

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memajukan kesejahteraan umum merupakan salah satu dari beberapa tujuan pembangunan nasional bangsa Indonesia yang termaktub dalam Pembukaan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945. Untuk mewujudkan tujuan nasional tersebut, diselenggarakan pembangunan nasional yang holistik, terpadu, dan berkesinambungan¹. Langkah nyata penyelenggaraan pembangunan nasional adalah melalui pengetahuan konsumen dan perilaku atau sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab dalam apa yang harus dilakukan.

Pihak konsumen sering berada pada posisi yang lemah, oleh karena itu diperlukan payung hukum dalam bidang perlindungan konsumen yang dapat memberikan perlindungan hukum yang seimbang antara konsumen dan pelaku usaha. Keperluan adanya hukum untuk memberikan perlindungan konsumen di Indonesia merupakan suatu hal yang tidak dapat dielakkan, sejalan dengan tujuan pembangunan nasional kita, yaitu pembangunan Indonesia seutuhnya.

Pertimbangan pemerintah bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen belum memadai, maka pada tanggal 20 April 1999 diundangkanlah Undang-undang No 8 tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Bagian konsideran UUPK menyatakan bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh-kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat. UUPK ini diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia khususnya pihak konsumen dan pelaku usaha untuk lebih menyadari segala hak-hak dan kewajiban yang

¹Agustin Widjiastuti, **Hukum Perlindungan Konsumen yang Berfungsi sebagai Penyeimbang Kedudukan Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Melindungi Kepentingan Bersama**, h. 68, dikutip dari dari Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 dan Amandemen, Penerbit Dunia Cerdas, Jakarta 2014.

dimiliki satu terhadap yang lain, sehingga perlindungan terhadap konsumen sebagai pihak yang lebih lemah kedudukannya dapat terlaksana.

Lahirnya UUPK ini diharapkan mampu memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen serta untuk meningkatkan martabat bagi konsumen dan kesadaran konsumen. Konsumen dalam membeli barang dan/atau jasa mempunyai hak-hak yang harus dipenuhi pelaku usaha. Sedangkan Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha menurut UUPK salah satunya terdapat pada pasal 8 ayat (1) f “Tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”. Sedangkan Pasal 9 ayat (1) “Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah”.

Khususnya mengenai periklanan yang pada saat ini sangat berkembang dengan pesat, maka akan dengan mudah terjadinya ketidakseimbangan antara konsumen dan pelaku usaha. Salah satu pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha di Indonesia adalah banyaknya barang - barang yang diiklankan tidak sesuai dengan promosi atau kenyataannya.

Kasus yang terjadi pada Ludmilla Arief² (selanjutnya disebut Milla) termasuk salah satu konsumen yang merasa dirugikan saat membeli kendaraan roda empat merek Nissan March. Milla membeli mobil Nissan March (selanjutnya disebut NM) tersebut pada bulan Maret tahun 2011, di showroom Nissan yang terletak di Jalan Warung Buncit Jakarta Selatan. Sebulan menggunakan moda transportasi tersebut, Milla merasakan adanya keganjilan, Milla merasa promosi ‘irit’ dalam iklan surat kabar maupun internet tidak sesuai dengan kenyataan, sebaliknya boros pada bahan bakar. Selanjutnya Milla melakukan penghitungan kebenaran janji ‘irit’ tersebut, yaitu dari jarak tempuh kendaraan dan konsumsi bensin yang sudah dihitung. Pada kenyataannya Milla menemukan bahwa pemakaian mobil dari rute yang sering dilaluinya membutuhkan 1 liter bensin untuk pemakaian mobil tersebut, selanjutnya Milla menunjukkan hasil deteksi ke Nissan Motor Indonesia (selanjutnya disebut NMI).

² <http://www.hukumonline.com/berita/baca/1t4f8503fecc5fb/kasus-iklan-nissan-march-masuk-pengadilan>, diakses pada tanggal 7 Juli 2016

Pada tanggal 16 Februari 2012 Milla melaporkan pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (selanjutnya disebut BPSK), yang pada akhirnya BPSK memenangkan Milla dengan Putusan Arbitrase BPSK No: 099/Pts.A/BPSK-DKI/II/2012, dengan meminta NMI membatalkan transaksi dan harus mengembalikan uang pembelian sebesar Rp.150 juta. NMI merasa keberatan dengan keputusan BPSK kemudian mengajukan keberatan ke Pengadilan Negeri Jakarta Selatan. Namun PN Jakarta Selatan memberikan putusan No 130/Pdt.G/2012/PN.Jkt.Sel tanggal 17 April 2012 menolak permohonan dari pemohon yaitu NMI. Menimbang putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan tersebut, pemohon melalui surat kuasa khusus tanggal 18 April 2012 mengajukan permohonan kasasi pada tanggal 1 Mei 2012, dengan akta permohonan kasasi No: 130/Pdt. G/2012/PN.JKT.SEL yang dibuat oleh Panitera Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, permohonan tersebut diikuti dengan memori kasasi yang diterima di Kepaniteraan Pengadilan Jakarta Selatan pada tanggal 14 Mei 2012. Mahkamah Agung dalam putusan No.659 K/PDT.SUS/2012, berpendapat bahwa keberatan pemohon tersebut tidak dapat dibenarkan, oleh karena itu permohonan kasasi yang diajukan oleh pemohon kasasi NMI tersebut harus ditolak.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka penulis mengajukan judul dalam skripsi, sebagai berikut: **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PRODUK YANG TIDAK SESUAI DENGAN PROMOSI (STUDI KASUS PUTUSAN MA NO.659 K/PDT.SUS/2012)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah di atas maka penulis ingin mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut, “Apakah Pertimbangan hukum putusan Hakim Mahkamah Agung dalam putusan No.659 K/PDT.SUS/2012 terkait kasus Produk yang tidak sesuai promosi sudah memberikan perlindungan hukum bagi konsumen ?”

1.3 Tujuan Penulisan

- a. Tujuan Akademis

Untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Universitas Pelita Harapan Surabaya.

b. Tujuan Praktis

Untuk mengetahui fungsi peran UUPK dalam memberikan perlindungan bagi konsumen akibat produk yang tidak sesuai dengan promosi yang dijanjikan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang, maka manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah :

1. Memberikan wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan hukum dalam memberikan perlindungan hukum pada konsumen yang mengalami kerugian akibat produk yang tidak sesuai promosi.
2. Memberikan masukan pada penegak hukum dalam memberikan peraturan yang terkait dengan kerugian akibat adanya produk yang tidak sesuai promosi.

1.5 Metode Penelitian

a. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian Yuridis Normaif, pemilihan metoda ini sebagaimana yang ditulis oleh Peter Mahmud Marzuki³ yakni tipe penelitian melalui studi pustaka atau penelusuran hukum sebagai Norma atau Dogmatik. Ini merupakan penelitian melalui studi kepustakaan dan berlandaskan kepada norma-norma hukum yang terdapat di dalam peraturan perundang- undangan.

b. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah dalam penelitian ini menggunakan *Conceptual Approach*, *Statute Approach*, dan *Case Approach*. *Conceptual Approach*⁴ merupakan “penelitian yang dilakukan manakala peneliti tidak beranjak dari aturan hukum yang ada”. *Statute Approach* merupakan pendekatan

³ Peter Mahmud Marzuki, **Penelitian Hukum**, Prenada Media, Jakarta, 2005 h. 35

⁴**Ibid** h. 137.

melalui peraturan perundang-undangan. *Case Approach*⁵ “merupakan pendekatan dengan cara menelaah kasus bertujuan untuk mempelajari penerapan norma-norma atau kaidah-kaidah hukum yang dilakukan dalam praktik hukum”.

c. Bahan Hukum

Bahan hukum yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua sumber hukum, yakni:

a. Bahan hukum primer, merupakan bahan hukum yang sifatnya mengikat berupa peraturan perundang-undangan, dalam hal ini yaitu:

- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK).
- *Burgerlijk Wetboek* Staatsblad 1847 No. 23 (selanjutnya disebut BW).
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 57 tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/Mpp/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

b. Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer, meliputi literatur, yurisprudensi, asas-asas, konsep, doktrin, serta karya ilmiah para sarjana terkait dengan judul skripsi.

d. Langkah Penelitian

1. Langkah Pengumpulan Bahan Hukum

⁵*Ibid* h. 119

Penelitian dimulai dengan mengumpulkan bahan-bahan hukum yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, kemudian dilanjutkan dengan klasifikasi, dalam arti memilah-milah bahan hukum yang terkait dengan rumusan masalah. Kemudian bahan-bahan tersebut disusun secara sistematis untuk mempermudah dalam memahami substansi bahan hukum tersebut.

2. Langkah Analisa.

Sebagai tipe penelitian yuridis normatif, maka langkah analisa yang digunakan adalah metode deduktif. Berawal dari hal-hal yang bersifat umum, dalam hal ini adalah peraturan perundang-undangan, doktrin, serta teori-teori, yang diterapkan dalam rumusan masalah yang menghasilkan jawaban yang bersifat khusus⁶. Untuk memperoleh jawaban yang benar digunakan penafsiran otentik (sahih) dan penafsiran sistematis. Penafsiran otentik adalah penafsiran yang pasti terhadap suatu arti kata yang ditentukan dalam peraturan perundang-undangan itu sendiri. Sedangkan pengertian penafsiran sistematis adalah penafsiran dengan cara melihat atau memperhatikan susunan pasal yang berhubungan dengan pasal lainnya yang ada di dalam undang-undang itu sendiri maupun dengan pasal undang-undang lain untuk memperoleh pengertian yang lebih mantap.

1.6 Pertanggungjawaban Sistematis

Skripsi ini terdiri dari empat bab dan masing-masing bab terbagi dalam beberapa sub- bab.

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini berisi tentang uraian latar belakang terjadinya kasus berupa kerugian yang dialami konsumen akibat produk yang dipromosikan tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan, serta permasalahan yang timbul oleh hal tersebut. Selanjutnya diterapkan rumusan masalah yang menentukan arah penelitian dan ruang lingkup pembahasannya. Dan dalam metodologi penulis menggunakan metode penelitian yuridis-normatif. Pendekatan yang dilakukan dengan menggunakan tiga yakni dengan pendekatan perundang-undangan (*Statute approach*), pendekatan konsep (*Conceptual approach*), dan pendekatan kasus (*case approach*), serta silogisme yang

⁶Ibid h. 148

digunakan adalah silogisme deduktif. Dalam hal ini penelitian dilakukan dengan tipe penelitian Yuridis Normatif yaitu melalui studi Pustaka.

BAB II. IKLAN DAN PROMOSI YANG MENYESATKAN TERKAIT DENGAN HAK DAN KEWAJIBAN KONSUMEN DAN PELAKU USAHA. Pada bab 2 ini terdiri dari 2 sub bab, sub bab 2.1 akan membahas tentang pengertian iklan dan promosi serta ruang lingkungannya. Selanjutnya pada sub bab 2.2 akan membahas tentang hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha terkait produk yang tidak sesuai dengan promosi.

BAB III. ANALISIS PUTUSAN MA NO. 659 K/PDT.SUS/2012 TERKAIT PRODUK YANG TIDAK SESUAI DENGAN PROMOSI. Pada bab 3 ini terdiri dari 2 sub bab, sub bab 3.1 akan membahas tentang Kasus Produk Nissan March yang tidak sesuai Promosi. Selanjutnya pada sub bab 3.2 akan membahas tentang Analisis Pertimbangan Putusan MA No. 659 K/PDT.SUS/2012 terkait dengan akibat Produk yang tidak sesuai dengan Promosi.

BAB IV PENUTUP. Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan jawaban singkat atas permasalahan yang dikemukakan dalam rumusan masalah. Sedangkan saran merupakan rekomendasi atau preskripsi yang ditujukan untuk perbaikan atas penegakan hukum Perlindungan konsumen, dalam penanganan kasus-kasus sejenis pada masa yang akan datang.