

TANGGUNG JAWAB NOTARIS DALAM PEMBUATAN PERJANJIAN SUBROGASI DENGAN JAMINAN HAK ATAS TANAH DI KOTA BATAM

Agus Riyanto¹

¹ Dosen Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam, Batam, Jl Letjen R. Soeprapto, Kampus UPB, Batam 29442, Indonesia

Penyesuaian Pengarang E-mail: gus.ryant00@gmail.com

No Hp: +6281372270867

ABSTRAK

Perbankan memiliki posisi strategis sebagai lembaga intermediasi dan penunjang sistem pembayaran. Untuk menjamin pinjaman atau pembiayaan yang diberikan bank kepada debitur atau nasabah, maka bank akan membebankan agunan kepada nasabah. Dalam praktek, kredit yang sudah dijamin dengan agunan seringkali dilakukan *take over*. *Take over* dipilih masyarakat karena dengan berbagai alasan, misalnya prosedur kredit yang sederhana dan waktu yang dibutuhkan juga relatif cepat. Penelitian ini mencoba menganalisis pertanggungjawaban Notaris dalam pembuatan perjanjian *take over* khususnya jika pinjaman/kredit dijamin dengan hak atas tanah. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah normatif, dimana peneliti memperoleh data dari studi pustaka yang kemudian akan diuji dengan asas-asas hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pembuatan akta perjanjian *take over*, pada hakekatnya Notaris memiliki tanggung jawab baik secara moral maupun hukum.

Kata Kunci: Notaris, *Take Over*, Agunan, Pertanggungjawaban

ABSTRACT

Banking has a strategic position as an intermediary institution and support payment system. To guarantee the loan or financing provided by the bank to the debtor or customer, the bank will charge the collateral to the customer. In practice, credit already secured by collateral is often carried out take-over. Take over is chosen by the community because for various reasons, such as simple credit

procedures and the time required is also relatively fast. This research tries to analyze the responsibility of Notary in making takeover agreement specially if loan / credit is secured with right of land. The method used in this research is normative. Where researchers get data from literature studies which will then be tested with legal principles. The result of the research shows that in the making of deed of take over agreement, in essence Notary has responsibility both morally and law.

Key word: Debtor, Collateral, And Accountability

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank adalah perantara antara pihak-pihak yang mempunyai kelebihan dana (*surplus of fund*) dengan pihak-pihak yang kekurangan dan memerlukan dana (*lack of fund*). Oleh karena itu, perbankan akan bergerak dalam kegiatan perkreditan dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan sistem pembangunan (Djumhana, 2000: 1). Salah satu bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang dilakukan pihak perbankan adalah pemberian kredit/pinjaman dengan berbagai nama dan fasilitas. Disatu pihak, bank

sesuai dengan fungsi utamanya dan berdasarkan kenyataan bahwa pemberian kredit atau penempatan dana dalam fasilitas kredit adalah usaha yang paling besar memberikan pendapatan, namun di lain pihak hal itu banyak mengandung resiko (Suwandi, 2006).

Secara etimologis istilah kredit berasal dari bahasa latin, *credere*, yang berarti kepercayaan. Istilah kredit perbankan hampir dipersamakan dengan hutang piutang pada umumnya, meskipun dalam hukum perdata, antara utang dan kredit merupakan dua perbuatan hukum yang berbeda sehingga memiliki konsekuensi yuridis

yang berbeda juga (Harun, 2010:1). Dalam operasional perbankan, terdapat prinsip-prinsip tertentu yang melandasi perkreditan itu sendiri, prinsip-prinsip tersebut antara lain:

1. Prinsip kepercayaan;
2. Prinsip kehati-hatian;
3. Prinsip Sinkronisasi;
4. Prinsip perbandingan antara pinjaman, modal dan aset; dan
5. Prinsip 3 R. Dalam prinsip ini harus memperhatikan juga faktor-faktor sebagai berikut:
 - a. *returns* : harus ada pengembalian/ hasil dari debitur
 - b. *repayment*: ada kemampuan bayar dari debitur
 - c. *risk bearing*: kemampuan menahan resiko dari debitur harus baik (Hasibuan, 2008: 106).

Berdasarkan jangka waktu dan penggunaannya kredit dapat digolongkan menjadi 3 (tiga)

jenis, yaitu:

1. Kredit investasi, yaitu kredit jangka menengah atau panjang yang diberikan kepada debitur untuk membiayai barang-barang modal;
2. Kredit modal kerja, yaitu kredit yang diberikan baik dalam rupiah maupun valuta asing untuk memenuhi modal kerja yang habis dalam satu siklus usaha dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) tahun;
3. Kredit konsumsi, yaitu kredit jangka pendek atau panjang yang diberikan kepada debitur untuk membiayai barang-barang kebutuhan atau konsumsi dalam skala kebutuhan rumah tangga yang perlunasannya dari penghasilan bulanan nasabah debitur yang bersangkutan (Ais, 2011: 60-61).

Apabila debitur berkeinginan agar proposal kredit disetujui oleh perbankan, biasanya permohonan/aplikasi

kredit tersebut dilengkapi dengan melampirkan semua dokumen pendukung yang dipersyaratkan (Taufik, 2011: 47). Selanjutnya, dari *track record* nasabah yang ada, diadakan pengelompokan pengelompokan tertentu yang didasarkan atas kelancaran usaha dan sektor usaha secara lengkap. Pengelompokan tersebut antara lain:

1. Kredit lancar
2. Dalam perhatian khusus
3. Kredit kurang lancar
4. Kredit diragukan
5. Kredit macet (Iskandar, 2008: 184).

Pelaksanaan kredit agar berjalan lancar, atau untuk mengantisipasi sewaktu-waktu jika kredit macet, suatu pinjaman diatur dalam suatu perjanjian/akad kredit. Akad yang dibuat antara bank dengan nasabah dituangkan dalam bentuk akad baku (Usanti, 2013: 47). Perjanjian pemberian kredit di dalamnya terkandung unsur-unsur kepercayaan,

tenggang waktu, *degree of risk*, dan prestasi (Djumhana, 2000: 370-371). Hal ini berarti bahwa terjadi suatu tenggang waktu antara perjanjian pinjam meminjam dibuat dengan saat pengembaliannya. Adanya tenggang waktu tersebut membuat bank menanggung risiko dari kemungkinan debitur tidak mampu mengembalikannya. Akad kredit didasarkan atas perjanjian pinjam meminjam, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1754 KUH Perdata, bahwa pinjam-meminjam ialah perjanjian dengan mana pihak yang satu memberikan kepada pihak yang lain suatu jumlah tertentu barang-barang yang menghabiskan karena pemakaian, dengan syarat bahwa pihak yang belakangan ini akan mengembalikan sejumlah yang sama dari macam dan keadaan yang sama (Suwardi, 2010: 74).

Untuk menjamin pinjaman atau pembiayaan yang

diberikan bank kepada debitur atau nasabah, maka bank akan membebaskan agunan kepada nasabah. Secara teoritis, menurut Vollmar, dalam Pasal 1131 KUHPerdara dijelaskan bahwa segala kebendaan seorang, baik yang bergerak maupun yang tak bergerak, baik yang sudah ada maupun yang baru akan ada dikemudian hari menjadi tanggungan untuk segala perikatannya perseorangan (Sulastri. 2011: 85). Pembebanan jaminan tersebut dilakukan perbankan dalam rangka penerapan suatu prinsip kehati-hatian. Prinsip kehati-hatian wajib dilaksanakan oleh pihak perbankan mengingat uang yang dipinjamkan oleh bank kepada para debitur adalah uang atau dana masyarakat yang disimpan oleh bank (Suwardi, 2010: 75).

Di samping jaminan, bentuk lain dari penerapan prinsip kehati-hatian adalah kewajiban untuk menerapkan

prinsip mengenal nasabah. Setiap orang yang melakukan usaha dengan penyedia jasa keuangan harus menyerahkan identitas diri secara lengkap (Adityananta, 2013). Cepat atau lambat semua industri perbankan Indonesia harus menerapkan prinsip KYC (*Know Your Customer*) ini. Meskipun dari segi operasional perbankan, barangkali bukan pekerjaan yang mudah untuk melaksanakan prinsip KYC (*Know Your Customer*) ini (Erdiansyah, 2012). Terkait *take over*, bank selalu menyarankan agar mengadakan pengalihan hak secara resmi atau dengan alih debitur demi menghindari segala resiko yang dapat saja terjadi dimasa yang akan datang karena lamanya masa angsuran yang akan diteruskan oleh pihak penerima pengalihan hak atau pelimpahan kewajiban angsuran (Soerjopratiknjo, 1984: 18). Di perbankan, proses *take over* di atas harus dilakukan secara

hati-hati. Hal itu agar jangan sampai kredit yang *ditake over* ke debitur baru akan menimbulkan permasalahan dikemudian hari, termasuk kepastian hukum mengenai dapat atau tidaknya jaminan untuk dieksekusi apabila nantinya mengalami macet. Untuk itu, pihak perbankan biasanya mengharuskan nasabah untuk melakukan perjanjian di hadapan notaris dalam pembuatan perjanjian *take over*, termasuk untuk mengikat jaminan.

1. Perjanjian *take over* atau peralihan kredit identik dengan peristiwa subrogasi sesuai Pasal 1400 KUH Perdata. Pasal tersebut mengatur bahwa subrogasi adalah perpindahan hak kreditor kepada seorang pihak ketiga yang membayar kepada kreditor, dapat terjadi karena persetujuan atau karena undang-undang. Peristiwa yang terjadi pada peralihan kredit memenuhi

unsur-unsur yang terdapat dalam subrogasi.

(Suharnoko, 2005: 1).

Unsur-unsur yang terdapat dalam subrogasi adalah:

a. Penggantian hak kreditor oleh pihak ketiga;

b. Adanya pembayaran yang dilakukan pihak ketiga terhadap kreditor; dan

c. Terjadi baik karena perjanjian atau undang-undang (Satrio, 1999: 50).

Tan Thong Kie menjelaskan bahwa para pihak dalam subrogasi ada 3 yaitu kreditor awal, debitur dan pihak ketiga.

Pihak ketiga dalam subrogasi ini bisa siapa saja, selama ada pihak lain yang membayar hutang atau kredit kepada kreditor dan

memposisikan dirinya untuk menjadi kreditor baru maka ia disebut pihak ketiga (Kie, 2007: 683-687). Terdapat 2 (dua) cara terjadinya

subrogasi, yaitu (Satrio, 1999: 65):

- 1) Terjadi karena persetujuan yang dapat berasal dari inisiatif kreditur maupun debitur;
- 2) Terjadi karena undang-undang. Subrogasi ini diatur dalam Pasal 1402KUHPerdara yang menyatakan bahwasubrogasi terjadi pada saat seorang kreditur yang melunasi hutang seorang debitur kepada seorang kreditur lain yang berdasarkan hak istimewa atau hipotiknya mempunyai hak yang lebih tinggi daripada kreditur pertama.

2. Kewenangan Notaris

Menurut Emma Nurita, Jabatan Notaris merupakan suatu jabatan yang sangat mulia, mengingat peranan Notaris sangat penting bagi

lalulintas kehidupan masyarakat, maka perilaku dan perbuatan Notaris dalam menjalankan jabatan profesinya haruslah sesuai dengan kode etik seorang Notaris (Sundah, 2014: 36).

Lembaga Notaris masuk di Indonesia pada permulaan abad ke-17. Pada tahun 1860, pemerintah Hindia Belanda menganggap perlu untuk membuat peraturan yang baru bagi jabatan Notaris di *Nederland Indie* untuk disesuaikan dengan peraturan jabatan Notaris yang berlaku di Belanda. Setelah Indonesia merdeka, keberadaan lembaga Notaris di Indonesia tetap diakui berdasarkan Pasal II Aturan Peralihan UUD 1945 (Adjie, 2008: 3). Saat ini peraturan yang berlaku adalah Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang

Nomor 2 Tahun 2014 (UU Jabatan Notaris).

Produk notaris adalah akta otentik. Dalam Pasal 1868 KUHPer dinyatakan bahwa suatu akta otentik ialah akta yang dibuat dalam bentuk yang telah ditentukan oleh undang-undang, dibuat oleh atau di hadapan pejabat umum yang berkuasa untuk itu di tempat dimana akta itu dibuat. Akta Notaris yang dibuat oleh pejabat umum disebut akta pejabat / akta relaas (*ambtelijke acte*), merupakan akta Notaris yang hanya memuat apa yang dialami, didengar dan disaksikan oleh Notaris sebagai pejabat umum (Mulyoto, 2010: 43).

Kewenangan notaris sebagai pejabat umum untuk membuat akta otentik diatur dalam Pasal 15 UU Jabatan Notaris , yakni:

(1) Notaris berwenang membuat Akta autentik mengenai semua perbuatan,

perjanjian, dan penetapan yang diharuskan oleh peraturan perundang-undangan dan/atau yang dikehendaki oleh yang berkepentingan untuk dinyatakan dalam Akta *autentik*, menjamin kepastian tanggal pembuatan Akta, menyimpan Akta, memberikan *grosse*, salinan dan kutipan Akta, semuanya itu sepanjang pembuatan Akta itu tidak juga ditugaskan atau dikecualikan kepada pejabat lain atau orang lain yang ditetapkan oleh undang-undang.

3. Hak Atas Tanah

Pengertian”penguasaan” dan”menguasai” dalam Pasal 33 ayat (3) UUD 45 dan Pasal 2 UUPA dipakai dalam aspek publik. Selanjutnya berdasarkan Pasal 2 UUPA ayat (2) ditentukan bahwa hak menguasai dari Negara tersebut memberi wewenang kepada Negara untuk :

a. Mengatur dan

menyelenggarakan peruntukan, penggunaan, persediaan, pemeliharaan bumi, air, dan ruang angkasa tersebut.

b. Menentukan dan mengatur hubungan-hubungan hukum antara orang-orang dengan bumi, air dan ruang angkasa.

c. Menentukan dan mengatur hubungan-hubungan hukum antara orang-orang dan perbuatan-perbuatan hukum yang mengenai bumi, air, dan ruang angkasa.

Berkaitan dengan hak atas tanah diatur dalam Bab I UUPA dimana di dalamnya mengatur tentang pendaftaran tanah, air, dan ruang angkasa. Hak-hak atas tanah tersebut diatur di dalam Pasal 16 UUPA ayat (1) yang terdiri dari:

1. Hak milik
2. Hak guna usaha
3. Hak guna bangunan
4. Hak pakai

5. Hak sewa

6. Hak-hak lain yang diatur di dalam perundang-undangan lain:

- a. Hak pengelolaan
- b. Hak menguasai hutan

Dengan demikian tanah yang terdapat hak-hak atas tanah tersebut dapat dimiliki dan dipunyai oleh orang, badan hukum atau beberapa orang bersama-sama, tetapi tentunya dengan batasan-batasan yang telah diatur oleh peraturan pemerintah dan tidak semata-mata untuk kepentingan pribadi karena “*semua tanah mempunyai fungsi sosial*”. Tanah yang semakin langka dapat dipergunakan seefisien mungkin sehingga sesuai tujuan UUPA menunjang terbentuknya sesuatu masyarakat adil dan makmur (Soetiknjo, 1990: 53). Berdasarkan latar belakang di atas, kami tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dalam sebuah penelitian yang berjudul “Tanggung Jawab Notaris Dalam Pembuatan Perjanjian

Take Over Dengan Jaminan Hak Atas Tanah di Kota Batam”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti diantaranya:

1. Bagaimana tanggung jawab Notaris dalam pembuatan perjanjian *take over* dengan jaminan hak atas tanah di Kota Batam?
2. Tindakan-tindakan apa yang dilakukan Notaris agar perjanjian *take over* dengan jaminan hak atas tanah dapat menjamin rasa aman bagi para pihak.

II. METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan yuridis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data data sekunder.

III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tanggung Jawab Notaris Dalam Pembuatan Perjanjian *Take Over* Dengan Jaminan Hak Atas Tanah Di Kota Batam

Pengaturan mengenai hak atas tanah di Kota Batam berbeda apabila dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia. Mayoritas, masyarakat di Kota Batam menguasai rumah mereka dengan alas hak berupa Hak Guna Bangunan (HGB). Hal ini barangkali merupakan kebijakan pemerintah pusat yang memberikan kewenangan kepada Otorita Batam (saat ini bernama Badan pengusaha/BP Batam) bahwa seluruh tanah di Kota Batam diberikan kepada Otorita Batam dengan hak pengelolaan.

Kewenangan Otorita Batam melalui Hak Pengelolaan di atas berdasarkan Keppres Nomor 41 Tahun 1973 tentang Kedudukan Pulau Batam

sebagai daerah industri. Pasal 6 ayat (2) menyebutkan bahwa hal-hal yang bersangkutan dengan pengurusan tanah di dalam wilayah daerah industri Pulau Batam dalam rangka ketentuan tersebut diatur lebih lanjut oleh Menteri Dalam Negeri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dibidang agraria dengan ketentuan seluruh area tanah yang terletak di Pulau Batam diserahkan dengan Hak Pengelolaan kepada Ketua Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam.

Ketentuan tersebut memberikan kewenangan kepada Pihak Ketua Otorita Pengembangan Daerah Industri Pulau Batam untuk :

1. Merencanakan peruntukan dan penggunaan tanah tersebut;
2. Menggunakan tanah tersebut untuk keperluan pelaksanaan tugasnya;
3. Menyerahkan bagian-bagian dari tanah tersebut kepada

pihak ketiga dengan Hak Guna Bangunan atau Hak Pakai. (HGB berlaku selama 30 tahun dan dapat diperpanjang 20 tahun kemudian dapat diperbaharui 30 tahun lagi dan seterusnya sedangkan Hak Pakai berlaku selama 10 tahun dan dapat diperpanjang setiap 10 tahun sejauh yang bersangkutan masih menggunakan tanah tersebut sesuai dengan peruntukannya);

4. Menerima uang pemasukan dan uang wajib tahunan (UangWajibTahunan Otorita Batam “UWTO”). Tanah misalnya berstatus Hak Guna Bangunan yang akan dijaminakan di suatu bank harus dipastikan terlebih dahulu terkait jangka waktunya. Untuk tanah yang akan berakhir jangka waktunya, maka diharuskan terlebih dahulu melakukan perpanjangan hak atas tanah dengancaramengurus

perpanjangan ke Otoritas Batam (sekarang BP Batam). Dalam hal ini Notaris harus memastikan bahwa jangka waktu hak tersebut tidak akan berakhir sebelum berakhirnya perjanjian kredit. Bentuk kehati-hatian ini termasuk jika Notaris atau Pejabat Pembuatan Tanah (PPAT) akan membuat perjanjian *take over*.

Perjanjian *take over* merupakan salah satu bentuk perjanjian yang dibolehkan dalam ilmu hukum, sepanjang tidak melanggar peraturan perundang-undangan dan asas-asas dalam hukum perjanjian. Perjanjian *take over* ini dapat dilakukan di hadapan Notaris (*notariil*) maupun di bawah tangan (tanpa melalui perantara Notaris). Oleh karena itu, perjanjian yang dibuat di hadapan Notaris tersebut merupakan pilihan para pihak (kreditur, debitur awal dan debitur pengganti), akan tetapi

dalam prakteknya, pihak perbankan lebih memilih perjanjian *take over* dilakukan di hadapan Notaris. Hal ini untuk lebih menjamin kepastian dan rasa aman bagi para pihak. Apabila para pihak memilih menggunakan perjanjian *take over* melalui Notaris, maka muncul persoalan mengenai bagaimana tanggung jawab notaris terhadap perjanjian *take over* yang dibuatnya.

Apabila para pihak memilih melakukan perjanjian *take over* tersebut di hadapan Notaris (Notariil), maka perjanjian itu disebut sebagai akta otentik. Dalam Pasal 1868 KUHPerdara ditentukan bahwa “Akta otentik adalah akta yang dibuat dan diresmikan dalam bentuk menurut hukum, oleh atau dihadapan pejabat-pejabat umum, yang berwenang berbuat demikian, dimana akta itu dibuat”. Notaris diwajibkan untuk melakukan semua prosesi pembuatan akta perjanjian *take over* berdasarkan peraturan

perundang-undangan yang berlaku. Ini dilakukan agar akta Notariil tersebut memiliki kekuatan pembuktian sempurna. Di samping itu, Notaris perlu juga memperhatikan kode etik yang berlaku khusus bagi Notaris sebagai pejabat umum.

Untuk mengetahui kaitan pejabat umum dan akta otentik dalam pembuatan akta perjanjian *take over*, terdapat ketentuan Pasal 1 Peraturan Jabatan Notaris yang menentukan mengenai siapa yang dimaksud dengan notaris, yaitu sebagai berikut: “Notaris adalah pejabat umum (*oopenbaar ambtenaar*) yang satu-satunya berwenang untuk membuat akta-akta tentang segala tindakan, perjanjian dan keputusan-keputusan yang oleh perundang-undangan umum diwajibkan, atau para yang bersangkutan supaya dinyatakan dalam suatu surat otentik, menetapkan tanggalnya, menyimpan

aktanya dan memberikan *grosse* (salinan sah), salinan dan kutipannya, semuanya itu sepanjang pembuatan akta-akta itu tidak juga diwajibkan kepada pejabat atau khusus menjadi kewajibannya.”

Berdasarkan ketentuan di atas, ditegaskan bahwa notaris adalah Pejabat Umum, yang diangkat dan diberhentikan oleh pemerintah dan diberi wewenang dan kewajiban untuk melayani masyarakat. Dalam hal ini, Notaris adalah pejabat umum yang diberi wewenang untuk membuat akta otentik. Keberadaan notaris selaku pejabat umum ini tidak hanya sekedar untuk melayani masyarakat yang membutuhkan jasanya tetapi juga atas perintah undang-undang. Salah satu profesi di bidang hukum, Notaris merupakan pekerjaan dengan keahlian khusus. Jabatan ini menuntut pengetahuan luas serta tanggung jawab dalam melayani kepentingan umum

dalam setiap pekerjaannya. Oleh karena itu, dalam setiap akta yang dibuatnya, Notaris perlu memperhatikan dan menjalankan setiap prosedur pembuatan akta sesuai perundang-undangan yang berlaku, termasuk mematuhi kode etik notaris.

Terkait dengan pembuatan akta *take over* dengan jaminan hak atas tanah, tanggung jawab notaris berlaku juga khususnya dalam hal pembuktian akta apabila terjadi kekhilafan atau kesalahan sehingga akta yang dibuatnya kehilangan otentitasnya. Berdasarkan tinjauan ilmu hukum, tanggung jawab dalam hukum mempunyai dua dimensi, yaitu tanggung jawab dalam perspektif moral dan tanggung jawab hukum. Notaris memiliki kewajiban melaksanakan tugas dan kewajiban sebaik-baiknya agar tujuan pembuatan akta ini tercapai dan berlaku sebagai akta yang otentik. Hal ini

merupakan bentuk pertanggungjawaban Notaris dalam perspektif moral (Soegianto, 2003: 51). Lumban Tobing menyatakan bahwa notaris bertanggung jawab atas akta yang dibuatnya, apabila terdapat alasan sebagai berikut:

1. Di dalam hal-hal yang secara tegas ditentukan oleh Peraturan Jabatan Notaris (sekarang UU Jabatan Notaris).
2. Apabila suatu akta karena tidak memenuhi syarat-syarat mengenai bentuknya (*gebrek in de vorm*), dibatalkan di muka pengadilan atau dianggap hanya berlaku sebagai akta yang dibuat di bawah tangan.
3. Dengan segala hal, dimana menurut ketentuan-ketentuan dalam Pasal 1365 s/d Pasal 1367 KUH Perdata terdapat kewajiban untuk membayar ganti kerugian, artinya semua hal-hal tersebut harus dilalui pembuktian seimbang.

Menurut Undang-Undang Jabatan Notaris, untuk menentukan pertanggungjawaban notaris, dalam hal Notaris tidak memenuhi syarat-syarat formil mengenai akta yang dibuatnya, maka akta yang dibuatnya akan kehilangan kekuatan otentitasnya. Hal ini dapat dikualifikasi sebagai penipuan atau muslihat baik yang dilakukan oleh notaris sendiri maupun karena kerjasama dengan pihak yang berkepentingan sehingga akta yang dibuat bertentangan dengan undang-undang kesusilaan atau ketertiban umum. Oleh karena itu, Notaris dapat digugat ganti kerugian, tidak saja oleh pihak atau pihak-pihak yang berkepentingan tetapi juga oleh pihak ketiga, (Soegondo, 1982: 228). Terkait dengan pembuatan akta *take over*, maka perbuatan melawan hukum yang dilakukan para penghadap juga tidak dapat dinisbatkan

kepada notaris.

Secara singkat, berikut akan dibahas mengenai dua aspek penting perihal tanggung jawab hukum notaris, yaitu:

1. Dalam Bidang Hukum Pidana

Hukum pidana merupakan seperangkat ketentuan sebagai bagian dari hukum publik yang mengutamakan tekanan pada kepentingan umum/masyarakat. Dalam ilmu hukum pidana, untuk menentukan adanya suatu pertanggungjawaban, maka harus dipenuhi 3 (tiga) syarat, yaitu:

- a. harus ada suatu perbuatan yang dapat dihukum yang unsur-unsurnya secara tegas dirumuskan undang-undang.
- b. perbuatan tersebut harus bertentangan dengan hukum.
- c. harus ada kesalahan pada si pelaku (*wederrechtelyk*).

- d. kesalahan/kelalaian (*schuld*) dalam pengertian pidana meliputi unsur-unsur:
- 1) apabila perbuatan tersebut bertentangan dengan hukum (*wederrechtelyk*),
 - 2) akibat dari perbuatan tersebut dapat dibayangkan/ada penduga-duga (*voorziebaarheid*),
 - 3) Akibat itu sebenarnya dapat dihindarkan/ada penghati-hati (*vermijdbaarheid*).
- Suatu perbuatan atau delik pidana juga dapat dikualifikasikan dalam dua bentuk yaitu:
- a. Yang dilakukan dengan sengaja (*opzettelijk, intentional*), misalnya Pasal 23, Pasal 415, Pasal 416, Pasal 417, Pasal 264 ayat (1) KUHP.
 - b. Yang timbul karena kelalaian (*bersoepsfout, negligence*). Misalnya Pasal 266 KUHP yang mengatur tentang pemalsuan surat. Menurut paham lama, suatu akta otentik harus menyatakan hal bahwa para pihak telah memberikan keterangan-keterangan dan bukan menyatakan kebenaran tentang hal itu (HR 24 Desember 1894 W-6606). Menurut paham baru suatu akta otentik yang dibuat oleh notaris gunanya adalah bukan semata-mata untuk membuktikan bahwa para pihak telah memberikan keterangan tertentu di depan notaris, melainkan juga bahwa para pihak itu telah mengadakan perjanjian sesuai ketentuan Pasal 1458 KUHPer, (misalnya dalam jual beli, akta tersebut juga

membuktikan besarnya nilai jual beli), jadi termasuk pula kebenaran dari keterangan yang telah diberikan (HR. 21 Desember 1921. N.J.1922: 273).

2. Dalam Bidang Hukum Perdata:

Gugatan dalam proses perdata biasanya menyangkut gugatan mengenai tuntutan ganti rugi. Dasar untuk pertanggungjawaban profesi Notaris di bidang hukum perdata adalah:

- a. wanprestasi, misalnya notaris tidak memenuhi kewajibannya yang timbul dari adanya suatu perjanjian.
- b. perbuatan melanggar hukum (*onrechsmatige daad*), misalnya notaris telah berbuat melawan hukum karena tindakannya bertentangan dengan asas kepatutan,

ketelitian serta sikap hati-hati yang diharapkan darinya dalam pergaulan dengan sesama warga masyarakat.

Terkait dengan pertanggungjawaban Notaris dalam pembuatan perjanjian *take over*, ketentuan yang biasanya berlaku adalah Pasal 1365 KUH Perdata, mengenai ketentuan perbuatan melanggar hukum. Untuk dapat mengajukan gugatan berdasarkan perbuatan melanggar hukum harus dipenuhi empat syarat seperti yang ditentukan dalam Pasal 1365 KUH Perdata, yaitu:

1. Klien harus mengalami suatu kerugian,
2. Adanya kesalahan atau kelalaian,
3. Ada hubungan kausal antara kerugian dan kesalahan,
4. Perbuatan itu melanggar hukum.

Sebagian pakar hukum yang lain mengatakan bahwa atas

pelanggaran yang dilakukannya, notaris tidak dapat digugat berdasarkan *wanprestasi* melainkan berdasarkan perbuatan melanggar hukum, alasannya pada akta yang dibuat dihadapannya, notaris bukan salah satu atau pihak yang terkait dalam akta yang dibuat itu. Hal tersebut, mengingat akta yang dibuat dihadapan notaris merupakan akta pihak-pihak yang datang menghadap. Sehingga hubungan hukum antara notaris dengan klien bukan hubungan hukum yang terjadi karena adanya sesuatu yang diperjanjikan sebagaimana biasa dilakukan oleh para pihak dalam membuat suatu perjanjian. Meskipun demikian, dalam praktek, seringkali terjadi bahwa akta yang dibuat dihadapan Notaris kemudian isinya dipersengketakan oleh para pihak di muka pengadilan. Dalam hal ini, tidak jarang Notaris diposisikan pada posisi yang tidak menguntungkan,

bahkan dianggap sebagai pihak.

Oleh sebab itu agar melindungi kepentingan Notaris yang bersangkutan, Notaris harus lebih berhati-hati dalam setiap melakukan kewenangannya. Undang-Undang Jabatan Notaris menentukan bahwa apabila notaris melakukan kesalahan atau kelalaian dalam menjalankan tugas jabatannya, maka terhadap akta yang dibuat tersebut dapat batal demi hukum atau dapat dimintakan pembatalannya. Berdasarkan ketentuan Pasal 84 dan Pasal 85 UUJN, Notaris dapat dikenakan sanksi perdata dan sanksi administratif).

1. Tindakan Yang Dilakukan Notaris Agar Perjanjian *Take Over* Dengan Jaminan Hak Atas Tanah Dapat Menjamin Rasa Aman Bagi Para Pihak Secara umum, mekanisme peralihan kredit atau *take over* dengan jamina hak atas tanah dalam perbankan adalah dimulaidari

permohonan kredit oleh debitur. Setelah itu, debitur menyerahkan semua kelengkapan data dan syarat-syarat pengajuan kredit, dilanjutkan dengan dilakukannya *survei* oleh *Credit Officer*. Apabila oleh *Credit Officer*, dianggap telah memenuhi syarat maka dilanjutkan dengan pembuatan proposal kredit yang akan diajukan kepada komite kredit. Apabila proposal kredit/pembiayaan tersebut disetujui oleh komite kredit maka dilanjutkan dengan penandatanganan akad kredit dan pengikatan jaminan yang wajib dihadiri oleh pihak bank, debitur dan pasangan.

Setelah melakukan pengikatan jaminan, maka debitur dengan didampingi marketing atau perwakilan bank menuju ke kreditur awal untuk melakukan pelunasan terlebih dahulu. Apabila pelunasan telah dilakukan, maka wajib meminta

slip tanda pelunasan serta asli bukti kepemilikan jaminan untuk selanjutnya dapat dibebani Hak Tanggungan dengan terlebih dahulu dilakukan roya (pencoretan hak) atas nama kreditur awal.

Dengan mekanisme seperti ini, maka Notaris melakukan penandatanganan akta akad pembiayaan dan akta pengikatan jaminan SKMHT sebelum surat roya dipastikan terbit pada hari itu juga. Apabila Notaris menggunakan SKMHT sebelum tanggal surat roya dipastikan terbit pada hari yang sama, terjadi pembebanan ulang Hak Tanggungan. Padahal, pada saat pembuatan SKMHT dan Akta Pembebanan Hak Tanggungan, harus sudah ada keyakinan pada Notaris atau PPAT yang bersangkutan bahwa pemberi Hak Tanggungan mempunyai kewenangan untuk melakukan perbuatan hukum terhadap obyek Hak Tanggungan yang dibebankan, walaupun

kepastian mengenai dimilikinya kewenangan tersebut baru dipersyaratkan pada saat pemberian Hak Tanggungan itu didaftar (Sjahdeini, 1999: 217).

Melihat konstruksi demikian, sesungguhnya pemberi Hak Tanggungan belum mempunyai kewenangan untuk menguasai pembebanan Hak Tanggungan yang baru. Hal ini karena Pasal 11 ayat (2) butir g Undang-Undang Hak Tanggungan Nomor 4 Tahun 1996 menyebutkan bahwa dalam Akta Pemberian Hak Tanggungan terdapat janji-janji antara lain yaitu janji bahwa pemberi Hak Tanggungan tidak akan melepaskan haknya atas objek Hak Tanggungan tanpa persetujuan tertulis lebih dahulu dari Pemegang Hak Tanggungan (dalam hal ini bank), yang mana bukti tertulis tersebut berupa surat bukti pelunasan hutang dan surat roya. Dilihat dari segi kewenangan, sebagai salah satu

syarat sahnya perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPerdara, pemberi Hak Tanggungan belumlah sah untuk menguasai pembebanan Hak Tanggungan yang baru tanpa adanya surat bukti pelunasan atau surat roya dari pemegang Hak Tanggungan, sehingga akta yang dibuat oleh Notaris dapat dipertanyakan keabsahannya.

Akibat dari perbuatan yang dilakukan di atas terhadap akta SKMHT yang dibuat oleh Notaris dapat dibatalkan karena menyalahi salah satu syarat sahnya perjanjian yaitu syarat subjektif mengenai kewenangan dari para pihaknya. Sesuai Pasal 1320 KUHPerdara bahwa syarat sahnya suatu perjanjian yaitu:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya (sepakat).
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan (kewenangan).
3. Suatu hal tertentu (jelas obyeknya).

4. Suatu sebab yang halal. (tidak bertentangan dengan UU, kesusilaan, dan ketertiban umum).

Syarat pertama dan kedua merupakan syarat subjektif, karena mengenai orang-orang atau subjek yang mengadakan perjanjian, jika syarat subjektif ini dilanggar mengakibatkan akta dapat dibatalkan. Untuk syarat ketiga dan keempat merupakan syarat objektif, karena mengenai isi perjanjian dan jika syarat objektif dilanggar maka akta batal demi hukum (Adjie, 2011: 131).

Apabila surat roya tidak keluar pada hari yang sama dengan penandatanganan akad pembiayaan dan SKMHT, maka akan timbul pertanyaan mengenai bagaimana nilai pembuktian dari akta akad pembiayaan dan SKMHT yang dibuat oleh Notaris tersebut? Terlebih lagi apabila akta tersebut telah diberi tanggal dan nomor untuk kemudian diregister ke dalam buku

repertorium Notaris padahal isi yang tercantum didalamnya mengenai pembuktian formal dari akta tersebut belum mengakomodir kenyataan yang ada. Penandatanganan akta akad pembiayaan dan akta pengikatan jaminan seharusnya dilakukan setelah pelunasan, dan setelah surat roya beserta asli sertipikat jaminan keluar sehingga syarat formil dari pembuktian suatu akta seperti hari, tanggal, dan waktunya dapat terpenuhi.

Oleh karena itu, peranan Notaris dalam mewujudkan prinsip kehati-hatian demi perlindungan dan kepastian hukum terhadap para pihak yang terkait di dalam suatu akta sangatlah penting. Ini perlu mendapat perhatian agar tidak terjadi masalah di kemudian hari yang dapat merugikan salah satu atau para pihak dalam akta tersebut, termasuk merugikan diri Notaris sendiri. Di lapangan, sering terjadi bahwa karena posisi Notaris

yang merasa tidak enak dengan pihak perbankan, maka meskipun syarat-syarat pengikatan jaminan belum memadai, tetap dilakukan pengikatan Notariil. Beberapa Notaris melakukan pengikatan tersebut. Akan tetapi, Notaris sebagai Pejabat Umum tidak boleh tidak, harus mengedepankan prinsip kehati-hatian dan menjadikan prinsip kehati-hatian ini menjadi prinsip yang utama demi terjaminnya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak dalam akta yang dibuatnya dan juga demi perlindungan hukum bagi dirinya sendiri. Halnya jabatan/profesi lainnya, notaris dalam bekerja harus memiliki standar dalam menjalankan setiap kewenangannya. Oleh karena itu, Notaris memiliki kewajiban untuk bersikap profesional. Pasal 16 huruf a UUJN Nomor 30 Tahun 2004 menentukan bahwa Notaris diwajibkan bertindak jujur,

saksama, mandiri tidak berpihak dan menjaga kepentingan para pihak yang terkait dalam perbuatan hukum.

Notaris harus senantiasa bertindak amanah, jujur, saksama, mandiri, tidak berpihak, dan menjaga kepentingan pihak yang terkait.

Apa yang dimaksud dengan bertindak amanah, jujur, saksama, mandiri, tidak berpihak, dan menjaga kepentingan pihak yang terkait dalam perbuatan hukum?

Profesi notaris seperti halnya profesi hukum yang lain, memiliki rumusan kode etik sendiri agar terciptanya suatu keserasian nilai-nilai kaidah dan perilaku. Kode etik ini harus dilaksanakan oleh semua Notaris agar tindakannya selalu sesuai dengan etika profesi. Untuk menjamin kewenangan Notaris dijalankan secara profesional, maka organisasi Notaris (Ikatan Notaris Indonesia) memiliki kode etik Notaris sebagai panduan bagi

setiap Notaris di seluruh Indonesia. Kode etik pada Pasal 1 angka 2 dimaknai sebagai seluruh kaidah moral yang ditentukan oleh perkumpulan Ikatan Notaris Indonesia yang selanjutnya disebut “perkumpulan” berdasarkan keputusan Kongres Perkumpulan dan/atau yang ditentukan oleh dan diatur dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang hal itu dan yang berlaku bagi serta wajib ditaati oleh setiap dan semua anggota perkumpulan dan semua orang yang menjalankan tugas jabatan sebagai notaris, termasuk di dalamnya para Pejabat Sementara Notaris, Notaris Pengganti dan Notaris Pengganti Khusus.”

IV. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian tersebut di atas, maka dapat ditarik kesimpulan terhadap

permasalahan yang dibahas antara lain sebagai berikut:

1. Dalam pembuatan akta perjanjian *take over*, pada hakekatnya Notaris memiliki tanggung jawab baik secara moral maupun hukum. Tanggung jawab moral meliputi antar lain meliputi kewajiban Notaris untuk melaksanakan tugas dan kewajiban sebaik-baiknya agar tujuan pembuatan akta ini tercapai dan berlaku sebagai akta yang otentik. Tanggung jawab hukum meliputi tanggung jawab di bidang hukum perdata maupun pidana. Tanggung jawab dibidang hukum perdata terkait dengan potensi digugatnya Notaris atas akta perjanjian *take over* yang ia buat. Gugatan dari klien dapat berupa gugatan wanprestasi maupun gugatan perbuatan melawan hukum (*onrechtmatigedaad*). Tanggung jawab dibidang hukum pidana meliputi

potensi delik pidana yang mungkin dilakukan Notaris baik yang dilakukan dengan sengaja (*opzettelijk, intentional*), misalnya Pasal 23 KUHP, Pasal 415, Pasal 416, Pasal 417 KUHP, Pasal 264 ayat (1) KUHP, maupun yang timbul karena kelalaian (*bersoepsfout, negligence*), seperti pelanggaran Pasal 266 KUHP yang mengatur tentang pemalsuan surat. Akan tetapi, yang harus diperhatikan bahwa Notaris tidak bertanggung jawab atas perbuatan-perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh para pihak yang menghadap Notaris yang bersangkutan.

2. Agar setiap akta khususnya yang terkait dengan perjanjian *take over* dengan jaminan hak atas tanah dapat menjamin rasa aman bagi para pihak, maka Notaris wajib untuk melaksanakan berbagai peraturan perundang-undangan yang

belaku. Notaris wajib memahami dan melaksanakan ketentuan Undang-undang Nomor 30 Tahun 2004 sebagaimana telah diubah dengan Nomor 2 Tahun 2014 tentang Jabatan Notaris serta Kode Etik Notaris yang dibuat oleh perkumpulan (Ikatan Notaris Indonesia). Ketentuan tersebut mewajibkan Notaris agar bertindak jujur, saksama, mandiri tidak berpihak dan menjaga kepentingan para pihak yang terkait dalam perbuatan hukum. Notaris juga harus senantiasa bertindak amanah, jujur, saksama, mandiri, tidak berpihak, dan menjaga kepentingan pihak yang terkait. Di samping itu, Notaris wajib merahasiakan isi akta dan keterangan yang diperoleh dalam pembuatan akta Notaris, kecuali diperintahkan oleh undang-undang bahwa Notaris tidak

wajib merahasiakan dan memberikan keterangan yang diperlukan yang berkaitan dengan akta tersebut. Notaris juga harus memegang teguh prinsip kehati-hatian, oleh sebab pertanggungjawaban seorang Notaris terhadap akta yang dibuatnya adalah seumur hidup.

4.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari kesimpulan terhadap permasalahan yang dibahas antara lain sebagai berikut:

1. Dalam pembuatan akta perjanjian *take over*, pada hakekatnya Notaris memiliki tanggung jawab baik secara moral maupun hukum, tetapi tanggung jawab yang telah diberikan Negara jangan sampai disalahgunakan. Apabila klien salah notaris wajib memberikan solusi agar perbuatan yang salah tersebut tidak terlaksana

karena tanggungjawab notaris sekarang tidak hanya sebagai saksi, tetapi notaris dapat dilibatkan apabila notarisnya juga ikut serta melakukan pelanggaran hukum atau kejahatan hukum.

2. Agar setiap akta khususnya yang terkait dengan perjanjian *take over* dengan jaminan hak atas tanah dapat menjamin rasa aman bagi para pihak, maka notaris harus banyak memahami aturan yang berlaku, sehingga sebelum masyarakat membuat akta kepada notaris maka notaris dapat memberikan saran sesuai dengan bidang keilmuannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku, Jurnal Dan Makalah

Adityananta, Samuel. 2013. *Perlindungan Hukum Pada Nasabah Bank Atas*

- Sebagian Dana Yang Hilang Akibat Kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Yang Tertelan Dalam Mesin ATM Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.* Jurnal Calyptra. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Volume 2. Nomor 2.
- Adjie. Habib. 2008, *Hukum Notaris Indonesia (Tafsir Tematik Terhadap Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 tentang Jabatan Notaris).* Bandung, Refika Aditama.
- Ais, Chatamarrasjid. 2011. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia.* Kencana. Jakarta.
- Asmawati. 2015. *Analisis Yuridis Penyalahgunaan Kartu Kredit Terhadap Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli.* Vol 6, No 1: Jurnal Ilmu Hukum, Februari Universitas Jambi.
- Djumhana, Muhammad. 2000. *Hukum Perbankan di Indonesia.* Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Erdiansyah. 2012. *Penerapan Prinsip Mengenal Nasabah Sebagai Bentuk Peranan Bank Dalam Mengantisipasi Tindak Pidana Pencucian Uang (Money Laundering) Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Pekanbaru.* Jurnal Ilmu Hukum UNRI Volume 3 Nomor. 1. Pekanbaru.
- Harun, Badriyah. 2010. *Penyelesaian Sengketa Kredit Bermasalah, Solusi Hukum (Legal Action) dan Alternatif Penyelesaian Segala Jenis Kredit Bermasalah.* Penerbit Pustaka Yustisia. Yogyakarta.
- Hasibuan, Malayu. 2008. *Dasar-dasar Perbankan.*

- Bumi Aksara.Jakarta. *Perbankan,Penerbit Alumni, Bandung.*
- Kie, Tan Thong. 2007. *Studi Notariat dan serba-serbi Praktek Notaris.* PT Ichtiar Bari Van Hoeve. Jakarta. Sjaifurrachman, Habib Adjie, 2011, *Aspek PertanggungjawabanNot aris dalam PembuatanAkta,Mandar Maju, Bandung.*
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* PT Remaja Rosdakarya. Bandung. Soegianto, 2003 *Tanggung Jawab Pendiri dan Notaris dalam Kaitannya Dengan Penyetoran Modal Untuk Pembuatan Akta Pendirian Perseroan,* Tesis : Universitas Diponegoro Semarang Terbatas.
- Mulyoto. 2010. *Kriminalisasi Notaris Dalam Pembuatan Akta Perseroan Terbatas.* Yogyakarta. Cakrawala. Soerjopratikno, Hartono. 1984. *Hutang Piutang Perjanjian-perjanjian Pembayaran dan Jaminan Hypotik.* Yogyakarta. Seksi Notariat Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Notodisoejo, R. Soegondo, 1982 *Hukum Notariat Di Indonesia, suatu penjelasan,* Jakarta: CV. Rajawali. Satrio, J. 1999. *Cessie, Subrogatie, Novatie, kompensatie dan Percampuran Hutang.* Alumni. Bandung.
- Sjahdeini,Remy, 1999, *Hak Tanggungan Asas-asas Ketentuan-ketentuan Pokok danMasalah yang Dihadapi oleh* Sulastri, Sri. 2011. *Akibat Hukum Terhadap Perjanjian Hutang Menurut KUH Perdata.* Jurnal Yustitia.

- Universitas Madura. *Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah. Perspektif.* Volume 11, No.1 Mei 2011. Volume XVIII Nomor 1 Tahun 2013 Edisi Januari.
- Sundah, Pingkan. 2014. *Tinjauan Yuridis Terhadap Tidak Dilaksanakannya Kewajiban Jabatan Notaris Menurut Undang-undang No. 2 Tahun 2014.* Jurnal Lex et Societatis. Vol. II/No. 4/Mei/2014. Witasari, Aryani. 2012. *MPD Bukan Advokat Para Notaris Berdasarkan Undang-Undang No.30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris.* Jurnal Hukum. Vol XXVIII, No. 2, Desember 2012.
- Suwandi, Gunarto. 2006. *Resiko Dalam Pemberian Kredit Perbankan.* Jurnal Hukum Projustitia. Januari 2006, Volume 24 No. 1. Zizaldy, Muhammad, 2015. *Pelaksanaan Take Over Pembiayaan di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Medan.* Premise Law. Vol 12. USU. Medan.
- Suwardi, Raga Taufani. 2010. *Tanggung Jawab Bank Akibat Kerugian Diderita Oleh Nasabah.* Jurnal Hukum. Vol. XVIII, Nomor 18, April 2010. **Peraturan Perundang-Undangan** Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (BW).
- Taufik, Ady Imam. 2011. *Agar KPR Langsung Disetujui Bank.* MedPress. Yogyakarta.
- Usanti, Trisadini Prasastinah. 2013. *Akad Baku Pada*

**EFEKTIVITAS UNDANG-UNDANG NOMOR 15 TAHUN 2001
TENTANG MEREK TERHADAP DAFTAR MEREK USAHA
DAGANG INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH**

Ukas¹, Irene Svinarky¹, Padrisan Jamba¹

¹Dosen Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera
Batam, Jl Letjen R. Soeprapto Tembesi-Batu Aji Batam, Kampus UPB, Batam 29433,
Indonesia

¹Penyesuaian Pengarang E-mail: Irene.svinarkysh.mkn@gmail.com
No Hp: +6281372497988

¹Penyesuaian Pengarang E-mail: ukasibrahim@yahoo.com
No Hp: +6285264830966

¹Penyesuaian Pengarang E-mail: padri_themasterlaw@yahoo.com
No Hp: +6282283347554

ABSTRAK

Peranan merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Merek sangat penting untuk membedakan suatu produk dari produk yang sama lainnya. Agar ada kepastian hukum tentang merek, maka merek tersebut harus didaftarkan. Kota Batam sebagai pusat bisnis dan industri menghasilkan berbagai produk baik barang maupun jasa. Produk-produk tersebut agar dikenal orang membutuhkan merek sebagai pembeda dari produk lain yang sejenis dan agar ada kepastian hukum dan kepastian hak harus didaftarkan. Penelitian ini untuk melihat Efektifitas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek, dalam pendaftaran merek produk bagi usaha kecil dan menengah. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah penelitian empiris dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis, yaitu memanfaatkan teori yang ada dan mengkaitkan dengan hasil penelitian di lapangan. Untuk analisa datanya Tim Peneliti menggunakan analisa data kualitatif. Menurut hasil penelitian dapat diketahui bahwa, masih kurangnya/kesadaran masyarakat memahami penting pendaftaran merek, mereka tidak memahami manfaat pendaftaran merek. Masyarakat cenderung membuat usaha dengan tidak mendaftarkan merek usahanya, dengan alasan biaya yang sangat mahal padahal penjualan tidak seberapa dan banyak lagi alasan lainnya, sehingga aturan yang adapun kurang efektif di dalam prakteknya.

Kata Kunci: Efektifitas , Daftar Merek, Usaha Kecil Dan Menengah.

ABSTRACT

Brand role to becomes momentarily especially look after healthy effort emulation. Brand momentousing to differentiates a product from prodruk same another. That there is rule of law about brand, therefore that brand has to be listed. Batam's city as business center and industry results various goods good product and also service. That product person know that need brand as distinguishing as of other product that a sort and that there is rule of law and a moral certaninty rights that didaftarkan shall. This research to see Number Law effectiveness 15 years 2001 about Brand, in product brand registration for small enterprise and intermediate. There is method even research that is utilized is observational kualitatif by use of sosiologis's judicial formality approaching, which is utilize aught theory and concerns degan research result at the site. Of research result is known that, still reducing it / society consciousness understands is of important brand registration, they don't understand brand registration benefit. Society tendinging to make effort with doesn't list its effort brand, in consideration cost which very expensive eventually sell is not seberapa and there are many again another reason, so even aught order insufficiently effective at in practice it.

Key word: *Effectiveness, Brand list, Small Enterprise And Intermediate*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Upaya membudayakan penghargaan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) harus bersama dengan meningkatkan perlindungan hukum atas hak-hak tersebut, melalui perangkat hukum dan mekanisme perlindungan yang memadai. HaKI merupakan suatu hak yang timbul akibat adanya tindakan kreatif manusia yang menghasilkan karya-karya inovatif yang dapat diterapkan

dalam kehidupan manusia, bagi para pencipta dan penemu begitu juga pemilik merek merupakan karya inovatifnya yang harus dilindungi, karena HaKI adalah menyalurkan kreatifitas individu untuk kemanfaatannya manusia termasuk kepemilikan merek dalam usaha dan atau bentuk bisnis lainnya. Dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek pada Konsideran Pertimbangannya dipahami bahwa dalam era perdagangan global, sejalan dengan konvensi-konvensi

internasional yang telah diratifikasi Indonesia, peranan merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Pada poin 6 Undang-Undang Merek tersebut, mempertimbangkan bahwa untuk hal tersebut diperlukan pengaturan yang memadai tentang merek agar memberikan peningkatan pelayanan bagi masyarakat.

Dalam Pasal 2 dan Pasal 3 Undang-Undang Merek dipahami bahwa merek itu meliputi barang dagang termasuk jasa. Hak atas merek adalah hak yang sifatnya eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang didaftarkan dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Apabila kita memahami Undang-Undang tentang Merek (Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001), Merek sangat banyak arti dan manfaatnya apabila sipemilik merek

menyebarkannya dengan cara publikasi baik melalui media cetak, dan atau media elektronik lainnya. Semakin pesatnya persaingan usaha baik di dalam perdagangan nasional maupun dalam perdagangan internasional dalam perdagangan barang dan jasa, maka tidak salah kalau dikatakan bahwa merek itu memiliki peranan yang signifikan untuk dikenali sebagai tanda suatu produk dan atau jasa tertentu. Dikalangan masyarakat dan juga memiliki kekuatan dan manfaat apabila dikelola dengan baik, hal tersebut sesuai pendapat Bambang Kosowo bahwa “Merek itu mempunyai nilai atau ekuitas, ekuitas menjadi sangat penting karena nilai tersebut menjadi tolak ukur suatu produk yang dipasarkan. Lebih lanjut Bambang mengatakan bahwa fungsi merek lebih berkembang dalam dunia usaha (Bambang Kosowo, 1995: 16) sehingga membeli produk pesaingnya tersebut yang kiranya produk dari perusahaan sebenarnya.

Hal tersebut di atas, tidak hanya mengurangi keuntungan perusahaan dan membuat bingung pelanggannya, tetapi juga dapat merusak reputasi dan citra perusahaan yang bersangkutan khususnya apabila produk pesaing kualitasnya lebih rendah. Fungsi merek dari sebuah merek adalah agar konsumen dapat mencirikan suatu produk (baik barang maupun jasa) untuk memiliki hak perusahaan sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang serupa atau mirip yang dimiliki oleh pesaingnya. Konsumen yang merasa puas dengan suatu produk tertentu biasanya akan membeli dengan atau memakai produk-produk tersebut dimasa yang akan datang. Merek juga dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki agar menjamin merek produk mereka yang memiliki reputasi yang baik. Hal ini terbukti bahwa beberapa merek terkenal seperti sepatu, sandal yang

mempunyai kualitas yang bagus senantiasa berinvestasi dan membangun produk mereka dengan beberapa model dan inovasi yang mutakhir sehingga masyarakat sudah meyakini kualitas dari produk tersebut memang diakui.

Menurut Adil Samadani dalam buku Dasar-dasar Hukum Bisnis menyebutkan bahwa “Pentingnya penggunaan merek untuk membedakan produk yang mereka miliki dengan produk para pesaing mereka agar perlunya merek tersebut mendapat perlindungan atau melalui pendaftaran (Adil Samadani, 2013: 129). Adanya pendaftaran merek, investasi yang dimiliki dalam memasarkan sebuah produk dapat menjadi suatu yang sifatnya sia-sia, karena perusahaan pesaing dapat memanfaatkan merek yang sama atau merek yang mirip tersebut untuk membuat atau memasarkan produk yang identik atau mirip dan pelanggan dapat menjadi bingung.

HaKI timbul atau lahir karena adanya intelektualitas seseorang sebagai inti atau objek pengaturannya. Pemahaman terhadap hak ini pada dasarnya merupakan pemahaman terhadap hak atas kekayaan yang timbul atau lahir dari intelektualitas manusia. Banyak karya-karya yang lahir atau dihasilkan oleh manusia melalui intelektualitas, naik melalui daya cipta, rasa dan karsa. Perlindungan hukum terhadap hasil intelektualitas manusia dibanding teknologi, ilmu pengetahuan, seni, sastra dan lain-lain perlu diperhatikan dengan serius sebab karya manusia ini telah dihasilkan dengan suatu pengorbanan tenaga, pikiran, waktu, bahkan biaya yang tidak sedikit. Pengorbanan demikian tentunya menjadikan karya yang dihasilkan memiliki nilai yang patut dihargai, ditambah lagi dengan adanya manfaat yang dapat dinikmati yang dari sudut ekonomi karya-karya seperti ini tentunya memiliki nilai ekonomi yang tinggi.

Menurut Farida Hasyim konsep berfikir seperti di atas, timbul pikiran untuk menumbuhkan dan mengembangkan sistem perlindungan hukum atas intelektualitas manusia (Farida Hasyim, 185). Dalam sejarah memang harus diakui bahwa konsep perlindungan hukum HaKI bukan merupakan hal yang timbul dalam sistem hukum kita, konsep ini pertama tumbuh dan dikembangkan dalam sistem hukum asing.

HaKI sebagai kekayaan (*property*) dalam konsep hukum perdata selalu diartikan sebagai benda berwujud yang dapat dijadikan objek dari perjanjian. Dalam perkembangan selanjutnya, kekayaan yang didapat dilihat, bahwa ada suatu kekayaan yang tidak berwujud yaitu kekayaan yang bersumber dari kemampuan manusia, karena factor budaya komunal dianggap suatu yang biasa dipergunakan dan dimanfaatkan oleh sesama. Padahal untuk menghasilkan karya

tersebut seseorang telah mengorbankan tenaga, waktu dan bahkan materi dengan demikian karya tersebut sesungguhnya mempunyai nilai ekonomis.

Menurut Joko Imbawani Atmadjaya bahwa pengakuan Negara melalui peraturan perundang-undangan dibidang HaKI meskipun lahirnya sebagai akibat masuknya Indonesia sebagai anggota Konvensi Internasional Trip's yang sudah ditampung dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek (Atmadjaya, 2012: 229). HaKI adalah hak-hak hukum yang diperoleh dari aktivitas intelektual dibidang industri, ilmu pengetahuan dan seni yang meliputi hak dalam bidang seni, hak kepemilikan industri, merek dan hak-hak lainnya. Hak atas merek berdasarkan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya

pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa (Pasal 1 ayat 1).

1. Merek merupakan tanda yang digunakan untuk membedakan produk barang dan atau jasa tertentu dengan yang lainnya dalam rangka memperlancar perdagangan, menjaga kualitas dan melindungi produsen dan konsumen.
2. Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan perdagangan barang atau jasa.
3. Merek sebagai salah satu bagian dari hak atas kekayaan intelektual manusia sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat.

Fungsi merek adalah tanda pengenal untuk membedakan hasil produksi yang dihasilkan seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum dengan produksi orang lain atau badan hukum lainnya sebagai

alat promosi, sehingga mempromosikan hasil produksinya cukup dengan menyebut mereknya sebagai jaminan atas mutu barangnya, dan menunjukkan asal barang atau jasa yang dihasilkannya, inilah yang dikenal dengan indikasi geografis.

1. Dalam tulisan Adil Sawadani dalam bukunya Dasar-Dasar Hukum Bisnis, menyebutkan beberapa istilah-istilah dalam hak merek yaitu: (Sawadani, 2013: 145). Merek dagang adalah merek yang dipergunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan barang-barang sejenis lainnya.
2. Merek jasa yaitu merek yang digunakan pada barang atau jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

3. Merek kolektif adalah merek yang digunakan pada barang atau jasa dengan karakteristik yang sama yang diperdagangkan oleh beberapa orang atau badan hukum secara bersama-sama untuk membedakan dengan barang atau jasa sejenis lainnya.
4. Hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu, menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya.

Menurut Keputusan Menteri Kehakiman RI Nomor M.03-HC.02.01 Tahun 1991 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan merek terkenal adalah merek dagang yang secara umum telah dikenali dan dipakai pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau badan hukum baik di wilayah Indonesia maupun di

luar negeri. Dengan adanya Surat Keputusan Menteri Kehakiman tersebut dimana merupakan perlindungan hukum yang jitu bagi perlindungan merek-merek terkenal milik orang lain.

Pengajuan merek hanya dapat diajukan untuk satu kelas barang atau jasa, kelas atau jasa dalam kelompok jenis barang atau jasa yang mempunyai persamaan dalam sifat, cara pembuatan dan tujuan penggunaannya. Apabila merek akan dimintakan pendaftarannya untuk lebih dari satu kelas, maka permintaan akan pendaftarannya harus diajukan secara terpisah.

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini, Tim Peneliti tergugah dan termotivasi memberi judul dalam penelitian ini yaitu “Efektivitas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek Terhadap Daftar Merek Usaha Dagang Industri Kecil dan Menengah di Kota Batam”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada paparan di atas, maka perumusan masalah yang dapat diajukan adalah: Apakah pemahaman merek terhadap Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek di Batam telah efektif?

II. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian para peneliti membutuhkan sebuah metode (desain penelitian) dalam hal ini menggunakan penelitian kualitatif tentunya proposal penelitian ini menyesuaikan kebutuhan suatu penelitian, sehubungan hal tersebut desain penelitian ini nantinya menggunakan metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif yang bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelasan, dan berakhir dengan suatu teori, atau yang disebut desain penelitian.

Menurut Nazir, Penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu yang sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang berlaku (Nazir, 2002: 84). Desain penelitian adalah suatu proses yang diperlukan dalam perencanaan penelitian, dalam pengertian yang sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan data dan analisis saja, dan dalam pengertian yang lebih luas desain penelitian adalah mencakup proses-proses yaitu sebagai berikut :

1. Identifikasi masalah
2. Pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian serta hubungan-hubungan dengan penelitian sebelumnya.
3. Merformulasikan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi tujuan luas jangkauan (*scope*) hipotesis untuk diuji.
4. Membangun definisi penyelidikan atau percobaan.

5. Memilih serta memberikan definisi terhadap pengukuran batas wilayah.
6. Memilih prosedur pengamatan secara langsung.
7. Menyusun alat serta teknik untuk mengumpulkan data.
8. Menganalisis data serta mengadakan pelaporan hasil penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta interpretasi data, generalisasi, kekurangan-kekurangan dalam penemuan, serta menganjurkan beberapa saran-saran dan kerja penelitian yang akan datang.

Sehubungan hal tersebut di atas, penelitian dalam menyusun dan atau melakukan penelitian ini penelitian nantinya akan menggunakan desain kualitatif.

Dalam penelitian kualitatif bertolak dari data yang ada memanfaatkan data yang ada sebagai bahan penjelasan dan berakhir dengan suatu teori.

2.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan bagian daripada rangkaian penelitian di dalam memperoleh informasi dan jawaban mengenai data-data dari permasalahan yang menjadi objek penelitian ini. Lokasi penelitian ini yaitu:

1. Di Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Batam (Disperindag) Kota Batam, tepatnya lantai V Kantor Bersama Batam Center.
2. Pelaku usaha yang mendaftarkan usahanya di Kota Batam (*Sample*), baik industri Kecil maupun Menengah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Merek Usaha dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek telah efektif di dalam praktek

Merek adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan

perdagangan barang dan jasa. Merek merupakan “ suatu tanda pembeda” atas barang atau jasa bagi suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sebagai tanda pembeda, maka merek dalam satu klasifikasi barang/jasa tidak boleh memiliki persamaan antara satu dan lainnya baik pada keseluruhan maupun pada pokoknya.

Pengertian persamaan pada keseluruhannya yaitu apabila mempunyai persamaan dalam hal asal, sifat, cara pembuatan dan tujuan pemakaiannya. Pengertian persamaan pada pokoknya yaitu apabila memiliki persamaan pada persamaan bentuk, persamaan cara penempatan, persamaan bunyi ucapan, (yurisprudensi MARI). Merek atas barang lazim disebut sebagai merek dagang adalah merek yang digunakan/ditempatkan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang atau badan hukum.

Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang

atau beberapa orang atau badan hukum. Merek sebagai tanda pembeda dapat berupa nama, kata, gambar, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Orang atau pemilik hak merek yaitu: orang (persero), beberapa orang (pemilik bersama), badan hukum yang telah mendapatkan hak atas merek yang disebut dengan merek terdaftar. Dalam objek perlindungan merek dapat dibagi atas:

1. Perlindungan atas merek

Hak atas merek adalah Hak Eksklusif yang diberikan Negara kepada "Pemilik merek yang terdaftar" dalam daftar umum merek untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya.

2. Hal yang penting perlu untuk diketahui

Perlindungan atas merek terdaftar yaitu adanya kepastian hukum atas merek

terdaftar baik untuk digunakan, diperpanjang, dialihkan dan dihapus sebagai alat bukti apabila nantinya terjadi sengketa pelanggaran atas merek terdaftar. Dalam hal ini, adapun hal yang harus diketahui antara lain status pendaftara, jangka waktu perlindungan, mutasi dan lisensi, pelanggaran dan sanksi. Adapun masing masing penjabarannya adalah sebagai berikut:

a. Status pendaftaran

Indonesia mengenal atau menganut asas konstitutif yaitu: hak atas merek diperoleh atas pendaftarannya, artinya pemegang hak merek adalah seseorang yang mendaftarkan untuk pertama kalinya di Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual.

b. Jangka waktu perlindungan
Jangka waktu perlindungan merek 10 tahun terhitung sejak tanggal penerimaan

pendaftaran (*filling date*).

Setelah 10 tahun dapat diperpanjang kembali.

c. Mutasi dan lisensi

Pengertian mutasi meliputi pengalihan dan perubahan nama atau alamat. 1.

Pengalihan hak dalam hal ini dilakukan dengan 4 cara

yaitu: a. Pewarisan, b.

Wasiat, c. Hibah, d.

Perjanjian dan sebab-sebab

lain sesuai dengan undang-

undang. 2. Lisensi adalah

izin yang diberikan pemilik

merek terdaftar kepada

seseorang atau beberapa

orang secara bersama-sama

atau badan hukum untuk

menggunakan merek

tersebut, baik untuk

seluruhnya ataupun

sebahagian jenis barang

atau jasa yang didaftarkan.

d. Pelanggaran dan sanksi

1) Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak

menggunakan merek

yang sama pada

keseluruhannya

dengan merek terdaftar

milik pihak lain untuk

barang dan/atau jasa

sejenis yang

diproduksi dan atau

diperdagangkan,

dipidana dengan

pidana penjara paling

lama 5 (lima) tahun

dan/atau denda paling

banyak Rp.

1.000.000.000 (satu

milyar rupiah).

2) Barang siapa dengan

sengaja dan tanpa hak

menggunakan merek

yang sama pada

pokoknya dengan

merek terdaftar milik

pihak lain untuk

barang dan atau jasa

sejenis yang

diproduksi dan atau

diperdagangkan,

dipidana dengan

pidana penjara paling

lama 4 (empat) tahun

dan/atau denda paling

banyak

Rp. 800.000.000
(delapan ratus juta
rupiah).

Setelah membahas tentang sanksi pidana yang diberikan kepada orang yang melakukan pelanggaran merek, maka perlu juga diketahui bagaimana caranya untuk dapat mengikuti prosedural pendaftaran merek. Adapun prosedural Pendaftaran Merek Usaha adalah sebagai berikut:

1. Mengajukan permohonan pendaftaran merek dengan melampirkan:
 - a. Formulir pendaftaran merek yang telah disediakan oleh disperindak rangkap 4 (empat) terlebih dahulu harus diisi.
 - b. Surat pernyataan kepemilikan merek juga diberikan materai Rp. 6000,- (enam ribu rupiah)
 - c. Melampirkan fotokopi pihak yang mendaftarkan mereknya
 - d. Apabila merek tersebut berasal dari badan hukum maka melampirkan fotokopi

akta pendirian badan hukum yang dilegalisir oleh notaris

e. Fotokopi NPWP Pribadi apabila orang pribadi yang mendirikan, sedangkan fotokopi pribadi + dengan fotokopi badan usaha juga harus dilampirkan apabila merek berasal dari badan usaha.

f. Etiket merek sebanyak 26 (dua puluh enam) lembar dengan ukuran maksimal 9x9 cm dan minimal 2x2 cm. g. Contoh fisik produk yang didaftarkan.

2. Pemeriksaan permintaan pendaftaran merek
Di dalam permintaan pendaftaran merek, si para pihak pengusul harus mengikuti prosedur pemeriksaan formal dan pemeriksaan substansif. Adapun penjabarannya adalah sebagai berikut:
 - a. Pemeriksaan formal, Pemeriksaan atas kelengkapan persyaratan administratif yang ditetapkan

- b. Pemeriksaan substansif, pemeriksaan terhadap merek yang diajukan apakah dapat didaftarkan atau tidak, berdasarkan persamaan padakeseluruhan, persamaan pada pokoknya, atas merek sejenis milik orang lain, sudah diajukan mereknya lebih dahulu oleh orang lain.

yaitu dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek yang menggantikan undang-undang sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 diubah lagi dengan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001.

2. Lingkup Merek dan Pendaftarannya

Pasal 1 Undang-Undang Hak atas suatu merek adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam Daftar Umum Merek untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Merek diberikan kepada pemohon yang beritikad baik, yaitu pemohon yang mendaftarkan mereknya secara layak dan jujur tanpa ada niat apapun untuk membonceng, meniru atau menjiplak ketentraman merek pihak lain

3.2 Pembahasan

Pemahaman Merek Usaha dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek telah efektif di dalam praktek.

1. Merek Usaha dan

Daftar Usaha

Merek sebagai salah satu bagian dari hak atas kekayaan intelektual manusia yang sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang sehat. Oleh karena itu, masalah merek perlu diatur dalam suatu undang-undang yang khusus mengenai merek,

menimbulkan kondisi persaingan curang, mebohongi atau menyesatkan konsumen. Adapun yang dapat dijadikan contoh adalah sebagai berikut: merek dagang A yang sudah dikenal masyarakat secara umum bertahun-tahun, ditiru oleh pengusaha lain sehingga memiliki persamaan pokoknya atau keseluruhannya dengan merek dagang A tersebut. Ini berarti sudah terjadi itikad tidak baik dari peniru karena setidak-tidaknya patut diketahui unsur kesengajaannya dalam meniru merek dagang yang sudah dikenal masyarakat tersebut. Adapun hal hasil wawancara yang didapatkan penulis dari penelitian ini adalah mengenai itikad tidak baik yang telah diupayakan oleh pemerintah untuk penanganan permasalahan. Penanganan yang dilakukan oleh pemerintah antara lain:

1. Umum

- a. Usaha yang dilakukan pemerintah di dalam hal ini Dinas Perindustrian, perdagangan, energi dan

Sumber Daya Mineral Kota Batam, antara lain adalah sosialisasi dalam bentuk bimbingan teknis, prosedural pendaftaran merek 2016 dengan masalah-masalah perlindungan Negara.

- b. Fasilitas dan atau memanfaatkan yang diperoleh masyarakat pengusaha yang telah mendaftarkan merek usahanya bahwa sertifikat, perlindungan 10 () tahun dari merek yang ada, pemindahan pelaporan HaKI.

Jenis dan bentuk merek untuk klasifikasi, lisensi dan jenis lainnya.

2. Merek usaha yang paling dominan adalah merek dagang, bank, pangan khususnya di Kota Batam. Pendaftaran merek usaha yaitu di Kementerian Hukum Dan HAM dan Dirjen Kekayaan Intelektual.
3. Kendalayangdihadapi pemerintah(Disperindag

Kota Batam tentang pendaftaran merek, masih kurangnya/keadaran

masyarakat memahami penting dan manfaat suatu produk merek yang sudah di daftar termasuk mencari merek-merek usaha apa saja yang khas didaftar selain prosedurnya.

Untuk keefektivan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 terhadap Merek yang Di daftarkan Usaha Disperindag Kota Batam, Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 terhadap Merek dimana Merek Usaha di Disperindak Kota Batam belum berjalan dengan efektif, di dalam praktek masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui atau tidak mau tahu terhadap peraturan yang ada tentang adanya perlindungan terhadap pemilik merek. Masyarakat cenderung membuat usaha dengan tidak mendaftarkan merek usahanya, dengan alasan biaya yang sangat mahal padahal penjualan tidak seberapa dan banyak lagi alasan lainnya,

sehingga aturan yang adapun kurang efektif di dalam prakteknya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pemahaman Merek Usaha dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek telah efektif di dalam praktek adalah sebagai berikut:

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek terhadap pendaftaran merek usaha di Kota Batam setelah peneliti melakukan penelitian barulah diketahui ternyata ternyata aturan tersebut belum berjalan efektif dikarenakan masih banyak masyarakat yang kurang peduli terhadap peraturan yang ada, sehingga pedagang tersebut menggunakan merek orang lain yang mereka suka tanpa mempertimbangkan kerugian bagi orang lain untuk memperoleh keuntungan sendiri. Adapun kendala dan juga solusi yang dapat

diberikan oleh tim peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kendala-kendala yang dihadapi Disperindag maupun pelaku usaha dan atau perusahaan dalam mendaftarkan merek usahanya dan solusinya:

a. Kendala yang dihadapi di masyarakat adalah:

- 1) Masyarakat yang tidak peduli dengan aturan yang ada.
- 2) Masyarakat yang tidak sadar hukum

Masyarakat belum mendapatkan sosialisasi sehingga ketika mereka dituntut atau disengketakan ke pengadilan, barulah masyarakat tersebut menyadari kesalahan yang telah mereka buat.

b. Solusinya adalah:

- 1) Bagi masyarakat yang dirugikan harus beranikan diri melaporkan kepada pihak yang berwajib ataupun pengadilan apabila pihak yang memiliki merek merasa dirugikan.

- 2) Bagi pemerintah sendiri hanya dapat bertindak apabila ada laporan dari masyarakat, ataupun pengaduan dari pihak korban yang dirugikan.

4.2 Saran

Adapun saran yang disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek terhadap pendaftaran merek usaha di Kota Batam dapat berjalan efektif apabila pemerintah dan masyarakat juga dapat bekerjasama apabila ada pihak yang dirugikan, sehingga nantinya masyarakat dapat menjadi masyarakat yang taat terhadap hukum. Kendala yang dihadapi di masyarakat adalah: biasanya mengenai biaya yang mahal ketika melakukan kepengurusan di pemerintah, dan prosedur yang sedikit membingungkan masyarakat itu sendiri, sehingga masyarakat memilih jalan pintas

untuk tidak mendaftarkan. Apabila pemerintah mau mengurangi biaya administrasinya agar lebih murah, dan prosedurnya lebih dipermudah maka tim peneliti sangat yakin dengan sosialisasi di masyarakat terhadap aturan tersebut pasti akan memberikan kesadaran kepada masyarakat itu sendiri untuk taat terhadap hukum. Selain itu tindakan pemerintah juga harus tegas terhadap pelanggaran ataupun kejahatan yang terjadi akibat merek tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku, Jurnal, Dan Makalah

- Abu Daud Busroh, 1989. *Ilmu Negara*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Anonimous, 2009. *Illegal Fishing*.
- Bambang Kusowo, 2003, *HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual)*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta.
- Elsi Kartika Sari dan Advendi Simangunsong, 2007, *Hukum Dalam Ekonomi*, Penerbit PT Gramedia, Jakarta.
- H.U Adil Samadani, *Dasar-dasar Hukum Bisnis*, 2013, Penerbit MitraWacana Media, Bandung.
- Farida Hasyim, 2009, *Hukum Dagang*, Penerbit Sinar Grafika, Bandar Lampung
- Joko Imbawani, 2012, *Hukum Dagang Indonesia*, Penerbit Setara Press, Malang
- Syarifin Dedeh Jubaidah, 2012, *Hukum Dagang di Indonesia*, Penerbit CV. Pustaka Setia, Bandung.
- Zudan Arif Fakrullah, 1997, *Hukum Ekonomi*, Penerbit. Karya Abditama, Surabaya
- Maimuna Renhoran, 2012, Dosen Politeknik Negeri Tual. Mahasiswa Pascasarjana Hukum Transnasional Universitas Indonesia. Anonymous, *Rencana Aksi Internasional untuk Mencegah, Deter, dan Hilangkan Illegal, Unreported and Unregulated Fishing*.
- Muhammad Sood, 2012, *Hukum Perdagangan Internasional*, Penerbit Rajawali Press, Jakarta.
- Muhammad Jumhana dan Djubaedah, 2003, *Hak Milik Intelektual – Sejarah Teori dan Prakteknya di Indonesia*, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung.
- Mariam Darus Badaulzaman, 2004, *Hukum Bisnis*, Penerbit Alumni, Bandung.
- Soerjono Soekanto, 1984, *Pengantar Penelitian Hukum*, Penerbit UII Pres, Jakarta

Bambang Sunggono, 2012,
*Metodologi Penelitian
Hukum*, Rajawali Press,
Jakarta.

Ukas, Jurnal Charta Humaniora,
Vol. 1 No. 1, Desember
2013.

Ukas, Jurnal Cahaya Keadilan,
Vol. 2 No. 1, April 2014.

Ukas, Jurnal Cahaya Keadilan,
Vol. 2 No. 2, Oktober 2014.

Ukas, Jurnal Cahaya Keadilan,
Vol. 3 No. 1, April 2015.

**Peraturan Perundang-
Undangan**

Undang-Undang Nomor 15 Tahun
2001 tentang Merek.

Kitab Undang-undang Hukum
Perdata.

ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP INFORMASI IKLAN YANG MENYESATKAN

Rizki Tri Anugrah Bhakti¹, Padrison Jamba¹

¹Dosen Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam, Jl Letjen R. Soeprapto Tembesi-Batu Aji Batam, Kampus UPB, Batam 29433, Indonesia

¹Penyesuaian Pengarang E-mail: rizki.tri.ab@gmail.com
No Hp: +6281332752212

¹Penyesuaian Pengarang E-mail: padri_themasterlaw@yahoo.com
No Hp: +6282283347554

ABSTRAK

Periklanan sebagai salah satu sarana pemasaran dan sarana penerangan memegang peranan penting di dalam pembangunan. Agar produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha memiliki nilai jual yang tinggi terkadang pelaku usaha menghalalkan segala cara. Salah satunya dengan melalui iklan yang memuat janji yang muluk-muluk mengenai kegunaan dan manfaat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Perlunya peraturan yang mengatur perlindungan konsumen karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi pelaku usaha, karena mengenai proses sampai hasil produksi barang atau jasa yang telah dihasilkan campur tangan konsumen sedikitpun. Mengenai periklanan belum ada peraturan yang mengatur secara khusus, tetapi masalah iklan terdapat dalam beberapa pasal di Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sumber utama penelitian ini adalah data yang sudah tersedia dalam bentuk ketentuan-ketentuan hukum yang sudah pernah ditulis, yang kemudian akan dikaji menurut ketentuan perundang-undangan yang berlaku, sebagaimana pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif yaitu dilakukan dengan cara menelaah dan menginterpretasikan hal-hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas, konsepsi, doktrin dan norma hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan perjanjian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. Berdasarkan hasil analisis ditarik kesimpulan secara deduktif, yaitu cara berpikir yang didasarkan pada fakta-fakta yang bersifat umum untuk kemudian ditarik suatu kesimpulan bersifat khusus. **Kata kunci:** Iklan, Konsumen, Pelaku Usaha

ABSTRACT

Advertising as one means of marketing and lighting facilities plays an important role in development. In order for products offered by business actors have high selling value sometimes business actors justifies all means. One of them is through advertising that contains a grandiose promise about the usefulness and benefits of products that suit the needs of consumers. The need for regulations that regulate consumer protection because of the weakness of consumer position compared to the position of business actors, because of the process until the production of goods or services that have produced consumer intervention at all. Regarding advertising there is no specific regulatory regulation, but the advertising problem is contained in several articles in Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection. The main source of this research is the data already available in the form of legal provisions that have been written, which will then be studied according to the provisions of applicable legislation, as the approach used is normative juridical is done by reviewing and interpreting things theoretical nature of principles, conceptions, doctrines and legal norms relating to consumer protection and covenants. Data analysis in this research using qualitative analysis. Based on the results of the analysis, deductive conclusions are drawn, namely the way of thinking based on general facts and then drawn a specific conclusion.

Key word: Advertising, Consumers, Business Actors

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan sebagai salah satu sarana pemasaran dan sarana penerangan memegang peranan penting di dalam pembangunan yang dilaksanakan bangsa Indonesia. Sebagai sarana penerangan dan pemasaran, periklanan merupakan bagian dari kehidupan media komunikasi yang vital bagi pengembangan dunia usaha, serta harus berfungsi

menunjang pembangunan (Ahmad Yani, 2008).

Pada dasarnya konsumen pengguna tidak akan mengetahui semua jenis produk barang dan jasa sehingga masyarakat sangat memerlukan informasi produk barang dan jasa apa saja yang ada di pasaran. Untuk menyampaikan informasi tersebut digunakan iklan, baik melalui media cetak maupun elektronik. Di samping sebagai alat informasi baik melalui media cetak maupun elektronik,

iklan bagi pelaku usaha adalah media yang sangat dibutuhkan untuk memasarkan produknya dan menaikkan jumlah penjualan (Taufik, 2004).

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat potensial merugikan kepentingan konsumen, baik

secara langsung maupun tidak langsung.

Apalagi dengan perkembangan dan inovasi dalam komputasi dan teknologi telekomunikasi memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan berbagai tindakan baik yang menguntungkan maupun merugikan konsumen. Misalnya di bidang kedokteran, dengan adanya jarak geografis yang jauh antara dokter dan pasien memunculkan praktek *telemedicine*, Praktek ini memungkinkan orang-orang di seluruh dunia mendapat pelayanan di bidang kesehatan tanpa bertemu langsung dengan dokter (Daly: 2000).

Secara filosofis, perlindungan konsumen dilakukan untuk menciptakan keseimbangan hak dan kewajiban diantara pelaku usaha dan konsumen, sehingga paradigma *uzur let be consumer beware* (konsumen yang harus berhati-hati dalam mengkonsumsi barang dan jasa) menjadi paradigma *let producer beware* (pelaku usaha harus berhati-hati

sebelum memproduksi dan memperdagangkan barang dan jasa ke pasar).

Secara sosiologis, pengaturan perlindungan konsumen ditujukan untuk masyarakat sebagai konsumen dan masyarakat sebagai pelaku usaha. Masyarakat sebagai konsumen memiliki arti bahwa, konsumen harus cerdas dan cermat dalam memilih dan menggunakan suatu produk supaya dapat sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen itu sendiri.

Sebagai salah satu negara di Asia, negara Cina sudah memberlakukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terlebih dahulu yaitu sejak tahun 1993. Undang-Undang tersebut berfungsi tidak hanya sebagai langkah pertama menuju pembentukan perlindungan konsumen kerangka hukum, untuk tingkat tertentu, juga memperkuat kesadaran hak-hak konsumen (Shigang : 2012). Tentunya hal ini akan menjadi cambuk bagi pemerintah Indonesia untuk juga

memiliki tujuan mencerdaskan konsumen agar terhindar dari kerugian akibat iklan yang menyesatkan.

Dengan alasan memperhatikan kelemahan konsumen untuk lebih selektif dalam membeli produk dari iklan yang dilihatnya, hingga berujung pada dirugikannya konsumen karenanya, maka penelitian ini dirasakan sangat menarik dan layak untuk diteliti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sejauhmana Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat mencegah dan mengatasi iklan yang dapat merugikan konsumen?

II. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian, para peneliti membutuhkan sebuah metode (desain penelitian) dalam hal ini

menggunakan penelitian dan atau kualitatif tentunya penelitian tersebut yang akan menyesuaikan kebutuhan suatu penelitian. Sehubungan hal tersebut, dimana draf proposal ini, peneliti menggunakan desain dengan metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif yang bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelasan, dan berakhir dengan suatu teori. Atau yang disebut desain penelitian, dalam hal ini menggunakan penelitian biasa menggunakan penelitian yang sifatnya kuantitatif dan atau kualitatif. Dalam kedua bentuk tersebut tentunya penelitian akan pada kemauan dan atau disesuaikan kebutuhan suatu penelitian tersebut.

Menurut Nazir bahwa penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu yang sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang berlaku. Desain dari penelitian adalah proses yang diperlukan dalam perencanaan

penelitian. Dalam pengertian yang sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan dan analisis data saja, dan dalam pengertian lebih luas desain penelitian adalah mencakup proses-proses yaitu sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah dan penelitian masalah penelitian
2. Pemilihan kerangka konseptual untuk masalah penelitian serta hubungan-hubungan dengan penelitian sebelumnya
3. Memformulasikan masalah penelitian termasuk membuat spesifikasi dan tujuan, luas jangkauan (*scope*), dan hipotesis untuk diuji
4. Membangun penyelidikan atau percobaan
5. Memilih serta memberikan definisi terhadap pengukuran batas wilayah
6. Memilih prosedur pengamatan secara langsung
7. Menyusun alat serta teknik untuk mengumpulkan data

8. Menganalisis data serta mengadakan Pelaporan hasil penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta intrerpretasi data, generalisasi, kekurangan-kekurangan dalam penemuan, serta menganjurkan beberapa saran-saran dan kerja penelitian yang akan datang (Nazir, 2011).

Sehubungan hal tersebut diatas, Peneliti dalam menyusun dan atau melakukan penelitian ini, peneliti nantinya akan menggunakan desain dengan metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif bertolak dari data yang ada memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelasan dan berakhir dengan suatu teori.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat Mencegah dan Mengatasi Iklan yang dapat Merugikan Konsumen

Saat ini perkembangan komunikasi dan informasi berjalan

sangat pesat sejalan dengan laju pembangunan di segala bidang. Hal tersebut menuntut suatu gerak manusia yang cepat, efisien, dan mudah agar segala kebutuhan dapat segera terpenuhi. Globalisasi informasi dalam bidang politik, ekonomi, sosial dan budaya berkembang dengan baik karena cepatnya jaringan informasi. Hal ini juga berkorelasi dengan pesatnya pembangunan disegala bidang yang mendorong meningkatnya mobilitas gerak manusia yang cepat dan dinamis sehingga meminta penyampaian informasi yang cepat dan dinamis pula.

Pesatnya pembangunan salah satunya adalah di bidang ekonomi dan hal tersebut tidak akan lepas dari adanya aktivitas promosi atau biasa disebut dengan periklanan. Tanpa periklanan, berbagai produk tidak akan dapat mengalir ke para distributor atau penjual apalagi ke konsumen (Ani Wijayanti Suhartono, 2004). Inilah yang kemudian memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan

perekonomian nasional sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan dunia usaha yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan barang dan jasa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat tanpa mengakibatkan kerugian konsumen. Hal ini karena Peningkatan kesejahteraan masyarakat tanpa mengakibatkan kerugian konsumen memiliki arti adanya kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan jasa yang didapatkan di pasar oleh masyarakat sebagai konsumen

Istilah “konsumen” berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diartikan sebagai “Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”, sedangkan perlindungan konsumen diartikan sebagai “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian

hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.

Barang yang digunakan oleh konsumen dapat diartikan sebagai “Setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen”, sedangkan jasa yang digunakan oleh konsumen diartikan sebagai “setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen”.

Konsumen membutuhkan sebuah perlindungan, tentunya perlindungan konsumen tersebut dilakukan untuk menciptakan keseimbangan hak dan kewajiban diantara pelaku usaha dan konsumen, sehingga paradigma *uzur let be consumer beware* (konsumen yang harus berhati-hati dalam mengkonsumsi barang dan jasa) menjadi paradigma *let producer beware* (pelaku usaha

harus berhati-hati sebelum memproduksi dan memperdagangkan barang dan jasa ke pasar).

Iklan yang merupakan sarana informasi bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk yang dimiliki telah memberikan dampak negatif terhadap konsumen. Pelaku usaha dengan sengaja menciptakan iklan dengan beragam cara untuk menarik minat konsumen dalam membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan. Dalam usaha menarik minat konsumen, pelaku usaha sering menciptakan iklan-iklan yang menyesatkan dan merugikan konsumen. Perlindungan terhadap konsumen dihubungkan dengan iklan-iklan yang menyesatkan belum mendapatkan penanganan yang optimal di dalam praktik (Widijowati, 2016).

Pengaruh iklan terhadap orang yang melihat, secara umum dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi, sedangkan secara khusus setelah melihat tayangan iklan tersebut diharapkan

secara langsung dapat terpengaruh sehingga dapat mengerti isi pesan yang terdapat pada iklan tersebut, dan akhirnya dapat memberikan respon yang positif karena seringkali iklan tersebut ditayangkan (Sri, 2013). Namun tentu saja informasi tersebut harus tetap memberikan rasa aman kepada konsumennya. Secara sosiologis, pengaturan perlindungan konsumen ditujukan untuk masyarakat sebagai konsumen dan masyarakat sebagai pelaku usaha. Masyarakat sebagai konsumen memiliki arti bahwa, konsumen harus cerdas dan cermat dalam memilih dan menggunakan suatu produk supaya dapat sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen itu sendiri. Masyarakat sebagai pelaku usaha memiliki arti bahwa, pelaku usaha harus selalu berhati-hati dalam merancang, memproduksi, mendistribusikan dan mempromosikan setiap produk yang dimilikinya.

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat

asas-asas atau kaidah-kaidah yang memiliki sifat mengatur dan melindungi kepentingan konsumen. Hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.

Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen pada prinsipnya memiliki tujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, selain memiliki tujuan untuk:

1. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian produk.
2. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
3. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan

informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

4. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
5. Meningkatkan kualitas produk yang menjamin kelangsungan usahaproduksiproduk, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Eksistensi Undang-Undang Perlindungan Konsumen ditujukan untuk memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang melakukan transaksi produk dengan pelaku usaha tanpa menghilangkan hak-hak yang dimiliki oleh pelaku usaha dan sejumlah kewajiban yang harus dilakukan oleh konsumen, baik sebelum dan setelah menggunakan produk. Undang-Undang Perlindungan Konsumen diharapkan dapat menjadi titik keseimbangan di antara konsumen

dan pelaku usaha, karena konsumen dan pelaku usaha memiliki hubungan (interaksi) yang saling mempengaruhi dan menguntungkan (simbiosis mutualisme).

Mengkaji iklan-iklan yang menyesatkan dan menjebak konsumen dalam praktik, sebenarnya eksistensi iklan telah diatur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa, pelaku usaha dilarang untuk memproduksi atau memperdagangkan produk yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan produk. Sebagaimana pelaku usaha seharusnya memperhatikan hal-hal yang diiklankan tersebut bertentangan dengan kepatutan masyarakat umum aturan kode iklan, misalnya mengiklankan hal yang tidak sesuai dengan realitas masalah yang jelas maka hal tersebut tentu merugikan sisi konsumen (Herawati, 2006).

Upaya untuk mencegah dan mengatasi iklan-iklan yang bermasalah bagi konsumen, sebenarnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara deskriptif telah mengatur karakteristik-karakteristik iklan yang dilarang, yaitu :

1. Iklan produk yang seolah-olah telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu.
2. Iklan produk yang seolah-olah dalam keadaan baik dan/atau baru.
3. Iklan produk yang seolah-olah telah mendapatkan dan memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu.
4. Iklan produk yang seolah-olah dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi.
5. Iklan produk yang seolah-olah tersedia.

6. Iklan produk yang seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi.
 7. Iklan produk yang seolah-olah merupakan kelengkapan dari barang tertentu.
 8. Iklan produk yang seolah-olah berasal dari daerah tertentu.
 9. Iklan produk yang seolah-olah secara langsung atau tidak langsung merendahkan produk lain.
 10. Iklan produk yang seolah-olah menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap.
 11. Iklan produk yang seolah-olah menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
1. Iklan yang berisi merendahkan martabat suatu agama, mengganggu kerukunan hidup antar umat beragama dan bertentangan dengan rasa kesusilaan masyarakat.
 2. Iklan yang berisi tentang minuman keras, narkotika, psikotropika dan zat aditif lainnya.
 3. Iklan yang berisi peragaan wujud rokok dan penggunaan rokok.

Jika menghubungkan dengan aturan hukum yang lain, misalnya berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers (Selanjutnya cukup disebut sebagai Undang-Undang Pers) perusahaan iklan dilarang membuat dan mengiklankan:

Iklan-iklan yang disiarkan wajib memenuhi persyaratan yang telah dikeluarkan oleh KPI dan iklan yang disiarkan sepenuhnya menjadi tanggung jawab lembaga penyiaran. Lembaga penyiaran yang merupakan bagian dari pelaku usaha dalam Undang-Undang Penyiaran juga telah diberikan batasan-batasan yang jelas dalam melakukan siaran iklan, yaitu:

1. Iklan yang dihubungkan dengan ajaran suatu agama, ideologi, pribadi dan/atau kelompok yang menyinggung perasaan atau merendahkan martabat

- agama lain, ideologi lain, pribadi lain, atau kelompok lain.
2. Iklan minuman keras atau sejenisnya dan bahan atau zat adiktif.
 3. Iklan rokok yang memperagakan wujud rokok.
 4. Iklan yang bertentangan dengan kesucilaan masyarakat dan nilai-nilai agama.
 5. Iklan yang berisi eksploitasi anak di bawah umur 18 tahun.

Mengkaji perlindungan konsumen dihadapkan dengan iklan-iklan yang dianggap menyesatkan konsumen harus dapat dipandang berdasarkan hubungan sebab akibat (kausalitas) secara subjektif dan objektif, baik dari sisi konsumen maupun dari sisi pelaku usaha.

1. Kausalitas Subjektif Konsumen.

Kausalitas subjektif konsumen memiliki arti bahwa, pengkajian harus dilakukan terhadap cara penggunaan konsumen pada suatu produk dihubungkan dengan iklan yang

ditawarkan oleh pelaku usaha. Contoh: Iklan penghematan konsumsi bahan bakar pada suatu produk kendaraan sangat dipengaruhi oleh cara konsumen menggunakan produk tersebut, selain dipengaruhi kualitas kepadatan jalan yang dilalui oleh konsumen.

2. Kausalitas Objektif Konsumen.

Kausalitas objektif konsumen memiliki arti bahwa, pengkajian telah dilakukan berdasarkan metode tertentu yang dibandingkan dengan metode yang digunakan oleh pelaku usaha sebagai dasar janji iklan. Contoh: Konsumen dan pelaku usaha menggunakan metode kecepatan tetap dikalikan dengan simulasi jarak yang akan ditempuh oleh suatu produk kendaraan, memiliki konsumsi bahan bakar yang sama atau berbeda. Konsumsi bahan bakar yang berbeda antara pengujian yang dilakukan oleh konsumen dan janji pelaku usaha dalam

iklannya dapat disimpulkan bahwa, iklan yang diberikan oleh pelaku usaha tersebut memiliki unsur yang menyesatkan.

3. Kausalitas Subjektif Pelaku

Usaha.

Kausalitas subjektif pelaku usaha memiliki arti bahwa, pengkajian yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap suatu produk hanya didasarkan atas sebagian kualitas produk terbaik tanpa mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai suatu kualitas produk. Contoh: Pelaku usaha mengiklankan suatu produk kendaraan dengan hasil pengkajian konsumsi bahan bakar 1 liter untuk 25 KM tanpa memperhatikan kualitas jalan, kualitas kepadatan jalan, kualitas geografis yang dilalui dan cara mengendarai produk kendaraan tersebut. Pelaku usaha hanya mengambil hasil kualitas nilai tertinggi sebagai dasar iklan tanpa melakukan pengujian

berkali-kali dengan metode tertentu dan tanpa memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi.

4. Kausalitas Objektif Pelaku

Usaha.

Kausalitas objektif pelaku usaha memiliki arti bahwa, janji produk yang terdapat pada iklan yang dibuat oleh pelaku usaha telah didasarkan atas metode tertentu dengan mempertimbangkan beragam faktor yang dapat mempengaruhi nilai kualitas suatu produk. Iklan yang ditampilkan menerangkan metode dan faktor yang mempengaruhi untuk mencapai nilai optimal suatu kualitas produk yang dijanjikan. Contoh: Iklan produk kendaraan yang menjanjikan konsumsi bahan bakar sebesar 1 Liter untuk 25 KM berlaku jika dilakukan dengan kecepatan tertentu, RPM tertentu, Mode tertentu dan kemiringan jalan tertentu berdasarkan nilai kuantitatif tertentu.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dikemukakan tersebut di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan dalam penelitian ini yaitu bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan dalam UUPK, yaitu dengan adanya pengaturan dalam Bab III Pasal 4 sampai dengan Pasal 7 mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen, adanya larangan-larangan bagi pelaku usaha dalam mengiklankan produknya yang terdapat dalam Pasal 9, Pasal 10, Pasal 12, Pasal 13 dan Pasal 17.

Bentuk lainnya dengan dibentuknya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang diatur pada Bab VIII UUPK dari Pasal 31 sampai Pasal 43.

4.2 Saran

Adapun saran yang disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hendaknya masyarakat lebih berhati-hati terhadap iklan. Perlu adanya penelaahan secara bijak mengenai kebenaran iklan tersebut. Bagi pemerintah agar dilakukan pembuatan aturan secara khusus mengenai periklanan yang menyesatkan ini. Bagi pelaku usaha agar jujur untuk menawarkan iklan-iklan produk yang akan dipasarkan kepada masyarakat dengan menghindari perbuatan curang. Adapun bagi aparat penegak hukum diharapkan dapat melaksanakan ketentuan sanksi yang ada di dalam Undang-undang tersebut secara optimal sehingga hak konsumen dapat dipenuhi dan diperhatikan oleh pelaku usaha di dalam hubungannya antara konsumen dan produsen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku, Jurnal Dan Makalah

Abdul Halim Barkatulah, 2008.
Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan

- Perkembangan Pemikiran, Nusa Media, Bandung*
- Ahmad Yani. 2008. *Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Ani Wijayanti Suhartono. (2004). *Pentingnya Perilaku Konsumen Dalam Menciptakan Iklan Yang Efektif*. *Nirmana*, 6(2). Retrieved from <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16335>
- Dedi Harianto, 2004. *Perlindungan Hukum bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Ghalia, Bogor
- Daly, H. L. (2000). Telemedicine: the invisible legal barriers to the health care of the future. *Annals of Health Law / Loyola University Chicago, School of Law, Institute for Health Law*, 9, 73–106, inside cover.
- Herawati, N. (2006). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Iklan Yang Menyesatkan*. *Perspektif*, 11(4), 380–389.
- Janus Sidabalok. 2006. *Perlindungan Konsumen di Indonesia*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung
- LI Shigang. 2012. The problems of China's Consumer Protection Law in The Legal Practice. *International Journal of Business and Sosial Science*. Volume 3 Nomor 14
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sri, H. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat Di Televisi. *Ilmu Komunikasi*, 2 No 2, 1–82.
- Taufik H.Simatupang. 2004. *Aspek Hukum Periklanan Perspektif Perlindungan*. PT. Citra Bakti, Bandung.
- Widijowati, D. (2016). Peredaran Iklan yang Menyesatkan Konsumen dihubungkan dengan Hukum Perlindungan Konsumen, Pers dan Penyiaran. *Ius Constitutum*, 1(2). Retrieved from <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/IUSCONS/article/view/139/231>
- Kitab Undang-undang Hukum Perdata (BW)
- Kitab Undang-Undang Hukum Pidana
- Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*

Undang-Undang Nomor 40 Tahun
1999 tentang *Pers.*

**PELAKSANAAN UNDANG- UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TERHADAP PENGGUNAAN KARTU PURNA JUAL**

Putri Sarina¹, Ukas²

¹Alumni Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam, Jl Letjen R. Soeprapto Tembesi-Batu Aji Batam, Kampus UPB, Batam 29433,

²Dosen Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Sosial Dan Humaniora, Universitas Putera Batam, Jl Letjen R. Soeprapto Tembesi-Batu Aji Batam, Kampus UPB, Batam 29433, Indonesia

¹Penyesuaian Pengarang E-mail: ukasibrahim@gmail.com
No Hp: +6285264830966

ABSTRAK

Manusia sebagai *zoon politicon* hubungan satu sama lainnya merupakan hal yang penting untuk memenuhi keperluan, kebutuhannya masing-masing terutama di bidang pemakai alat teknologi termasuk cara dan pemanfaatan medium tersebut. Di dalam Perlindungan Konsumen hak untuk mendapatkan informasi dan penggunaan teknologi merupakan kewajiban para pelaku usaha. Untuk memenuhinya. Hal tersebut terkait juga Pasal 5 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan. Dinas Perindustrian dan Perdagangan (ESDM) merupakan suatu instansi pemerintah yang diberi kewenangan untuk mengawasi dan memberi pelatihan bagi pelaku usaha (produsen) agar hak-hak konsumen sebagai pemakai produk mendapat kepastian dan informasi dan atau pelayanan serta pertanggung jawaban secara mutlak seperti yang diatur dalam UUPK. Dalam penelitian ini perumusan masalahnya adalah bagaimana pelaksanaan UUPK terkait penggunaan kartu purna jual dan hambatann serta solusiinya dalam pelaksanaan UUPK tersebut kaitannya dengan Kepmen Perindustrian dan Perdagangan ttg petunjuk penggunaan kartu jaminan gransi. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologis, dengan jenis dengan data langsung dari masyarakat disamping bahan pustaka, alat pengumpulan data pengamatan, interview dan pendekatan analisis yang bersifat kualitatif. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa pelaksanaan UUPK dan Kepmen No. 547 sudah berjalan, namun belum terlaksanan secara maksimal, sedangkan hambatan dan segi pengawasan yang perlu ditingkatkan. **Kata Kunci** : Perlindungan Konsumen, Kartu Purna Jual, Konsumen.

ABSTRACT

Human as zoon politicon where relationship human with same human another constitute important thing for stationary fulfil, requirement each especially at tools wearing tool technological comprise trick and that medium exploit. Inside rights consumerism to get information and technology purpose constituted to do bit agents effort. For meeting of that thing, there are five Section Minister decision about industries and commerce. On duty perindustrian and commerce (ESDM) constitute a commanding institution that given by copetency to keep company and gives training for effort agent (producer) that consumer rights rights as wearing as product gets certainty and informasi and or service and absolute ala responsibility as one is managed in UUPK. In this research its problem formulation is how UUPK'S performing relates post card purpose sell and detention and solution in that UUPK'S performing its bearing with kepmen perindustrian and Perdagangan Ttg Is card purpose road map gransi's surety. This research utilize sosiologis's judicial formality approximate methods, with type with direct data of society over and above material library, observing data collecting tool, interview and analisis's approaching that gets kualitatif's character. Simpulan of this research is that UUPK'S performing and kepmen No. 547 was walking, but haven't terlaksanan maximal ala, meanwhile interference and observation facet that needs to be increased.

Keyword: *Consumerism, Post Card Sells, Consumer*

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai Negara berkembang yang sedang melakukan program-program pemerintah dalam upaya merealisasikan pembangunan nasional. Pembangunan nasional adalah pembangunan yang berkesinambungan dalam rangka mewujudkan masyarakat adil dan makmur berdasarkan UUD 1945.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikatakan Radiansyah. Dalam kehidupan sehari-hari konsumen sebagai makhluk sosial terjadi hubungan timbal balik antara manusia satu dengan manusia lainnya dalam hal pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Dalam hal ini tentu membutuhkan semacam perlindungan hukum antara para pihak yang melakukan perjanjian tersebut sehingga mengarah kepada perlindungan

hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Perlindungan yang diberikan tentu dibarengi dengan adanya undang-undang yang mengatur sehingga secara legalitas para pihak yang terkait dapat memahami mana kewajiban dan mana yang menjadi hak masing-masing. Sehingga hal ini juga menjadi acuan untuk mengarahkan kegiatan para pihak selama perjanjian dalam memenuhi alat kebutuhan dilakukan. Para pihak yang memahami akan adanya aturan Undang-undang yang berlaku tentu akan merasakan kenyamanan dalam menjalankan transaksi, karena ketika terjadi permasalahan berkenaan tentang sengketa hak, maka mereka dapat meminta bantuan kepada pihak yang berwenang dengan mengembalikan permasalahan (sengketa) tersebut kepada aturan/norma-norma hukum yang berlaku. Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna

mensejahterakan masyarakat termasuk memberi jaminan terhadap pengguna suatu produk dan/atau alat komunikasi.

Pemenuhan alat kebutuhan manusia dewasa ini tidak saja dalam bentuk kebutuhan pangan, sandang dan papan semata, melainkan sudah mengarah kepada pemenuhan kebutuhan ekstra (*lux*) di mana pemenuhan kebutuhan tersebut bagi orang tertentu yang memiliki penghasilan menengah ke atas. Salah satu metode yang dilakukan oleh pihak penyedia barang terhadap barang-barang *lux* misalnya tentang promosi produk tertentu, saat ini dilakukan dengan sistem *manual book*. Sistem *manual book* maksudnya adalah metode penawaran barang dengan mempergunakan buku yang berisi tentang jaminan / garansi produk di mana jaminan yang diberlakukan adalah garansi barang bukan asli tetapi barang-barang tiruan (bajakan).

Jadi dengan melihat kepada adanya buku sebagai panduan promosi sekaligus sebagai kartu

garansi produk seperti *Smartphone Android* tersebut, tentu memiliki legalitas yang mengarah kepada perlindungan hukum bagi konsumen. Untuk itu dengan adanya sistem *manual book* tersebut, di mana adanya kartu garansi yang bukan produk asli (tiruan), tentunya perlu dikaji bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen melalui sistem ini dalam memenuhi kebutuhan *lux*, misalnya kebutuhan akan barang ditinjau dari Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Apalagi saat ini sering terjadi semacam perilaku tidak baik bagi produsen selaku penghasil barang dengan membuat buku garansi yang tidak sesuai dengan kondisi barang yang diperjualbelikan. Hal ini tentu akan memberikan masalah baru yaitu ketidaknyamanan bagi konsumen. Ketidaknyamanan ini dirasakan konsumen ketika terjadi permasalahan berkenaan kerusakan barang, maka tuntutan mereka seringkali terkendala

dengan pihak mana yang harus bertanggung jawab dalam hal ini. Apakah pihak penjual atau pihak penyedia barang yang sudah melakukan tindakan penyalahgunaan produk sehingga hal ini merugikan pihak konsumen di kemudian hari. Dengan sulitnya melakukan tuntutan tersebut, maka pihak konsumen menjadi pihak yang dirugikan dalam hal ini sehingga perlu pengaturan yang lebih jelas dalam menentukan tanggung jawab garansi yang sudah diterbitkan dalam sebuah produk. Diupayakan tidak terjadi kesalahpahaman dalam menjalankan ketentuan-ketentuan yang sebetulnya sudah menjadi hal yang seharusnya diberlakukan dalam buku garansi yang sudah dibuat.

Berbicara kepada layanan dalam masalah garansi tersebut, dapat dikatakan bahwa penjualan barang elektronik sejenis secaramanual book, yang marak-maraknya terjadi saat ini perlu dilakukan kajian tentang aspek perlindungan konsumen dalam

pelaksanaan perjanjian tersebut. Dengan menerbitkan buku garansi produk cenderung terjadinya kecurangan bagi produsen dalam hal menyediakan barang/fasilitas pengganti ketika barang yang digaransi tersebut rusak. Lebih lanjut penulis memaparkan tentang istilah, Pengertian, asas dan dasar perlindungan konsumen.

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument*/konsumen (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* tergantung dalam posisi di mana ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang.¹

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menjelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun

mahluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Pengertian konsumen menurut UUPK secara umum dapat terbagi dalam tiga bagian, yaitu antara lain:

1. Konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu; Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk diproduksi (produsen) menjadi barang/jasa lain atau untuk memperdagangkannya (distributor), dengan tujuan *komersial*. Konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha .
2. Perlindungan konsumen dalam UUPK tersebut. Selanjutnya apabila digunakan istilah konsumen dalam UUPK maupun aturanaturan lain dalam hubungannya dengan perlindungan konsumen, maka

¹Kristiyanti, Celina Tri Siwi, op. cit. hlm. 22.

yang dimaksudkan adalah konsumen akhir.²

Tujuan penggunaan barang atau jasa itu menentukan termasuk konsumen kelompok mana penggunaan tersebut. Begitu juga dalam Kamus Bahasa Inggris-Indonesia dinyatakan bahwa consumer sebagai "pemakai atau konsumen".³ Perlakuan hukum yang lebih bersifat mengatur dan/atau mengatur dengan diimbahi perlindungan merupakan pertimbangan tentang perlunya pembedaan dari konsumen. Beberapa unsur yang terkandung dalam definisi konsumen di antaranya adalah:

1. Setiap orang
2. Pemakai barang dan atau produk
3. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain

4. Barang dan jasa itu diperdagangkan

Tujuan yang ingin dicapai dalam perlindungan konsumen umumnya adalah yaitu:

1. Memberdayakan konsumen dalam memilih, menentukan barang dan/atau jasa kebutuhannya, dan menuntut hak-haknya .
2. Sistem perlindungan konsumen yang memuat unsur- unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapatkan informasi
3. Kesadaranpelakuusaha mengenai perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab.

Dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, asas perlingdungans konsumen adalah:

"Berasaskan asas manfaat, dan asas keadilan, keseimbangan, keamanan dan asas keselamatan konsumen, serta kepastian hukum".

²Widjajati Erna, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Tangerang Selatan: Nafi Media Tama, 2015), hlm. 11-12.

³A. Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (Jakarta: Daya Widya, 1999) , hal. 3.

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dinyatakan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, antara lain :

1. Mmanfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. 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.
3. Asas dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas

keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

4. Kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen

menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum

Keempat asas yang disebutkan sebagaimana tercantum Undang-Undang Perlindungan Konsumen, apabila diperhatikan dapat dibagi menjadi 2 (dua) bagian asas yaitu:

- a. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen.
- b. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pelaksanaan Perlindungan Konsumen terhadap kurn jua
2. Masalah apa saja yang dirasakan sebagai hambatan dan bagaimana solusinya

bahan hukum primer, sunder dan tersier);

2.3 Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, alat pengumpulan data, yang terdiri dari studi dokumen (bahan pustaka), pengamatan (*observasi*), dan wawancara (*interview*).

II. METODE PENELITIAN

2.1 . Jenis Penelitian

Penelitian yang Penulis lakukan ini tergolong penelitian sosiologis atau empiris yang penelitian terhadap penggunaan purmna jua.

2.2 . Jenis Data

Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari masyarakat (lapangan) dan data yang diperoleh dari bahan pustaka. Data pertama dinamakan dengan jenis data primer atau data dasar Sedangkan data sekunder antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, data sekunder dengan

2.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data peneliti lakukan dalam penelitian ini meliputi alat pengumpulan data yang terdiri :

1. Data mengenai kepercayaan manusia,
2. Data mengenai perasaan dan motivasi seseorang (atau kelompok masyarakat).
3. Mengenai perilaku pada masa lampau.

2.5 Analisa Data

Metode kualitatif digunakan oleh peneliti/ penulis dengan tujuan untuk mengerti atau memahami gejala yang diteliti,

tanpa menggunakan rumus dan angka statistik.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelaksanaan Undang-Undang No. 8 Tahun 1998 terhadap Penggunaan Kartu Jaminan

Sesuai dengan hasil penelitian bahwa pelaksanaan Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Keputusan Meteri Perindustrian dan Perdagangan RI tentang Pedoman, petunjuk penggunaan (*manual*) dan kartu garansi/jaminan dalam bahasa Indonesia adalah sebagai produk teknologi informasi dan elektronika.

Menurut responden menyatakan bahwa Dinas Perdagangan dan Perindustrian dan Energi Sumber Daya Mineral (ESDM) merupakan instansi pemerintahan yang diberi wewenang untuk mengawasi dan memberikan pelatihan bagi pelaku usaha atau konsumen dalam kebijakan sebagaimana yang diatur

dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen. Empat faktor yang mempengaruhi efektifitas hukum di tengah-tengah masyarakat berkenaan tentang pelaksanaan hukum perlindungan konsumen dalam pelaksanaan *manual book* diantaranya adalah sebagai berikut antara lain :

1. Hukum itu sendiri (Undang-Undang/aturan Norma).
2. Penegakan Hukum
3. Masyarakat dan Kebudayaan
4. Budaya/Kultur Masyarakat.

3.2. Pendaftaran Pengguna Kartu Jaminan dan

Dalam melakukan pengawasan dan pembinaan terhadap pelaksanaan Undang-undang Perlindungan Konsumen, Disperindag ESDM mengalami beberapa hambatan dalam pelaksanaan kegiatan yang dilakukan. Hambatan tersebut berdasarkan penelitian Penulis ke lokasi penelitian, baik yang diperoleh informasi bahwa hambatan tersebut bisa berasal dari intern (Disperindag ESDM)

maupun hambatan yang berasal dari luar Disperindag ESDM.

Kendala tersebut berupa:

1. Kendala waktu berkenaan dengan kendala waktu yang dihadapi oleh Disperindag ESDM dalam melakukan pengawasan. Merupakan suatu hal yang menghambat pelaksanaan pengawasan penerangan Undang-undang Perlindungan Konsumen. Kendala waktu dihadapi oleh Disperindag ESDM menyangkut tentang waktu pengawasan serta pemantauan ke lapangan, dimana karyawan pengawas yang ditunjuk memiliki keterbatasan dalam melakukan tugasnya. Ketika waktu yang ditentukan tidak membuahkan hasil ditemukan suatu kasus pelanggaran sengketa konsumen, maka dengan demikian membutuhkan waktu yang cukup lama sehingga permasalahan sengketa konsumen tersebut belum terbukti. Adanya solusi yang dilakukan oleh

Disperindag ESDM dalam hal hambatan waktu yang dihadapi.

2. Mengingat jumlah personil yang tersedia serta ditugasi untuk melakukan pengawasan terhadap peredaran barang dan jasa beredar di pasaran, maka hal ini menyulitkan untuk dilakukan pengawasan terhadap setiap produk barang dan jasa yang beredar. Hal ini bisa dilihat dari struktur organisasi yang ada pada Disperindag, seksi pengawasan barang dan jasa beredar. Seksi ini sesuai dengan tugas wewenang yang mereka miliki bertugas untuk melakukan pengawasan pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Upaya yang dilakukan oleh Disperindag ke depannya adalah dengan melakukan peningkatan *skill* dan keahlian dari masing-masing karyawan yang ada sehingga meskipun dalam jumlah sedikit, maka pelaksanaan pengawasan dapat dilakukan secara maksimal

meskipun dalam jumlah pengawas yang terbatas.

3. Barang dan jasa yang beredar di tengah-tengah masyarakat, di mana ketika pengurusan izin pada bidang Kementerian Dalam Negeri, kurang dilakukan prosedur pendaftaran izin yang sesuai dengan prosedur Undang-Undang berlaku. Susahnya kepengurusan izin dari segi waktu kepengurusan membuat banyak orang akhirnya mendirikan usaha tanpa izin. Jual beli barang lebih banyak lewat tanpa memperoleh syarat-syarat yang lengkap sehingga hal ini tentu akan menimbulkan permasalahan ketika barang tersebut dipasarkan dan terjadinya beberapa pelanggaran hak-hak konsumen.

Solusi yang harus dilakukan misalnya pihak Disperindag ESDM bersama pihak Kementerian Dalam Negeri harus secara ketat melaksanakan apa yang sudah diatur Undang-Undang

PK dan ketentuan Kepmen yang berlaku. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kinerja Disperindag ESDM dalam melakukan pengawasan dan pembinaan pelaksanaan peredaran barang-barang di tengah-tengah masyarakat. Begitu juga di bidang Kementerian Dalam Negeri harus memperketat pelaksanaan Undang-Undang PK dan pelaksanaan Kepmen khususnya pelaksanaan *manual* (panduan) pemakaian dan kartu garansi terhadap barang elektronik seperti *Smartphone Android* yang berasal dari produk luar, maka perlu didaftarkan dalam bentuk petunjuk pemakaian dan kartu garansi yang berbahasa Indonesia sebagaimana sudah diatur oleh Kepmen Perindag RI yang berlaku.

Banyaknya masyarakat yang belum memahami bagaimana mengajukan permohonan/tuntutan terutama dalam hal sengketa konsumen, lembaga apa dan di mana dapat diajukan. Hal ini menjadi suatu kendala penerapan Undang-Undang Perlindungan

Konsumen di masyarakat, ditambah lagi permasalahan *manual book* (panduan pemakaian/kartu garansi) yang belum disadari pentingnya bagi masyarakat, sehingga hal ini juga menghambat penyelesaian sengketa konsumen yang terjadi. Adanya kendala tersebut, maka Disperindag ESDM sudah melakukan upaya sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan melakukan sosialisasi ke masyarakat, mengadakan pelatihan, seminar di mana bertemakan pentingnya mengetahui dan mengenal Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan mengenalkan bagaimana penyelesaian sengketa konsumen di mana sudah disediakan di Disperindag ESDM dengan nama Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

IV SIMPULAN DAN SARAN

4.1. Simpulan

1. Pelaksanaan Undang-Undang Pasal 5 UUPK dan

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 547/MPP/Kep/7/2002 sudah sesuai dengan apa yang sudah diatur dalam ketentuan ini.

2. Kendala eksternal berupa terdapatnya instansi yang mengeluarkan ijin belum melakukan prosedur perizinan sesuai undang-undang berlaku.

4.2 . Saran

1. Pelaksanaan UUPK dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia tentang Pedoman Pendaftaran Petunjuk Penggunaan Jaminana kartu gransi belum berjalan secara efektif, disarankan agar hal tersebut kedepan mendapat perhatian yang lebih serius.
2. Pelaksanaan Undang-Undang Perlindungan

Konsumen kaitannya dengan pengguna jaminan kartu gransi disarakan agar lebih prosudural, harganya lebih sederhana dan murah tanpa mengurangi kerugaian oleh perusahaan.

Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat.Ed. 1.Cet. 15. Rajawali Pers. Jakarta.12).

Widjajati, Erna. (2015). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*.Cet.1. Wafi Media Tama. Tangerang Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku, Jurnal Dan

Makalah

Kristiyanti, Celina Tri Siwi. (2011). *Hukum Perlindungan Konsumen*.Ed. 1.Cet. 3. Sinar Grafika. Jakarta.

Maskun.(2013). *Kejahatan Siber (Ciber Crime) Suatu Pengantar*.Cet. 1.

Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Marzuki,Peter Mahmud (2008). *Penelitian Hukum*. Cetakan ke II, Kencana. Jakarta

Muljadi,Kaerini and Gunawan Widjaja. 2008. *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*. Raja Grafindo. Jakarta

Nasution, Az..(1999). *Hukum Perlindungan Konsumen-Suatu Pengantar*. Jakarta.

Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji.(2013).

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian.

Skripsi

Ayu Wandiri, 2013, Skripsi Program Studi Hukum Universitas Hasanuddin, dengan judul "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Telematika Dan Elektronika Yang Tidak Disertai Dengan Kartu Jaminan/Garansi Purna

*Jual Dalam Bahasa
Indonesia”.*

Radiansyah, Dena. 2012, Skripsi,
Tanggungjawab Pelaku
Usaha Jasa Perhotelan
Terhadap Konsumen
Ditinjau Dari Undang-
Undang Nomor 8 Tahun
1999 Tentang
Perlindungan Konsumen
(Studi Kasus Di Hotel
Santosa Tasikmalaya).