

# IMPLEMENTASI PROFESIONAL LIABILITY PADA TRANSAKSI JUAL-BELI ONLINE TAS SIGNATURE BRANDED

Oleh : Ni Luh Sri Mahendra Dewi  
Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Dwijendra  
Email: [u\\_yick@yahoo.com](mailto:u_yick@yahoo.com)

## Abstrak

A branded signature bag is a definition of authentic authenticity to a product, whether it's from the design, product quality, factory, product processing, product details are original or genuine. Even in the production of a branded bag, mistakes can occur which can reduce the value and aesthetics of the bag, so the term defect appears. However, this product is still sold to boutique suppliers outside the official retail store with several conditions, namely the packaging is not accompanied by an ID card and serial number and barcode like the original. However, when traced for the quality of the goods, it is guaranteed to be 100% authentic, exactly the same as the original. How is the implementation of professional liability for purchasing signature defect bags through the official online website where the product category sold is defective but categorized as original with a price of tens of millions, what are the implications for state income through Luxury Goods Tax or Customs which are not attached to defective branded signature products. From a fairness perspective, how can a consumer get their rights in purchasing a branded signature bag that can be said to be original? The research is accompanied by the implementation of descriptive analysis methods, the topic of this research philosophically raises the essence of the original product or the original defective signature.

Keywords: Otentik, Signature Branded, Profesional Liability, Consumer Protection

## I. PENDAHULUAN

Dimasa milenial yang serba digital, pemasaran dan penjualan secara online merupakan suatu hal yang sudah sangat membumi. Salah satunya adalah pembelian tas bermerek (*branded*) secara online melalui situs-situs ternama baik dari situs nasional atau

bahkan situs internasional. Kontroversi tentang penjualan tas *branded signature* yang *defective goods* (produk cacat) namun dianggap *high quality* karena produk tas ini merupakan tas dengan kualitas asli, hanya saja terdapat minus pada kualitas jahitan atau benang yang tidak

simetris sehingga dianggap *defec*, menjadi sebuah hal yang bisa jadi merugikan pembeli karena produk yang dijual merupakan barang produksi minus terlepas dari kualitas asli dan masih layak untuk digunakan. Tas branded adalah salah satu item fashion yang bisa menambah rasa percaya diri seseorang. Setiap orang dalam posisinya sebagai konsumen tentu akan mengharapkan produk yang dibeli dan/atau digunakannya adalah produk yang berkualitas, dalam artian konsumen selalu menginginkan yang terbaik untuk dirinya. Apakah kualitas asli tas branded yang dijanjikan masih bisa melekat pada produk yang dijual apabila dalam produk tersebut tidak memiliki keabsahan asli seperti id card tau no seri dan barcode produk. Tas dianggap signature hanya karena bahan dan quality kontrol masih sama dan satu pabrik dengan yang ori, hanya produk sudah terdapat minus kesalahan pada jahitan dan perbedaan gradasi hasil celup. Apabila harapan konsumen sebagaimana telah diuraikan sebelumnya telah terpenuhi maka dalam hal ini konsumen akan merasa aman dan nyaman terhadap produk yang dibelinya. Rasa aman dan nyaman, bahkan keselamatan konsumen merupakan hak konsumen yang harus dijamin oleh pelaku usaha sebagaimana telah ditentukan pada ketentuan Pasal 4

huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat UUPK). Meskipun pelaku usaha wajib berperan dalam menjamin keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen, peran konsumen juga dibutuhkan dalam hal melindungi dirinya sendiri sebagaimana tertuang dalam konsideran UUPK pada bagian menimbang huruf d. yang menyatakan bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Sebagai dasar hukum perlindungan konsumen di Indonesia, UUPK secara garis besarnya mengatur mengenai hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen. Hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen saling bertimbang balik, hal ini dimaksudkan untuk menyeimbangkan kepentingan yang berbeda antara pelaku usaha dan konsumen dengan harapan tercapainya suatu keadilan. Memaknai keadilan sangatlah subjektif, tergantung dari pandangan orang yang mengemukakannya. Mengacu pada teori keadilan yang dikemukakan oleh John Rawls

yakni Justice as Fairness, adapun cara yang adil untuk menyatukan kepentingan yang berbeda adalah dengan menyeimbangkan kepentingan-kepentingan tersebut tanpa memberikan perhatian istimewa terhadap kepentingan itu sendiri. Satu-satunya cara yang dapat diputuskan mengenai keadilan adalah membayangkan keadaan dimana seseorang tidak atau belum memiliki kepentingan, sehingga dalam keadaan seperti ini tidak ada pilihan lain kecuali memutuskan dengan jujur.

Dalam praktiknya konsumen tidak selalu berada pada situasi yang aman dan nyaman terhadap tas branded signature yang dibeli. Dalam beberapa kasus dilapangan ketidaknyamanan ini berorientasi pada beberapa hal yang berbeda, salah satunya adanya resiko produk yang tidak otentik keasiliannya, tidak terdapat no seri produk. Resiko barang defec terlihat palsu sebagaimana dimaksud sebelumnya diatas bisa dipengaruhi beberapa faktor, seperti tdiak dicantumkan no seri dalam pengemasan, hingga akibat ketidak benaran segala informasi mengenai asal-usul pembuatan dan bahan dasar dari tas branded signature tersebut. Selain resiko ketidakaslian produk yang otentik, terdapat juga resiko lainnya yang menimbulkan kerugian konsumen yakni ketidak sesuaian pesanan

dalam transaksi tas branded signature yang dilakukan secara online. Ketidaksesuaian ini biasanya berorientasi pada ukuran, warna, corak, kualitas jahitan benang, dan no seri, ataupun size yang berbeda sehingga mengurangi nilai estetikanya.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan ketentuan Pasal 19 ayat 1 UUPK, pelaku usaha wajib bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Ketentuan Pasal 19 ayat 1 UUPK mencerminkan prinsip *Product Liability* yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat produk cacat melalui pembebanan resiko yang adil antara produsen dan konsumen (a. *fair apportionment of risk between producers and consumers*). Meskipun pada ketentuan Pasal 19 ayat 1 UUPK tidak digunakan istilah produk cacat, namun demikian karena produk cacat merupakan suatu hal yang dapat menimbulkan kerugian maka ketentuan pasal 19 ayat 1 UUPK dapat dijadikan dasar hukum dalam tuntutan ganti kerugian akibat produk cacat. Selain tercemin pada ketentuan Pasal 19 ayat 1 UUPK, prinsip Product

Liability sebenarnya juga tercermin dalam ketentuan Pasal 1474 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disingkat KUHPer) yang menentukan bahwa penjual berkewajiban untuk menyerahkan barangnya serta menanggungnya. Penanggungan yang dimaksud dalam hal ini berdasarkan ketentuan Pasal 1491 KUHPer adalah menjamin penguasaan benda yang dijual secara aman dan tenteram serta penanggungan terhadap adanya cacat tersembunyi yang menerbitkan alasan untuk pembatalan pembelian. Meskipun sebelumnya pada saat transaksi tidak diperjanjikan mengenai penanggungan sebagaimana dimaksud diatas, berdasarkan ketentuan Pasal 1492 KUHPer demi hukum penjual diwajibkan tetap menanggung pembeli. Bagaimana implementasi profesional liability yang apabila barang dijual adalah barang dengan kondisi sudah defec atau cacat. Penjual mengatakan minus dan produk adalah original tanpa deskripsi yang jelas cacat produk seperti apa yang akan diterima pembeli. Apakah harapan pembeli atas produk original itu serta merta sesuai dengan harapan karena ilustrasi orginal yang lebih murah yang dikemas oleh penjual menggiurkan namun pada saat yang sama keaslian tidak dapat dipastikan apabila tidak terdapat id

card dan no seri. Apakah tas branded signature defec tetap termasuk asli namun tidak autentik. Bagaimanah mendefinisikan keaslian suatu produk dari sebuah definisi belaka *signature defec* dan *autentik* yang sudah jelas pada kemasan tidak memiliki *id card* dan no seri yang menjadi suatu kriteria khusus barang branded itu dikategorikan asli.

Dari sudut pemerintah penjualan tas branded *signature defec* kepentingannya berkaitan dengan pendapatan bea cukai sebagai pemasukkan Negara atas pajak barang mewah menjadi nihil. Bagaimana produk yang telah gagal tetap di kemas dan dipasarkan dan dijual dengan harga setengah dari harga biasanya namun apabila dikalukalasikan tetap produk dijual dalam kisaran puluhan juta. Kewajiban menginformasikan merupakan tanggung jawab produk (*product liability*) yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha termasuk produsen tas *signature branded* dan tanggung jawab produk ini merupakan tanggung jawab mutlak dari pelaku usaha membayar ganti rugi jika produknya merugikan masyarakat konsumen.

Tulisan ini akan meninjau sejauh mana tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sebuah produk baik berupa barang yang disebut sebagai *product liability* maupun produk berupa jasa yang disebut

sebagai tanggung jawab profesional (*profesional liability*) didiskripsikan dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia.

Dalam perspektif hukum perdata, hubungan transaksi antara konsumendengan produsen/pelaku usaha tidak hanya dilihat sebagai transaksi yang berdiri sendiri. Perikatan transaksi konsumen merupakan pelaksanaan dari perikatan sebelumnya, yaitu perikatan pra transaksi konsumen. Demikian halnya setelah transaksi konsumen dilaksanakan akan lahir juga perikatan lain yang harus dipenuhi kedua belah pihak yang disebut perikatan pasca transaksi konsumen. Pada tahapan pasca transaksi konsumen inilah tanggung jawab produk (*produk liability*) biasanya menjadi issue penting selain issue jaminan atau garansi produk dan issue penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam kasus-kasus pelanggaran konsumen selain tuntutan atas tanggung jawab produk didasarkan pada perjanjian tertulis (wanprestasi) juga didasarkan pada perbuatan melawan hukum (PMH/tort) yang didasarkan pada pelanggaran atas ketentuan-ketentuan hukum perlindungan konsumen. Klausula tentang tanggung jawab produk (*product liability*) pelaku usaha ditempatkan

dalam kumpulan ketentuan-ketentuan tentang kewajiban dan larangan yang harus ditaati oleh pelaku usaha yang berawal dari proses produksi sampai dengan distribusi termasuk proses penawaran/iklan dan penjualan, yang pelanggaran atasnya melahirkan tanggung jawab mutlak.

Padakasus-kasuspelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait. Peraturan perundang-undangan dan perjanjian-perjanjian standard pada ranah hukum keperdataan seringkali memberikan pembatasan-pembatasan terhadap tanggung jawab yang dipikul pelanggar hak konsumen. Disamping itu pada ranah hukum yang lain seperti hukum pengangkutan dan ukum lingkungan hidup, terdapat perbedaan yang cukup mendasar tentang prinsip-prinsip tanggung jawab ini.

Secara umum, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dapat dibedakan sebagai berikut: Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability*), prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), prinsip praduga

untuk tidak tidak selalu bertanggung jawab (*presumption nonliability principle*), prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) dan prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*).

Konsep prinsip tentang pertanggung jawaban secara mutlak (*strict liability*) menekankan pada tidak adanya kewajiban bagi konsumen untuk membuktikan kesalahan pelaku usaha sebagai dasar pembayaran ganti kerugian dalam suatu gugatan/tuntutan, menurut RC Hobert diterapkan karena konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks, diasumsikan produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada tuntutan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya, asas ini dapat memaksa produsen lebih hati-hati. *Strict liability* ini sering juga diidentikan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*), namun ada pula ahli yang membedakannya.

Perbedaannya pada *strict liability* kesalahan tidak semata sebagai faktor yang menentukan tanggung jawab, namun ada

pengecualian-pengecualiaan yang memungkinkan dapat membebaskan tanggung jawabnya, seperti keadaan darurat (*force majeure*). Sedangkan *absolute liability* tanggung jawab menjadi mutlak tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya.

Pembedaan antara *strict liability* dengan *absolute liability* juga dapat dilihat dari ada tidaknya hubungan kausalitas antara subjek yang bertanggung jawab dengan kesalahannya, pada *strict liability* harus ada hubungan kausalitas, sedangkan pada *absolute liability* hubungan kausalitas ini tidak selalu ada.

Prinsip tanggung jawab produk (*product liability*) sendiri merupakan bagian dari prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) yang berkaitan dengan produk barang, sedangkan yang berkaitan dengan jasa disebut tanggung jawab profesi (*profesional liability*).

## II. PEMBAHASAN

(*Product Liability*) Prinsip tanggung jawab mutlak dalam konteks hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk menjerat pelaku usaha, khususnya produsen yang produknya merugikan konsumen, azas tanggung jawab produk (*Product Liability*) ini didefenisikan bahwa produsen wajib bertanggung jawab atas

kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya. Pada prakteknya tuntutan atas dasar *product liability* ini dapat didasarkan pada tiga hal:

Melanggar jaminan (*breach of warranty*), misalnya khasiat/cita rasa tidak sesuai dengan yang tertera dalam kemasan produk. Pelanggaran jaminan yang berkaitan dengan jaminan dalam konteks barang yang dihasilkan atau dijual oleh produsen/pelaku usaha tidak mengandung cacat. Pengertian cacat bisa terjadi dalam konstruksi barang (*constructions defect*), design (*design defect*) dan / atau pelebelan (*labeling defect*).

Ada unsur kelalaian (*negligence*), yaitu produsen lalai memenuhi standard pembuatan produk yang baik. Kelalaian dapat dinyatakan terjadi bila pelaku usaha / produsen yang dituntut gagal membuktikan bahwa ia telah berhati-hati dalam membuat, menyimpan, mengawasi, memperbaiki, memasang lebel atau mendistribusikan suatu barang. Menerapkan aturan tentang tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

**Profesional Liability**  
Menurut Komar Kantaatmadja, tanggung jawab profesional (*profesional liability*) merupakan tanggung jawab hukum (*legal liability*) dalam hubungannya

dengan jasa profesional yang diberikan kepada klien. Sejalan dengan tanggung jawab produk, tanggung jawab profesional ini timbul karena para penyedia jasa profesional tidak memenuhi perjanjian yang disepakati dengan klien atau akibat kelalaian penyedia jasa tersebut yang mengakibatkan terjadinya kerugian/perbuatan melawan hukum. Jenis jasa yang diberikan dalam hubungan antara profesional dengan kliennya dapat dibedakan dalam beberapa hal:

Jasa yang diperjanjikan menghasilkan sesuatu (*resultaat verbintenis*), sebagai contoh jasa profesional dokter gigi, bertanggung jawab atas hasil kerja yang diminta pasiennya; Jasa mengupayakan sesuatu (*inspannings verbintenis*), jasa seorang advokat yang sedang menangani perkara secara etik dilarang menjanjikan hasil kemenangan dalam menangani perkara di pengadilan. Dalam konteks ini, tanggung jawab profesional hanya mengupayakan agar kepentingan hukum kliennya dapat dilindungi seoptimal mungkin. Indikator yang menjadi ukuran untuk menyatakan adanya tindakan menyalahi tanggung jawab profesional harus ada parameter yang ditetapkan oleh asosiasi profesi, yang menentukan standard pelayanan yang wajib

diberikan kepada klien dari setiap tenaga profesional. Standard profesi bersifat teknis, tetapi juga dapat berupa aturan-aturan moral yang dimuat dalam kode etik.

Kode Etik (KE) adalah sistem norma, nilai dan aturan profesional tertulis yang secara tegas menyatakan apa yg benar dan baik dan apa yg tidak benar dan tidak baik bagi profesional. Demikian juga KE mengatur tentang perbuatan apa yang benar atau salah, perbuatan apa yang harus dilakukan dan apa yang harus dihindari. Secara umum tujuan Kode Etik agar profesional memberikan jasa sebaik-baiknya kepadapemakai/klien/ nasabahnya. Dalam konteks profesi Advokat, Kode Etik Advokat Indonesia (tentang, 2003), dinyatakan mempunyai kekuatan hukum secara mutatis mutandis. Sebagai contoh beberapa ketentuan kode etik advokat yang mengatur hubungan advokat dengan klien, antara lain: tentang advokat tidak dibenarkan memberikanketerangan yang dapat menyesatkan klien mengenai perkara yang sedang diurusnya, atau larangan terhadap advokat menjanjikan kemenangan dalam menangani perkara, atau larangan meninggalkan klien/memutuskan kuasa pada saat tidak menguntungkan klien atau pada saat akan tugas itu akan menimbulkan kerugian bagi klien. Hal ini berarti jika terjadi

pelanggaran kode etik oleh seorang advokat dan menimbulkan kerugian bagi klien/konsumen, maka klien tanpa kewajiban membuktikan kesalahan advokat, maka seorang advokat wajib membayar ganti kerugian atas tuntutan berdasarkan prinsip tanggung jawab profesional (*profesional liability*) (Perlindungan, 1999). Terbesit dari pelanggaran KE dari bidang jasa diatas, lalu bagaimana apabila tas sebagai sebuah produk yang dikategorikan *branded signature* dijual secara online dengan catatan khusus yaitu *defec*. Bagaimana KE dalam penjualan barang *branded* berskala Internasional bisa dilakukan, padahal barang yang dijual merupakan barang minus pabrik yang telah dikategorikan cacat. Jika dilihat dari *profesional liability* dimanakah bentuk tanggung jawab produsen kepada konsumen yang diberikan sebuah produk dengan kategori cacat. Apakah konsumen harus menerima segala jenis cacat produk yang dijual. Apakah terdapat indikator atau penilaian berapa besaran *defec* dan berapa nilai yang akan dikurangi dari besaran cacat produk yang melekat pada produk.

*Product Liability* Dalam Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia Secara perdata tanggung jawab produk (*product liability*) merupakan tanggung

jawab dari produsen dan pihak-pihak yang menyalurkannya untuk membayar ganti kerugian secara tanggung renteng seluruhnya. Tanggung jawab ini juga bersifat mutlak atau tanggung jawab tanpa kesalahan (*liability without fault*). Pasal 19 ayat (1) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara jelas mengatur: “pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian yang diderita konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.” Ketentuan pasal 19 ayat (1) ini dalam perspektif hukum pembuktian merupakan sistem pembuktian terbalik dalam pengertian konsumen tidak diwajibkan membuktikan adanya unsur kesalahan pelaku usaha yang menyebabkan kerugian akibat penggunaan barang atau jasa sebagai dasar pembayaran ganti kerugian. Ketentuan ini merupakan *lex specialis* dalam gugatan tentang perbuatan melawan yang membuktikan kesalahan tergugat. Dan pemberian ganti rugi berdasarkan ketentuan ini tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. Perkembangan pesat dunia usaha yang didorong

oleh makin canggihnya proses produksi, tumbuhnya produksi massal, makin majunya sistem pemasaran secara tidak terasa makin tidak mengertinya konsumen akan seluk beluk sebuah produk, sehingga seringkali kerugian konsumen yang diakibatkan oleh produk cacat makin tidak dapat dicari dan dibuktikan penyebabnya oleh konsumen. Suatu produk dapat disebut cacat (tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya) karena: cacat produk atau manufaktur yaitu keadaan produk yang umumnya berada di bawah tingkat harapan konsumen, cacat desain, yaitu keadaan produk dibawah tingkat harapan konsumen yang disebabkan oleh desain barang, dan cacat peringatan atau cacat instruksi, yaitu cacat produk yang tidak dilengkapi dengan peringatan-peringatan tertentu atau instruksi penggunaan produk. Pasal 1365 jo 1865 Kitab Undang-undang Hukum Perdata Dari batasan itu, dapatlah disimpulkan bahwa setiap produk cacat yang menimbulkan kerugian konsumen, maka pihak yang paling bertanggung jawab adalah pelaku usaha pembuat produk (produsen) tanpa kesalahan dari pihaknya. Undang-undang Perlindungan Konsumen telah mengatur secara detail tentang kewajiban-kewajiban dan

perbuatan-perbuatan dilarang dilakukan oleh pelaku usaha yang merupakan substansi dari tanggung jawab produk pelaku usaha. Kewajiban-kewajiban pelaku usaha: pelaku usaha wajib beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Larangan dalam konteks memproduksi barang dan/atau jasa, undang-undang perlindungan

konsumen menentukan: pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang/jasa yang yaitu: tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangan, tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih (netto), dan jumlah hitungan sebagaimana dinyatakan dalam label atau e-tiket barang tersebut, tidak sesuai dengan ukuran, timbangan dan jumlah hitungan menurut ukuran yang sebenarnya, tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label atau etiket atau keterangan barang/jasa tersebut, tidak sesuai dengan mutu, tingkatan komposisi, proses pengolahan, gaya, mode atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang tersebut, tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang/jasa tersebut, tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu, tidak mengikuti ketentuan berproduksi halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label, tidak memasang label atau membuat penjelasan yang memuat nama

barang, ukuran, berat/isi bersih (netto), komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat, tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Dalam konteks memperdagangkan barang/jasa, pelaku usaha dilarang: memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud, memperdagangkan kesediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

Larangan dalam konteks penawaran, promosi dan iklan, pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang/jasa secara tidak benar dan atau seolah-olah yaitu barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, sejarah atau guna tertentu, barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru, barang

dan/atau jasa tertentu tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu, barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi barang dan/atau jasa tersebut tersedia, barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi, barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu, barang tersebut berasal dari daerah tertentu, secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang/jasa lain; menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti: aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko atau efek samping tanpa keterangan yang lengkap, menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Demikian juga Pelaku Usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

1. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa,
2. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
3. kondisi, tanggung jawab, jaminan, hak atau ganti rugi atas

- suatu barang dan/atau jasa
4. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan,
  5. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral (*sale*) atau lelang, dilarang mengelabui / menyesatkan konsumen dengan: menyatakan barang atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu, menyatakan barang/jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;

1. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain,
2. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain,
3. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pelaku usaha hendaknya membuat pabrik di Indonesia dengan menggunkan tenaga kerja lokal sehingga kedepannya produk *signature* yang dijual bisa jelas asal-usulnya langsung pabrik rakitan *branded signature* di Indonesia yang dapat menunjang Efektivitas Perekrutan Tenaga Kerja Lokal dari Perspektif *Economic Analysis of Law* (I Wayan Partama Putra, 2021.)

## PENUTUP

Bahwa setiap produk cacat yang menimbulkan kerugian konsumen, maka pihak yang paling bertanggung jawab adalah pelaku usaha pembuat produk (produsen). Dan untuk produk yang dijual dengan cacat kategori khusus apabila diterima konsumen hendaknya ada klausa perjanjian indikator cacat yang bisa dikategorikan masih layak pakai atau cacat hanya minus tanpa mengurani kualitas produk *branded signature*. Harus diperlihatkan secara detail asal-usul produk untuk bisa diklausakan sebagai produk yang *signature* atau produk asli atau *original*.

Undangundang Perlindungan Konsumen telah mengatur secara detail tentang kewajiban-kewajiban dan perbuatan-perbuatan dilarang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya baik dalam memproduksi maupun menawarkan barang dan atau jasa yang merupakan substansi dari tanggung jawab produk pelaku usaha.

Dalam hal tuntutan didasarkan unsur kesalahan (*liability based on fault*) prinsip yang berlaku umum dalam hukum perdata dan pidana, diatur dalam Pasal 1365 s/d 1367 KUHPerdata, dimana penggugat/penuntut (jaksa) wajib membuktikan

kesalahan pihak yang digugat/dituntut.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Hoerber, R.C., 2000, Contemporary Business Law, Principles and Cases, New York, Mc Graw Hill Book & Co, 1986 dalam Sidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Grasindo, Jakarta.

Putra, I. W. P. (2021). Efektivitas Perekrutan Tenaga Kerja Lokal dari Perspektif Economic Analysis of Law. Jurnal Komunikasi Hukum (JKH), 7(2), 559-569.

Kantaatmadja K., 1996, Tanggung Jawab Profesional, Jurnal Era Hukum Tahun III No. 10, Oktober.

Peradi, 2007, Hubungan Dengan Klien, Kode Etik Advokat Indonesia, Kitab Advokat Indonesia, Peradi, PT. Alumni, Bandung

Philip, J.J., Product Liability in a Nutshell, dalam AZ Nasution. Sidarta, 2000, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, PT Grasindo, Jakarta.

#### **Lain lain:**

1. Undang-undang Perlindungan Konsumen
2. Undang Undang Hukum Perdata.