

BAB. I

PENDAHULUAN

Tujuan negara Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam alinea keempat Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 adalah :

“ ... Kemudian daripada itu untuk membentuk suatu Pemerintahan Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ... “

Untuk mencapai tujuan tersebut, negara Indonesia melaksanakan pembangunan di berbagai bidang secara bersama oleh masyarakat dan pemerintah. Pelaksanaan pembangunan tersebut harus berlandaskan hukum sebagaimana yang dikehendaki dalam penjelasan Undang-Undang Dasar 1945 dan mengingat negara Indonesia adalah negara hukum yang segala kegiatan masyarakatnya harus dilandasi oleh hukum. Ketentuan hukum tersebut harus mampu mengakomodasi dan mendukung segala kegiatan masyarakat dalam pembangunan. Oleh karena kegiatan masyarakat semakin berkembang secara dinamis, maka hukumpun harus mampu mengantisipasi perkembangan tersebut dimasa yang akan datang.¹

Adapun kebijakan pembangunan di bidang ekonomi dalam GBHN 1999 – 2004 diantaranya adalah mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan dengan prinsip persaingan sehat dan memperhatikan pertumbuhan ekonomi, nilai-nilai keadilan, kepentingan sosial, kualitas hidup, pembangunan berwawasan lingkungan dan berkelanjutan sehingga terjamin kesempatan

¹ Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta 2001, hlm 1.

yang sama dalam berusaha dan bekerja, perlindungan hak-hak konsumen, serta perlakuan yang adil bagi seluruh masyarakat.

Dengan meluasnya era globalisasi di dunia, mendorong negara-negara untuk melakukan efisiensi perekonomiannya agar kelangsungan peningkatan dan perluasan pembangunan serta peningkatan produktivitas dapat terjamin. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam perdagangan dunia. Para pelaku usaha untuk mencapai tujuannya melakukan berbagai cara bahkan adakalanya termasuk cara yang tidak sehat. Cara-cara yang dilakukan oleh para pelaku usaha ini tidak hanya melibatkan para pelaku usaha sendiri, tetapi juga dapat menimbulkan kerugian bagi masyarakat luas yaitu konsumen²

Berkembangnya dunia usaha dan perdagangan jelas merupakan pendorong bagi berkembangnya perekonomian suatu bangsa. Untuk mencapai tingkat kemajuan ekonomi nasional ini biasanya berbagai kemudahan serta fasilitas diberikan oleh pemerintah guna merangsang hidupnya bisnis dan perdagangan di berbagai sektor pemenuhan kebutuhan manusia akan barang dan jasa .

Transaksi perdagangan barang dan jasa yang dimaksud adalah transaksi antara pelaku usaha dan konsumen seyogyanya kedudukan para pihak sejajar. Masing-masing pihak memiliki hak dan kewajiban yang seimbang satu sama lainnya. Namun dalam kenyataannya kedudukan konsumen pada umumnya berada pada posisi yang tidak seimbang dengan pelaku usaha, karena dilihat secara ekonomis, baik tingkat pendidikan maupun dilihat dari daya saing atau daya tawarnya. Kelemahan-kelemahan itu konsumen sering berada dalam posisi yang dirugikan dalam hubungannya dengan pelaku usaha.

² Ade Maman Suherman, *Ibid*, hlm 4

Akibatnya apabila konsumen dirugikan yang disebabkan kesalahan dari pelaku usaha, maka konsumen tidak mampu melindungi dirinya untuk menuntut ganti kerugian.

Gambaran kedudukan konsumen yang tidak seimbang dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha tersebut, didalam sejarah perkembangannya maka lahir dasar pemikiran untuk memberikan perlindungan konsumen, diantaranya :³

1. Waspadalah konsumen (*Caveat Emptor atau Let The Buyer Beware*)

Dasar pemikiran ini telah dimulai pada abad pertengahan (Middle Ages). Pada masa itu konsumen harus waspada dalam mengkonsumsi barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha, oleh karena konsumen tidak banyak memiliki peluang untuk memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsinya sesuai dengan selera , daya beli dan kebutuhannya dan konsumen memikul sendiri resiko dari kerugian yang ditimbulkan akibat kerusakan dari produk yang dikonsumsinya . Strategi bisnis yang digunakan pelaku usaha berorientasi terutama pada kemampuannya untuk menghasilkan produk (*production oriented /product out*). Pada jaman Renaissance, dimana individualisme tumbuh dan berkembang dasar pikiran ini semakin kokoh mempengaruhi situasi perdagangan pada masa itu.

2. Waspadalah pelaku usaha (*Caveat venditor atau Let The Producer Beware*).

Mulai abad ke 19 mulai disadari bahwa caveat emptor tidak dapat dipertahankan lagi untuk melindungi konsumen. Hal ini seiring dengan perkembangan ilmu dan teknologi, konsumen mengalami peningkatan daya kritis dalam menjalani kehidupannya, termasuk dalam memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsinya.

³ Johanes Gunawan, *Tinjauan Hukum Terhadap UUPK Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Makalah, Astra Int. ,Jakarta, 1999, hlm.2-3.

Di dalam kondisi semacam itu, pelaku usaha tidak lagi dapat bertahan pada strategi bisnisnya yang lama dengan resiko barang atau jasa yang ditawarkan tidak laku di pasaran, melainkan harus mengubah strategi bisnisnya ke arah pemenuhan kebutuhan, selera dan daya beli pasar (*market oriented/market –in*) Pada masa ini produsenlah yang harus waspada dalam memenuhi kebutuhan barang dan jasa dari konsumen, oleh karena itu dasar pemikiran *caveat emptor* berubah menjadi *caveat venditor*.

Selanjutnya, perkembangan dunia bisnis/perdagangan dewasa ini ada kecenderungan untuk memperhatikan kembali pada *caveat emptor*, berdampingan dengan *caveat venditor*, dengan alasan dunia bisnis/perdagangan didominasi oleh strategi untuk mengubah pola kebutuhan konsumen, dengan sasaran bahwa konsumen akan berusaha keras membeli sekalipun barangkali barang atau jasa tersebut tidak dibutuhkannya; tidak sesuai dengan selernya; serta tidak sesuai dengan kemampuan daya belinya.

Di dalam suasana seperti itulah, di Indonesia telah lahir sebuah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang esensinya mengatur perilaku pelaku usaha dengan tujuan agar konsumen terlindungi. Bahkan dalam dasar pertimbangannya diberlakukannya undang-undang tersebut, disebutkan, antara lain :

1. dapat menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian akan mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperoleh di pasar ;
2. dapat meningkatkan kesadaran, pengetahuan,kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha sehingga terciptanya perekonomian yang sehat,

Lahirnya undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia telah mengatur hubungan pelaku usaha dengan konsumen dalam kedudukan yang setara /seimbang,

terutama dalam hubungan perjanjian (*privity of contract*) antara pelaku usaha (barang atau jasa) dengan konsumen. Apabila dicermati perjanjian atau kontrak yang berlaku dibuat dalam bentuk standar (baku). Bentuk perjanjian jenis ini oleh para ahli hukum disebut sebagai kontrak standar atau perjanjian baku. Namun apakah perjanjian baku ini masih dapat dikualifikasikan sebagai suatu perjanjian yang dibuat atas kesepakatan kedua belah pihak ?.

Apabila perjanjian memenuhi syarat yang ditentukan dalam undang-undang, perjanjian tersebut mengikat kedua belah pihak, dalam arti dengan adanya perjanjian antara dua pihak atau lebih timbullah hak dan kewajiban. Hal ini dipertegas dalam Pasal 1338 KUH.Perdata sebagai dasar hukum perjanjian yang menganut sistem terbuka artinya sepanjang perjanjian itu tidak dilarang boleh saja dilakukan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pihak. Kebebasan berkontrak sebagai penjabaran dari Pasal 1338 ayat 1 KUH.Perdata tersebut, yaitu :

- a. bebas membuat jenis perjanjian apapun;
- b. bebas mengatur isinya;
- c. bebas mengatur bentuknya .

Perjanjian baku dibuat semula bertujuan untuk efisiensi dan alasan praktis. Misalnya dapat kita lihat perjanjian baku dalam perjanjian kredit perbankan, asuransi, PT.Telkom Indonesia, PDAM, PLN, dan lain sebagainya. Perjanjian-perjanjian tersebut adalah perjanjian baku yang dilakukan antara pelaku usaha dan konsumen.

Mengenai perjanjian baku yang dilakukan antara pelaku usaha dan konsumen, Pasal 18 UUPK telah mengaturnya yaitu ketentuan pencantuman *clausul baku*. Dalam penjelasan pasal tersebut, dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan konsumen setara dengan pelaku usaha, tapi apakah sudah memenuhi asas konsensualisme dan asas

kebebasan berkontrak?, karena perjanjian (clausul) baku tersebut biasanya merupakan perjanjian yang syarat-syaratnya ditentukan oleh satu pihak saja .

Hal-hal tersebut di atas, mendorong penulis untuk mengkaji permasalahannya melalui penelitian yang berjudul: **“Tanggung Jawab Pelaku Usaha P.T.Telekomunikasi Indonesia, Tbk Terhadap Kerugian Konsumen Dengan Menggunakan Perjanjian Baku Dihubungkan dengan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen ”**.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian pendahuluan tersebut di atas, permasalahan yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana hukum positif mengatur klausula baku dalam perjanjian antara pelaku usaha PT.Telkom Indonesia Tbk. dengan konsumen ?;
2. Bagaimana tindakan hukum yang dapat dilakukan konsumen atas kerugian yang dideritanya apabila pelaku usaha melanggar ketentuan pencantuman klausula baku;
3. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha PT. Telkom Indonesia terhadap kerugian konsumen atas penggunaan perjanjian baku ?.