BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PERJANJIAN

A. Aspek Hukum Perlindungan Konsumen

1. Sejarah Perlindungan Konsumen

Perkembangan ekonomi yang pesat telah menghasilkan berbagai jenis barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Barang dan/atau jasa tersebut pada umumnya merupakan barang dan/atau jasa yang sejenis maupun yang bersifat komplementer satu terhadap yang lainnya. Bervariasinya produk yang semakin luasnya dan dengan dukungan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, jelas terjadi perluasan ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan secara variatif, baik yang berasal dari produksi domestik maupun yang berasal dari luar negeri.

Perkembangan yang demikian tersebut, pada satu sisi memberikan manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin terbukanya kesempatan dan kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Kondisi dan fenomena tersebut, pada sisi lainnya dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada di posisi yang

lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui jalan promosi, cara penjualan, serta perjanjian standar yang merugikan konsumen.[1]

Hal tersebut bukan hanya gejala regional saja, tetapi menjadi permasalahan yang mengglobal dan melanda seluruh konsumen di dunia. Timbulnya kesadaran konsumen, telah melahirkan salah satu cabang baru dalam ilmu hukum yaitu hukum Perlindungan Konsumen yang dikenal juga dengan hukum konsumen *(consumers law)*.

Hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang hukum yang bercorak Universal. Sebagian besar perangkatnya diwarnai hukum asing, namun kalau dilihat dari hukum positif yang sudah ada di Indonesia ternyata dasar-dasar yang menopang sudah ada sejak dulu termasuk hukum adat.[2]

Fokus gerakan perlindungan konsumen (konsumerisme)[3] dewasa ini sebenarnya masih pararel dengan gerakan-gerakan pertengahan abad ke-20. Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai dikenal dari gerakan serupa di Amerika Serikat. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) yang secara populer dipandang sebagai perintis advokasi konsumen di Indonesia berdiri pada kurun waktu itu, yakni 11 Mei 1973. Gerakan di Indonesia ini cukup *responsive* terhadap keadaan, bahkan mendahului

---

[1] Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001, hlm 11-12.

[2] *Ibid* hlm 12.

[3] Istilah "Konsumerisme" bukan paham yang mengajarkan orang berlaku "konsumtif". Konsumerisme adalah gerakan yang memperjuangkan ditegakkannya hak-hak konsumen (Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2004, hlm 29.)

Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) No. 2111 Tahun 1978 Tentang Perlindungan Konsumen.

Setelah YLKI kemudian muncul organisasi-organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang tahun 1985, Yayasan Bina Lembaga Konsumen Indonesia (YBLKI) di Bandung dan beberapa perwakilan di berbagai propinsi tanah air. Keberadaan YLKI sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran akan hak-hak konsumen karena lembaga ini tidak hanya sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan dan menerima pengaduan, tapi juga sekaligus mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan.

YLKI bersama dengan BPHN (Badan Pembinaan Hukum Nasional) membentuk Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Namun Rancangan Undang-Undang ini ternyata belum dapat memberi hasil, sebab pemerintah mengkhawatirkan bahwa dengan lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen akan menghambat laju pertumbuhan ekonomi.

Pada awal tahun 1990-an, kembali diusahakan lahirnya Undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. Salah satu ciri pada masa ini adalah pemerintah dalam hal ini Departemen Perdagangan sudah memiliki kesadaran tentang arti penting adanya Undang-undang Perlindungan Konsumen. Hal ini diwujudkan dalam dua naskah Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen, yaitu yang pertama adalah hasil kerjasama dengan fakultas Hukum Universitas Gajah Mada dan yang kedua adalah hasil kerjasama dengan Lembaga Penelitian Universitas Indonesia.

Tetapi hasilnya sama saja, kedua naskah Rancangan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut tidak dibahas di DPR.

Pada akhir tahun 1990-an, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya diperjuangkan oleh lembaga konsumen dan Departemen Perdagangan, tetapi adanya tekanan di lembaga keuangan internasional *(IMF/International Monetary Fund).* Berdasarkan desakan dari IMF itulah akhirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dibentuk.[4] Keberadaan Undang-undang Perlindunga Konsumen merupakan simbol kebangkitan hak-hak sipil masyarakat, sebab hak konsumen pada dasarnya juga adalah hak-hak sipil masyarakat. Undang-undang Perlindungan Konsumen juga merupakan penjabaran lebih detail dari hak asasi manusia, khususnya hak ekonomi.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mulai berlaku sejak tanggal 20 April 2000. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, walaupun judulnya mengenai perlindungan konsumen tetepi materinya lebih banyak membahas mengenai pelaku usaha dengan tujuan melindungi konsumen. Hal ini disebabkan pada umumnya kerugian yang diderita oleh konsumen merupakan akibat perilaku dari pelaku usaha, sehingga perlu diatur agar tidak merugikan konsumen.

Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasannya. Az Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari

[4] Sudaryatmo, *Memahami Hak Anda Sebagai Konsumen,* PIRAC, Cetakan I, Jakarta, 2001, hlm 23.

hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Sedangkan hukum konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak atau satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa di dalam pergaulan hidup.[5]

Undang-undang Perlindungan Konsumen ini pun memiliki segi positif dan negatif yaitu:[6]

Segi positif adalah:

1. Dengan adanya Undang-Undang ini maka hubungan hukum dan masalah-masalah yang berkaitan dengan konsumen dan penyedia barang dan/atau jasa dapat ditanggulangi.
2. Kedudukan konsumen dan penyedia barang dan/atau jasa adalah sama dihadapan hukum.

Segi negatif dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah

1. Pengertian dan istilah yang digunakan di dalam peraturan perundang-undangan yang ada tidak selalu sesuai dengan kebutuhan konsumen dan perlindungan konsumen.
2. Kedudukan hukum antara konsumen dan penyedia produk (pengusaha) jadi tidak berarti apa-apa, karena posisi konsumen tidak seimbang, lemah

[5] Az Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 72

[6] *Ibid*, hlm. 23.

dalam pendidikan, ekonomis dan daya tawar, dibandingkan dengan pengusaha penyedia produk konsumen.

3. Prosedur dan biaya pencarian keadilannya, belum mudah, cepat dan biayanya murah sebagaimana dikehendaki perundang-undangan yang berlaku.

2. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha

a. Pengertian Konsumen

Konsumen berasal dari bahasa Inggris-Amerika yaitu *consumers,* atau dalam bahasa Belanda disebut *consument* atau konsumen. Terdapat beberapa pengertian dan batasan mengenai konsumen, yaitu menurut:

1) Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumen diartikan sebagai:[7] pemakai barang-barang hasil industri (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya). Didefinisikan juga sebagai penerima pesan iklan.
2) Tata Krama dan Tata cara Periklanan Indonesia, konsumen didefinisikan sebagai pengguna produk atau penerima pesan iklan.
3) Undang-undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 Butir 2, konsumen didefinisikan sebagai orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain untuk diperdagangkan.

Menurut Az Nasution, konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat,

[7]Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Cetakan IV, Jakarta, 1990, hlm. 458.

digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau rumah tangga, dan tidak untuk keperluan kebutuhan komersial.[8]

Pengertian konsumen meliputi unsur-unsur yaitu:

a. Orang yang memakai barang atau jasa.
b. Memakai barang dan/atau jasa untuk keperluan sehari-hari.
c. Tidak untuk diperdagangkan atau sebagai pemakai akhir *(end user).*

Merujuk beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah setiap orang memakai barang dan/atau jasa. Istilah konsumen pengertiannya akan berbeda-beda, disesuaikan dengan kepentingannya.

Batasan dari konsumen dapat dibagi menjadi:

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

Dalam Pasal 1 Butir 3 Undang-undang Perlindunga Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, yang dimaksud dengan konsumen adalah konsumen akhir. Dalam makalahnya Az. Nasution memberi tekanan pada kalimat "… tidak

[8] Az. Nasution, *op.cit*., hlm. 73.

untuk diperdagangkan" pada pengertian konsumen akhir ini. Jadi barang dan/atau jasa yang didapatkannya tidak untuk diperdagangkan kembali melainkan untuk dikonsumsi sendiri.

b. Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 butir 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun secara bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi. Kalangan ekonomi (Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia), menetapkan bahwa pelaku ekonomi bersama dengan pelaku usaha, terdiri dari tiga kelompok besar, yaitu:

a. Kelompok penyedia dana *(investor)*
b. Kelompok pembuat barang atau jasa *(produsen)*
c. Kelompok pengedar barang atau jasa *(distributor)*

Pengertian pelaku usaha sebagaimana yang telah disebutkan di atas bisa meliputi perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor.

3. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi, yang ditunjang dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi. Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Pelaku usaha tentu ingin meraih keuntungan yang besar yang tentunya dengan biaya produksi yang rendah. Sedangkan konsumen tentunya ingin mendapatkan pelayanan yang maksimal. Kedua belah pihak pasti akan berpegang teguh pada prinsip masing-masing untuk mendapatkan apa yang hendak dicapai atau diinginkan.[9]

Posisi konsumen pada dasarnya lebih lemah dari pelaku usaha. Posisi konsumen yang lemah ini menyebabkan pelaku usaha memiliki kecenderungan untuk melecehkan hak-hak konsumen. Menurut David Oughton dan Jhon Lowry, dalam Abdul halim Barkatullah, posisi konsumen yang lemah ini didasarkan pada beberapa argumentasi yaitu[10]:

1) Dalam masyarakat modern, pelaku usaha menawarkan berbagi jenis produk baru hasil kemajuan teknologi dan manajemen. Barang-barang tersebut diproduksi secara missal.

---

[9] http//www.scribd.com/doc/51106383/10/Pengertian-Hukum-Perlindungan-Konsumen, diakses pada tanggal 20 April 2011, Pukul 13:15 WIB

[10] Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung, Nusa Media, 2010, hlm 7.

2) Terdapat perubahan-perubahan mendasar dalam pasar konsumen, dimana konsumen sering tidak memiliki posisi tawar untuk melakukan evaluasi yang memadai terhadap produksi barang dan/atau jasa yang diterimanya. Konsumen hampir-hampir tidak dapat diharapkan memahami sepenuhnya penggunaan produk-produk canggih yang tersedia.
3) Metode periklanan modern melakukan disinformasi kepada konsumen dari pada memberikan informasi secara objektif.
4) Pada dasarnya konsumen berada dalam posisi tawar yang tidak seimbang, karena kesulitan-kesulitan dalam memperoleh informasi yang memadai.
5) Gagasan paternalism melatar belakangi lahirnya undang-undang perlindungan konsumen hukum bagi konsumen, dimana terdapat rasa tidak percaya terhadap kemampuan konsumen melindungi diri sendiri akibat risiko keuangan yang dapat diperkirakan atau risiko kerugian fisik.[11]

Menurut Troelstrup dalam Abdul Halim Barkatullah, posisi tawar konsumen yang lemah disebabkan:

a. Terdapat lebih banyak produksi, merk, dan cara penjualannya;
b. Daya beli konsumen makin meningkat;
c. Lebih banyak merk yang beredar di pasaran, sehingga belum banyak diketahui oleh semua orang;
d. Model-model produk lebih cepat berubah,
e. Kemudahan transportasi dan komunikasi sehingga membuka akses yang lebih besar kepada bermacam-macam pelaku usaha;

[11] *Ibid*, hlm. 8-9

f. Iklan yang menyesatkan;

g. Wanprestasi pelaku usaha.

Lemahnya posisi tawar dari konsumen tersebut menyebabkan hukum perlindungan konsumen menjadi penting. Sebagai bentuk perlindungan bagi konsumen dibentuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen. Perlindungan konsumen merupakan masalah penting manusia, oleh karenanya menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah.[12]

Prinsip-prinsip mengenai kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pekalu usaha berdasrkan doktrin atau teori yang dikenal dalam perkembangan sejarah hukum perlindungan konsumen, antara lain:[13]

a. *Let the buyer beware (caveat emptor)*

Merupakan dasar dari lahirnya sengketa dibidang transaksi konsumen. Asas ini berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang, sehingga konsumen tidak memerlukan perlindungan. Prinsip ini mengadung kelemahan, bahwa dalam perkembangan konsumen tidak mendapatkan informasi yang memadai untuk menetukan pilihan terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya. Hal tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan

[12] Husni Syawali dan Neni S M, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 7

[13] Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakatra, 2006, hlm 61

pengetahuna konsumen atau ketidak keterbukaan pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkannya. Dengan dimikian, apabila konsumen mengalami kerugian, maka pelaku usaha dapat berdalih bahwa kerugian tersebut akibat dari kelalaian konsumen sendiri.

b. *The due care theory*

Doktrin ini menyatakan bahwa pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produk, baik barang maupun jasa. Selama pelaku usaha berhati-hati dengan produknya, maka ia tidak dapat dipersalahkan. Pada prinsip ini berlaku pembuktian siapa mendalilkan maka dialah yang membuktikan. Hal ini sesuai dengan jiwa pembuktian pada hukum privat di Indonesia yaitu pembuktian ada pada penggugat, sesuai dengan pasal 1865 BW yang secara tegas menyatakan bahwa barangsiapa yang mendalilkan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

c. *The pivity of contract*

Doktrin ini menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika di antara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan diluar hal-hal yang diperjanjikan. Dengan demikian konsumen dapat menggugat berdasarkan wanprestasi. Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam pasal 1340 BW yang menyatakan tentang ruang

lingkup berlakuknya perjanjian hanyalah antara pihak-pihak yang membuat perjanjian saja.

Penegakan hukum perlindungan konsumen merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari negara Indonesia, sebab hukum sebagai tolak ukur dalam pembangunan nasional diharapkan mampu memberikan kepercayaan terhadap masyarakat dalam melakukan pembaharuan secara menyeluruh di berbagai aspek. Undang-Undang Dasar Tahun 1945 menyatakan secara tegas bahwa Negara Indonesia adalah negara hukum. Kaidah ini mengandung makna bahwa hukum di negara ini ditempatkan pada posisi yang strategis didalam ketatanegaraan. Hal ini bertujuan agar hukum dapat berjalan dengan baik dan benar didalam kehidupan berbangsa, bernegara dan bermasyarakat, maka diperlukan institusi-institusi penegak hukum sebagai instumen penggeraknya. Untuk mewujudkan negara hukum tidak saja diperlukan norma-norma hukum atau peraturan perundang-undangan sebagai subtansi hukum, tetapi juga diperlukan lembaga atau badan penggeraknya sebagai struktur hukum dengan didukung oleh perilaku hukum masyarakat sebagai budaya hukum. Selain itu, berdasarkan Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

4. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah berdasarkan lima asas, yaitu menurut Pasal 2 UUPK adalah[14]:

a. Asas Manfaat

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas Keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen

[14] Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 25-26.

dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum dimaksud agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

5. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

a. Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan hukum itu bukan sekedar fisik melainkan termasuk juga hak-haknya bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum terhadap hak-hak konsumen.[15]

Secara umum dikenal empat hak dasar konsumen yang diakui secara internasional. Hak-hak yang dimaksud adalah:[16]

1. Hak untuk mendapatkan keamanan *(The Right to safety)*
2. Hak untuk mendapatkan informasi *(The Right to be informed)*
3. Hak untuk memilih *(The Right to choose)*
4. Hak untuk didengar *(The Right to be Heard)*

---

[15] Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2004, hlm 19

[16] *Ibid,* hlm. 16.

Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union (IOCU)* menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan, hak mendapatkan ganti kerugian, hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik, dan untuk sehat.

Sedangkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur secara ekplisit delapan hak dari konsumen, sementara satu hak terakhir dirumuskan secara terbuka, berikut pembahasannya:

1. Hak konsumen mendapatkan keamanan, kenyamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

   Hak untuk memperoleh keamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa penting untuk ditempatkan pada kedudukan utama karena selama berabad-abad berkembang falsafah bahwa konsumen adalah pihak yang berwajib hati-hati, kemudian seiring dengan perkembangannya prinsip yang merugikan konsumen ini telah ditinggalkan. Barang dan/atau jasa harus diproduksi sedemikian rupa sehingga apabila digunakan pada kondisi normal atau kondisi yang dapat diduga sebelumnya tidak menimbulkan kerugian kesehatan dan keamanan bagi konsumen.

   Ada dua macam peran pemerintah dalam melindungi terhadap kesehatan dan keamanan. Pertama, kontrol pasar-pasar yaitu sebelum produk mencapai pasar. Caranya (1) melalui instrumen perjanjian, suatu produk baru, baru boleh dipasarkan jika sudah

lulus uji oleh laboratorium pemerintah, (2) melalui pendaftaran pendahuluan, dilakukan melalui pembentukan standar-standar teknis yang disusun oleh lembaga standarisasi nasional. Kedua kontrol pasca pasar, yaitu berhubungan dengan cara menarik produk sah beredar di pasaran yang tidak aman dikonsumsi.

2. Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

   Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan/atau jasa. Informasi ini dapat disampaikan melalui berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen, melalui iklan dalam berbagai media, maupun dengan cara mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Semua cara ini harus dilakukan secara benar dan sejelasnya.

   Hak untuk mendapatkan informasi menurut Prof. Hans Wimicklitz seorang ahli hukum konsumen dari Jerman, membedakan konsumen berdasarkan hak ini, yaitu:[17]

   a. Konsumen yang terinformasi *(Well Informed)*, ciri-cirinya adalah:
      1) Memilih tingkat pendidikan tertentu
      2) Lancar berkomunikasi

[17] "RUUPK di mata pakar Jerman" *Warta konsumen tahun XXIV Nomor 12* (Desember 1998), hlm. 33-34

3) Mempunyai sumber daya ekonomi yang cukup

b. Konsumen yang tidak terinformasi, ciri-cirinya adalah

1) Kurang berpendidikan

2) Tidak lancar berkomunikasi

3) Termasuk golongan ekonomi menengah ke bawah

3. Hak konsumen untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.

Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Hal ini disebabkan informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan seiring tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut, pemerintah memberikan hak ini kepada konsumen, sehingga konsumen dapat turut berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan perdagangan.

4. Hak konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Hak ini erat kaitannya dengan keberadaan Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan Praktek Monopoli dan Praktek Usaha Tidak Sehat. Intinya perlindungan konsumen selain ditujukan kepada kualitas barang dan/atau jasa yang ada dipasar, secara signifikan juga berkaitan dengan:

a. Mekanisme pasar berjalan secara sempurna atau tidak
b. Pasar terdistorsi atau tidak, dan
c. Ada monopoli atau tidak.

Hanya dalam situasi pasar yang bekerja dengan sempurna, konsumen dapat menggunakan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang akan digunakan.

5. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.

   Definisi hak ini adalah konsumen harus berpendidikan secukupnya. Hal ini dimaksudkan agar konsumen dapat memenuhi perannya sebagai peserta atau pelaku usaha yang bertanggung jawab dengan kata lain agar konsumen mengetahui dan memahami apa saja hak-hak dirinya. Hal ini dapat dilakukan baik melalui kurikulum dalam pendidikan formal maupun pendidikan informal.

6. Hak konsumen untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya.

   Apabila konsumen merasa kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak. Berdasarkan rumusan Pasal 19 Undang-undang

Perlindungan Konsumen, pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, penanaman dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Bentuk ganti rugi yang diberikan dapat berupa:

a. Pengembalian uang
b. Penggantian barang atau jasa yang setara nilainya
c. Perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan

7. Hak konsumen untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

   Hal ini merupakan salah satu hak konsumen untuk mendapatkan keadilan. Sebab dengan adanya hak ini, konsumen akan mendapatkan perlindungan hukum yang efektif dalam rangka mengamankan implementasi ketentuan perlindunga konsumen dan menjamin keadilan sosial. Saran untuk mencapai hak ini dapat dilakukan dengan dua cara:[18]

   a. Melalui konsultasi hukum, baik yang dilakukan oleh organisasi konsumen atau instansi pemerintah yang mengurus perlindungan konsumen
   b. Melalui mekanisme tuntutan hukum secara kolektif *(class action)*.

[18] Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1999, hlm 23-24.

8. Hak konsumen untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

   Penjelasan Pasal 4 huruf g Undang-undang Perlindungan Konsumen disebutkan hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya miskin dan status sosialnya.

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

   Dicantumkannya hak ini maka semakin mempertegas bahwa:

   1) Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah undang-undang payung, maksudnya cakupan materi yang diatur sangat luas, sehingga diharapkan undang-undang lain yang berkaitan tidak bertentangan dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen walaupun kedudukannya sederajat.
   2) Hak konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen tidak bersifat statis melainkan dinamis, maksudnya dimungkinkan adanya hak konsumen tambahan sesuai dengan tipikal sektor masing-masing.

      Selain memperoleh hak tersebut, sebagai penyeimbang, konsumen juga diwajibkan dalam Pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk:

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

b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pada pokoknya hak dan kewajiban satu pihak terhadap pihak lainnya lahir dari suatu perjanjian maupun undang-undang. Secara umum telah diketahui bahwa perjanjian tertulis antar konsumen dengan pelaku usaha tidak dapat dikemukakan, sehingga kebanyakan orang hanya berbicara mengenai pemenuhan kebutuhan dari konsumen yang mempergunakan, memanfaatkan maupun memakai barang dan/atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha.

Untuk memberikan kepastian hukum dan kejelasan akan hak-hak dan kewajiban-kewajiban para pihak, Undang-undang Perlindungan Konsumen telah memberikan batasan mengenai hak-hak dan kewajiban-kewajiban. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-undang Pelindungan Konsumen Pasal 6 (tentang hak pelaku usaha) dan Pasal 7 (mengenai kewajiban pelaku usaha) adalah sebagai berikut:

1) Hak Pelaku Usaha
   a. Menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
   b. Mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
   c. Melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
   d. Rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
   e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
2) Kewajiban Pelaku Usaha
   a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
   b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunanaan, perbaikan dan pemeliharaan.
   c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
   d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.

e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang dperdagangkan.
f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak seseuai dengan perjanjian.

6. Perbuatan yang dilarang Bagi Pelaku Usaha

Berbicara mengenai perbuatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha berarti juga akan menguraikan mengenai berbagai bahasan ilmu pengetahuan. Oleh karena sifatnya yang lintas sektor ini, maka ada beberapa sub pokok bahasan menyangkut perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, yaitu dalam hal (1) Mutu produk, (2) Berat bersih produk, (3) Pelabelan, (4) Sertifikasi halal, (5) Iklan, (6) Undian dan lain sebagainya.

Beberapa pasal yang perlu diperhatikan dari ketentuan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah larangan-larangan yang diatur dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, dan Pasal 13 yang berhubungan dengan berbagai macam larangan dalam mempromosikan barang dan/atau jasa tertentu.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha menurut Pasal 8 UUPK, yaitu:

a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
   1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
   2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etika barang tersebut
   3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya
   4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etika, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut
   5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagimana dinyatakan dalam label atau keterangan dan/atau jasa tersebut
   6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etika, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut
   7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jasa jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu
   8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label
   9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi, bersih atau netto, komposisi atau pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat
   10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
b. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberi informasi secara lengkap dan benar.

Pasal 9 ayat (1) UUPK menyatakan bahwa:

Melarang setiap pelaku usaha untuk menawarkan, memproduksikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan/atau seolah-olah:

a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tampak keterangan yang lengkap;
k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Ayat (2): Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan. Ayat (3): Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10 UUPK, pelaku usaha yang menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;

b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;

c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.
d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawakan
e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11 UUPK mengatur pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui atau menyesatkan konsumen dengan:

a) Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu.
b) Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi.
c) Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain
d) Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain.
e) Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain
f) Menaikkan harga atau tarif barang dan/jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12 UUPK pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13 UUPK yang terdiri dari 2 ayat, pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan

tidak sebagaimana yang dijanjikannya. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadia berupa barang dan/atau jasa lain.

7. Macam-Macam Liability Dalam Perlindungan Konsumen

Bentuk-bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain[19]:

a) *Contractual liability*, yaitu tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan.

b) *Product liability*, yaitu tanggung jawab perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan. Pertanggungjawaban produk tersebut didasarkan pada Perbuatan Melawan Hukum (*tortius liability*). Unsur-unsur dalam *tortius liability* antara lain adalah unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian dan hubungan kasualitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.

c) *Professional liability*, yaitu tanggung jawab pelaku usaha sebagai pemberi jasa atas kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang diberikan.

---

[19] Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika*, Badan Penerbit FH UI, Rajawali Pers, Jakarta, 2003, hlm. 268-378

d) *Criminal liability*, yaitu pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara.

Merujuk UUPK Pasal 19 ayat (1), jika suatu produk merugikan konsumen, maka produsen bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang diderita konsumen.[20] Kedudukan tanggung jawab perlu diperhatikan, karena mempersoalkan kepentingan konsumen harus disertai pula analisis mengenai siapa yang semestinya dibebani tanggung jawab dan sampai batas mana pertanggung jawaban itu dibebankan kepadanya. Tanggung jawab atas suatu barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau industri, dalam pengertian yuridis lazim disebut sebagai *product liability.*

Dalam UUPK, setiap orang yang melakukan suatu akibat kerugian bagi orang lain, harus memikul tanggung jawab yang diperbuatnya. Setiap orang yang mengalami kerugian, berhak mengajukan tuntutan kompensasi atau ganti rugi kepada pihak yang melakukan perbuatan itu. Kompensasi tersebut menurut Pasal 19 ayat 2 meliputi:

a. Pengembalian sejumlah uang
b. Penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara
c. Perawatan kesehatan
d. Pemberian santunan sesuai ketentuan perundang-undangan.

Istilah dan definisi *product liability* dikalangan para pakar dan sejumlah peraturan diartikan secara berbeda-beda. Agnes M. Toar

[20]N.H.T Siahaan, *op cit*, hlm 138

mengartikan *product liability* sebagai tanggung jawab produsen untuk produk yang dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut.[21]

Kata produk diartikan sebagai barang, baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak (tetap). Tanggung jawab dapat bersifat kontraktual (perjanjian) atau berdasarkan undang-undang (gugatannya atas dasar perbuatan melawan hukum), namun dalam tanggung jawab produk, penekanannya ada pada yang terakhir (*tortius liability*).[22]

Dasar gugatan untuk tanggung jawab produk dapat dilakukan atas landasan adanya[23]:

a. Pelanggaran jaminan (*breach of warranty*)
b. Kelalaian (*negligence*)
c. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*)

Pelanggaran jaminan berkaitan dengan jaminan pelaku usaha (khususnya produsen), bahwa barang yang dihasilkan atau dijual tidak mengandung cacat. Kelalaian (*negligence*) adalah bila si pelaku usaha digugat itu gagal menunjukan, ia cukup berhati-hati (*reasonable care*) dalam membuat, menyimpan, mengawasi, memperbaiki, memasang label, atau mendistribusikan suatu barang.[24]

Strict liability adalah bentuk khusus dari perbuatan melawan hukum (*tort*) yaitu prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum

[21] Agnes M. Toar, *op cit*, hlm. 146
[22] Shidarta, *op cit*, hlm. 80
[23] *Ibid*, hlm. 81
[24] *Ibid*, hlm. 81

yang tidak didasarkan pada kesalahan, tetapi prinsip ini mewajibkan pelaku langsung bertanggung jawab atas kerugian yang timbul karena perbuatan melawan hukum itu. Karenanya, prinsip *strict liability* ini disebut juga dengan *liability without fault*. Prinsip pertanggungjawaban mutlak ini tidak mempersoalkan lagi mengenai ada atau tidak adanya kesalahan, tetapi produsen langsung bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produknya yang cacat.[25]

Produsen dianggap harus bertanggung jawab apabila telah timbul kerugian pada konsumen karena mengkonsumsi suatu produk dan oleh karena itu produsen harus menggantikan kerugian itu. Sebaliknya, produsenlah yang harus membuktikan bahwa ia tidak bersalah, yaitu bahwa ia telah melakukan produksi dengan benar, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan *duty of care.*

Beberapa doktrin dalam perlindungan konsumen, yaitu:

1. *Dokrtin Sanctity Of Contract*

   Dokrtin yang memungkinkan produsen atau penjual " mengakali " konsumen menurut dokrtin ini, sekali pembeli dan penjual mencapai kesepakan, pengadilan akan memaksakan mereka melaksanakannya tanpa memperdulikan apakah kesepakatan itu adil bagi para pihak.

[25] Janus Sidabalok, *op cit*, hlm. 115-116

2. *Doktrin Caveat Emptor*

   Menurut *doktrin caveat emptor*, produsen atau penjual dibebaskan dari kewajiban untuk memberitahu kepada konsumen tentang segala hal yang menyangkut barang yang hendak diperjualbelikan. Apabila konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, maka ia harus menerima produk itu apa adanya. Awal abad XIX mulai disadari bahwa *caveat emptor* tidak dapat dipertahankan lagi, apalagi untuk melindungi konsumen.

3. *Doktrin Caveat Venditor*

   Pada awal abad XX berkembang pemikiran banwa produsen tidak hanya bertanggung jawab kepada konsumen atas dasar tanggung jawab kontraktual. Karena produknya ditawarkan kepada semua orang, maka timbul kepentingan bagi masyarakat untuk mendapatkan jaminan keamanan jika menggunakan produk yang bersangkutan.

B. Aspek-Aspek Umum Perjanjian Di Indonesia

1. Pengertian Perjanjian

Pasal 1313 KUH Perdata memberikan pengertian perjanjian sebagai berikut:

> “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”

Beberapa ahli mengatakan bahwa rumusan ini mempunyai kelemahan karena hanya mencakup perjanjian sepihak saja, tanpa menyebut tujuan dari pengikat tersebut, dan penggunaan istilah perbuatan yang pengertiannya masih terlalu luas.

Sehubungan dengan itu perlu kiranya diadakan perbaikan mengenai definisi tersebut, yaitu[26]:

a. Perbuatan harus diartikan sebagai perbuatan hukum, yaitu perbuatan yang bertujuan untuk menimbulkan akibat hukum
b. Menambahkan perkataan atau saling mengikatkan dirinya dalam Pasal 1313 KUH Perdata, Purwahid Patrik memberikan pengertian sebagai berikut[27]:

> "Perjanjian adalah perbuatan hukum yang terjadi sesuai dengan formalitas-formalitas dari peraturan hukum yang ada, tergantung dari persesuaian pernyataan kehendak dua atau lebih orang-orang yang ditunjuk untuk timbulnya akibat hukum demi kepentingan salah satu pihak atas beban pihak lain atau demi kepentingan atas beban pihak-pihak secara timbal balik"

Pengertian tersebut telah menutupi berbagai kelemahan dari pengertian yang diberikan oleh Pasal 1313 KUH Perdata, sehingga ada kejelasan mengenai tujuan, yaitu timbulnya suatu akibat hukum, jenis perbuatan yang lebih khusus yaitu perbuatan hukum, dan mencakup baik perjanjian timbal balik maupun sepihak.

---

[26] R. Setiawan, *op cit,* hlm. 49.
[27] Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung, 1991, hlm. 46-47

2. Unsur-Unsur Perjanjian

Dalam sebuah perjanjian terdapat tiga unsur perjanjian antara lain:

a. *Essensialia*

Unsur *essensialia* merupakan bagian-bagian dari perjanjian yang harus ada karena unsur ini bersifat menentukan atau menyebabkan terciptanya perjanjian. Misalnya dalam perjanjian jual beli yang menjadi unsur *essentialia* adalah harga dan objeknya.

b. *Naturalia*

Unsur naturalia merupakan bagian-bagian yang bersifat bawaan (natuur) sehingga secara diam-diam melekat pada perjanjian. Misalnya, jaminan tidak ada cacat dalam benda yang dijual.

c. *Accidentalia*

Unsur aksidentalia merupakan bagian-bagian yang melekat pada perjanjian karena secara tegas diperjanjikan oleh para pihak. Misalnya mengenai domisili para pihak.

3. Jenis-Jenis Perjanjian

Perjanjian dapat dibedakan menurut berbagai cara. Pembedaan tersebut adalah sebagai berikut:[28]

a. Perjanjian timbal balik

[28] Miriam Darus Badrulzaman, *Kompilasi Hukum Perikatan*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm. 66.

Perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang menimbulkan kewajiban pokok bagi kedua belah pihak. Misalnya perjanjian jual beli.

b. Perjanjian atas beban

Perjanjian atas beban adalah perjanjian dimana terhadap prestasi dari pihak yang satu selalu terdapat kontra prestasi dari pihak lain, dan antara kedua prestasi itu ada hubungannya menurut hukum.

c. Perjanjian bernama

Perjanjian bernama adalah perjanjian yang diatur dan diberi nama oleh pembentuk Undang-undang berdasarkan tipe yang paling banyak terjadi sehari-hari.

d. Perjanjian tidak bernama *(Onbenoemda)*

Di luar perjanjian bernama, tumbuh pula perjanjian tidak bernama, yaitu perjanjian-perjanjian yang diatur di dalam KUH Perdata, tetapi terdapat dalam masyarakat. Lahirnya perjanjian ini di dalam praktik adalah berdasarkan asas kebebasan berkontrak atau *partij otonomi*.

e. Perjanjian Obligatoir

Perjanjian obligatoir adalah perjanjian dimana pihak-pihak sepakat mengikatkan diri untuk melakukan penyerahan suatu benda kepada pihak lain. Menurut KUH Perdata, perjanjian jual beli saja belum mengakibatkan beralihnya hak milik atas suatu benda dari penjualan kepada pembeli. Fase ini merupakan kesepakatan

(konsensual) dan harus diikuti dengan perjanjian penyerahan (perjanjian kebendaan).

f. Perjanjian kebendaan

Perjanjian kebendaan adalah perjanjian dengan mana seorang menyerahkan haknya atas suatu benda kepada pihak lain, yang membebankan kewajiban *(oblige)* pihak itu untuk menyerahkan benda tersebut kepada pihak lain. Penyerahan itu sendiri merupakan perjanjian kebendaan. Dalam hal perjanjian jual beli benda tetap maka perjanjian jual belinya disebutkan juga perjanjian jual beli sementara. Untuk perjanjian jual beli benda bergerak maka perjanjian obligatoir dan perjanjian kebendaannya jatuh bersamaan.

g. Perjanjian riil

Perjanjian riil adalah suatu perjanjian di mana selain dibutuhkan adanya kata sepakat, juga harus disertakan penyerahan barang yang menjadi objek perjanjian seperti perjanjian penitipan barang dan perjanjian pinjam pakai.

h. Perjanjian formil

Perjanjian formil adalah suatu perjanjian di mana kata sepakat yang tercipta antara para pihak harus dituangkan dalam bentuk tertentu atau formil seperti perjanjian hibah, jual tanah beserta bangunan.

4. Syarat Sahnya Perjanjian.

Syarat sahnya suatu perjanjian menurut hukum perjanjian di Indonesia mengacu kepada Pasal 1320 KUHPerdata yang menyatakan untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat, selengkapnya Pasal 1320 KUHPerdata berbunyi:[29]

1) Kesepakatan mereka yang mengikat dirinya
2) Kecakapan untuk membuat sesuatu perikatan
3) Suatu hal tertentu
4) Suatu sebab yang tidak dilarang

Dari keempat syarat sahnya perjanjian diatas, syarat pertama dan kedua berhubungan dengan subjek hukum karena itu disebut syarat subjektif. Sedangkan syarat ketiga dan keempat berhubungan dengan objek perjanjian disebut syarat objektif. Apabila syarat subjektif, yaitu syarat pertama dan/atau syarat kedua tidak dipenuhi, maka perjanjian dapat dibatalkan. Namun apabila syarat ketiga dan/atau keempat yang merupakan syarat objektif tidak terpenuhi, maka perjanjian batal demi hukum.[30]

Perbedaan dari perjanjian yang batal demi hukum dengan perjanjian yang dapat dimintakan pembatalan menurut Subekti adalah perjanjian yang tidak mengandung sesuatu tertentu, maka perjanjian tersebut tidak dapat dilaksanakan karena tidak terang apa saja yang dijanjikan oleh masing-masing pihak, keadaan tersebut seketika dilihat oleh hakim.

---

[29] Kartini Muljadi, *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 93.

[30] http://dcutedragonsea.blogspot.com/2010/09/syarat-subjektif-hukum dalam-kaitannya.html. diakses pada tanggal 12 Maret, Pukul 20.45 WIB

Jadi perjanjian yang batal demi *(void)* hukum adalah perjanjian yang dari semua sudah batal, hal ini berarti tidak pernah ada perjanjian tersebut, sedangkan perjanjian yang dari semua berlaku tetap perjanjian ini dapat dimintakan pembatalannya, maka pembatalan itu tetap berlaku.

5. Hak dan Kewajiban Para Pihak

Pengertian hak menurut bahasa adalah kekuasaan yang benar atas sesuatu atau untuk menuntut sesuatu. Arti lain adalah wewenang menurut hukum[31]. Sedangkan kewajiban yaitu berasal dari kata wajib yang diberi imbuhan ke-an. Pengertian bahasa kata wajib berarti (sesuatu) harus dilakukan, tidak boleh dilakukan[32].

Lazimnya suatu perjanjian adalah timbal balik. Artinya suatu pihak yang memperoleh hak-hak dari perjanjian itu, juga menerima kewajiban-kewajiban yang merupakan kebalikannya dari hak-hak yang diperolehnya, dan sebaliknya suatu pihak yang memikul kewajiban-kewajiban juga memperoleh hak-hak yang dianggap sebagai kewajiban-kewajiban yang dibebankan kepadanya[33].

Setiap debitur mempunyai kewajiban menyerahkan prestasi kepada kreditur. Karena itu debitur mempunyai kewajiban untuk membayar hutang.

---

[31] M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (fiqih muamalat)*, Grafindo Persada, Jakarta, 2003, Hlm. 3

[32] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 2002, Hlm. 966

[33] Subekti, *op. Ci,* hlm 29

Dalam Istilah asing kewajiban itu disebut *schuld*. Disamping *schuld* debitur juga mempunyai kewajiban yang lain yaitu *haftung.* Maksudnya adalah bahwa debitur itu mempunyai berkewajiban untuk membiarkan harta kekayaannya diambil oleh pihak kreditur sebanyak hutang debitur, guna pelunasan hutang tadi, apabila debitur tidak memenuhi kewajibannya membayar hutang tersebut.[34]

Setiap kreditur mempunyai piutang terhadap debitur, untuk itu kreditur mempunyai hak menagih piutang tersebut. Di dalam ilmu pengetahuan Hukum Perdata, disamping hak menagih *(vorderings-recht)*, apabila debitur tidak memenuhi kewajiban membayar utang, maka kreditur mempunyai hak menagih kekayaan debitur, sebesar piutangnya pada debitur itu (*verhaalsrecht*).

Menurut sarjana-sarjana dan yurisprudensi, *schuld* dan *haftung* itu dapat dibedakan, tetapi pada hakekatnya tidak dapat dipisahkan. Asas pokok dari *haftung* ini terdapat dalam Pasal 1131 KUHPerdata. Pihak dalam perjanjian terjadi antara dua orang atau lebih, dimana pihak yang satu berhak atas suatu prestasi, sedangkan pihak yang lain wajib memenuhi prestasi. Menurut Pasal 1234 KUHPerdata prestasi itu dibedakan atas:

a. Memberikan sesuatu
b. Berbuat sesuatu
c. Tidak berbuat sesuatu.

[34] Mariam Darus Badrulzaman, *op. Cit*, Hlm. 9

6. Asas-Asas Perjanjian

Asas hukum atau prinsip hukum bukanlah kaidah hukum yang konkret, melainkan merupakan pikiran dasar yang bersifat umum atau merupakan latar belakang peraturan yang konkret di dalam dan di belakang setiap sistem hukum[35]. Mengenai perjanjian, dikenal beberapa asas hukum yang berlaku pada perjanjian, antara lain:

a. Asas Itikad Baik.

   Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata mengatakan bahwa sesuatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik, artinya masing-masing pihak harus memiliki kemampuan dan usaha untuk melaksanakan prestasinya masing-masing seperti apa yang telah mereka perjanjikan.

b. Asas Konsensualitas

   Mempunyai arti yang penting yaitu bahwa untuk melahirkan perjanjian cukup dengan dicapainya sepakat mengenai hal-hal pokok dari perjanjian tersebut dan bahwa perjanjian itu sudah (dan perikatan yang ditimbulkan karenanya) sudah dilahirkan pada detik tercapainya konsensus atau kesepakatan.[36] Perkataan lain perjanjian itu sudah sah apabila sudah sepakat mengenai hal-hal yang sudah pokok dan tidaklah diperlukan sesuatu formalitas. Asas konsensualitas dapat disimpulkan dari Pasal 1320 jo. Pasal 1335 ayat (1) KUHPerdata.

---

[35] Johanes Ibrahim dan Lindawaty sewu, *Hukum Bisnis dalam Persepsi manusia Modern*, Refika Aditama, Bandung, 2004, hlm. 42

[36] Subekti*, Pokok-pokok Hukum Perdata*, Intermasa, Jakarta, 2001, hlm.15

c. Perjanjian Berlaku sebagai Undang-undang *(Asas Pacta Sunt Servanda)*

Istilah *Pacta Sunt Servanda* adalah janji mengikat yang dimaksud adalah bahwa sesuatu perjanjian yang dibuat secara sah adalah oleh para pihak mengikat para pihak tersebut secara penuh sesuai dengan isi perjanjian.

Asas yang diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata ini menyatakan bahwa, “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”

d. Asas Kebebasan Berkontrak

KUHPerdata Pasal 1338 ayat (1) berbunyi:

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”

Kata semua perjanjian memiliki arti perjanjian apa saja, baik itu perjanjian yang telah ada dan diatur dalam KUHPerdata maupun perjanjian yang baru muncul dengan satu nama yang belum diatur dalam undang-undang atau tidak dikenal oleh undang-undang.

Jadi terdapat kebebasan dalam menetapkan isi perjanjian sehingga kebebasan berkontrak ini merupakan asas yang demikian penting dalam hukum perjanjian[37].

Ruang lingkup asas perjanjian berkontrak menurut hukum perjanjian Indonesia adalah sebagai berikut[38]:

---

[37] I. G. Rai Widjadja, *Merancang Suatu Kontrak*, Kesaint Blanck, Jakarta, 2003, hlm. 34

1) Kebebasan untuk membuat atau tidak membuat perjanjian.
2) Kebebasan untuk memilih pihak dengan siapa ingin membuat perjanjian.
3) Kebebasan untuk menentukan atau memilih kausa dari perjanjian yang akan dibuat.
4) Kebebasan untuk menentukan objek perjanjian.
5) Kebebasan untuk menentukan bentuk suatu perjanjian, dan
6) Kebebasan untuk menerima atau menyimpangi ketentuan undang-undang yang bersifat opsional (*aanvullend, optional*).

e. Asas Kepribadian *(privity of contract)*

Asas kepribadian tercermin dalam Pasal 1340 KUHPerdata, yang berbunyi:

> "Suatu perjanjian hanya berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya, suatu perjanjian tidak dapat membawa rugi kepada pihak-pihak ketiga; tak dapat pihak-pihak ketiga mendapat manfaat karenanya, selain dalam hal diatur dalam Pasal KUHPerdata".

Ruang lingkup ini hanya terbatas bagi para pihak yang terlibat didalam suatu perjanjian saja, dengan demikian pihak ketiga atau pihak diluar perjanjian tidak dapat menuntut suatu hak berdasarkan perjanjian tersebut.

Tiga dari lima asas yang diuraikan menyangkut proses terjadinya suatu perjanjian. Asas konsensualitas menyangkut terjadinya sebuah perjanjian *(prokontratual)*. Asas kebebasan berkontrak terutama berurusan

---

[38] Sutan Remy Sjahdeni, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia*, Institut Bankir Indonesia, Jakarta, 1993, hlm. 47

dengan isi perjanjian *(kontraktual)*, sedangkan prinsip kekuatan mengikat menyangkut akibat perjanjian *(pasca kontraktual)*. Asas itikad baik menyangkut keseluruhan proses perjanjian, dari *prokontraktual, kontraktual,* dan *pasca kontraktual.*

7. Wanprestasi

Pengertian Wanprestasi secara umum adalah pelaksanaan kewajiban yang tidak tepat pada waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya[39]. Seseorang debitur disebutkan dan berada dalam keadaan wanprestasi apabila debitur dalam melaksanakan prestasi perjanjian telah lalai sehingga terlambat dari jadwal waktu yang telah ditentukan atau dalam melaksanakan prestasi tidak sepatutnya.

Tindakan debitur yang melaksanakan kewajiban dengan tidak tepat waktu atau tidak sepatutnya jelas merupakan pelanggaran bagi hak kreditur. Wanprestasi sebagai suatu perbuatan yang dapat merugikan kreditur, dapat hilang dengan alasan adanya sesuatu keadaan memaksa/overmacht. Suatu keadaan dalam suatu perjanjian dikatakan sebagai keadaan memaksa apabila keadaan tersebut benar-benar tidak dapat diperkirakan oleh si debitur. Namun, debitur harus membuktikan akan adanya keadaan memaksa di luar

[39] M. Yahya Harap*, op cit*, hlm. 60

perhitungan atau kemampuannya[40]. Wanprestasi seorang debitur dapat berupa empat macam[41]:

a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya.
b. Melaksanakan apa yang dijanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan
c. Melakukan apa yang dijanjikannya tetapi terlambat
d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Seorang baru dikatakan wanprestasi apabila dia telah memperoleh pernyataan lalai berupa surat teguran (somasi) dari pihak kreditur. Hal ini merupakan perwujudan itikad baik kreditur untuk menyelesaikan masalah tanpa harus melalui pengadilan. Apabila somasi ini tidak dipedulikan oleh debitur, maka kreditur berhak membawa persoalan ini ke pengadilan.

8. Akibat Hukum dari Wanprestasi

Apabila debitur dalam keadaan wanprestasi maka kreditur dapat memilih di antara beberapa kemungkinan tuntutan, sebagaimana disebutkan Pasa 1267 KUH Perdata yaitu[42]:

a. Dapat menuntut pembatalan/pemutusan perjanjian.
b. Dapat menuntut pemunuhan perjanjian

---

[40] R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Cet III, Putra Abadin, Bandung, 1999, hlm. 17

[41] http://fhuy05-fhuy05.blogspot.com/2007/07/macam-macam perikatan.html, diakses pada tanggal 18 Maret 2011, Pukul 22.21 WIB.

[42] Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan*, Cet I, Mandar Maju, Bandung, 1994, hlm. 75

c. Dapat menuntut penggantian kerugian

d. Dapat menuntut pembatalan dan penggantian kerugian

e. Dapat menuntut pemenuhan dan penggantian kerugian

Mengenai hal terjadinya wanprestasi, suatu perjanjian dapat terus berjalan, tetapi kreditur juga berhak menuntut ganti rugi akibat keterlambatan pelaksanaan prestasi disebabkan kreditur seharusnya akan mendapatkan keuntungan apabila debitur melaksanakan prestasi tepat pada waktunya.

Tidak setiap kerugian yang diderita oleh kreditur harus diganti oleh debitur. Undang-undang dalam Pasal 1246 KUH Perdata menyatakan bahwa debitur hanya wajib membayar ganti rugi atas kerugian yang memenuhi dua syarat yaitu[43]:

a. Kerugian yang dapat diduga atau sepatutnya diduga pada waktu perjanjian dibuat

b. Kerugian yang merupakan akibat langsung dan serta merta daripada ingkar janji.

Berdsarkan hal di atas, maka adapun tujuan dari gugatan wanprestasi adalah untuk menempatkan penggugat pada posisi seandainya perjanjian tersebut terpenuhi. Ganti rugi dalam gugatan wanprestasi adalah sejumlah kehilangan keuntungan yang diharapkan atau dikenal dengan *expectation loss*[44].

---

[43] R. Setiawan, *op cit*, hlm. 24

[44] Suharnoko, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisis Kasus*, Cet III, Prenada Media, Jakarta, 2005, hlm. 116

9. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Perjanjian jual beli, menurut Pasal 1457 KUH Perdata, adalah:

"Suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang dan pihak yang lain untuk membayar harag yang telah dijanjikan"

Merujuk pada pengertian tersebut di atas, dapat dikemukakan lebih lanjut bahwa[45]:

1) Terdapat dua pihak yang saling mengikatkan dirinya, yang masing-masing mempunyai hak dan kewajiban yang timbul dari perikatan jual beli tersebut.
2) Pihak yang satu berhak untuk mendapatkan/menerima pembayaran dan kewajiban menyerahkan suatu kebendaan, sedangkan pihak lainnya berhak atas mendapatkan/menerima suatu kebendaan dan berkewajiban menyerahkan suatu pembayaran.
3) Hak bagi pihak satu merupakan kewajiban bagi pihak lainnya, begitu pun sebaliknya, kewajiban bagi pihak yang satu merupakan hak bagi pihak lainnya.
4) Bila salah satu hak tidak terpenuhi atau kewajiban tidak dipenuhi oleh salah satu pihak, maka tidak akan terjadi perikatan jual beli.

Jual beli adalah suatu perjanjian konsensuil, artinya sudah dilahirkan sebagai suatu perjanjian yang sah pada detik tercapainya sepakat antara

[45] Hasanuddin Rahman, *Seri Keterampilan Merancang Kontrak Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, hlm. 24

penjual dan pembeli mengenai unsur-unsur yang pokok yaitu barang dan harga, biarpun jual beli itu mengenai barang yang tak bergerak.[46] Sifat konsensuil jual beli ini ditegaskan dalam Pasal 1458 yang berbunyi:

> "Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak sewaktu mereka telah mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar".

C. Perbuatan Melawan Hukum

Pasal 1365 KUH Perdata memuat ketentuan sebagai berikut:

> "Setiap perbuatan melawan hukum, yang oleh karenanya menimbulkan kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang oleh karena kesalahanya menyebabkan kerugian itu mengganti kerugian"

Rumusan pasal tersebut dapat terlihat bahwa untuk mencapai suatu hasil yang baik dalam melakukan gugatan berdasarkan perbuatan melawan hukum harus dipenuhi syarat-syarat[47]:

a. Perbuatan yang melawan hukum
b. Harus ada kesalahan
c. Harus ada kerugian yang ditimbulkan
d. Adanya hubungan causal antara perbuatan dan kerugian.

Menurut arrest 1919 berbuat atau tidak berbuat merupakan suatu perbuatan melawan hukum jika:

---

[46] Subekti, *Hukum Perjanjian*, hlm. 79-80

[47] http://wonkdermayu.wordpress.com/artikel/perbuatan-melawan-hukum/, diakses pada tanggal 23 Maret 2011, Pukul 23.21 WIB

a. Melanggar hak orang lain

   Melanggar hak orang lain berarti melanggar hak subjektif orang lain.

b. Bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat

   Menurut terminologi hukum kewajiban, hukum diartikan sebagai kewajiban yang didasarkan pada hukum, baik yang tertulis maupun tidak tertulis.

c. Bertentangan dengan kesusilaan

d. Bertentangan dengan kepatutan

Dapat dianggap bertentangan dengan kepatutan ialah:

1) Perbuatan yang sangat merugikan orang lain tanpa kepentingan yang layak
2) Perbuatan yang tidak berguna yang menimbulkan bahaya terhadap orang lain.

Tuntutan berdasarkan perbuatan melawan hukum, Pasal 1365 KUH Perdata mensyaratkan adanya kesalahan. Kesalahan yang dimaksud dalam kaitan terhadap perbuatan melawan hukum ini adalah kesalahan berdasarkan Pasal 1366 KUH Perdata yang menegaskan bahwa setiap orang bertanggung jawab tidak saja untuk kerugian yang disebabkan perbuatannya, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan kelalaian atau kekurang hati-hatiannya. Kesengajaan menunjukan adanya maksud dari pelaku untuk menimbulkan hal tertentu. Sedangkan kekurang hati-hatian menunjukkan adanya kelalaian untuk mengambil tindakan yang sepatutnya sehingga timbul akibat yang tidak dikehendaki.

Syarat lain ialah harus adanya kerugian. Kerugian yang disebabkan oleh perbuatan melawan hukum dapat berupa:

a. Kerugian materiil

   Kerugian materiil dapat terdiri dari kerugian yang nyata-nyata diderita dan keuntungan yang seharusnya diperoleh.

b. Kerugian idiil

   Kerugian idiil dapat berupa ketakutan, sakit, dan kehilangan keseimbangan hidup.

Syarat adanya hubungan kausal antara kerugian dan kesalahan mengisyaratkan bahwa kerugian yang diderita oleh korban perbuatan melawan hukum itu adalah kerugian yang semata-mata timbul karena terjadinya perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pelaku.