

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Tinjauan Yuridis

Dalam penelitian ini yang dimaksud oleh penulis sebagai tinjauan yuridis adalah kegiatan untuk mencari dan memecah komponen-komponen dari suatu permasalahan untuk dikaji lebih dalam serta kemudian menghubungkannya dengan hukum, kaidah hukum serta norma hukum yang berlaku sebagai pemecahan permasalahannya.

B. Pengertian Tinjauan Umum Hukum Konsumen dan hukum Perlindungan Konsumen

Istilah “ Hukum Konsumen” dan “Hukum perlindungan konsumen”, sudah sering didengar , tetapi belum jelas apa yang masuk ke dalam materi keduanya, dan apakah perbedaan antara keduanya. Tidak dapat dipungkiri bahwa posisi konsumen merupakan posisi yang lemah dan cenderung menjadi korban dalam hubungan jual beli dengan produsen. Oleh karena itu, konsumen haruslah dilindungi. Salah satu sifat dan tujuan hukum adalah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Jadi, dapat dikatakan bahwa sebenarnya, baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan

konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya.

Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen, yang memuat asas-asas yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi konsumen. Hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat. Selain itu, Az. Nasution juga mengakui bahwa asas-asas dan kaidah-

kaidah yang mengatur hubungan dan masalah konsumen tersebar dalam berbagai bidang hukum. Jadi, seyogyanya dapat dikatakan bahwa hukum konsumen berskala lebih luas daripada hukum perlindungan konsumen.

C. Pengertian Konsumen

Konsumen menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), penerima pesan iklan, pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya)

D. Pengertian Produk

Produk menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya

dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu

E. Pengertian Telepon Seluler

Telepon Seluler menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pesawat dengan listrik dan kawat, untuk bercakap-cakap antara dua orang yang berjauhan tempatnya yang menggunakan baterai, tanpa kabel, dan menerima suara melalui sinyal

F. Pengertian Prabayar

Prabayar menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pembayaran atas dasar suatu transaksi yang dilaksanakan sebelum pembayar mendapatkan hak milik atas sebuah barang atau jasa

G. Pengertian Tarif

Tarif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah harga satuan jasa, aturan pungutan, daftar bea masuk.

H. Pengertian Operator

Operator menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah: orang yang bertugas menjaga, melayani, dan menjalankan suatu peralatan, mesin, telepon, radio, dan sebagainya

I. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

1. Tujuan dan Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan kepastian dan keseimbangan hukum antara produsen dan konsumen sehingga terwujud suatu perekonomian yang sehat dan

dinamis sehingga terjadi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.

Tujuan perlindungan konsumen diatur dalam dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 3 , yaitu sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian dan/atau jasa.

- 
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
 - d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Dalam menegakkan hukum perlindungan diperlukan pemberlakuan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penempatan hukum.

Asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:

- a. Asas Manfaat

Segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Dengan kata lain, tidak boleh hanya salah satu pihak saja yang memperoleh manfaat, sedangkan pihak lain mendapatkan kerugian.

b. Asas Keadilan

Dalam hal ini, tidak selamanya sengketa konsumen di akibatkan oleh kesalahan pelaku usaha saja, tetapi bisa juga di akibatkan oleh kesalahan konsumen yang terkadang tidak tahu

akan kewajibannya. Konsumen dan produsen/pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan kewajiban secara seimbang.



c. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara hak dan kewajiban para pelaku usaha dan konsumen. Menghendaki konsumen, produsen/pelaku usaha dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan

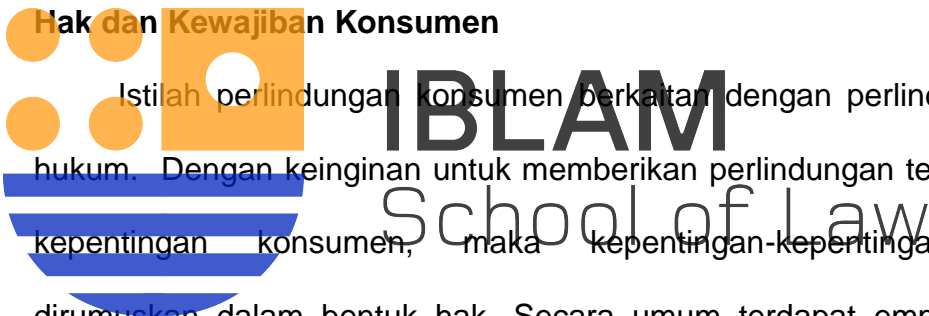
Asas ini bertujuan untuk memberikan adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari

produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan menjalankan apa yang menjadi hak dan kewajibannya. Tanpa harus membebankan tanggung jawab kepada salah satu pihak, serta negara menjamin kepastian hukum.

J. Hak dan Kewajiban Konsumen



Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Dengan keinginan untuk memberikan perlindungan terhadap kepentingan konsumen, maka kepentingan-kepentingan itu dirumuskan dalam bentuk hak. Secara umum terdapat empat hak dasar konsumen yang diakui secara internasional yaitu: Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*), Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*), Hak untuk memilih (*the right to choose*), Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Hak-hak konsumen diatur dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa.

2. Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan atau jasa.
4. Hak untuk di dengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi atau penggantian, apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan Kewajiban konsumen diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:


1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa demi keamanan dan keselamatan.

2. Bertindak baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

K. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Menurut Pasal 1 angka 4 dan 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen,

“Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan



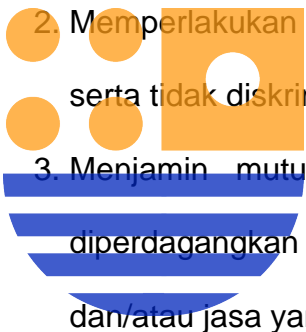
usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”

Pelaku usaha merupakan salah satu komponen yang turut bertanggung jawab dalam perlindungan konsumen. Maka di dalam berbagai peraturan perundang-undangan dibebankan sejumlah hak dan kewajiban serta hal-hal yang menjadi tanggung jawab pelaku usaha.

Hak pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
2.  Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
3. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
4. Memberikan kompensasi, ganti rugi, apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

L. Pengertian Persaingan Dalam Dunia Usaha

Persaingan dalam dunia usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis.

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu competition yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.

Sedangkan dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari 2 pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan.

Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.

Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam Undang-Undang No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat, salah satunya dalam pasal 1 yaitu :

“Monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha;

“Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dngan cara tidak

jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha”

Dalam Undang-Undang No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat, pasal 5 Persaingan usaha diatur :

“ Ayat (1) : Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama”

“Ayat (2) : Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi:

- 
- a. suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan;
 - atau
 - b. suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku”

IBLAM

School of Law

Pasal 6 dalam Undang-Undang No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat, berisi tentang :

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama.”

Pelaku usaha dalam menjalankan usahanya harus memiliki komitmen, sebagaimana telah diatur dalam Undang-Undang No.5 tahun 1999

tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat, salah satunya dalam pasal 7,yaitu :

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat”

dalam Undang-Undang No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat, salah satunya dalam pasal 8,yaitu :

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat”

Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.

Dalam kamus Manajemen persaingan bisnis terdiri dari:

1. Persaingan sehat (*healthy competition*), persaingan antara perusahaanperusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis.

-
2. Persaingan gorok leher (*cut throat competition*) persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang dibawah harga yang berlaku di pasar.



IBLAM
School of Law