

BAB II

TINAJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Asas Itikad Baik

1. Pengertian Itikad Baik

Dalam bahasa Indonesia, frasa "itikad baik" terdiri atas dua komponen, "itikad" yang berarti kepercayaan atau keyakinan yang teguh dan tidak gampang bergeser, serta "baik", yang merepresentasikan kualitas positif atau menguntungkan. Beritikad berarti memiliki keyakinan yang kuat terhadap sesuatu, benar-benar percaya pada suatu hal, dan memiliki hasrat yang sungguh-sungguh terhadap sesuatu..

Dalam konteks KUHPerdara, terutama Pasal 1338 ayat 3, disebutkan bahwa pelaksanaan suatu perjanjian harus didasarkan pada asas itikad baik. Ini menggarisbawahi bahwa tidak hanya itikad baik yang menjadi dasar pelaksanaan, namun juga penghormatan terhadap norma-norma kesusilaan dan kepatutan adalah esensial dalam setiap perjanjian. Prinsip ini mendukung pengaturan perjanjian agar berlangsung dengan adil dan sesuai dengan nilai-nilai moral yang berlaku.

Pengertian itikad baik menurut para ahli :

- a. Sutan Remhy Sjadeini menjelaskan bahwa "itikad baik" adalah keinginan dari suatu pihak dalam perjanjian untuk menghindari menimbulkan kerugian pada pihak lain yang turut serta dalam

perjanjian itu atau pada kepentingan umum. Hal ini menegaskan pentingnya asas itikad baik dalam menjaga integritas dan keadilan dalam suatu perjanjian.¹¹

b. Menurut pandangan M. L. Ery, itikad baik diartikan sebagai tindakan yang dilakukan tanpa adanya unsur penipuan atau manipulasi, tidak merugikan hak pihak lain, serta tidak hanya mementingkan kepentingan diri tetapi juga mempertimbangkan kepentingan orang lain.

c. Menurut perspektif yang diungkapkan oleh Muladi Nur, konsep itikad baik terbagi menjadi dua kategori, yaitu itikad baik subyektif dan itikad baik objektif. Itikad baik subyektif berhubungan dengan kejujuran pribadi seseorang dalam menjalankan kegiatan hukum. Sementara itu, itikad baik objektif berkaitan dengan kewajiban menjalankan perjanjian yang sesuai dengan norma kesopanan umum atau yang dianggap pantas oleh masyarakat luas.¹²

d. Dalam kamus hukum Black's Law Dictionary, istilah itikad baik diartikan sebagai perilaku yang dilandasi oleh kejujuran yang sebenarnya, keterbukaan, dan kesungguhan tanpa adanya unsur penipuan atau kecurangan, serta tanpa rekayasa atau tindakan yang bersifat pura-pura.

¹¹ Sutan Remy Sjahdeini, *Kebebasan Berkontrak Dan Perlindungan Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Di Indonesia*, Jakarta: Institut Bankir Indonesia. 1993, hal 122.

¹² Nur Muliadi. *Asas Kebebasan Berkontrak Dalam Kaitannya Dengan Perjanjian Baku* (Standard Contract). www.pojokhukum.com.

Asas itikad baik yang terkandung dalam pembentukan perjanjian diuraikan dengan jelas dalam Pasal 1338 KUHPerdara. Menurut pasal ini, perjanjian yang telah disusun sesuai dengan aturan hukum memiliki kekuatan mengikat setara dengan undang-undang bagi semua pihak yang berpartisipasi. Perjanjian ini hanya dapat diakhiri melalui kesepakatan kolektif antar pihak atau karena alasan-alasan spesifik yang sudah ditetapkan oleh undang-undang. Selain itu, pelaksanaan dari perjanjian tersebut harus dijalankan dengan itikad baik oleh semua pihak.

Berdasarkan ketentuan dalam pasal tersebut, asas itikad baik menjadi syarat esensial yang harus dijunjung oleh setiap pihak dalam sebuah perjanjian. Itikad baik terbagi menjadi dua pengertian, yaitu:

- 1) Itikad baik secara obyektif, yang menekankan bahwa pelaksanaan perjanjian harus sesuai dengan norma-norma kesusilaan dan kepatutan. Hal ini menunjukkan bahwa perjanjian tersebut harus dijalankan sedemikian rupa agar tidak membawa kerugian kepada salah satu pihak.
- 2) Itikad baik secara subyektif, yang berkaitan dengan keadaan batin individu yang terlibat dalam perjanjian. Dalam konteks hukum benda, itikad baik ini dapat diinterpretasikan sebagai sebuah tindakan yang dilandasi oleh kejujuran.

2. Unsur-Unsur Itikad Baik

Asas itikad baik adalah prinsip esensial yang mengatur pelaksanaan kontrak. Semua pihak dalam suatu kontrak diwajibkan untuk berlaku sesuai dengan asas itikad baik, yang berarti bahwa mereka harus menjalankan kewajiban mereka berdasarkan standar etika dan moral yang berlaku. Prinsip keberadaan ini mendapatkan pengakuan dalam Pasal 1339 KUHPerdara yang menegaskan bahwa isi kontrak tidak hanya mencakup elemen-elemen yang secara eksplisit dinyatakan, tetapi juga segala hal yang secara inheren diminta oleh norma-norma kepatutan, kebiasaan, serta ketentuan perundang-undangan. Hal ini menunjukkan pentingnya pemahaman luas terhadap isi kontrak dalam praktik hukum, yang tidak hanya terbatas pada apa yang tertulis namun juga pada itikad baik yang harus dijaga dalam setiap transaksi hukum.¹³

Unsur-unsur itikad baik yang berperan sebagai pembatas dalam pengaplikasian prinsip kebebasan berkontrak sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara mencakup beberapa aspek berikut:¹⁴

- a. Keadilan serta kewajaran;
- b. Eksploitasi situasi;
- c. Intimidasi, kekeliruan, serta penipuan;
- d. Kejujuran serta kepatuhan terhadap aturan;

¹³ Abdulkadir Muhammad, Hukum Perikatan, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 238.

¹⁴ Luh Nila Winarni, Asas Itikad Baik Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Pembiayaan, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 11 No.21, 2015, hlm. 4-9.

e. Aplikasi asas itikad baik di berbagai negara.

a. Implementasi Asas Itikad Baik oleh Pelaku Usaha

Implementasi asas itikad baik memegang peranan krusial dalam penyusunan perjanjian, tidak terkecuali dalam transaksi elektronik yang disebut e-commerce. E-commerce adalah bentuk perdagangan yang dijalankan melalui perangkat elektronik, terutama internet, dimana aktivitas jual beli barang dan jasa berlangsung secara elektronik.¹⁵

Dalam perdagangan elektronik, asas itikad baik sangat penting untuk memastikan bahwa kedua belah pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, berkomitmen untuk memberikan informasi yang akurat dan komprehensif tentang barang yang ditawarkan. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya kesalahpahaman yang mungkin terjadi mengenai karakteristik atau kondisi barang. Pelaku usaha diharapkan bertindak berdasarkan itikad baik dengan menyampaikan keterangan yang jelas dan mendetail kepada konsumen tentang barang yang mereka tawarkan. Itikad baik ini tidak hanya menunjang kejelasan informasi tetapi juga berperan penting dalam meminimalisir risiko penipuan dalam lingkup jual beli elektronik. Sehingga, asas itikad baik esensial dalam membangun fondasi perjanjian yang kuat dan adil di antara semua pihak yang terlibat.

Asas itikad baik menuntut bahwa semua pihak dalam sebuah kesepakatan harus menyediakan data serta informasi yang komprehensif dan relevan, yang dapat mempengaruhi keputusan lawan bicara untuk

¹⁵ Triton PB, 2006, Mengenal E-Commerce dan Bisnis di Dunia Cyber, Argo Publisher, Yogyakarta, hal. 16.

mengikat atau menolak kesepakatan tersebut. Selanjutnya, kewajiban para pelaku usaha untuk menyediakan informasi yang benar dan lengkap diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Dalam Pasal 9 disebutkan bahwa setiap pelaku usaha yang menggunakan platform elektronik untuk mempromosikan produknya harus menyajikan informasi yang tepat dan detail mengenai syarat-syarat kontrak, identitas produsen, dan rincian produk yang dijual.

Dinyatakan dalam penguraian bahwa frasa "informasi yang lengkap dan benar" mencakup beberapa aspek khusus:

- a. Informasi yang termasuk dalam identifikasi dan status dari entitas hukum serta kewenangannya, yang dapat berperan sebagai produsen, distributor, penyedia layanan, atau mediator;
- b. Detail tambahan yang mendefinisikan syarat tertentu untuk validitas sebuah kontrak serta memberikan penjelasan tentang produk dan/atau layanan yang diadakan, termasuk nama, alamat, dan uraian dari produk/jasa tersebut.

Dalam melaksanakan perjanjian, asas itikad baik menuntut seluruh pihak yang berpartisipasi untuk secara aktif tidak berperilaku yang bertentangan dengan norma kesopanan atau kesusilaan yang telah umum diakui. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa keadilan yang adil dan seimbang dapat tercapai untuk semua pihak, tanpa ada kerugian pada pihak tertentu. Asas itikad baik ini, yang tertanam dalam hati nurani

seseorang, memegang peranan krusial untuk menghindari pelanggaran komitmen atau wanprestasi oleh para pihak dalam suatu perjanjian. Aspek tersebut memegang peranan penting dalam konteks transaksi jual beli online, di mana tidak terjadi interaksi langsung antara para pihak.

Saat ini, banyak pelaku bisnis online yang masih kurang paham mengenai tanggung jawab mereka, yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi para konsumen. Asas itikad baik merupakan suatu hal yang penting dan harus dipatuhi oleh semua pihak dalam setiap perjanjian, termasuk transaksi perdagangan elektronik.

B. Tinjauan Umum Transaksi Elektronik

1. Transaksi Elektronik

Perkembangan di sektor teknologi informasi yang berlangsung pesat merupakan hasil dari integrasi antara bidang telekomunikasi dengan informatika. Hal ini berdampak signifikan pada evolusi perdagangan yang kini banyak dilakukan melalui platform digital, yang lebih dikenal dengan istilah e-commerce.

Menurut ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik diartikan sebagai suatu tindakan perdata yang dilaksanakan dengan memanfaatkan komputer, jaringan komputer, dan berbagai media elektronik lainnya, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 poin (2) dari undang-undang tersebut.

Perdagangan elektronik, atau e-commerce, adalah proses perjanjian transaksi antara pembeli dan penjual yang dilakukan melalui media elektronik, umumnya melalui jaringan komputer pribadi. Konsumen menggunakan peramban web untuk memproses pemesanan dan memberikan detail pembayaran yang dapat berupa kartu kredit, uang digital, atau cek elektronik.

Menurut pandangan yang diungkapkan oleh Mariam Darus Badruzaman berdasarkan penafsiran Julian Ding, Elektronik Internet, atau yang juga dikenal dengan sebutan E-internet, adalah platform yang memungkinkan terjadinya transaksi komersial antara penjual dan pembeli atau entitas dalam hubungan kontrak yang mirip, yang bertujuan untuk penyediaan barang dan jasa, atau perolehan "hak". Transaksi komersial yang terjadi dalam ranah digital atau elektronik ini tidak mengharuskan kehadiran fisik para pihak yang berpartisipasi. Media yang digunakan berfungsi atas dasar jaringan atau sistem yang bersifat publik, berbeda dari sistem atau jaringan yang privat atau tertutup. Sistem publik tersebut, yang mencakup internet atau world wide web, memungkinkan penyelesaian transaksi yang melampaui batasan geografis atau persyaratan lokal.

Transaksi perdagangan elektronik yang dilaksanakan melalui internet melibatkan proses transaksi antar penjual dan pembeli yang mencakup distribusi produk, layanan, atau transfer

hak milik. Kontrak dalam transaksi ini terjalin melalui platform digital tanpa kehadiran fisik kedua belah pihak. Transaksi ini beroperasi menggunakan sistem jaringan yang terbuka, seperti internet atau world wide web, memungkinkan proses ini dilakukan tanpa terbatas oleh batasan geografis atau regulasi nasional.

Dengan berkembangnya teknologi informasi, perdagangan kini telah berkembang ke dalam lingkup elektronik yang memungkinkan transaksi dilakukan dengan lebih mudah tanpa dibatasi oleh batasan geografis. Transaksi elektronik ini dapat dilaksanakan baik dalam lingkup yang luas maupun dalam skala yang lebih personal. Dalam lingkungan e-commerce, terdapat dua entitas utama, yakni penjual atau dikenal sebagai merchant yang melakukan kegiatan penjualan dan konsumen yang bertindak sebagai pelanggan. Transaksi online ini tidak hanya melibatkan penjual dan pembeli, tetapi juga penyedia layanan internet, atau provider, serta lembaga keuangan seperti bank yang berfungsi sebagai fasilitas pembayaran.

C. Tinjauan Umum Perlindungan Hukum Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Dalam konteks negara yang berlandaskan hukum, konsep Perlindungan hukum menjadi pondasi yang sangat esensial. Ada dua kategori utama Perlindungan hukum, yakni preventif dan represif. Perlindungan preventif berperan penting sebagai tindakan pencegahan awal untuk mencegah penyalahgunaan wewenang oleh aparat negara serta menstimulasi pembentukan kebijakan yang dilakukan dengan lebih hati-hati. Hal ini tercapai melalui penerapan undang-undang dan regulasi yang dirancang untuk mencegah terjadinya pelanggaran serta menetapkan parameter dalam pelaksanaan tugas. Sementara itu, perlindungan hukum represif difokuskan pada penanganan konflik yang muncul dari pelanggaran yang sudah terjadi, dengan menerapkan sanksi sebagai upaya penyelesaian akhir atas pelanggaran tersebut.

Ada beragam perspektif dari berbagai pakar mengenai perlindungan hukum, yang disimpulkan secara umum seperti berikut:

Menurut Satjito Rahardjo, perlindungan hukum merupakan suatu langkah dalam melindungi kepentingan individu dengan cara memberikan mereka hak berdasarkan Hak Asasi Manusia, sehingga

memungkinkan mereka untuk beraksi sesuai dengan kepentingan mereka sendiri.¹⁶

Setiono mengartikan perlindungan hukum sebagai langkah-langkah yang diambil untuk menjaga masyarakat dari perilaku arbitrer yang dijalankan oleh pihak berwenang yang bertentangan dengan norma hukum. Tujuannya adalah untuk menghasilkan kondisi ketertiban dan kedamaian yang mendukung setiap individu untuk merasakan kehormatan martabat manusiawinya.¹⁷

Dalam perspektif Muchsin, perlindungan hukum adalah serangkaian langkah yang dirancang untuk mengamankan hak individu dengan membangun relasi yang berdasarkan pada prinsip-prinsip atau nilai-nilai yang tercermin dalam tindakan dan perilaku. Tujuan utama dari ini adalah untuk menghasilkan keteraturan dalam interaksi sosial antar individu.¹⁸

2. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Di Indonesia, terdapat dua istilah kunci dalam konteks perlindungan konsumen, yaitu hukum konsumen dan hukum Perlindungan hukum konsumen. Kedua istilah ini, meskipun relatif baru dalam penggunaan akademis dan aplikasi praktis, sering menimbulkan kebingungan tentang cakupan dan isi dari masing-

¹⁶ Satjipto Rahardjo, *Sisi-Sisi Lain dari Hukum di Indonesia*, (Jakarta: Kompas, 2003), h. 121.

¹⁷ Setiono, "Rule of Law", (Surakarta: Disertasi S2 Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, 2004), h.3.

¹⁸ Muchsin, *Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia*, (Surakarta: Disertasi S2 Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, 2003), h. 14.

masing bidang hukum tersebut. Meskipun keduanya berkaitan erat, belum sepenuhnya dipahami apakah isi dari kedua cabang hukum tersebut sama atau memiliki perbedaan substantif.¹⁹

Shidarta menegaskan bahwa hukum konsumen serta Perlindungan hukum konsumen merupakan dua bidang hukum yang saling berkaitan erat dan sulit untuk diklasifikasikan atau dipisahkan dengan tegas. Kedua bidang ini berfokus pada salah satu inti dari hukum itu sendiri, yaitu memberi Perlindungan hukum kepada publik. Hukum konsumen berlaku dalam cakupan yang amat luas, mencakup beragam unsur hukum yang didesain untuk memastikan kepentingan konsumen terlindungi, termasuk penerapan berbagai prinsip dan norma hukum. Dalam konteks hukum konsumen, aspek Perlindungan hukum sangat vital, di mana ia berusaha melindungi hak-hak konsumen dari intervensi atau pelanggaran oleh pihak lain.²⁰

Az. Nasution menegaskan bahwa terdapat distingsi fundamental antara hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Hukum konsumen meliputi kumpulan prinsip serta norma yang berdampak pada hubungan antara pemberi dan penerima produk, termasuk barang dan jasa, yang terjadi dalam aktivitas sehari-hari. Di sisi lain, peraturan mengenai perlindungan konsumen khususnya menitikberatkan pada prinsip-prinsip dan

¹⁹ Agus Suwandono, S.H., LL.M. MODUL 1 Ruang Lingkup Hukum Perlindungan Konsumen.

²⁰ Ibid. Hal 1.5

regulasi yang dirancang untuk menjaga hak-hak konsumen dalam transaksi tersebut, menjamin bahwa kepentingan pemakai produk dijaga dan menjadi prioritas dalam dinamika masyarakat.²¹

Dari uraian tersebut, kita dapat memahami bahwa hukum perlindungan konsumen mencakup seluruh prinsip, lembaga, dan prosedur yang bertujuan untuk mengatur interaksi manusia dalam melindungi hak-hak konsumen. Undang-undang ini memiliki fokus utama pada pemeliharaan hak serta kepentingan konsumen terhadap barang dan jasa yang ditransaksikan di masyarakat. Perlindungan hukum konsumen dianggap sebagai bagian esensial dari kerangka sistem hukum konsumen yang lebih komprehensif.

3. Pengertian Perlindungan Konsumen

Menurut pandangan Az. Nasution, perlindungan konsumen adalah kombinasi beragam prinsip dan aturan yang dibuat untuk mengutamakan kepentingan konsumen dalam penyediaan serta penggunaan barang atau jasa oleh masyarakat. Di sisi lain, Suyadi berpendapat bahwa perlindungan konsumen mencakup kumpulan aturan yang mengarahkan perilaku masyarakat, termasuk konsumen, pelaku usaha, dan pihak lain, dengan menetapkan sanksi untuk setiap pelanggaran yang terjadi.²²

Perlindungan konsumen merupakan upaya untuk melindungi kepentingan konsumen secara hukum dalam transaksi

²¹ Ibid

²² Wiranti, W. (2020). Perlindungan Konsumen Atas Hak Informasi Dalam Transaksi Online.

mereka, bertujuan untuk mencegah timbulnya kerugian.²³ Perlindungan hukum memegang peranan penting dalam menjamin kepastian hukum yang dibutuhkan oleh konsumen untuk melindungi diri mereka sendiri, terutama ketika menghadapi kemungkinan kerugian yang mungkin timbul. Oleh karena itu, keberadaan regulasi yang efektif dalam melindungi hak-hak konsumen menjadi sangat vital.

Peran penting dalam evolusi hak-hak konsumen di Indonesia telah dijalankan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, walaupun undang-undang tersebut tidak merupakan yang pertama atau satu-satunya yang mengatur bidang ini. UU ini penting karena berhasil mengintegrasikan berbagai ketentuan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen yang sebelumnya terpisah dalam berbagai regulasi. UU ini menyediakan kerangka kerja komprehensif tentang kebijakan perlindungan konsumen, mencakup baik aspek substansial maupun prosedural dalam penanganan perselisihan konsumen, memperkuat fondasi perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen merumuskan bahwa perlindungan konsumen merupakan sejumlah langkah yang diambil untuk melindungi serta memberikan kepastian hukum

²³ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 13

kepada konsumen. Aspek-aspek perlindungan konsumen meliputi berbagai bidang, termasuk jaminan atas barang dan jasa dari mulai proses pembelian sampai pada efek yang dapat terjadi akibat penggunaan barang atau jasa tersebut. Dalam hal ini, ada dua elemen utama yang menjadi fokus dalam perlindungan konsumen:

- a. Perlindungan konsumen terhadap produk atau layanan yang tidak memenuhi janji atau melanggar regulasi adalah elemen krusial. Ini termasuk isu seputar standar kualitas bahan, proses manufaktur, distribusi, dan desain produk yang harus sesuai dengan norma keamanan. Selain itu, juga terdapat prosedur klaim kompensasi bagi kerugian yang timbul akibat produk yang tidak memenuhi harapan.
- b. Perlindungan bagi konsumen terhadap situasi yang berpotensi menciptakan ketidakadilan sangatlah penting dalam konteks perlindungan konsumen. Hal ini mencakup berbagai aspek seperti promosi, iklan, standar kontrak, penentuan harga, serta praktik lain yang dilakukan oleh produsen dalam proses produksi dan distribusi barang mereka.

4. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Perlindungan Konsumen menguraikan lima asas perlindungan konsumen. Asas-asas tersebut mencakup:²⁴

a. Asas Manfaat

Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen diarahkan untuk memberikan manfaat yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha. Prinsip ini menegaskan bahwa tidak seharusnya ada pihak yang mendapatkan posisi lebih menguntungkan dibandingkan lainnya. Oleh karena itu, hak yang diperoleh haruslah setara bagi kedua belah pihak, memastikan keadilan dan keseimbangan dalam setiap transaksi.

b. Asas Keadilan

Dalam kerangka Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pasal 4 hingga pasal 7 menjelaskan secara detail hak dan kewajiban yang harus dipatuhi serta diterapkan oleh konsumen dan pelaku usaha. Dengan demikian, penerapan prinsip tersebut memastikan distribusi hak yang adil dan setara antara kedua belah pihak. Harapannya, melalui keadilan ini, kedua belah pihak, yaitu konsumen serta pelaku usaha, akan mampu mendapatkan hak-hak

²⁴ NHT Siahaan, *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, PT Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 83.

mereka dan melaksanakan kewajiban-kewajiban mereka dengan seimbang.

c. Asas Keseimbangan

Pentingnya menciptakan keseimbangan antara kebutuhan materiil dan non-materiil pelaku usaha serta konsumen harus ditekankan. Diharapkan bahwa dengan penerapan metode ini, kebutuhan dan kepentingan konsumen, pelaku usaha, serta pemerintah dapat terpenuhi secara seimbang, sehingga tidak terjadi ketidakadilan dalam pemberian perlindungan kepada salah satu pihak dibandingkan pihak lainnya.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen.

Dengan pemberlakuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, diharapkan terdapat kepastian keamanan dan keselamatan untuk konsumen dalam hal konsumsi, penggunaan, dan pemanfaatan produk serta jasa. Perlindungan ini juga bertujuan untuk memberikan keadilan bagi pelaku usaha dan konsumen.

e. Asas Kepastian Hukum

Pemerintah bertanggung jawab untuk menghadirkan jaminan kepastian hukum untuk konsumen serta para pelaku usaha. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa kedua belah pihak, yakni konsumen serta pelaku

usaha, mendapat perlakuan yang adil dan sesuai hukum dalam penerapan perlindungan konsumen. Kepastian hukum tersebut dijamin oleh negara untuk memperkuat kepatuhan terhadap hukum di antara kedua belah pihak tersebut.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen dalam Pasal 3 menjelaskan bahwa tujuan utama dari perlindungan konsumen adalah untuk:

- a. Mendorong peningkatan kesadaran, kemampuan, dan independensi konsumen dalam melindungi diri;
- b. Mempromosikan peningkatan penghargaan dan kehormatan konsumen, dengan tujuan melindungi mereka dari dampak negatif yang mungkin timbul akibat penggunaan barang atau jasa;
- c. Memperkuat kebebasan konsumen dalam memilih dan membuat keputusan serta dalam mengklaim dan menggunakan hak-hak mereka sebagai konsumen.
- d. Pembentukan sistem Perlindungan konsumen yang tangguh didasari oleh kepastian hukum, transparansi, serta kemudahan dalam mengakses informasi yang tepat dan dapat dipercaya;
- e. Merangsang kesadaran para pelaku usaha mengenai keutamaan Perlindungan konsumen, serta merangsang tanggung jawab dan integritas dalam operasi usaha;

- f. Mengajukan peningkatan mutu produk dan layanan yang mendukung keberlanjutan usaha produksi, dengan menjamin kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

5. Hak Konsumen

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4, dijelaskan beberapa hak esensial yang dipegang oleh konsumen, yaitu:

- a. Konsumen mempunyai hak untuk merasa aman, nyaman, dan terlindungi saat memanfaatkan produk atau layanan.
- b. Konsumen diberikan kebebasan dalam memilih produk atau layanan serta berhak untuk mendapatkan produk atau layanan tersebut dengan kualitas dan jaminan yang telah disepakati dan sesuai dengan nilai yang sepadan.
- c. Konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan terbuka tentang keadaan serta jaminan produk atau layanan.
- d. Konsumen berhak untuk mengemukakan pendapat dan keluhan terhadap produk atau layanan yang telah mereka gunakan.
- e. Konsumen berhak mendapatkan dukungan, Perlindungan hukum, dan upaya penyelesaian masalah dalam kerangka hukum perlindungan konsumen secara adil.
- f. Konsumen berhak untuk mendapatkan pendidikan dan bimbingan sebagai konsumen.

- g. Konsumen berhak dilayani dengan cara yang etis dan jujur tanpa diskriminasi.
- h. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi atau penggantian barang apabila produk atau layanan yang diperoleh tidak memenuhi kesepakatan atau tidak memadai.
- i. Selain itu, konsumen juga memegang berbagai hak lain yang telah dijamin dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dalam ranah perlindungan konsumen, berbagai hak fundamental tersedia bagi mereka saat melakukan pembelian barang. Berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen, khususnya dijelaskan dalam Pasal 5, ada sejumlah kewajiban yang wajib dipatuhi oleh konsumen, yang meliputi:

- a. Mematuhi tata cara dan petunjuk yang ditetapkan dalam penggunaan produk dan/atau layanan untuk memastikan keamanan dan keselamatan.
- b. Menjalankan transaksi akuisisi produk dan/atau layanan dengan itikad baik.
- c. Menyelesaikan pembayaran sesuai dengan nilai yang telah disepakati.
- d. Terlibat secara aktif dalam proses penyelesaian masalah hukum yang berkaitan dengan Perlindungan konsumen dengan cara yang adil..

6. Hak Pelaku Usaha

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Pasal 6 menguraikan serangkaian hak yang diperuntukkan bagi pelaku usaha. Hak-hak tersebut meliputi:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sepadan dengan kualitas dan kesepakatan atas barang atau jasa yang diberikan dalam transaksi.
- b. Hak untuk mendapatkan Perlindungan hukum dari perilaku konsumen yang tidak beritikad baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan yang memadai dalam proses penyelesaian sengketa dengan konsumen.
- d. Hak untuk pemulihan reputasi apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian yang dihadapi oleh konsumen bukan disebabkan oleh produk atau layanan dari pelaku usaha.
- e. Hak-hak lain bagi pelaku usaha sebagaimana yang telah diatur dalam legislasi yang berlaku.

Pelaku usaha memiliki beberapa kewajiban fundamental menurut Pasal 7 UUPK, yang meliputi:

- a. Melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan itikad baik;
- b. Memberikan informasi yang jelas, terbuka, dan dapat diandalkan tentang kondisi serta jaminan produk atau layanan yang mereka tawarkan, serta memastikan penjelasan tentang penggunaan, perawatan, dan pemeliharaan yang detail;

- c. Memberikan pelayanan yang adil, jujur, dan tidak membedakan setiap konsumen;
- d. Memastikan mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan dipasarkan sesuai dengan standar kualitas yang relevan;
- e. Menawarkan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan mencoba barang dan/atau jasa yang ditentukan, serta menyediakan jaminan dan garansi untuk produk yang dihasilkan dan diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Menyediakan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian merupakan langkah yang diperlukan apabila barang atau jasa yang diberikan tidak memenuhi persyaratan yang telah disepakati dalam kontrak atau kesepakatan.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat interaksi yang saling menguntungkan antara hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang dipegang oleh konsumen serta pelaku usaha. Ini berarti, setiap hak yang dipegang oleh konsumen menuntut adanya kewajiban yang perlu dilaksanakan oleh pelaku usaha, dan setiap kewajiban yang dipikul oleh konsumen mendukung hak-hak yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha.