TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ATAS PELANGGARAN KLAUSULA BAKU DALAM KEMASAN BAHAN MAKANAN



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Sarjana Strata 1 dalam IImu Hukum

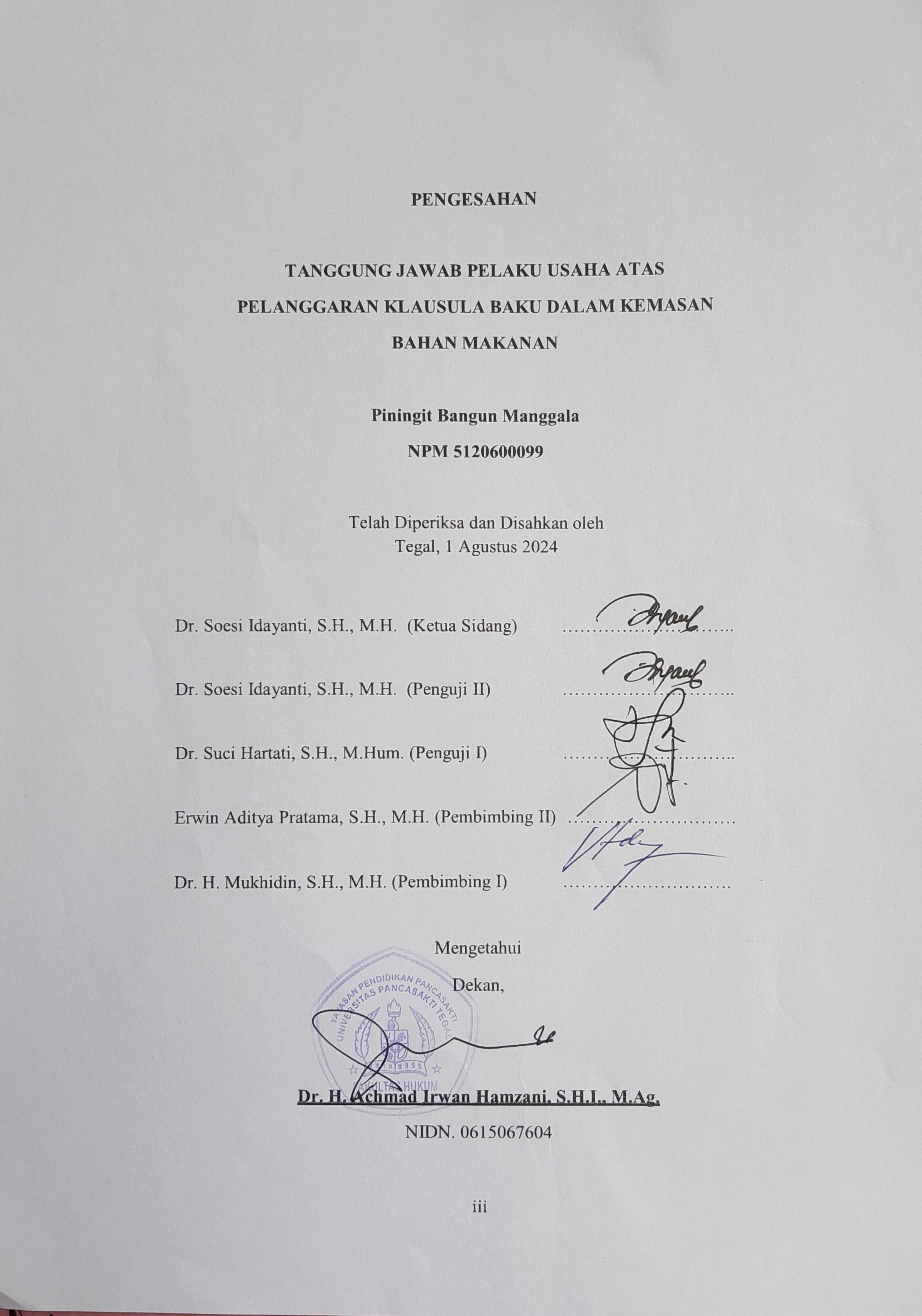
**Oleh:**

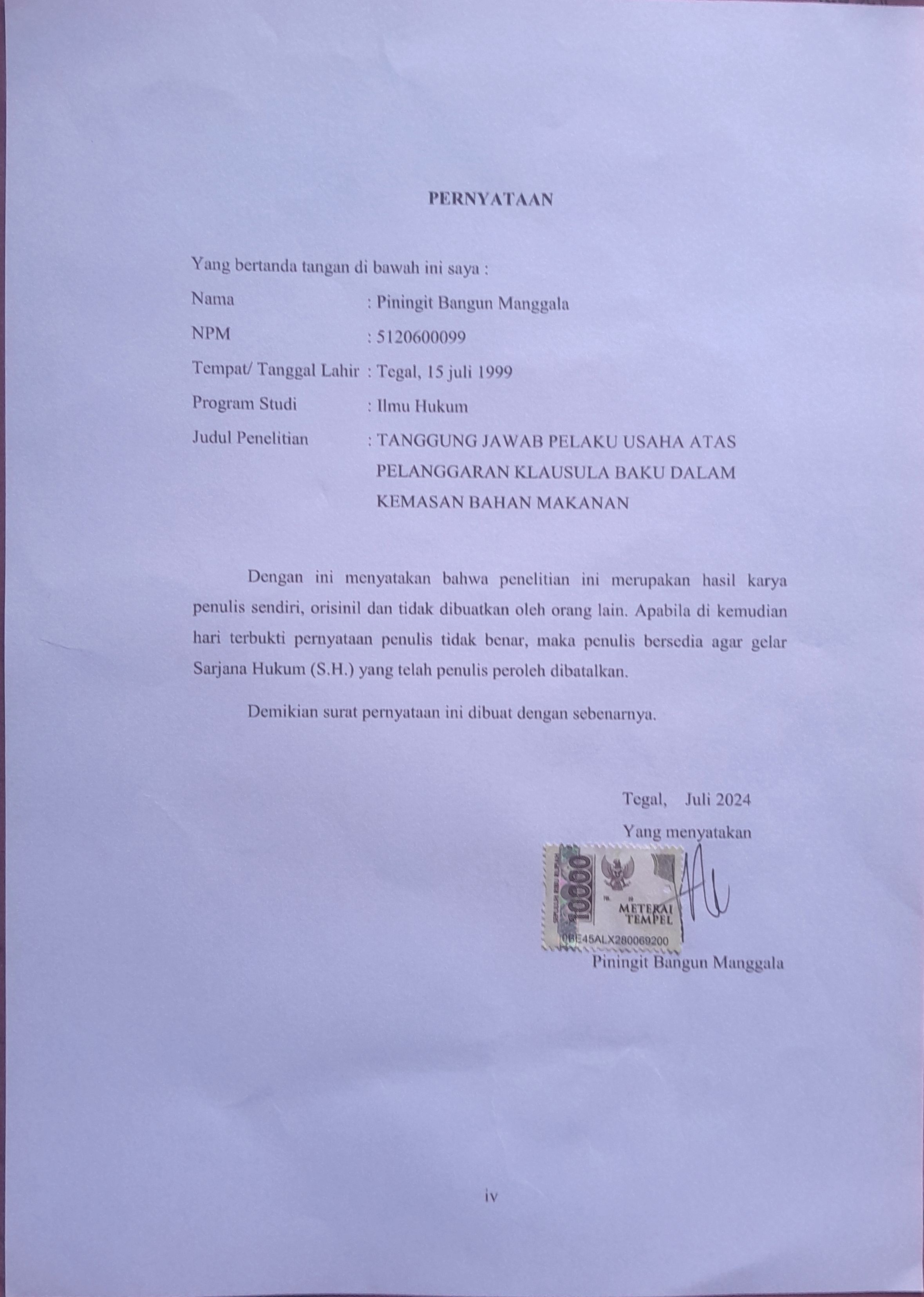
# PININGIT BANGUN MANGGALA NPM 5120600099

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL**

**2024**







# ABSTRAK

Perlindungan konsumen merupakan hal yang penting untuk menjaga keseimbangan antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Salah satu bentuk pelanggaran yang kerap terjadi adalah pelaku usaha yang mencantumkan klausula baku yang melanggar hukum di kemasan produk makanan mereka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bentuk tanggung jawab pelaku usaha dan perlindungan hukum bagi konsumen jika terjadi penolakan pengembalian barang akibat klausula baku yang tidak sah tersebut.

Penelitian metode yuridis normatif pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka terhadap peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penolakan pengembalian barang oleh pelaku usaha akibat klausula baku yang tidak sah merupakan bentuk pelanggaran terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan ganti rugi dalam berbagai bentuk kepada konsumen.

Sementara itu, konsumen memiliki hak untuk menuntut pelaku usaha melalui badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK) maupun jalur hukum perdata dan pidana. Implikasi dari penelitian ini yaitu tingkatkan pengawasan kepatuhan pelaku usaha mencantumkan klausula baku sesuai peraturan berlaku.

**Kata kunci :** Klausula baku, Perlindungan konsumen, Tanggung jawab pelaku usaha.

v

# ABSTRACT

Consumer protection is important to maintain a balance between consumer rights and the obligations of business actors. One form of violation that often occurs is business actors who include standard clauses that violate the law on the packaging of their food products.

The aim of this research is to examine the form of responsibility of business actors and legal protection for consumers if goods are refused due to standard clauses that are invalid.

Normative juridical method research, legislative and conceptual approaches. Data collection was carried out through a literature study of laws and regulations related to consumer protection in Indonesia.

The research results show that refusal to return goods by business actors due to invalid standard clauses is a violation of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Business actors have an obligation to provide compensation in various forms to consumers.

Meanwhile, consumers have the right to sue business actors through BPSK and civil and criminal legal channels. The implication of this research is to increase monitoring of business actors' compliance with standard clauses in accordance with applicable regulations.

**Keywords:** standard clauses, consumer protection, business actor responsibility.

vi

# HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini Kepada Bapak (Didi Endang Sumantri) dan Ibu (Asih Triana) yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi Langkah awal untuk membuat bapak dan ibu Bahagia karena aku sadar, selama ini belum bisa berbuat lebih. Terimakasih ibu, atas doamu yang selalu menyertai setiap langkahku.

1. Bapak Dr. H. Mukhidin, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing I, dan Bapak Erwin Aditya Pratama, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing II, yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi strata 1 dengan tepat waktu.
2. Teman-teman yang memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga mendapatkan balasan yang baik dari Allah SWT.
3. Teruntuk jodoh penulis kelak, kamu adalah salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini. Meskipun saat ini tidak tau keberadaanmu entah dimana, namanya siapa, lagi dimana, lagi sama siapa. Seperti kata B.J. Habibie Kalo dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balikpun saya yang dapat.

vii

# MOTTO

*“ Tetaplah HaHa HiHi walaupun hidup tak semudah kata-kata motivator” (penulis)*

*“sedang berusaha sebaik mungkin” (penulis)*

*“Berproses lah dengan diam, kejutan lebih menarik dari pada omong kosong”*

viii

# KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala limpahan rahmat, nikmat, serta karunianya-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ATAS PELANGGARAN KLAUSULA BAKU DALAM KEMASAN BAHAN**

**MAKANAN.** Sholawat dan salam senantiasa selalu tercurah kepada junjungan kita baginda nabi Muhammad SAW. yang telah menujukkan kepada kita jalan yang lurus melalui ajaran agama Islam yang sempurna dan menjadi anugerah terbesar bagi seluruh alam semesta.

Penulis sangat bersyukur, dengan skripsi ini penulis dapat menyelesaikan studi di Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal. Disamping itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terealisasikan. Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada:

* 1. Bapak Dr. Taufiqulloh, M.Hum., selaku Rektor Universitas Pancasakti Tegal.
  2. Bapak Dr. H. Achmad Irwan Hamzani, S.H.I., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal.
  3. Ibu Dr. Soesi Idayanti, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal.
  4. Ibu Fajar Dian Aryani, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum

ix

Universitas Pancasakti Tegal.

* 1. Ibu Selviany, M.H., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal.
  2. Bapak Dr. H. Mukhidin, S.H., M.H.,selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Erwin Aditya Pratama, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
  3. Segenap dosen Fakultas Hukum Universitas Pancasakti Tegal yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi Strata 1.
  4. Segenap pegawai adiminstrasi/karyawan Universitas Pancasakti Tegal khususnya di Fakultas Hukum yang telah memberikan layanan akademik dengan penuh kesabaran dan ramah.
  5. Ibu Asih Triana dan bapak Didi Endang Sumantri kedua orang tua yang selalu memberikan do’a dan dukungan baik moriil maupun materiil kepada penulis selama menempuh studi.
  6. Rekan-rekan penulis, serta semua pihak yang memberikan motivasi selama menempuh studi maupun dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah Swt. membalas semua amal kebaikan mereka dengan balasan yang lebih dari yang mereka berikan kepada penulis. Besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi pembacanya.

Tegal, Juli 2024 Penulis

Piningit Bangun Manggala

x

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

PERNYATAAN iv

[ABSTRAK v](#_TOC_250025)

[ABSTRACT vi](#_TOC_250024)

PERSEMBAHAN vii

[MOTTO viii](#_TOC_250023)

[KATA PENGANTAR ix](#_TOC_250022)

[DAFTAR ISI xi](#_TOC_250021)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_TOC_250020)

1. [Latar Belakang 1](#_TOC_250019)
2. [Rumusan Masalah 6](#_TOC_250018)
3. [Tujuan Penelitian 6](#_TOC_250017)
4. [Manfaat Penelitian 6](#_TOC_250016)
5. [Tinjauan Pustaka 7](#_TOC_250015)
6. [Metode Penelitian 9](#_TOC_250014)
7. [Rencana Sistematika Penulisan 11](#_TOC_250013)

[BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL 13](#_TOC_250012)

1. Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumen 13
   1. [Pengertian Perlindungan Konsumen 13](#_TOC_250011)
   2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen 17
   3. [Hak-Hak dan Kewajiban Konsumen 24](#_TOC_250010)
   4. [Hak-Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha 30](#_TOC_250009)
2. [Tinjauan Tentang Klausula Baku 34](#_TOC_250008)
   1. [Perjanjian Baku 34](#_TOC_250007)
   2. [Macam-Macam Perjanjian Baku 35](#_TOC_250006)

xi

* 1. [Berlakunya Perjanjian Baku 39](#_TOC_250005)
  2. Karateristik Perjanjian Baku 42

1. [Tinjauan Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha 45](#_TOC_250004)
   1. [Pengertian Tanggung Jawab 45](#_TOC_250003)
   2. [Tanggung Jawab Pelaku Usaha 46](#_TOC_250002)
2. [Tinjauan Tentang Pelanggaran Klausula Baku 49](#_TOC_250001)
   1. [Ganti rugi dalam kitab Undang-Undang Hukum Perdata akibat Perjanjian Baku 50](#_TOC_250000)
   2. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terhadap

Perjanjian Baku 53

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59

1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Penolakan Pengembalian

Barang Yang Dibeli Konsumen 59

1. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Penolakan Pengembalian

Barang Yang Sudah Dibeli 65

BAB IV PENUTUP 71

1. Kesimpulan 71
2. Saran 71

DAFTAR PUSTAKA 73

xii

# BAB I PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Penerapan standar kontrak adalah suatu kebutuhan yang esensial bagi masyarakat dan tidak dapat dihilangkan. Namun agar implementasinya tidak merugikan pihak lain, maka perlu ada hukum yang mengatur penerepanya. Bentuk nyata standar kontrak melalui penawaran klausula baku bagi pelanggan ketika melangsungkan proses transaksi bersama produsen. Pengertian klausula baku menurut “pasal 1 angka 10 Undang–Undang Perlindungan Konsumen” berbunyi: “Setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetepkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib di penuhi oleh konsumen”.

Beberapa larangan terkait penggunaan klausula baku untuk menempatkan konsumen sejajar dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak, yaitu untuk menetapkan hak dan kewajiban, dapat diizinkan dalam transaksi ekonomi atau bisnis selama ketentuan-ketentuan yang disampaikannya tidak melanggar prinsip-prinsip yang berlaku.1

Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa pelaku usaha tidak boleh menciptakan atau memasukkan klausula baku dalam setiap dokumen atau

1 Burhanuddin S, “*Hukum Kontrak Syariah”*, Yogyakarta: BPFE. Jogja. 2009, hlm.42.

1

perjanjian yang berhubungan dengan penawaran barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan, jika:

* 1. Mengindikasikan pengalihan tanggung jawab dari pelaku usaha.
  2. Menegaskan bahwa pelaku usaha berwenang menolak pengembalian barang yang dibeli oleh konsumen.
  3. Menunjukkan bahwa pelaku usaha berhak untuk menolak pengembalian uang yang telah dibayar atas barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen.
  4. Menyatakan pemberian wewenang dari konsumen kepada pelaku usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan tindakan sepihak yang terkait dengan pembelian barang secara angsuran.
  5. Mengatur persyaratan untuk membuktikan hilangnya nilai atau penggunaan dari barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen.
  6. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau nilai kekayaan konsumen yang menjadi objek jual beli.
  7. Menyatakan bahwa konsumen tunduk pada peraturan baru, tambahan, perpanjangan, dan perubahan yang dibuat oleh pelaku usaha selama masa penggunaan jasa oleh konsumen.
  8. Menyatakan bahwa konsumen memberikan wewenang kepada pelaku usaha untuk membebankan hak tanggungan, hak gadai, atau jaminan terhadap barang yang dibeli secara angsuran.

. Larangan penggunaan klausula baku terkait dengan dua aspek utama, yaitu konten yang dilarang untuk memuat ketentuan yang tidak adil pada saat klausula baku dibuat, yang dapat menguntungkan satu pihak sementara merugikan pihak

lain, serta format penulisan yang harus jelas dan dapat dimengerti oleh konsumen.2

Ada beberapa kasus seperti dalam produk olahan terdapat klausula baku yang menyatakan bahwa: “Mohon maaf, untuk pembelian produk butter yang belum dibuka maupun yang sudah dibuka (*all brand*) tidak bisa dikembalikan dalam kondisi apapun jika cair, bau, busuk dan lain sebagainya” memunculkan berbagai permasalahan yakni:

Pertama, tidak relevan terhadap “pasal 1B Undang-Undang Perlindungan konsumen”. Klausula Baku seharusnya tidak berpihak pada kepentingan satu pihak. Pihak perusahaan akan cenderung melindungi kepentingannya sehingga jauh dari resiko, sebaliknya konsumen selalu diposisikan sebagai entitas yang secara internasional diakui sebagai pihak yang kurang berdaya pada “Resolusi Majelis Umum PBB No.A/RES/39/248 Tahun 1985”, mengenai *Guidelines for consumer protection*, yang menjabarkan bahwa “agar konsumen dimanapun berada mempunyai hak-hak tertentu tanpa memandang status sosialnya”. 3 Kondisi ini membuat kedudukan konsumen dengan pelaku usaha tidak seimbang.

Kedua, diperlukan adanya pertanggungjawaban atas produk. Tanggung jawab produk merupakan aspek dari interaksi konsumen, namun membatasi tanggung

jawab hanya pada penggantian produk yang cacat tidak memberikan kemajuan

2 Sidabalok, “*Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia”*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, hlm.27.

3 Susanti Adi Nugroho, “*Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya”*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008, hlm.3.

signifikan dalam perlindungan konsumen. 4 Sebagian besar status sebagai konsumen diperoleh dari melakukan pembelian barang atau jasa dalam suatu transaksi, di mana transaksi tersebut melibatkan penerimaan barang atau jasa dan pengalaman menggunakan barang atau jasa tersebut.5

Ketiga, melanggar “Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengenai hak konsumen poin C yakni hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa”. Hak yang terkait erat dengan hak untuk menerima informasi adalah hak untuk didengarkan. Ini terjadi karena informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan atau berkompeten seringkali tidak memuaskan konsumen. Oleh karena itu, konsumen memiliki hak untuk meminta informasi tambahan. Selain itu, pentingnya memberikan penjelasan tentang penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan barang, karena informasi ini merupakan hak konsumen. Ketidakadilan dalam penyediaan informasi oleh pelaku usaha juga dapat dianggap sebagai jenis cacat produk yang merugikan konsumen secara signifikan.

Pentingnya menyampaikan informasi yang akurat kepada konsumen tentang produk tertentu adalah untuk mencegah kesalahpahaman mengenai produk tersebut. Penyampaian informasi ini dapat berupa representasi, peringatan, atau instruksi. Representasi yang akurat tentang produk sangat penting karena salah satu penyebab kerugian bagi konsumen adalah jika produk tersebut

direpresentasikan secara tidak benar. Hal ini sering kali terjadi ketika hanya

hlm.111.

4 Az Nasution, “*Konsumen dan Hukum”*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995, hlm. 174.

5 Shidarta, “*Hukum Perlindungan Konsumen”,* Ctk. 2, Jakarta: PT Grasindo, 2004,

kelebihan dari produk yang dipromosikan sedangkan kelemahannya disembunyikan.

Tanggung jawab pelaku usaha terhadap pelanggaran klausula baku dalam kemasan bahan makanan sangatlah penting untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan klausula baku dalam kemasan merupakan salah satu cara untuk melindungi konsumen dari praktik-praktik yang tidak fair atau merugikan. Pelanggaran terhadap klausula baku dapat mengakibatkan kerugian yang signifikan bagi konsumen, seperti informasi yang tidak jelas atau tidak akurat mengenai produk yang dikonsumsi. Oleh karena itu, pelaku usaha memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk mematuhi ketentuan-ketentuan yang tercantum dalam klausula baku. Mereka harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada konsumen jelas, akurat, dan tidak menyesatkan. Jika terjadi pelanggaran terhadap klausula baku, pelaku usaha harus bertanggung jawab untuk memberikan kompensasi atau penggantian yang sesuai kepada konsumen yang terkena dampaknya.

Dalam konteks hukum konsumen, perlindungan terhadap konsumen melalui ketentuan klausula baku juga menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka beli. Oleh karena itu, penegakan hukum terhadap pelanggaran klausula baku harus ditegakkan secara konsisten dan tegas untuk memastikan hak-hak konsumen terlindungi dengan baik.

Perlindungan konsumen melibatkan aspek perlindungan hukum yang menggarisbawahi pentingnya melindungi hak-hak abstrak mereka, bukan hanya aspek fisiknya. Dengan kata lain, perlindungan konsumen secara esensial terkait

dengan perlindungan hukum atas hak-hak konsumen. Terdapat empat hak dasar yang umumnya diakui dalam perlindungan konsumen, yakni hak untuk keamanan, hak untuk informasi, hak untuk memilih, dan hak untuk didengar.

Merujuk pada penjabaran di atas penulis terdorong untuk menginvestigasi fenomena tersebut melalui skripsi yang berjudul **“TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ATAS PELANGGARAN KLAUSULA BAKU DALAM KEMASAN BAHAN MAKANAN”**

## Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas penolakan pengembalian barang yang dibeli konsumen?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen atas penolakan pengembalian barang yang sudah dibeli?

## Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji tanggung jawab pelaku usaha atas penolakan pengembalian barang yang dibeli konsumen.
2. Untuk mengkaji perlindungan hukum bagi konsumen atas penolakan pengembalian barang yang sudah dibeli.

## Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis, penelitian ini akan menyediakan kontribusi baru pada literatur hukum, khususnya dalam konteks yang berhubungan terhadap tanggung jawab pelaku usaha terhadap pelanggaran klausula baku dalam kemasan bahan makanan. Hal ini akan memperkaya pemahaman kita tentang aspek hukum yang berhubungan terhadap perlindungan konsumen pada konteks industri makanan.
2. Secara Praktis, Penelitian ini mampu meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya mematuhi klausula baku dalam kemasan bahan makanan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang tanggung jawab mereka, pelaku usaha dapat melakukan perbaikan dalam praktik bisnis mereka agar sesuai dengan peraturan dan melindungi kepentingan konsumen.

## Tinjauan Pustaka

Adapun penelitian yang relevan dan sekiranya dapat dijadikan referensi pada penulisan ini yaitu:

1. Penelitian yang ditulis Bayu Nugraha, Universitas Islam Indonesia, yang melakukan penelitian pada 2017 dengan Judul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Dalam Olahan Industri Rumah Tangga Yang Tidak Mencantumkan Tanggal Kadaluarsa Pada Label Kemasan”6

Penelitian ini mengkaji masih adanya produk olahan industri rumah tangga yang tidak mencantumkan informasi tentang tanggal kedaluwarsa, serta pelanggaran yang dilakukan oleh sejumlah pelaku usaha terhadap regulasi yang mengharuskan pencantuman tanggal kedaluwarsa pada makanan olahan industri rumah tangga. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan terletak pada fokus objek penelitian. Penelitian terdahulu mempunyai objek penelitian tanggal kadaluarsa pada label kemasan, sedangkan penelitian ini lebih menekankan

6 Bayu Nugraha, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Dalam Olahan Industri Rumah Tangga Yang Tidak Mencantumkan Tanggal Kadaluarsa Pada Label Kemasan”, Skripsi: Universitas Islam Indonesia. 2017, hlm. 50.  [http s://re p o sito r y.](https://repository.unej.ac.id/) [unej . ac . id](https://repository.unej.ac.id/) [/](https://repository.unej.ac.id/)

pada pelanggaran klausula baku dalam kemasan bahan makanan yang khususnya membahas mengenai pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.

1. Penelitian yang ditulis Fauziah Nur Aini, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, yang melakukan penelitian pada 2018 dengan judul “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk Makanan Dan Minuman (Studi Makanan Dan Minuman Kaleng)”.7

Penelitian ini membahas mengenai masih beredarnya produk pangan makanan dan minuman kaleng kemasan rusak serta tanggung jawab pelaku usaha atas produk pangan makanan dan minuman kaleng kemasan rusak. Perbedaan penelitian tersebut dengan yang akan penulis teliti terletak pada objek kajian. Penelitian terdahulu memiliki objek kajian kemasan rusak, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada pelanggaran klausula baku dalam kemasan bahan makanan yang khususnya membahas mengenai pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.

1. Penelitian yang ditulis Lalu Rizky Rachmatullah, Universitas Jember yang melakukan penelitian pada 2013 dengan judul “Konsumen Terhadap Produk Kemasan Makanan Dan Minuman Yang Tidak Mencatumkan Komposisi Bahan (*Ingredients Product*) Pada Kemasan Luarnya”.8

Penelitian ini mengkaji kewajiban bagi semua jenis produsen makanan untuk menyertakan label baik pada produk domestik maupun

7 Fauziah Nur Aini, “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Produk Makanan Dan

Minuman Studi Makanan Dan Minuman Kaleng”, Skripsi: Universitas Islam Indonesia. 2018, hlm.

8 Lalu Rizky Rachmatullah, “Konsumen Terhadap Produk Kemasan Makanan Dan Minuman Yang Tidak Mencantumkan Komposisi Bahan (Ingredients Product) Pada Kemasan Luarnya”, Skripsi: Universitas Jember. 2013, hlm. 4.  [http s://re p o sito r y. unej . ac . id](https://repository.unej.ac.id/) [/](https://repository.unej.ac.id/)

impor. Kewajiban label ini berlaku bagi setiap individu atau entitas yang memproduksi atau mengimpor makanan yang dikemas di wilayah Indonesia untuk tujuan perdagangan, dengan menggunakan Bahasa Indonesia. Penelitian terdahulu memiliki objek kajian kemasan makanan dan minuman yang tidak mencantumkan komposisi bahan, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada pelanggaran klausula baku dalam kemasan bahan makanan yang khususnya membahas mengenai pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.

## Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diterapkan pada penelitian ini adalah penelitian kepustakan *(library research*). Penelitian kepustakan *(library research*) yaitu data yang diperoleh dari penelitian kepustakaan berasal dari berbagai sumber seperti peraturan-perundang-undangan, literatur ilmiah, dokumen resmi, publikasi, serta hasil penelitian lainnya. 9 Penelitian ini termasuk penelitian kepustakan karena data yang digunakan oleh peneliti menggunakan data sekunder berupa dokumendokumen hukum.

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan masalah merujuk pada proses penyelesaian masalah melalui tahapan-tahapan yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan ini melibatkan studi kepustakaan yang mencakup membaca, mengutip, dan menganalisis teori-teori hukum

9 Supriyadi, “Penerapan Hukum Pidana Dalam Perkara Pencemaran Nama Baik*”, Jurnal Mimbar Hukum,* Volume 22, Nomor 1, Februari 2010, hlm.38.

serta peraturan perundang-undangan yang relevan terkait dengan permasalahan yang diteliti.10 Dalam melakukan penelitian ini penulis akan mencari prinsip-prinsip hukum yang terdapat dalam peraturan perundang- undangan tentang perlindungan konsumen.

1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber sekunder. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh peneliti dari pihak lain atau dari sumber yang telah ada sebelumnya. Jenis data sekunder ini umumnya berupa dokumen atau laporan yang sudah ada sebelumnya. Contoh data sekunder misalnya dokumen hukum, publikasi berita, media informasi, laporan lembaga hukum, koran. 11 Sumber data yang penulis manfaatkan seperti “Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”.

1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Studi Kepustakaan. Studi Kepustakaan merupakan proses yang melibatkan kegiatan membaca, meneliti, dan mengutip informasi dari literatur seperti buku-buku, serta melakukan analisis terhadap ketentuan hukum yang terkait dengan masalah penelitian.12 Penulis mengumpulkan data melalui kepustakaan secara *online* yang tersusun dari peraturan-

10 Peter Mahmud Marzuki, “Pe*nelitian Hukum”,* Jakarta: Kencana Group, 2018, hlm.133.

11 Ibid, hlm. 181.

12 Fani Andriani, “Tinjauan Yuridis Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik Melalui Media Sosial Berasarkan Pasal 27 Ayat (3) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Dikaitan Dengan Kebebasan Berpendapat”, *JOM Fakultas Hukum*, Volume 3, Nomor 1, Februari, 2016, hlm.237.

undangan, buku, dokumen resmi, maupun temuan studi melalui website dan juga penulis mengumpulkan data seacara actual dengan mengunjungi perpustakan Universitas Pancasakti Tegal.

1. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Soerjono Soekanto menjelaskan bahwa analisis kualitatif merupakan pendekatan yang menghasilkan deskripsi data, baik dalam bentuk pernyataan lisan maupun tertulis dari responden, serta melibatkan observasi perilaku yang seutuhnya. Pendekatan ini menitikberatkan analisisnya pada proses deduktif dan induktif serta mempertimbangkan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah. Lebih lanjut, pendekatan ini fokus pada upaya menjawab pertanyaan penelitian melalui pemikiran formal dan argumentatif.13 Hasil analisis kemudian disajikan seacara deskriptif. Yang kemudian akan ditarik menjadi kesimpulan.

## Rencana Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun secara terstruktur untuk memudahkan pembaca dalam memahami serta mengambil manfaat dari hasil penelitian. Skripsi ini terdiri dari empat bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I mencakup pendahuluan yang secara umum memberikan gambaran. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penulisan sebagai bukti orisinalitas,

13 Elisabeth Nurhaini Butarbutar, “*Metode Penelitian Hukum”*, Bandung: PT Refika Aditama, 2018, hlm. 148.

tinjauan pustaka, metode penelitian yang mengarahkan pembaca pada jenis, objek, subjek penelitian, sumber data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II berisi tinjauan konseptual yang penulis gunakan sebagai landasan teori untuk analisis atau sebagai alat analisis penulis. Dasar teori yang digunakan terbagi menjadi dua bagian atau sub-bab. Sub-bab pertama membahas tinjauan mengenai perlindungan konsumen, sedangkan sub-bab kedua berkaitan dengan klausula baku dan tanggung jawab pelaku usaha.

BAB III menjabarkan hasil penelitian serta analisis yang komprehensif untuk menanggapi permasalahan yang telah dirumuskan oleh penulis terkait tanggung jawab pelaku usaha terhadap penolakan mereka untuk menerima pengembalian barang yang dibeli oleh konsumen, yang tidak sesuai dengan ketentuan mengenai klausula baku. Selain itu, bab ini juga akan mengkaji perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap pelaku usaha yang menolak pengembalian barang yang dibeli, yang bertentangan dengan ketentuan mengenai klausula baku.

BAB IV berisi rangkuman dari analisis yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya serta rekomendasi bagi pembaca untuk memanfaatkan dan mengembangkan penelitian dalam skripsi ini guna mencapai tingkat kualitas yang lebih baik dan optimal.

# BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL

## Tinjaun Tentang Perlindungan Konsumen

## Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen ialah serangkaian kebijakan dan upaya yang ditujukan dalam menjaga hak, kepentingan, dan kesejahteraan konsumen ketika melangsungkan transaksi jual beli barang dan jasa. Fungsi dasar dari perlindungan konsumen yaitu menjamin bahwa konsumen memiliki informasi yang cukup, hak-hak yang dihormati, dan perlindungan hukum yang memadai dalam penerapan bisnis yang menimbulkan kerugian. Hal tersebut mencakup penegakan regulasi dalam mencegah penipuan, memberikan hak untuk mengajukan gugatan, dan memastikan bahwa produk dan layanan yang ditawarkan menyediakan standar keamanan dan mutu yang telah ditentukan. Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan memotivasi praktek bisnis yang etis serta berkelanjutan.

“Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” menetapkan bahwa perlindungan konsumen ialah "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen." Dengan kata lain, fokus utama Undang- Undang ini yaitu memberikan jaminan kepastian hukum kepada konsumen dalam rangka melindungi hak-hak mereka ketika melangsungkan transaksi jual beli barang dan jasa. Tujuan utamanya adalah menciptakan situasi yang

13

di mana konsumen dapat dengan yakin mengakses produk atau layanan tanpa takut akan penipuan atau praktik bisnis merugikan.14

“Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen” memberikan definisi konsumen sebagai “setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Artinya, konsumen melibatkan setiap individu yang memanfaatkan barang dan/jasa dalam menunjang kebutuhan pribadi, keluarga, atau masyarakat secara umum, dengan pengecualian penggunaan barang dan jasa tersebut untuk tujuan perdagangan. Dengan definisi ini, undang-undang menetapkan cakupan perlindungan yang luas untuk melibatkan berbagai kegiatan konsumen.

“Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen” mendefinisikan pelaku usaha sebagai “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”. Dengan demikian, pelaku usaha mencakup individu atau badan usaha yang menjalankan aktivitas

usaha di wilayah hukum Indonesia, termasuk yang berbentuk badan hukum

14 Celina Tri Siwi Kristiyanti, “*Hukum Perlindungan Konsumen”*, Jakarta: Sinar Grafika, 2022, hlm.

69-75.

maupun bukan badan hukum Definisi ini mencakup berbagai jenis usaha di berbagai sektor ekonomi.15

Perlindungan konsumen, yang ditetapkan dalam “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen”, menempatkan konsumen sebagai pihak yang perlu dijaga pada proses transaksi ekonomi, sementara pelaku usaha mempunyai tanggung jawab dalam menjalankan kegiatan usahanya secara mematuhi ketentuan-ketentuan yang ditetapkan untuk melindungi konsumen. Maka, undang-undang ini menawarkan dasar hukum untuk menegakkan hak-hak konsumen dan menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

Perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam konteks ekonomi modern yang berorientasi pada konsumsi. Konsep ini mencakup sejumlah hak fundamental yang harus dimiliki oleh konsumen untuk melindungi kepentingan mereka saat berinteraksi dengan pasar. Salah satu hak utama adalah hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan akurat mengenai produk atau layanan yang akan mereka beli. Informasi ini penting agar konsumen dapat membuat keputusan yang cerdas dan sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa adanya kebingungan atau manipulasi yang merugikan. Selain itu, perlindungan konsumen juga menjamin konsumen untuk memilih di antara berbagai opsi produk dan layanan tanpa tekanan yang tidak adil. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar pasar tetap kompetitif dan mendorong inovasi serta pelayanan yang lebih baik dari para penjual

15 Wahyu Simon Tampubolon, “Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang- Undang Perlindungan Konsumen”*. Jurnal Iimiah Advokasi,* Volume 4, Nomor 1, 2016. hlm. 53-61.

atau penyedia layanan. Perlindungan juga mencakup aspek keamanan dan kesehatan produk, yang menjamin bahwa produk yang beredar aman digunakan dan tidak membahayakan bagi konsumen.

Perlindungan konsumen tidak hanya terbatas pada aspek produk dan layanan, tetapi juga melibatkan perlindungan terhadap praktik bisnis yang tidak etis atau menyesatkan. Hal ini mencakup pengaturan terhadap penipuan, penjualan produk palsu, atau pemasaran yang menyesatkan konsumen. Konsumen juga memiliki hak untuk mengajukan keluhan dan mendapatkan kompensasi jika merasa dirugikan oleh produk atau layanan yang tidak memenuhi standar yang diharapkan. Dengan menerapkan prinsip- prinsip ini, perlindungan konsumen bertujuan untuk menciptakan lingkungan ekonomi yang lebih transparan, adil, dan menguntungkan bagi semua pihak terlibat.

Perlindungan konsumen juga melibatkan penyediaan data yang rinci dan transparan bagi konsumen, memastikan bahwa barang dan layanan mencukupi standar kualitas dan keamanan yang sudah ditentukan, serta memberikan mekanisme ganti rugi apabila terjadi kerugian akibat produk atau layanan yang tidak memenuhi standar tersebut. Dengan demikian, perlindungan konsumen bukan hanya tentang aspek hukum semata, tetapi juga melibatkan aspek-informasi dan kualitas yang bersifat proaktif.16

Dalam konteks ekonomi yang semakin kompleks, “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” juga dapat

16 Abd. Haris Hamid. “*Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia”*. Volume 1, Sah Media.

berfungsi sebagai instrumen untuk mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan, relevan terhadap prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen dapat dikatakan mempunyai peran penting untuk membangun kepercayaan konsumen pada pasar dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat. Dengan demikian, “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999” membentuk kerangka kerja hukum yang komprehensif untuk melindungi konsumen, memberikan kepastian hukum, dan mengatur hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Perlindungan konsumen ini melibatkan berbagai aspek, mulai dari kepastian hukum, definisi konsumen, hingga tanggung jawab pelaku usaha, guna menumbuhkan ruang lingkup ekonomi yang adil, transparan, dan berkeadilan untuk seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis.

## Asas-Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

* + 1. Asas-Asas.

Asas perlindungan konsumen yang tercantum dalam “Pasal 2 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” mencerminkan prinsip-prinsip dasar yang diterapkan sebagai landasan bagi upaya perlindungan konsumen. Kelima asas ini mencakup: “Asas Manfaat, Asas Keadilan, Asas Keseimbangan, Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, serta Asas Kepastian Hukum”.17

17 Beby Suryani Fitri, et.al., “Asas Ultimum Remedium/The Last Resort Principle Terhadap PelakuUsaha dalam Hukum Perlindungan Konsumen”. *Doktrin: Journal Of Law*, Volume 4, Nomor 1,2021. hlm. 68-83.

* + - 1. “Asas Manfaat”

Asas Manfaat mengandung arti bahwa upaya perlindungan konsumen wajib menyediakan manfaat yang konkret dan positif untuk konsumen Dalam konteks ini, perlindungan konsumen tidak hanya bertujuan untuk mematuhi aturan hukum semata, tetapi juga untuk memberikan keuntungan nyata kepada konsumen. Ini mencakup hak konsumen dalam memperoleh data yang rinci dan tepat, memastikan kualitas barang atau layanan yang baik, serta memiliki mekanisme ganti rugi yang efektif jika terjadi kerugian.

* + - 1. “Asas Keadilan”

Asas Keadilan berfokus pada pentingnya memberikan tindakan yang adil dan setara kepada konsumen, tanpa diskriminasi. Pada proses transaksi jual beli, setiap konsumen memiliki hak yang sama untuk diperlakukan dengan adil, tanpa memandang latar belakang sosial, ekonomi, atau karakteristik pribadi lainnya. Asas ini menciptakan landasan dalam menjamin bahwa hak-hak konsumen dihormati tanpa adanya perlakuan tidak adil dari pelaku usaha.

* + - 1. “Asas Keseimbangan”

Asas Keseimbangan menekankan pentingnya menciptakan hubungan yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha. Ini mencakup pemberian hak dan kewajiban yang seimbang antara kedua belah pihak agar tidak ada pihak yang mendominasi atau merugikan pihak lainnya. Asas ini mengakui bahwa konsumen memiliki

kepentingan yang perlu dijaga dan dihormati, sementara pelaku usaha juga mempunyai hak dalam menjalankan kegiatan usahanya.

* + - 1. “Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen”

Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen menempatkan fokus pada perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang berhubungan dengan aspek keamanan dan keselamatan barang atau layanan yang mereka gunakan. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk menyediakan barang atau jasa yang aman dan mencukupi standar kesehatan serta keselamatan. Konsumen memiliki hak untuk mengetahui potensi risiko dari produk atau layanan yang mereka beli, serta memiliki jaminan bahwa produk dan layanan tersebut tidak akan membahayakan kesehatan atau keselamatan mereka.

* + - 1. “Asas Kepastian Hukum”

Asas Kepastian Hukum menegaskan bahwa perlindungan konsumen harus didasarkan pada hukum yang jelas, pasti, dan mampu dipahami seluruh pihak yang terlibat. Hal ini mencakup larifikasi tentang hak dan tanggung jawab konsumen serta pelaku usaha, prosedur untuk menyelesaikan perselisihan, dan hukuman yang bisa diterapkan dalam kasus pelanggaran. Asas ini memberikan dasar hukum yang kuat untuk menjamin bahwa aturan-aturan perlindungan konsumen dapat diterapkan dengan adil dan efektif.

Dalam menjelaskan lebih lanjut mengenai asas-asas perlindungan konsumen tersebut, perlu dipahami bagaimana masing-masing asas berkontribusi dalam menumbuhkan ruang lingkup bisnis yang adil,

beretika, dan berkeadilan untuk seluruh pihak yang terlibat. Asas Manfaat menunjukkan bahwa setiap tindakan perlindungan konsumen wajib menawarkan keuntungan yang konkret kepada konsumen. Ini bisa mencakup hak konsumen dalam memperoleh data yang rinci dan tepat tentang produk atau layanan, dan hak dalam memperoleh kompensasi jika terjadi hal yang tidak diharapkan atau kerugian.18

Asas Keadilan menegaskan bahwa seluruh konsumen berhak memperoleh layanan yang adil dan setara, tanpa diskriminasi. Ini menciptakan dasar untuk penegakan hukum yang adil dan berlaku untuk seluruh pihak yang terlibat pada transaksi bisnis. Asas Keseimbangan menekankan pentingnya menciptakan hubungan yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan memastikan porsi yang sebanding antara hak dan kewajiban, asas ini membantu mencegah dominasi satu pihak terhadap pihak lainnya.

Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen menekankan perlunya melindungi konsumen dari risiko terkait dengan produk atau layanan yang mereka konsumsi. Ini menciptakan keharusan bagi pelaku usaha untuk menyediakan barang atau jasa yang mencukupi standar keamanan dan keselamatan yang ditetapkan. Asas Kepastian Hukum memberikan fondasi hukum yang kuat untuk perlindungan konsumen. Dengan menetapkan aturan yang jelas dan sanksi yang dapat diterapkan, asas ini

18 Yustina Dhian Novita, & Budi Santoso, “Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital”. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia,* Volume 3, Nomor 1, 2021. hlm. 46-58.  [http s://d o i.o rg/1 0 .1 4 71 0 /j phi.v3 i1](https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1) [.](https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1)

memberikan kepastian bahwa pelanggaran terhadap hak konsumen akan ditindak dengan adil.

Asas-asas perlindungan konsumen dalam “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999” membangun konsep kerja hukum yang menyeluruh dan berimbang. Masing-masing asas tersebut saling melengkapi dan memberikan landasan untuk mencapai tujuan utama perlindungan konsumen, yaitu menjaga hak-hak konsumen dan menciptakan lingkungan bisnis yang adil, aman, dan seimbang. Melalui implementasi asas-asas ini, diharapkan dapat terwujud perlindungan konsumen yang efektif dan berkelanjutan.

* + 1. Tujuan Perlindungan Konsumen.

“Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” menetepkan tujuan-tujuan penting yang berhubungan terhadap perlindungan konsumen.

1. “Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen.”

Tujuan dasar dari perlindungan konsumen yaitu meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-hak mereka, memperkuat kemampuan mereka dalam melindungi diri, dan mendorong kemandirian konsumen. Ini berarti memberikan edukasi yang memadai bagi konsumen mengenai hak-hak mereka, menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai produk atau layanan, serta memberikan dukungan supaya konsumen bisa menentukan keputusan yang informasional dan cerdas.

1. “Mengangkat harkat dan martabat konsumen.”

Tujuan ini mengarah pada usaha untuk menghindarkan konsumen dari dampak negatif penggunaan produk atau jasa tertentu yang dapat merugikan mereka. Pemahaman yang lebih baik tentang produk atau layanan yang dikonsumsi dapat memberikan konsumen kekuatan untuk menghindari risiko dan ekses negatif yang mungkin terjadi. Ini melibatkan pencegahan terhadap praktik bisnis yang tidak etis atau merugikan.

1. “Meningkatkan pemberdayaan konsumen.”

Pemberdayaan Konsumen adalah kunci dalam mencapai perlindungan yang efektif. Tujuan ini mencakup memberikan konsumen kemampuan untuk membuat pilihan yang tepat, menentukan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, serta menuntut hak-hak mereka yang menjadi konsumen. Dengan memberdayakan konsumen, mereka dapat menjadi agen perubahan yang lebih aktif dalam lingkungan ekonomi.

1. “Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi.”

Perlindungan konsumen mengandalkan kesadaran dan pemberdayaan konsumen dan juga memerlukan dasar hukum yang kuat dan keterbukaan informasi. Tujuan ini menegaskan pentingnya menciptakan sistem yang memberikan kepastian hukum kepada konsumen, memastikan bahwa aturan dan sanksi yang berlaku dapat diandalkan. Selain itu, keterbukaan informasi melibatkan penyediaan data yang transparan dan mudah diakses agar konsumen dapat membuat keputusan yang informasional.

1. “Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen.”

Perlindungan konsumen merupakan tanggung jawab konsumen dan juga pelaku usaha. Tujuan ini mencakup meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan krusialnya perlindungan konsumen. Dengan menumbuhkan sikap jujur dan bertanggung jawab pada keberlangsungan bisnis, pelaku usaha diproyeksikan mampu lebih berperan dalam menjaga hak-hak konsumen dan menghindari praktik bisnis yang merugikan.

1. “Meningkatkan kualitas barang dan/jasa.”

Tujuan ini mengarah pada upaya meningkatkan kualitas barang dan/jasa yang disediakan untuk konsumen. Dengan menjamin bahwa barang atau layanan mencukupi standar kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan yang sudah ditentukan, diharapkan bias menjamin keberlangsungan operasional usaha produksi barang dan jasa. Ini juga menciptakan keuntungan ganda dengan memberikan manfaat positif kepada konsumen sambil mendorong pelaku usaha untuk berkompetisi melalui peningkatan kualitas.

Secara rinci, implementasi tujuan-tujuan tersebut mengharuskan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen. Pemerintah perlu menyediakan regulasi yang rinci dan efektif, serta mengawasi pelaksanaannya. Pelaku usaha harus berkomitmen untuk menjalankan operasional bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Sementara itu, konsumen perlu aktif untuk mengusahakan hak-hak mereka dan

berpartisipasi untuk menumbuhkan ruang lingkup ekonomi yang lebih adil dan berkeadilan.19

## Hak-Hak dan Kewajiban Konsumen

* + 1. Hak-Hak Konsumen.

“Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” merinci hak-hak konsumen yang melibatkan aspek keamanan, informasi, pemilihan, partisipasi, perlindungan, ganti rugi, lingkungan hidup, dan pendidikan. Rincian hak-hak ini memberikan gambaran mendalam tentang bagaimana Undang-Undang yang dimaksudkan untuk menjaga konsumen dan memperkuat posisi mereka pada transaksi konsumen.20

* + - 1. “Hak atas keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang.”

Hak ini menempatkan keamanan dan keselamatan konsumen sebagai prioritas utama. Konsumen memiliki hak untuk memastikan bahwa barang yang mereka konsumsi tidak membahayakan kesehatan atau keselamatan mereka. Ini mencakup hak untuk menerima produk yang telah melewati pengujian dan standar keselamatan yang ditetapkan.

* + - 1. “Hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur.”

Hak ini memberikan konsumen akses yang adil terhadap data yang sesuai, rinci, dan jujur tentang keadaan dan kompensasi barang. Pelaku

19 Tami Rusli, “Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen”*. Pranata Hukum,*Volume 7, Nomor 1, 2012. hlm. 40-42.

20 Nurul Tika Pratiwi, & Aprina Chintya, “Studi Komperatif Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam: Studi Komperatif Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam”*. Fikri: Jurnal Kajian Agama, Sosial Dan Budaya,* Volume 2, Nomor 1, 2017. hlm. 141-172.

usaha memiliki tanggung jawab dalam menyediakan data yang lengkap dan akurat sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang informasional. Ini termasuk informasi tentang bahan baku, cara penggunaan, dan risiko potensial yang terkait dengan produk atau layanan.

* + - 1. “Hak untuk memilih dan mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukar.”

Konsumen mempunyai hak untuk menentukan dan memperoleh barang yang relevan atau setara terhadap nilai tukar serta kondisi dan kompensasi barang yang ditentukan. Ini menciptakan keadilan pada transaksi jual beli, menjamin bahwa konsumen mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan.

* + - 1. “Hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang yang digunakan.”

Konsumen memiliki hak dalam menyuarakan pandangan dan keluhan mereka terhadap barang yang dimanfaatkan. Hak tersebut menciptakan mekanisme untuk mendengar aspirasi dan pengalaman konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan.

* + - 1. “Hak untuk mendapatkan perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.”

Konsumen memiliki hak dalam memperoleh perlindungan dan tindakan penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen secara adil dan pantas. Ini mencakup hak dalam melibatkan pihak ketiga, seperti

“Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”, untuk menentukan permasalahan apabila terdapat perselisihan yang melibatkan konsumen dan pelaku usaha.

* + - 1. “Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup.”

Konsumen memiliki hak dalam mendapatkan kebutuhan hidup, termasuk makanan, pakaian, dan perumahan. Hak ini menekankan pentingnya memastikan ketersediaan dan aksesibilitas produk dan layanan yang diperlukan untuk kehidupan sehari-hari.

* + - 1. “Hak untuk memperoleh ganti rugi.”

Jika konsumen mengalami kerugian yang ditimbulkan dari barang atau layanan yang tidak memadai atau tidak sesuai dengan informasi yang diberikan, mereka memiliki hak dalam mendapatkan kompensasi. Hak ini memberikan insentif kepada pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk dan layanan mereka.

* + - 1. “Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.”

Hak ini mengaitkan perlindungan konsumen dengan ruang lingkup hidup yang bersih dan sehat. Konsumen memiliki hak untuk mengonsumsi produk dan layanan yang tidak merugikan lingkungan serta mendukung praktik bisnis yang berkelanjutan.

* + - 1. “Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen.”

Konsumen memiliki hak dalam mendapatkan pendidikan konsumen yang mencakup pemahaman tentang hak-hak mereka, keterampilan dalam membuat keputusan yang cerdas, dan pengetahuan tentang

praktik bisnis yang etis. Hak ini menciptakan dasar untuk meningkatkan kesadaran dan literasi konsumen.

Mengacu pada hak-hak tersebut, “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen” menetapkan dasar hukum yang kuat untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang merugikan. Hak-hak ini mencerminkan prinsip-prinsip dasar perlindungan konsumen, yang melibatkan keadilan, keamanan, informasi, dan partisipasi aktif konsumen dalam pasar. Implementasi hak-hak ini juga melibatkan tanggung jawab pemerintah dalam menyediakan regulasi yang efektif, serta pelaku usaha dalam mematuhi standar dan etika bisnis. Selain itu, konsumen perlu memahami hakhak mereka dan berperan aktif dalam memastikan bahwa hak-hak ini dihormati.

Dengan memberikan hak-hak ini, “Undang –Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen” menciptakan kerangka kerja yang seimbang dan berkeadilan antara konsumen dan pelaku usaha. Hak-hak ini turut menawarkan dukungan hukum pada konsumen untuk melibatkan diri mereka dalam pasar dengan keyakinan dan pengetahuan yang memadai, serta memberikan insentif kepada pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk dan layanan mereka. Dengan demikian, hak- hak konsumen yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 bukan hanya sebagai perlindungan, tetapi juga sebagai instrumen untuk membangun ekosistem ekonomi yang berkelanjutan dan beretika.

* + 1. Kewajiban Konsumen

“Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” menetapkan wewenang atau tangggung jawab yang wajib dipenuhi oleh konsumen. Rincian kewajiban ini mencakup aspek keamanan, etika transaksi, pembayaran, dan partisipasi dalam penyelesaian sengketa. Kewajiban-kewajiban ini dirancang dalam menumbuhkan hubungan yang stabil antara konsumen dan pelaku usaha, serta memastikan bahwa konsumen memainkan peran aktif dalam transaksi konsumen.

* + - 1. “Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang demi keamanan dan keselamatan.”

Kewajiban pertama konsumen yaitu mengkaji atau menaati petunjuk data dan prosedur penggunaan atau pemanfaatan barang demi menjaga keamanan dan keselamatan. Hal tersebut menegaskan bahwa konsumen mempunyai kewajiban dalam memahami cara menggunakan produk layanan yang mereka beli.

Dengan mematuhi petunjuk dan prosedur yang diberikan oleh produsen atau penyedia layanan, konsumen dapat menjaga keamanan dan keselamatan diri mereka sendiri serta orang lain yang mungkin terpengaruh.

* + - 1. “Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang.”

Kewajiban ini mencerminkan prinsip etika dalam transaksi konsumen. Konsumen diharapkan untuk beritikad baik ketika melangsungkan transaksi pembelian produk. Ini mencakup menyediakan data yang tepat dan trasnparan bagi penjual, tidak melakukan penipuan

atau manipulasi dalam proses transaksi, serta mematuhi aturan dan ketentuan yang berlaku. Beritikad baik konsumen merupakan dasar bagi hubungan bisnis yang saling menguntungkan dan dapat meningkatkan kepercayaan antara konsumen dan pelaku usaha.

* + - 1. “Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.”

Tanggung jawab dalam melakukan pembayaran yang serupa terhadap nilai tukar yang disetujui menunjukkan bahwa konsumen mempunyai tanggung jawab dalam mencukupi ketentuan finansial mereka sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat. Ini melibatkan pembayaran tepat waktu dan serupa dengan nilai tukar yang sudah disetujui antara konsumen dan penjual. Kewajiban ini menciptakan dasar untuk keadilan dalam transaksi ekonomi dan membantu menjaga stabilitas bisnis.

* + - 1. “Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.”

Konsumen mempunyai tanggung jawab dalam menaati tindakan penuntasan hukum sengketa perlindungan konsumen dengan pantas. Ini mencakup keterlibatan konsumen pada proses penuntasan masalah, seperti melalui “Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”. Dengan mengikuti prosedur yang ada dan berpartisipasi dengan itikad baik, konsumen dapat mencari keadilan dan menuntaskan permasalahan dengan pelaku usaha secara adil dan patut.

Penting untuk menekankan bahwa kewajiban-kewajiban ini bukan hanya formalitas hukum, tetapi juga menciptakan dasar etika dalam

transaksi ekonomi. Konsumen yang memahami dan mematuhi kewajiban- kewajiban ini dapat menjadi pihak yang bertanggung jawab dan berkontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi yang sehat dan berkelanjutan. Konsumen dapat menjalankan kewajiban pertamanya dengan mengkaji ketentuan dan prosedur penggunaan atau pemakaian produk secara seksama. Ini membantu mencegah kecelakaan atau kerugian yang diakibatkan oleh pemanfaatan yang tidak benar. Selanjutnya, beritikad baik ketika melangsungkan transaksi pembelian barang menciptakan kepercayaan antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan menyediakan data yang tepat dan jujur, konsumen dapat memastikan bahwa mereka mendapatkan produk atau layanan yang relevan terhadap harapan atau keinginan mereka.21

## Hak-Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

* + 1. “Hak-Hak Pelaku Usaha”

“Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” menetapkan hak-hak yang dimiliki oleh pelaku usaha. Hak-hak ini merinci tanggung jawab dan perlindungan yang disediakan untuk pelaku usaha pada konteks transaksi ekonomi.22

21 Indri Hadi Siswati, & Reni Dwi Puspitasari, “Pemenuhan Hak dan Tanggung Jawab Konsumen dan Pelaku Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum Melalui Konsep Pemberdayaan”. *Ahkam: Jurnal Hukum Islam,* Volume 8, Nomor 1, 2020. hlm. 5-7.

22 Alfina Maharani, & Adnand Darya Dzikra, “Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha” (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi,* Volume 2, Nomor 6, 2021, hlm. 659-666.

* + - 1. “Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.”

Pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan jumlah bayaran serupa dengan kesepakatan yang sudah dibuat berdasarkan keadaan dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diniagakan. Hak ini menekankan pentingnya keadilan dalam transaksi ekonomi. Dengan demikian, pelaku usaha memiliki hak dalam menagih pembayaran yang setara dengan nilai dan persyaratan yang telah disepakati, sehingga mereka dapat menjalankan usaha mereka secara berkelanjutan.

* + - 1. “Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.”

Pelaku usaha mempunyai hak dalam memperoleh perlindungan hukum dari perilaku konsumen yang beritikad kurang baik. Hal ini mencakup tindakan konsumen yang melibatkan kecurangan, penipuan, atau pelanggaran hukum lainnya yang dapat merugikan pelaku usaha. hak ini menyediakan dasar hukum untuk pelaku usaha dalam melindungi kepentingan mereka dan menempatkan keadilan dalam hubungan bisnis.

* + - 1. “Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.”

Pelaku usaha memiliki hak dalam melangsungkan pembelaan diri yang sepantasnya pada penuntasan hukum sengketa konsumen. Pada situasi di mana terjadi perselisihan atau sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, pelaku usaha mempunyai hak untuk memberikan

pembelaan dan mengemukakan argumen mereka di hadapan pihak yang bertugas untuk menuntaskan permasalahan, seperti “Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”. Hak ini menciptakan mekanisme yang adil untuk menyelesaikan perselisihan dan memastikan bahwa pelaku usaha memiliki platform yang setara untuk menyampaikan pandangan mereka.

Penetapan hak-hak pelaku usaha pada “Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen” mencerminkan prinsip-prinsip dasar hukum yang melibatkan keadilan, perlindungan, dan keseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Hak- hak ini menciptakan landasan hukum yang seimbang, memungkinkan pelaku usaha menjalankan kegiatan ekonomi mereka dengan adil dan efektif.

* + 1. Kewajiban Pelaku Usaha.

“Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen” menetapkan kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha dalam rangka melindungi hak-hak konsumen. Rinciannya mencakup berbagai aspek, termasuk etika bisnis, perlakuan terhadap konsumen, mutu produk, dan kewajiban pada ketidaksesuaian produk dan layanan. Berikut adalah penjelasan lebih rinci mengenai kewajiban-kewajiban tersebut.23

* + - 1. “Bertikad baik dalam melakukan kegiatan usahnya.”

23 Dewa Gede Ari Yudha Brahmanta, “Hubungan Hukum Antara Pelaku Usaha Dengan Konsumen”. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Udayana.* 2016. hlm. 20-30.

Kewajiban utama pelaku usaha adalah beritikad baik ketika melangsungkan operasional usahanya. Beritikad baik mencakup kesediaan untuk berusaha dengan jujur, adil, dan etis. Pelaku usaha diharapkan menjalankan kegiatan usaha mereka dengan integritas, tanpa maksud menipu atau merugikan konsumen. Kewajiban ini menciptakan landasan etis yang kuat dalam hubungan bisnis, yang esensial untuk membangun kepercayaan konsumen.

* + - 1. “Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.”

Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk melayani konsumen dengan sesuai, jujur, dan tidak diskriminatif. Hal tersebut berarti bahwa pelaku usaha tidak boleh memberikan perlakuan yang tidak adil atau membedakan konsumen berdasarkan karakteristik tertentu, seperti jenis kelamin, ras, agama, atau status sosial. Kewajiban ini menumbuhkan ruang lingkup bisnis yang inklusif dan adil untuk seluruh konsumen.

* + - 1. “Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu yang berlaku.”

Kewajiban untuk menjamin kualitas produk dan/atau jasa mencakup tanggung jawab pelaku usaha dalam menyediakan produk atau layanan yang relevan terhadap standar kualitas yang ada. Standar mutu ini dapat melibatkan aspek kesehatan, keamanan, daya tahan, dan karakteristik lain yang relevan. Pelaku usaha diharapkan untuk memastikan bahwa

produk atau layanan yang mereka hasilkan atau perdagangkan memenuhi standar mutu yang telah ditetapkan.

* + - 1. “Memberikan kompensasi, ganti rugi, apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.”

Jika barang atau jasa yang diterima dan digunakan konsumen kurang relevan terhadap keputusan yang telah dibuat, pelaku usaha memiliki kewajiban dalam menyediakan kompensasi atau ganti rugi. Kewajiban ini menciptakan perlindungan bagi konsumen dalam situasi ketidaksesuaian barang atau jasa terhadap apa yang dijanjikan. dengan memberikan kompensasi atau ganti rugi, pelaku usaha menunjukkan tanggung jawab mereka terhadap kepuasan konsumen.

## Tinjauan Tentang Klausula Baku

## Perjanjian Baku

Perjanjian baku, atau yang lebih populer dengan istilah "*standard form contract,"*merujuk pada jenis perjanjian yang telah disusun sebelumnya dan memiliki ketentuan-ketentuan yang umumnya tetap atau baku. dalam perjanjian baku, ketentuan-ketentuan tersebut ditetapkan suatu pihak, biasanya pihak yang lebih kuat secara ekonomi atau hukum, dan kemudian ditawarkan kepada pihak lainnya dengan sedikit atau tanpa kemungkinan untuk bernegosiasi mengenai isi perjanjian tersebut. jenis perjanjian ini sering ditemui dalam transaksi konsumen sehari-hari, seperti perjanjian kredit, asuransi, atau pembelian produk tertentu.24

24 David M Tobing*, “Klausula Baku Paradoks dalam Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen”*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2019, hlm. 120-125.

Perjanjian baku sering kali menghadirkan ketidaksetaraan kekuatan negosiasi antara pihak yang menawarkan perjanjian dan pihak yang menerima. Pihak yang menawarkan perjanjian memiliki kendali terhadap isi dan ketentuan-ketentuan perjanjian, sementara pihak penerima sering kali memiliki sedikit ruang untuk memengaruhi atau mengubah kondisi tersebut. oleh karena itu, perjanjian baku sering dikritik karena berpotensi menciptakan ketidakadilan dan ketidakseimbangan dalam hubungan kontraktual, khususnya jika pihak yang menerima perjanjian tidak sepenuhnya memahami atau dapat bernegosiasi terkait dengan ketentuan- ketentuan yang ditetapkan.

Beberapa yurisdiksi telah mengenali perlunya perlindungan terhadap pihak yang kurang dominan pada perjanjian baku, yang membuatnya mengimplementasikan aturan dan regulasi tertentu. Misalnya, beberapa negara memiliki undang-undang perlindungan konsumen yang menetapkan persyaratan tertentu terkait transparansi, kejelasan, dan hak untuk pembatalan atau pengubahan ketentuan tertentu dalam perjanjian baku. Meskipun perjanjian baku dapat memberikan keefisienan dan kepraktisan dalam banyak transaksi, regulasi yang baik dibutuhkan dalam menjamin bahwa kontraktualitas tetap adil dan melindungi hak-hak pihak yang lebih rentan.

## Macam-Macam Perjanjian Baku

* + 1. Pengertian Perjanjian Baku

Perjanjian baku merupakan suatu bentuk perjanjian yang memiliki ketentuan-ketentuan yang tetap dan sudah ditetapkan sebelumnya oleh suatu

pihak, dan biasanya ditawarkan pada pihak lain melalui sedikit atau tanpa ruang untuk bernegosiasi. Dalam perjanjian baku seluruh isi perjanjian, termasuk klausula-klausulanya, telah ditentukan sepihak oleh pihak yang menyusun perjanjian tersebut. Perjanjian baku juga bisa disebut dengan istilah “*adhesive contract”, “take it or leave it contract”,* atau “kontrak semula jadi”. Contoh konkret perjanjian baku adalah blanko perjanjian kartu kredit, karcis parkir, atau *purchase order* (PO).25

* + 1. Definisi Perjanjian Baku

Perjanjian baku yang artinya sama dengan perjanjian adhesi, yang sifatnya bergandung kepada satu pihak apakah berminat melakukan kontrak atau membatalkanya. Baku atau standar digunakan sebagai patokan atau ukuran, yaitu acuan atau peraturan yang diterapkan dalam perjanjian.

* + 1. Macam-Macam Perjanjian Baku

Jenis-jenis perjanjian baku dapat bervariasi tergantung pada konteks dan pihak yang terlibat. Berikut adalah penjelasan mengenai empat macam perjanjian baku yang umum ditemui.

* + - 1. “Perjanjian standar sepihak”

Perjanjian standar sepihak ialah bentuk perjanjian baku di mana satu pihak, yang biasanya memiliki kekuatan ekonomi atau hukum yang lebih besar, menetapkan ketentuan-ketentuan perjanjian tanpa memberikan ruang bagi pihak lain untuk melakukan negosiasi. Dalam

25 Nizla Rohaya, “Pelanggaran Penggunaan Klausula Baku Yang Mengandung Klausula Eksonerasi Dalam Perlindungan Konsumen”. *Jurnal Hukum Replik,* Volume 6, Nomor 1, 2018.hlm. 23-42.

konteks ini, pihak yang mendominasi penyusunan perjanjian memiliki kontrol penuh terhadap isi, syarat, dan ketentuan yang akan mengikat pihak penerima. Pihak penerima, pada umumnya konsumen atau pihak yang lebih lemah, sering kali hanya memiliki opsi untuk menerima perjanjian seutuhnya atau menolak tanpa dapat merundingkan syarat- syarat tertentu. Jenis perjanjian ini umumnya terdapat dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari, seperti perjanjian pembelian produk atau layanan.

Perjanjian standar sepihak dapat menciptakan ketidaksetaraan kekuatan negosiasi di antara pihak-pihak yang terlibat. Pihak yang mendominasi seringkali dapat mengatur ketentuan-ketentuan yang menguntungkan diri mereka sendiri, dan hal ini dapat menciptakan risiko eksploitasi terhadap pihak yang lebih lemah. oleh karena itu, beberapa yurisdiksi memiliki peraturan perlindungan konsumen yang dirancang untuk menjaga keseimbangan dan keadilan dalam perjanjian baku, termasuk persyaratan transparansi, ketentuan hukum yang adil, dan hak- hak untuk pembatalan atau perubahan tertentu.

* + - 1. “Perjanjian baku timbal balik”

Perjanjian baku timbal balik menggambarkan suatu bentuk ketentuan baku di mana, meskipun adanya potensi ketidakseimbangan kekuatan, kedua belah pihak tetap memiliki kewajiban dan hak yang sebanding dalam transaksi tersebut. uniknya, meskipun suatu pihak mungkin mempunyai posisi tawar yang terkesan dominan dalam menentukan ketentuan-ketentuan perjanjian, pihak yang lebih lemah

masih diberikan ruang untuk menentukan pilihan mereka terkait penerimaan atau penolakan. Dalam beberapa kasus, perjanjian baku timbal balik dapat menciptakan keseimbangan yang lebih baik bagi pihak-pihak yang ikut serta di dalamnya, memastikan bahwa kewajiban dan hak saling dihormati.

* + - 1. “Perjanjian standar yang dibuat oleh pemerintah”

Perjanjian baku yang dibuat lembaga kenegaraan merujuk pada ketentuan baku yang diinisiasi atau diatur oleh otoritas pemerintah. Hal ini dapat mencakup perjanjian dalam berbagai sektor, termasuk peraturan dan persyaratan dalam sektor keuangan, lingkungan, atau kesehatan. Pemerintah sering kali menetapkan standar dan ketentuan tertentu dalam perjanjian baku untuk melindungi kepentingan publik, mengatur industri tertentu, atau mencapai tujuan kebijakan tertentu. contoh perjanjian semacam ini adalah peraturan-peraturan yang mengatur pengelolaan limbah atau perjanjian dalam skema insentif pajak yang ditetapkan oleh pemerintah.

* + - 1. “Perjanjian baku yang berlaku atau ditentukan bagi kalangan tertentu.”

Perjanjian baku yang berlaku dan ditentukan bagi di kalangan tertentu adalah jenis perjanjian baku yang memiliki ruang lingkup atau aplikabilitas terbatas pada kelompok atau kategori tertentu. Hal ini dapat mencakup perjanjian yang diterapkan pada anggota perkumpulan, pelanggan dengan karakteristik tertentu, atau pihakpihak yang tergabung

dalam suatu organisasi atau asosiasi. Contohnya adalah perjanjian baku yang diterapkan pada anggota suatu klub atau perkumpulan bisnis.

Perjanjian baku dapat memiliki dampak besar terutama ketika terjadi ketidaksetaraan kekuatan atau informasi pada pihak-pihak yang ikut serta di dalamnya. Maka, banyak yurisdiksi yang telah mengembangkan aturan dan regulasi untuk melindungi pihak yang lebih lemah, seperti konsumen, dalam konteks perjanjian baku. Beberapa perjanjian baku juga dapat disusun dengan bahasa hukum yang kompleks atau tidak mudah dimengerti, yang dapat mengakibatkan kesulitan bagi pihak yang menerima untuk sepenuhnya memahaminya.

## Berlakunya Perjanjian Baku

Berlakunya perjanjian baku dalam sebuah transaksi dapat menjadi suatu isu hukum yang kompleks. Menurut ahli hukum seperti Hondius, metode atau opsi untuk menerapkan syarat-syarat standar yang ada dalam perjanjian yang umumnya telah disiapkan sebelumnya. Pemahaman terhadap mekanisme ini sangat penting untuk memahami bagaimana suatu perjanjian baku dapat mengikat pihak lain. Keempat cara tersebut melibatkan penandatanganan dokumen perjanjian, pemberitahuan melalui dokumen perjanjian, penunjukkan dalam dokumen perjanjian, dan pemberitahuan melalui papan pengumuman.26

Pertama, penandatanganan dokumen perjanjian menjadi cara yang umum digunakan untuk mengikat pihak dalam suatu perjanjian baku. Dalam

26 M. Roesli, et.al., “Kedudukan perjanjian baku dalam kaitanya dengan asas kebebasan berkontrak”. *DiH: Jurnal IImu Hukum,* Volume 15, Nomor 1, 2019, hlm. 1-8.

konteks ini, pihak yang menandatangani secara langsung pada dokumen perjanjian dianggap telah menyetujui dan terikat dengan semua syarat dan ketentuan yang tercantum di dalamnya. Langkah ini menciptakan kejelasan dan kepastian, karena pihak yang menandatangani secara langsung menyatakan persetujuannya terhadap seluruh isi perjanjian. Namun, perlu diingat bahwa penandatanganan dokumen ini harus dilakukan secara sukarela dan tanpa tekanan agar dianggap sah secara hukum.

Kedua, pemberitahuan melalui dokumen perjanjian menjadi cara lain untuk memberlakukan syarat-syarat baku. Dalam hal ini, pihak yang hendak mengikatkan perjanjian baku memberitahukan syarat-syarat tersebut melalui dokumen perjanjian kepada pihak lain, dengan langsung ataupun memanfaatkan suatu sarana komunikasi. Meskipun pihak yang bersangkutan tidak secara fisik menandatangani dokumen, pemberitahuan ini dianggap sebagai tindakan yang menunjukkan kesediaan untuk terikat dengan syarat-syarat yang disampaikan. Namun, hal ini dapat menimbulkan tantangan dalam membuktikan bahwa pemberitahuan tersebut sudah sampai ke pihak yang bersangkutan dan bahwa mereka telah menerima isinya.

Ketiga, penunjukkan dalam dokumen perjanjian menjadi opsi lain untuk memberlakukan ketentuan-ketentuan baku. Pada konteks ini, dokumen perjanjian mencakup suatu klausa yang menyatakan bahwa syarat- syarat baku tertentu akan berlaku, meskipun tidak secara spesifik diuraikan dalam dokumen tersebut. Pihak yang mengacu pada dokumen perjanjian ini dianggap telah mengetahui dan menerima syarat-syarat baku yang diincar. Namun, hal ini mengandung risiko karena pihak yang bersangkutan

mungkin tidak sepenuhnya menyadari ketentuan-ketentuan yang diimplikasikan dan tidak diuraikan secara rinci dalam dokumen.27

Keempat, pemberitahuan melalui papan pengumuman menjadi cara yang lebih modern untuk memberlakukan syarat-syarat baku. Dalam era digital, papan pengumuman bisa menjadi situs web, email, atau platform elektronik lainnya. Pihak yang berencana untuk mengikatkan syarat-syarat baku dapat memberitahukan dengan memasang informasi tersebut pada papan pengumuman digital. Namun, penting untuk memastikan bahwa pihak lain dengan mudah dapat mengakses dan mengetahui informasi tersebut. Pemberitahuan melalui papan pengumuman menciptakan suatu mekanisme yang efisien, tetapi perlunya diperhatikan keakuratan,

kejelasan, dan aksesibilitas informasi tersebut.

Namun, perlu diingat bahwa keberlakuan perjanjian baku tidak selalu tanpa batas. Beberapa yurisdiksi memiliki ketentuan hukum yang melindungi pihak yang lebih lemah, khususnya konsumen, dari ketidakadilan atau penyalahgunaan dalam perjanjian baku. Beberapa negara mengharuskan ketentuan-ketentuan baku disampaikan dengan jelas dan dalam bahasa yang mudah dimengerti, sementara negara lain mungkin memerlukan adanya kesepakatan yang lebih jelas dan tegas dari pihak yang bersangkutan.

Dalam konteks hukum kontrak, pemahaman dan penanganan perjanjian baku menjadi penting untuk memastikan bahwa hak dan

27 Prasnowo & Badriyah, “Implementasi Asas Keseimbangan Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Baku”*. Jurnal Magister Hukum Udayana,* Volume 8, Nomor 1, 2019. hlm. 61-75.

kewajiban setiap pihak dihormati. Sumber daya hukum dan regulasi harus terus dikembangkan dan diperbarui sesuai dengan perkembangan teknologi dan dinamika bisnis yang semakin kompleks. Dengan memahami empat cara yang dijelaskan oleh Hondius, seluruh pihak yang ikut serta pada perjanjian baku dapat dengan bijaksana mengelola risiko dan memastikan bahwa proses kontrak berjalan secara adil dan transparan untuk seluruh pihak yang diikutsertakan.

## Karakteristik Perjanjian Baku

Perjanjian baku atau perjanjian standar mempunyai kapasitas tertentu yang membedakannya dari perjanjian pada umumnya. Karakteristik- karakteristik ini dapat diidentifikasi berdasarkan uraian berikut.

Pertama, muatannya biasanya ditetapkan secara unilateral oleh pelaku usaha yang memiliki kekuatan ekonomi yang lebih dominan. Karakteristik ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan kekuatan dalam proses penyusunan perjanjian. Pihak yang mempunyai posisi ekonomi yang lebih dominan, umumnya pelaku usaha atau perusahaan, cenderung menentukan isi perjanjian tanpa memberikan ruang negosiasi yang signifikan kepada pihak lain, seperti konsumen. Hal ini sering kali menghasilkan perjanjian yang bersifat menguntungkan bagi pelaku usaha, dengan menetapkan syarat- syarat yang lebih menguntungkan dirinya.28

28 Dede Agus, “Perlindungan Konsumen Atas Penggunaan Perjanjian Baku Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. *Nurani Hukum*, Volume 1, Nomor 1, 2018, hlm. 71-82.

Kedua, masyarakat atau pihak konsumen tidak terlibat dalam menentukan isi perjanjian yang mengikat mereka. Karakteristik ini menunjukkan bahwa perjanjian baku lebih bersifat *unilateral,* di mana pihak konsumen cenderung menjadi penerima pasif dari ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pelaku usaha. Pada keadaan ini, konsumen memiliki keterbatasan dalam menentukan syaratsyarat perjanjian atau mengajukan negosiasi, sehingga mereka harus menerima kondisi yang telah ditetapkan oleh pihak yang lebih kuat secara ekonomi.

Ketiga, karena adanya kebutuhan tertentu, konsumen merasa terpaksa untuk menerima perjanjian tersebut. Karakteristik ini mencerminkan realitas bahwa konsumen seringkali terpaksa menerima perjanjian baku karena keterbatasan pilihan atau ketidaksetaraan kekuatan negosiasi. Keadaan ini sering terjadi dalam transaksi konsumen sehari-hari, di mana konsumen membutuhkan produk atau layanan tertentu dan tidak memiliki banyak alternatif yang dapat dipilih. Sebagai akibatnya, konsumen mungkin merasa terpaksa dalam menaati syarat-syarat yang ditentukan pelaku usaha.29

Keempat, perjanjian tersebut telah disiapkan terlebih dahulu dalam jumlah yang besar atau dalam skala kolektif. Karakteristik ini menunjukkan bahwa perjanjian baku seringkali diproduksi secara massal untuk diterapkan pada sejumlah besar transaksi. Dengan kata lain, perjanjian baku dibuat dengan tujuan untuk dapat diterapkan dalam berbagai situasi dan transaksi

29 Krismat Hutagalung, et.al., “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Perjanjian Baku Yang Merugikan Konsumen”. *Mizan: Jurnal IImu Hukum,* Volume 10, Nomor 2, 2021, hlm. 207-231.

yang serupa. Hal ini menciptakan efisiensi dalam penyusunan perjanjian, tetapi juga dapat mengabaikan perbedaanperbedaan khusus yang mungkin ada dalam setiap transaksi.

Kelima, konten perjanjian meliputi ringkasan janji-janji yang mencakup syarat-syarat perjanjian atau klausula-klausula seperti prosedur untuk mengakhiri perjanjian, cara untuk memperpanjang masa berlaku perjanjian, mekanisme penyelesaian sengketa, serta persyaratan atau klausula-klausula yang berkaitan dengan pembebasan dari tanggung jawab. Karakteristik ini menunjukkan bahwa perjanjian baku memiliki struktur yang umum dan telah memuat berbagai ketentuan standar yang berlaku untuk transaksi-transaksi tertentu. Klausula- klausula ini sering kali dirancang untuk melindungi kepentingan pelaku usaha dan menentukan berbagai aspek penting dari hubungan kontraktual, termasuk kondisi pengakhiran, perpanjangan, dan penyelesaian sengketa.

Keenam, perjanjian standar lazimnya tidak dimungkinkan untuk dirubah. Karakteristik ini menunjukkan bahwa perjanjian baku cenderung bersifat statis dan tidak memberikan ruang untuk modifikasi oleh pihak konsumen. Pelaku usaha biasanya tidak memperbolehkan perubahan signifikan dalam isi perjanjian karena hal ini dapat mengakibatkan ketidakpastian dan kompleksitas dalam pengelolaan kontrak secara massal. Ketujuh, bentuknya tertentu (tertulis). Karakteristik ini menekankan bahwa perjanjian baku umumnya diungkapkan dalam bentuk tertulis, baik dalam dokumen fisik maupun format digital. Kejelasan dan kepastian dalam perjanjian baku menjadi prioritas, dan bentuk tertulis membantu mencegah

ketidakpahaman atau tafsir yang ambigu terkait dengan syarat-syarat kontrak.

Terakhir, perjanjian baku biasanya menguntungkan pihak pelaku usaha atau kreditur. Karakteristik ini mencerminkan fakta bahwa perjanjian baku biasanya dirancang untuk melindungi kepentingan pelaku usaha. Dengan menentukan ketentuan-ketentuan yang menguntungkan mereka, pelaku usaha dapat meminimalkan risiko hukum, memastikan kepastian kontrak, dan meningkatkan efisiensi operasional mereka.30

Karakteristik-karakteristik perjanjian baku menciptakan dinamika khusus dalam “hubungan kontraktual” pada pelaku usaha dan konsumen. Pengakuan akan sifat dan implikasi dari karakteristik ini penting untuk merancang regulasi dan perlindungan konsumen yang efektif, memastikan bahwa perjanjian baku tidak mengeksploitasi pihak konsumen dan tetap mempertahankan keseimbangan yang adil dalam hubungan bisnis.

## Tinjauan Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha

## Pengertian Tanggung Jawab

Tanggung jawab merujuk pada kewajiban atau beban moral, hukum, atau sosial yang melekat pada seseorang atau suatu entitas untuk bertindak atau memberikan pertanggungjawaban atas perbuatannya. Konsep tanggung jawab melibatkan kesadaran akan dampak dari tindakan atau keputusan yang diambil dan kesiapan untuk menghadapi akibatnya. Dalam konteks

30 Christa Pangalila, “Kajian Hukum Terhadap Sanksi Dan Larangan Klausula Baku Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”*. Lex Privatum*, Volume 3, Nomor 3, 2015, hlm. 20-26.

moral, tanggung jawab mencakup prinsip moral dan etika yang mengharuskan individu untuk bertanggung jawab atas tindakan mereka terhadap diri sendiri, orang lain, dan masyarakat secara umum. Dalam lingkup hukum, tanggung jawab mencakup kewajiban untuk mengikuti peraturan dan standar hukum yang ada, dengan pelanggaran dapat mengakibatkan konsekuensi hukum.31

Tanggung jawab juga dapat bersifat sosial, di mana individu atau organisasi memiliki tanggung jawab terhadap dampak sosial dari kegiatan atau operasional mereka. Ini mencakup kewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan dan kesejahteraan masyarakat dalam pengambilan keputusan bisnis atau kebijakan. Konsep tanggung jawab mencerminkan aspek moral, hukum, dan sosial yang bersatu, mendorong individu atau entitas untuk bertindak dengan mempertimbangkan akibat dari tindakan atau keputusan mereka terhadap diri sendiri dan orang lain.

## Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab pelaku usaha ialah konsep yang mencakup kewajiban moral, hukum, dan sosial yang dimiliki oleh individu atau organisasi yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Tanggung jawab pelaku usaha menekankan pentingnya mengintegrasikan prinsip-prinsip etika, kepatuhan hukum, dan kepedulian sosial dalam seluruh aspek operasional dan pengambilan keputusan bisnis. Sebagai pilar utama dalam konsep tata kelola

31 Presly Prayogo, “Tanggung jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual-Beli Melalui Internet Kajian Terhadap Pemberlakuan Transaksi Elektronik dan Perlindungan Hukum”. *Lex et Societatis,* Volume 2, Nomor 4, 2014, hlm. 5-7.

perusahaan yang optimal, tanggung jawab pelaku usaha memainkan peran sentral dalam membentuk citra perusahaan, membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan, dan menciptakan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitar.

Salah satu aspek utama dari tanggung jawab pelaku usaha adalah etika bisnis. Etika bisnis mencakup prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang harus dipegang teguh oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Ini mencakup kejujuran, integritas, transparansi, dan keterlibatan yang adil dalam setiap aspek bisnis. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk menjaga kepercayaan publik, baik dari konsumen, karyawan, maupun mitra bisnis, melalui perilaku yang etis. Misalnya, memastikan informasi yang disampaikan kepada konsumen adalah jujur dan akurat, serta menjaga komitmen terhadap standar etika yang tinggi dalam setiap interaksi bisnis.

Tanggung jawab hukum adalah dimensi lain yang tak terpisahkan dari tanggung jawab pelaku usaha. Pelaku usaha wajib menaati semua ketentuan, hukum, dan regulasi yang ada di wilayah operasionalnya. Ini mencakup pematuhan terhadap peraturan perlindungan konsumen, hak- hak pekerja, keamanan dan kesehatan kerja, serta ketentuan-ketentuan lingkungan. Pelanggaran terhadap hukum dapat mengakibatkan konsekuensi serius, termasuk sanksi hukum, denda, atau bahkan pencabutan izin usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha mempunyai kewajiban dalam memahami dan menaati seluruh kerangka hukum yang berlaku dalam lingkup kegiatannya.

“Tanggung jawab sosial perusahaan” atau “*Corporate Social Responsibility* (CSR)” menjadi elemen krusial dari tanggung jawab pelaku usaha. CSR melibatkan upaya perusahaan untuk berkontribusi secara positif pada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Ini dapat melibatkan berbagai inisiatif, seperti program filantropi, keberlanjutan lingkungan, dan pemberdayaan komunitas lokal. Pelaku usaha yang bertanggung jawab secara sosial tidak hanya memprioritaskan keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan dampak positif yang dapat dihasilkan melalui kegiatan bisnis mereka. Dalam konteks ini, CSR dapat membantu membangun kepercayaan masyarakat, meningkatkan reputasi perusahaan, dan menciptakan nilai jangka panjang.

Tanggung jawab pelaku usaha juga mencakup hubungan yang baik dengan karyawan. Pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk menciptakan lingkungan kerja yang adil, aman, dan menghargai hak-hak karyawan. Ini melibatkan memberikan kompensasi yang wajar, fasilitas kesejahteraan, serta memastikan adanya kesempatan pengembangan karir dan pelatihan. Pelaku usaha juga bertanggung jawab untuk menjaga keamanan dan kesehatan karyawan dalam lingkungan kerja. Dengan menciptakan budaya kerja yang inklusif dan mendukung, pelaku usaha dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan dan produktivitas secara keseluruhan.32

32 Aulia Muthiah, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha kepada Konsumen tentang Keamanan Pangan dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen”. *Dialogia Iuridica*, Volume 7, Nomor

2, 2016. hlm. 1-23.

Adapun tanggung jawab terhadap lingkungan juga menjadi perhatian utama pelaku usaha. Dalam mengelola kegiatan bisnis, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Ini mencakup kebijakan berkelanjutan, pengelolaan limbah yang bertanggung jawab, dan penggunaan sumber daya yang efisien. Pelaku usaha yang berkomitmen pada tanggung jawab lingkungan dapat menciptakan nilai jangka panjang dengan mengurangi risiko hukum dan reputasi, serta berkontribusi pada pelestarian lingkungan global.

Dalam mengimplementasikan tanggung jawabnya, pelaku usaha juga dapat memanfaatkan kerangka panduan dan standar internasional, seperti ISO 26000 tentang Tanggung Jawab Sosial, untuk membimbing praktek-praktek yang berkelanjutan dan memastikan kesesuaian dengan prinsip-prinsip tanggung jawab pelaku usaha yang mencakup dimensi etika, hukum, sosial, dan lingkungan. Menerapkan tanggung jawab yang komprehensif tidak hanya menciptakan bisnis yang berkelanjutan dalam jangka panjang tetapi juga membangun hubungan positif dengan seluruh pemangku kepentingan, dari konsumen hingga karyawan, masyarakat, dan lingkungan. Oleh karena itu, prinsipprinsip tanggung jawab pelaku usaha bukan hanya menjadi landasan untuk keberlanjutan bisnis tetapi juga merupakan bagian integral dari pembangunan ekonomi dan sosial yang berkelanjutan secara global.

## Tinjauan Tentang Pelanggaran Klausula Baku

## Ganti Rugi Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Akibat Perjanjian Baku

Dalam konteks hukum perdata, aspek ganti rugi berkaitan erat dengan konsep tanggung jawab, terutama dalam kerangka perlindungan konsumen. Pada umumnya, gugatan ganti rugi oleh konsumen terhadap pelaku usaha dapat dilandaskan pada perjanjian baku yang dianggap merugikan konsumen. Di Indonesia, kerangka hukum ini diatur dalam “Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)”, dengan “pasal 1365” yang menjadi dasar hukumnya. “Pasal 1365 KUHPerdata” menjabarkan bahwa “setiap perbuatan yang melanggar hukum dan menimbulkan kerugian kepada orang lain mewajibkan pelaku yang salah tersebut untuk mengganti kerugian tersebut”. Untuk mengajukan gugatan ganti rugi berdasarkan pasal ini, konsumen perlu membuktikan beberapa unsur yang tercantum dalam pasal tersebut. Unsur-unsur tersebut meliputi adanya perbuatan, yang di mana perbuatan itu melanggar hokum yang ada, terdapat ketidaksesuaian, terjadinya kerugian, dan hubungan kausal antara kesalahan dan kerugian.33

## Unsur-Unsur Ganti Rugi Berdasarkan Pasal 1365 KUHPerdata

1. Perbuatan. asal ini mencakup baik tindakan aktif maupun pasif, seperti tidak melakukan sesuatu yang seharusnya dilakukan, sesuai dengan kewajiban hukum yang berlaku.

33 Suradi Suradi, “Aspek Hukum Penerapan Perjanjian Baku Terhadap Perjanjian Sewa Beli Dalam Sistem Hukum Perdata”. *Law Development and Justice Review,* Volume 5, Nomor 1, 2022. hlm. 44- 46.

1. Melanggar Hukum. Perbuatan tersebut harus melanggar hukum, yang dapat diartikan sebagai pelanggaran terhadap undang-undang yang berlaku, pelanggaran hak yang dilindungi hukum, atau berbanding terbalik terhadap kebijakan hukum yang dimiliki oleh pelaku.
2. Kesalahan. Kesalahan dapat bersifat sengaja (kesengajaan) atau kelalaian (kelalaian), tanpa adanya alasan yang menjadi pembenaran atau kata maaf.
3. Kerugian. Kerugian bisa dalam format materiil, seperti kerugian harta kekayaan, atau idiil, yang melibatkan aspek-aspek lain seperti tubuh, jiwa, atau kehormatan seseorang.
4. Hubungan Kausal. Terdapat hubungan kausal pada ketidaksesuaian yang dilakukan dan kerugian yang dialami konsumen.

Untuk membuktikan gugatan ganti rugi, konsumen perlu menghadirkan bukti yang memadai dan relevan untuk mendukung setiap unsur yang diminta dalam pasal 1365 KUHPerdata. Bukti-bukti tersebut dapat berupa dokumen perjanjian, bukti kerugian, saksi-saksi, atau barang bukti lainnya yang mendukung klaim konsumen.

## Konsep Melawan Hukum Dalam Pasal 1365 KUHPerdata

Melawan hukum dalam konteks pasal ini memiliki cakupan yang luas. Ini mencakup perbuatan yang melanggar undang-undang, merugikan hak individu lain yang dilindungi oleh hukum, berbanding terbalik terhadap ketaatan hukum si pelaku, melanggar norma kesusilaan, atau melanggar prinsip perilaku sosial yang memperhatikan hak-hak individu lain. Konsumen bisa menyatakan gugatan ganti rugi

apabila mengalami atau merasa dirugikan oleh perbuatan pelaku usaha yang tercakup dalam konsep melawan hukum.

## Kesalahan Sebagai Unsur Penting Dalam Perbuatan Melawan Hukum

Kesalahan menjadi unsur krusial dalam konteks perbuatan melawan hukum. Kesalahan dapat bersifat sengaja atau kelalaian, tetapi untuk membuktikan terjadinya perilaku yang bertentangan dengan hukum, konsumen wajib mampu menjabarkan bahwa kesalahan tersebut memenuhi kriteria unsur-unsur yang telah dijelaskan dalam hukum perdata.

## Bentuk Gugatan Dan Kemungkinan Penuntutan

Konsumen dapat mengajukan beberapa bentuk gugatan berdasarkan “pasal 1365 KUHPerdata”. Bentuk gugatan tersebut meliputi ganti rugi dalam bentuk uang atau barang (natura), Pernyataan bahwa tindakan tersebut bertentangan dengan hukum, larangan untuk melakukan tindakan tertentu, pembatalan dari suatu tindakan, atau pengumuman dari sistem yang sudah disesuaikan.

Selain pasal 1365, konsumen bisa mengajukan gugatan berdasarkan “pasal 1366 KUHPerdata”, yang mengatur tanggung jawab penyelenggara jasa atas kelalaian atau kurang berhati-hati dalam memperdagangkan jasanya. Jika penyelenggara jasa adalah Perseroan Terbatas, gugatan dapat diajukan berdasarkan “pasal 1367 ayat (3) KUHPerdata”.

Namun, dalam proses penuntutan, beban pembuktian tetap menjadi tanggung jawab konsumen. Konsumen harus dapat membuktikan bahwa ia memiliki hak atau untuk memperkuat klaim atau menyanggah klaim dari pihak lain, konsumen perlu memberikan bukti atas keberadaan hak tersebut atau peristiwa tersebut. Oleh karena itu, konsumen perlu mempersiapkan bukti yang memadai dan memahami proses hukum yang berlaku.

## Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen, Terhadap Perjanjian Baku

Konsumen pemanfaat jasa memiliki hak dan perlindungan hukum dalam hubungannya melalui penerapan jasa yang dilangsungkan oleh pelaku usaha. Hubungan hukum ini berasal dari kerangka hukum perlindungan konsumen, yang mengatur kewajiban dan hak antara konsumen dan pelaku usaha. Pada konteks hukum Indonesia, “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” menjadi payung hukum yang menentukan hak dan perlindungan konsumen pemanfaat jasa.

“Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen” menjabarkan bahwa “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak serta merta tentang memberikan hak-hak tertentu kepada konsumen, namun juga menjamin bahwa konsumen memiliki kejelasan hukum pada setiap transaksi jual beli barang dan jasa. Dalam konteks konsumen pemanfaat jasa, “Undang-Undang perlindungan konsumen” menegaskan bahwa perlindungan bagi mereka sama dengan perlindungan

terhadap konsumen lainnya. Artinya, hak-hak yang diberikan oleh “Undang- Undang perlindungan konsumen” kepada konsumen secara umum juga berlaku bagi konsumen yang memanfaatkan jasa. Oleh karena itu, konsumen pemanfaat jasa memiliki hak-hak tertentu yang wajib dijamin oleh pelaku usaha dalam penyelenggaraan jasa yang mereka tawarkan.

## Hak Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

“Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen” menjabarkan hak-hak konsumen, termasuk konsumen pemanfaat jasa. Hak-hak tersebut mencakup:

1. “Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan”

Konsumen berhak dalam merasa nyaman, aman, dan terjamin keselamatannya untuk mengonsumsi produk dan/atau layanan yang diberikan oleh pelaku usaha.

1. “Hak memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa yang sesuai”

Konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang dijanjikan oleh pelaku usaha.

1. “Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur”

Konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang akurat, transparan, dan jujur tentang kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang mereka beli.

1. “Hak untuk didengar pendapat dan keluhan”

Konsumen memiliki hak dalam menyampaikan pandangan dan aduan terkait produk dan/atau layanan yang dimanfaatkan.

1. “Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa”

Konsumen berhak mendapatkan dukungan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

1. “Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen”

Konsumen pemanfaat jasa mempunyai hak untuk mendapatkan bimbingan dan edukasi terkait hak-hak dan tanggung jawab konsumen.

1. “Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif”

Konsumen memiliki hak untuk menerima perlakuan yang sesuai, jujur, dan tidak diskriminatif dari pelaku usaha.

1. “Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian” Apabila produk atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan yang telah disepakati atau tidak memenuhi standar yang seharusnya, konsumen memiliki hak untuk memperoleh kompensasi, penggantian kerugian, atau penggantian lainnya sesuai dengan ketentuan yang

berlaku.

1. “Hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang- undangan lainnya”

Selain hak-hak yang tercantum pada “Undang-Undang perlindungan konsumen”, konsumen juga memiliki hak-hak lain yang ditentukan pada peraturan perundang-undangan lain yang berlaku.

Dalam konteks penyelenggaraan jasa, pelaku usaha memiliki serangkaian kewajiban yang harus dipenuhi agar tercipta hubungan yang

adil, seimbang, dan saling menguntungkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kewajiban-kewajiban ini diatur pada “Pasal 7 Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” dan bertujuan untuk menjaga keselamatan, kepuasan, dan hak konsumen.34

1. “Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya”

Kewajiban pertama pelaku usaha adalah beritikad baik ketika melangsungkan operasional usahanya. Ini mencakup aspek moral dan etika bisnis yang menuntut agar pelaku usaha bertindak dengan integritas, jujur, dan transparan dalam seluruh aspek kegiatan usaha mereka. Bertikad baik adalah fondasi dari hubungan saling percaya antara pelaku usaha dan konsumen.

1. “Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur”

Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyediakan data yang sesuai, rinci, dan transparan terkait keadaan dan jaminan produk dan/atau jasa yang mereka tawarkan. Hal ini mencakup penjelasan terkait penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan barang atau jasa yang disediakan. Informasi yang transparan dan mudah dipahami membantu konsumen membuat keputusan yang tepat dan mengurangi risiko ketidakpuasan.

1. “Perlakuan yang benar dan jujur terhadap konsumen”

34 Shinta Rachmaniyah, & Dipo Wahyoeno, “Perjanjian Baku Yang Memuat Klausula Eksonerasi Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen”. *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance,* Volume 2, Nomor 2, 2022. hlm. 714-724.

Kewajiban selanjutnya adalah memperlakukan atau melayani konsumen dengan optimal dan terbuka serta tanpa diskriminasi. Pelaku usaha wajib menyediakan pelayanan yang adil tanpa memandang berbagai latar belakang, suku, agama, atau status lainnya. Memastikan pelanggan diperlakukan dengan hormat dan mendapatkan pelayanan yang setara adalah bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan.

1. “Menjamin mutu barang dan/atau jasa”

Pelaku usaha wajib menjamin mutu produk dan/atau layanan yang diciptakan atau diniagakan berdasarkan kebijakan standar kualitas yang berlaku. Ini mencakup penggunaan bahan baku berkualitas, proses produksi yang relevan terhadap standar, dan penyedian produk atau layanan yang mencukupi ekspektasi konsumen. Memastikan mutu yang tinggi adalah kunci untuk membangun reputasi dan kepercayaan konsumen.

1. “Memberikan kesempatan uji dan mencoba barang dan/atau jasa”

Pelaku usaha harus menyediakan pilihan bagi konsumen dalam menelaah dan/atau mencoba suatu produk dan/atau layanan tertentu. Ini menciptakan pengalaman langsung bagi konsumen, memungkinkan mereka membuat keputusan yang lebih informasional dan tepat sesuai dengan kebutuhan mereka. Memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang diperdagangkan adalah langkah tambahan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

1. “Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian”

Apabila terjadi kerugian karena penggunaan, pemakaian, atau pemanfaatan barang atau jasa yang dibeli atau digunakan, pelaku usaha memiliki kewajiban memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian. Ini mencakup situasi di mana produk atau layanan tidak relevan terhadap ketentuan dan tidak memenuhi standar yang dijanjikan. Kewajiban ini memberikan perlindungan kepada konsumen dan memotivasi pelaku usaha dalam mempertahankan mutu produk dan pelayanan mereka.

1. “Memastikan kepuasan konsumen”

Pada dasarnya, semua kewajiban di atas dirancang untuk memastikan keselamatan dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen bukan hanya merupakan tujuan bisnis yang baik tetapi juga menjadi indikator keberhasilan pelaku usaha untuk mencukupi harapan dan keperluan konsumen. Pelaku usaha harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik dan memperbaiki diri secara berkelanjutan untuk memastikan kepuasan konsumen.