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang bisnis otomotif dalam *standart guideline* ini telah berkecimpung didunia bisnis otomotif selama lebih dari 20 tahun sebagai maindealer sepeda motor merek YAMAHA.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

a. Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah “Perlindungan Konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen.⁴⁶

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen yaitu :⁴⁷

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
2. Hak untuk mendapatkan informs (*the right to be informed*)
3. Hak untuk memilih (*the rights to choose*)
4. Hak untuk didengar (*the rights to be heard*)

Hak-hak konsumen yang tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang No.

8 Tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- 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;

⁴⁶ Celina Tri Siwi Kristina, Op. Cit. hlm. 30

⁴⁷ Adery P. Winter, Jurnal, *Perlindungan Hak-Hak Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Provider Telekomunikasi di Indonesia*, Media Neliti, Vol. XXI, No. 4, April-Juni 2013, Hlm. 57

- 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.

Hak-hak konsumen yang disebutkan dalam Pasal 4, juga terdapat hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal berikutnya, khususnya dalam pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan antinomi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen.⁴⁸

No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di samping mengatur hak-hak konsumen, juga mengatur tentang kewajiban konsumen sebagaimana dinyatakan di dalam Pasal 5 UUPK. Menurut pasal tersebut, konsumen berkewajiban untuk:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan keselamatan
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Adanya kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan, merupakan hal penting mendapat pengaturan. Adapun pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas pada label suatu produk, namun konsumen tidak membaca peringatan yang telah disampaikan kepadanya. Dengan pengaturan kewajiban ini

⁴⁸ Fence, M. Wantu, Jurnal, *Antinomi dalam Penegakan Hukum oleh Hakim*, Mimbar Hukum vol. 19, No. 3, Oktober 2007, hlm. 338

memberi konsekuensi pelaku usaha tidak bertanggung jawab, jika konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.⁴⁹

Kewajiban lainnya seperti konsumen membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati dengan pelaku usaha, adalah hal yang sudah biasa dan sudah semestinya demikian. Kewajiban lain yang perlu mendapat penjelasan lebih lanjut adalah kewajiban konsumen mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Kewajiban ini dianggap sebagai hal baru, sebab sebelum diundangkannya UUPK hampir tidak dirasakan adanya kewajiban secara khusus seperti ini dalam perkara perdata, sementara dalam kasus pidana tersangka/ terdakwa lebih banyak dikendalikan oleh aparat kepolisian dan/atau kejaksaan.⁵⁰

Adanya kewajiban seperti ini diatur dalam UUPK dianggap tepat, sebab kewajiban ini adalah untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak ini akan menjadi lebih mudah diperoleh jika konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa secara patut. Hanya saja kewajiban konsumen ini, tidak cukup untuk maksud tersebut jika tidak diikuti oleh kewajiban yang sama dari pihak pelaku usaha.⁵¹

Menyangkut kewajiban konsumen beritikad baik hanya tertuju pada transaksi pembelian barang atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan pelaku usaha mulai pada saat melakukan transaksi dengan pelaku usaha. Berbeda dengan pelaku usaha,

⁴⁹ Wahid Yauwarin, Op. Cit, Hlm. 42

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid

kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi oleh pelaku usaha atau produsen.⁵²

b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam menjalankan usaha, Undang-Undang memberikan sejumlah hak dan membebaskan sejumlah kewajiban dan larangan kepada pelaku usaha (produsen). Pengaturan tentang hak, kewajiban, dan larangan itu dimaksudkan untuk menciptakan hubungan yang sehat antara produsen dan konsumennya, sekaligus menciptakan iklim berusaha yang kondusif bagi perkembangan usaha dan perekonomian pada umumnya.⁵³

Hak-hak produsen dapat ditemukan antara lain pada faktor-faktor yang membebaskan produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen, meskipun kerusakan timbul akibat cacat produk.

Adapun hak pelaku usaha menurut Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, adalah:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam menyelesaikan sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha menurut Pasal 7 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen , yaitu :

⁵² Ibid

⁵³ Janus Sidabalok, Op. Cit, Hlm. 83

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan atau garansi atas barang yang dibuat atau diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.
- 7) Memberikan kompensasi ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam UUPK, pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.

Kewajiban kedua pelaku usaha, yaitu memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi disamping merupakan hak dari konsumen juga karena tidak adanya informasi atau tidak memadainya informasi dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi) yang akan merugikan konsumen.⁵⁴

C. Tinjauan Klaim Garansi

1. Pengertian Klaim Garansi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti dari Klaim adalah tuntutan pengakuan atas suatu fakta bahwa seseorang berhak (memiliki atau

⁵⁴ Celina Tri Siwi Kristianti, Op. Cit, hlm. 44

mempunyai) atas sesuatu dan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti dari garansi adalah jaminan;tanggung. ⁵⁵ Garansi adalah “suatu bentuk layanan dari pasca transaksi konsumen yang diberikan untuk pemakaian barang yang digunakan secara berkelanjutan. Garansi adalah “suatu kesepakatan kontraktual yang terkait dengan penjualan produk yang membutuhkan produsen untuk memperbaiki kegagalan selama selama masa garansi. ⁵⁶

Garansi adalah “surat keterangan dari suatu pihak produsen (pelaku usaha) menjamin produk tersebut bebas dari kesalahan pekerja dan kegagalan bahan dalam jangka waktu tertentu”. ⁵⁷ Surat tersebut sering disebut dengan kartu garansi ataupun kartu jaminan.

Kartu jaminan Menurut Pasal 1 Angka 14 Peraturan Menteri Perdagangan No.69 Tahun 2018 adalah : Kartu Jaminan adalah kartu yang mengatakan adanya jaminan ketersediaan suku cadang serta fasilitas dan pelayanan.

Seorang konsumen dalam melakukan transaksi jual beli melalui beberapa tahap yaitu tahap pra transaksi, konsumen harus mendapatkan konfirmasi atas barang atau jasa yang akan dibelinya secara benar,jelas dan jujur melalui brosur, label,iklan ataupun bentuk informasi lain yang akan diberikan pelaku usaha seperti informasi tentang garansi suatu produk yang biasanya diletakkan dalam surat garansi atau kartu jaminan, dalam hal ini kartu jaminan atau kartu garansi yang diberikan PT.Alfa Scorpii pada setiap penjualan sepeda motor merek Yamaha berbentuk sebuah buku berjudul “Buku Garansi dan Service Sepeda

⁵⁵ KBBI Online, <https://kbbi.web.id/garansi> ebta Setiawan

⁵⁶ G.M. Shafayet, Ullah, *Effect of Warrant on Purchase Decision of Electronic Products: An Empericals Research from the Perspective of Bangladesh*, vol. 1 No. 1, 2011 hlm. 14

⁵⁷ Shidarta, <https://business-low.binus.ac.id/2015/10/14/garansi-dalam-layanan-purnajual-dan-perlindungan-konsumen>

Motor Yamaha”, berisi informasi mengenai garansi sepeda motor Yamaha, service rutin, syarat dan ketentuan mengenai garansi yang ada.⁵⁸

Pada dasarnya garansi adalah bagian dari Hukum Jaminan,, Hukum Jaminan sendiri memiliki dua pengertian yaitu Hukum jaminan kebendaan dan hukum jaminan perorangan. Jaminan kebendaan meliputi piutang-piutang yang diistimewakan, gadai, fidusia dan hak tanggungan. Sedangkan jaminan seseorang meliputi penanggungan utang termasuk juga perikatan tanggung menanggung dan perjanjian garansi.⁵⁹

Jaminan (*warranty*) atas kualitas produk ini adalah suatu jaminan atau garansi bahwa barang-barang yang dibeli akan sesuai dengan standart kualitas produk tertentu. Jaminan peorangan dapat dibagi menjadi empat yaitu :⁶⁰

- a. Penanggung adalah orang lain yang dapat ditagih;
- b. Tanggung-menanggung, yang serupa dengan tanggung-renteng;
- c. Akibat hak dari tanggung renteng pasif, hubungan hak bersifat ekstern adalah hubungan hak antara para debitur dengan pihak lain (kreditur) serta hubungan hak bersifat intern adalah adalah hubungan hak antara sesama debitur dengan debitur lainnya.
- d. Perjanjian garansi (Pasal 1316 KUH Perdata), yaitu bertanggungjawab guna kepentingan pihak ketiga.

Jadi Klaim Garansi adalah “sebuah bentuk jaminan yang ditetapkan, khususnya dalam hal jangka waktu minimalnya yang dapat diperoleh sesuai perjanjian yang ada.

⁵⁸ Sarah, D.L. Roeroe, Jurnal, *Efectivitas Hukum dalam Layanan Purnajual ditinjau dari aspek perlindungan Konsumen*, Media Neliti, Vol. XXI No. 4 April-Juni 2013, hlm. 2

⁵⁹ Rachmadi, *Hukum Jaminan Keperdataan*, Sinar Grafika, Jakarta: 2009, hlm. 24

⁶⁰ H. Salim, HS, *Perkembangan Hukum Jaminan di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004) Hlm. 218

2. Tujuan Klaim Garansi

Dalam Pasal 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 berisi tentang Perlindungan Konsumen yaitu; “ Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”. Jika dicermati dari pasal-pasal lain yang ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terminologi jaminan secara konotatif bermakna lebih luas dari garansi.

Kata Garansi muncul enam kali, salah satunya dalam pasal 25 yang menyatakan pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 tahun wajib menyediakan suku cadang dan wajib memenuhi jaminan atau garansi yang sudah dijanjikan . Jadi Tujuan Klaim Garansi diantaranya adalah :⁶¹

- a. Pelaku usaha bertanggungjawab atas tuntutan ganti rugi;
- b. Memberi ketenangan terhadap konsumen;
- c. Sebagai Alat Kontrol Kualitas Produk;
- d. Untuk evaluasi proses operasional
- e. Untuk menetapkan standar yang jelas.

⁶¹ Shidarta, Garansi dan Perlindungan Konsumen, <https://business-low.binus.ac.id/2015/10/14/garansi-dalam-layanan-purnajual-dan-perlindungan-konsumen/binusuniversity>, Faculty of Humanity, 2015

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penulisan suatu karya tulis, sangatlah perlu ditegaskan mengenai batasan atau ruang lingkup penelitian. Batasan ini diambil agar penelitian lebih terarah pada sasaran dan tidak mengambang dari permasalahan yang diangkat dalam penulisan.⁶²

Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah dimaksudkan untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini agar tidak mengambang. Ruang lingkup penelitian ini adalah tinjauan yuridis mengenai hak-hak konsumen dalam klaim garansi kendaraan bermotor. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana hak-hak konsumen dalam klaim garansi ditinjau dari Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan Bagaimana ketentuan garansi sepeda motor merek Yamaha yang diberikan oleh PT.Alfa Scorpii dan kendala kendala yang dialami konsumen dalam mengajukan klaim garansi?

B. Sumber Data

Sumber-sumber penelitian hukum dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) bahan hukum yang serupa:

1. Bahan Hukum Primer (*Primary Law Material*)

Data yang diperoleh dari peninjauan langsung dilapangan pada objek penelitian yaitu PT. Yamaha Alfa Scorpii Medan, data tersebut diperoleh dari

⁶² Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Kencana, Jakarta, 2014, hlm. 181

wawancara yang dilakukan peneliti terhadap Bapak Riki berkompeten dan akan diproses untuk tujuan memperoleh hasil dalam penelitian ini.⁶²

2. Bahan Hukum Sekunder (*Secondary Law Material*)

Berupa publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.

Bahan Hukum Sekunder antara lain:

- a. Bahan penelitian yang berasal dari Literatur
- b. Makala dan/atau jurnal Hukum
- c. Teori-teori ataupun pendapat dari Ahli Hukum
- d. Buku-buku yang berkaitan
- e. Karya Ilmiah dan Internet bahan lainnya yang ada kaitannya dengan penulisan skripsi.
- f. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- g. Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang larangan Monopoli
- h. KUHPerdata, KUHDagang, dan Undang-Undang lain

3. Bahan Hukum Tersier (*Tertiary Law Material*)

Bahan-bahan hukum yang sifatnya penunjang untuk dapat memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Seperti kamus umum, dan kamus hukum, surat kabar, internet serta makalah-makalah yang berkaitan dengan objek penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

Adapun penelitian ini dilakukan dengan cara studi lapangan dan studi kepustakaan yaitu :

1) Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi Lapangan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data primer yang dilakukan dengan mengadakan wawancara kepada karyawan di PT.Alfa Scorpii Medan yang dapat memberikan informasi mengenai permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

2) Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Studi Kepustakaan dilakukan dengan cara untuk mendapatkan data sekunder, yaitu dengan mengutip buku-buku atau perundang-undangan yang berhubungan dengan Perlindungan Konsumen.

D. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode analisis kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah “metode yang bersifat interaktif, yaitu metode yang lebih menekankan pada pencarian makna sesuai dengan realitas”. Metode ini akan menghasilkan data berupa pernyataan-pernyataan atau data yang dihasilkan berupa data deskriptif mengenai subjek yang diteliti.

Analisis data terhadap data dilakukan setelah diadakan terlebih dahulu pengumpulan untuk kemudian diseleksi, dipilah-pilah berdasarkan kualitas dan relevansinya. Selanjutnya diadakan pengelompokan terhadap data sejenis untuk kepentingan analisis dan penulisan evaluasi dilakukan terhadap data dengan kualitatif, secara logis dan sistematis dengan menggunakan metode penarikan kesimpulan deduktif, yaitu “suatu logika yang berangkat dari kaidah-kaidah

umum ke kaidah yang bersifat khusus”, sehingga akan menghasilkan uraian yang bersifat deskriptif, yaitu “uraian yang menggambarkan permasalahan dan hasil analisis tersebut diharapkan dapat menjawab permasalahan yang diajukan”.

