

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI MONITOR KOMPUTER MELALUI
PROGRAM TRADE-IN**

SKRIPSI



Unit UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi
Syarat-Syarat untuk Menyelesaikan Program
Studi Ilmu Hukum dan Mencapai
Gelar Sarjana Hukum

Oleh :

HIDAYAH NURAINI

NIM: 010710101174

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2005

Asal :	Hadiah Pembelian	Klass 343.07 NUR P
Uraian :		
No induk :		
Pengkatalog :		

c. 1 f

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI MONITOR KOMPUTER MELALUI
PROGRAM TRADE-IN**

Oleh :

HIDAYAH NURAINI

NIM. 010710101174

Pembimbing

H. ARIE SUDJATNO, S.H.

NIP. 130 368 777

Pembantu Pembimbing

HIDAJATI, S.H.

NIP. 130 781 336

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS JEMBER


FAKULTAS HUKUM

2005

MOTTO

KONSUMEN ADALAH RAJA

(Jefferson Kameo)

A large, faint watermark of the Universitas Jember logo is centered on the page. The logo is a shield-shaped emblem with a yellow background and a grey border. Inside the shield, the word "UNIVERSITAS" is written in a large, grey, serif font at the top. Below it is a stylized floral or leaf-like design in shades of green and yellow. At the bottom of the shield, the word "JEMBER" is written in a large, grey, serif font.

James F. Engel, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen Edisi keenam Jilid I*. Jakarta : Binarupa Aksara.

PERSEMBAHAN

1. Kedua orang tuaku tercinta, Abahku Abdul Wachid dan Ibunda Mislikah.
2. Alma Materku tempat aku menimba ilmu.
3. Guru-guru yang ku hormati.
4. Adikku yang kusayangi Widiyanti dan M. Abd. Panji.
5. Orang-orang terkasihi yang membantu memberikan inspirasi dan semangat.



PERSETUJUAN

Dipertahankan dihadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 30
Bulan : Agustus
Tahun : 2005


Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum

Panitia Penguji

Ketua


Hj. SAADIAH TERUNA, S.H.
NIP. 130 674 837

Sekretaris


I WAYAN YASA, S.H.
NIP. 131 832 298

Anggota :

1. H. ARIE SUDJATNO, S.H.
NIP. 130 368777

2. HIDAJATI, S.H.
NIP. 130 781336

PENGESAHAN

Disahkan :

Skripsi dengan judul : **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL
BELI MONITOR KOMPUTER MELALUI
PROGRAM TRADE-IN**

Oleh :

Hidayah

HIDAYAH NURAINI

NIM. 010710101174

Pembimbing,

Pembantu Pembimbing

[Signature]
H. ARIE SUDJATNO, S.H.

NIP. 130 368 777

[Signature]
HIDAJATI, S.H.

NIP. 130 781 336

Mengesahkan

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

DEKAN



[Signature]
KOPONG PARON PIUS, S.H., S.U.

NIP. 130 808 985

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis panjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MONITOR KOMPUTER MELALUI PROGRAM TRADE-IN" ini dapat diselesaikan, sebab tanpa tuntunan dan perlindungan-Nya niscaya penulis tidak dapat mewujudkan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini berhasil diselesaikan berkat bimbingan petunjuk dan pengarahan dari pembimbing dan pembantu pembimbing, serta berbagai pihak yang dengan tulus ikhlas memberikan bantuan baik materiil maupun immateriil kepada penyusun.

Pada kesempatan ini pula ucapan terima kasih sebesar-besarnya dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak H. Arie Sudjatno, S.H. Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan motivasi, bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Hidajati, S.H. pembantu pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan motivasi, bimbingan, dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Hj. Saadiah Teruna, S.H. Ketua Panitia Penguji.
4. Bapak I Wayan Yasa, S.H. Sekretaris Panitia Penguji dan Dosen Wali yang penuh kesabaran membimbing penulis selama masa kuliah dan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen beserta seluruh karyawan di lingkungan Fakultas Hukum Universitas Jember.
6. Kedua orang tuaku, Abahku Abdul Wachid dan Ibunda Mislikah terima kasih atas kesabaran dalam memberikan perhatian, semangat dan doa restunya.
7. Adikku yang tercinta Widiyanti dan M. Abd. Panji.

8. Yuniarto Eko Wibowo, honey bunnyku dengan kesabaran dan telaten menemaniku mengerjakan skripsi dan memberikan inspirasi dan semangat. Terima kasih juga atas pinjaman komputernya.
9. Teman-teman Jl. Jawa IIE/3 Bagus + Vivin, Mbak Ita, Vita, Nit Not + Drajat yang selalu memberi kejutan dan semangat. Senyum !!!
10. Teman-teman 2001 fakultas hukum.
11. Semua pihak yang ikut membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak sempat ditulis oleh penulis.

Mengingat keterbatasan yang penulis miliki, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua demi menegakkan keadilan berdasarkan hukum di tengah masyarakat.

Jember, 30 Agustus 2005

Penulis



Unit UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
RINGKASAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Batasan Permasalahan	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penulisan	
1.4.1. Tujuan Umum	4
1.4.2. Tujuan Khusus	4
1.5. Metode Penulisan	4
1.5.1. Pendekatan Masalah	4
1.5.2. Sumber Bahan Hukum	5
1.5.3. Metode Pengumpulan Bahan Hukum	5
1.5.4. Analisis Bahan Hukum	5
BAB II. FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI	7
2.1. Fakta	7
2.2. Dasar Hukum	7
2.3. Landasan Toeri	11
2.3.1. Hukum Perlindungan Konsumen	11
2.3.2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	13

2.3.3. Jual Beli Monitor Komputer	16
2.3.4. <i>Trade-in</i>	17
BAB III. PEMBAHASAN	19
3.1 Mekanisme transaksi jual beli monitor komputer melalui program <i>trade-in</i>	19
3.2 Faktor pendukung dan penghambat bagi produsen dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli monitor melalui program <i>trade-in</i>	21
3.3 Upaya yang dapat dilakukan oleh konsumen dan produsen apabila terjadi ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen dengan spesifikasi dalam iklan	26
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	38
4.1 Kesimpulan	38
4.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Acer Tukar Tambah 200 Unit LCD
2. Tukarkan Monitor Bekas Merek Apapun
3. Iklan *trade-in*



RINGKASAN

Perkembangan teknologi yang begitu pesat membuat semua orang berlomba-lomba untuk mendapatkan segala keinginannya. Pelaku usaha membuat berbagai macam produk untuk menarik konsumen. Konsumen menjadi sasaran atau pengguna dari barang dan jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha mempunyai kedudukan yang relatif lemah dari pelaku usaha. Seperti halnya konsumen yang melakukan jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*. Informasi yang diterima oleh konsumen sangat singkat sehingga membuat konsumen merasa kekurangan informasi tentang program *trade-in* monitor komputer. Ketidakjelasan informasi yang diterima oleh konsumen dapat menyesatkan dalam mengambil keputusan atau membuat konsumen kecewa atas kenyataan yang ada dilapangan. Oleh karena itu penulis mengangkat permasalahan diatas menjadi skripsi yang berjudul **"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MONITOR KOMPUTER MELALUI PROGRAM TRADE-IN"**. Permasalahan yang dapat ditarik yaitu tentang mekanisme dalam transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*, faktor pendukung dan faktor penghambat bagi konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*, dan upaya yang dapat dilakukan oleh konsumen dan produsen apabila terjadi ketidaksesuaian barang yang diterima dengan spesifikasi dalam iklan.

Tujuan umum dalam penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Jember. Tujuan khususnya yaitu untuk mengetahui mekanisme transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*, untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat bagi produsen dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*, dan untuk mengetahui upaya yang dapat dilakukan oleh konsumen dan produsen apabila terjadi ketidaksesuaian barang yang diterima dengan spesifikasi dalam iklan.

Metode penulisan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu dengan memakai pendekatan secara yuridis normatif. Sumber bahan hukumnya yaitu sumber bahan hukum sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tertier. Metode dalam pengumpulan bahan hukumnya studi literatur atau penelitian kepustakaan. Sedangkan analisis bahan hukum yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif.

Melalui program *trade-in*, konsumen langsung mendatangi lokasi program *trade-in* dengan membawa monitor yang akan ditrade-inkan. Monitor tersebut diperiksa terlebih dahulu oleh teknisi dealer yang menyelenggarakan program *trade-in*. Kemudian konsumen mendapat voucher untuk ditukarkan dengan barang yang ada dalam program *trade-in* dengan menambahkan sejumlah uang tertentu sesuai dengan harga monitor yang diinginkan oleh konsumen.

Faktor pendukung bagi penyelenggara yaitu untuk meningkatkan penjualan, memperoleh keuntungan, permintaan konsumen, memperkenalkan produk baru, dan memotong *life cycle* produk. Sedangkan yang menghambat yaitu masih adanya rasa sayang konsumen terhadap monitor yang dimilikinya. Bagi pihak konsumen faktor pendukungnya yaitu konsumen memperoleh nilai tukar monitor yang lebih tinggi dan konsumen dapat menyingkirkan barang bekas dirumahnya. Faktor penghambat bagi konsumen yaitu kurangnya informasi yang diperoleh tentang program *trade-in*.

Konsumen dapat dirugikan dengan adanya informasi yang tidak jelas. Apabila konsumen dirugikan karena perbuatan pelaku usaha maka konsumen dapat meminta kompensasi, ganti kerugian dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya sesuai dengan yang tercantum dalam pasal 4 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Teliti sebelum membeli merupakan kunci utama yang harus dipegang oleh konsumen dalam melakukan segala macam transaksi dengan pihak penjual. Dealer atau distributor atau produsen harus memberikan informasi yang jelas mengenai program *trade-in* kepada konsumen sesuai dengan ketentuan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan ekonomi nasional di era globalisasi harus mampu mendukung pertumbuhan dunia usaha. Pertumbuhan dunia usaha yang baik dengan diiringi perkembangan teknologi yang semakin maju akan dapat menghasilkan berbagai macam barang dan jasa yang berguna bagi masyarakat.

Adanya kebutuhan konsumen yang beranekaragam mendorong produsen untuk terus menghasilkan berbagai macam produk barang dan jasa. Konsumen selalu membutuhkan suatu produk barang atau jasa untuk mendukung aktifitas sehari-hari, khususnya alat elektronik seperti kulkas, televisi, komputer, setrika, mesin cuci dan alat-alat elektronik lain yang dapat memudahkan pekerjaan konsumen. Untuk mendapatkan semua barang tersebut konsumen harus membelinya dari produsen. Karena secara langsung ataupun tidak setiap orang pasti merupakan konsumen suatu barang atau jasa tertentu yang dihasilkan oleh produsen.

Kondisi seperti ini dimanfaatkan oleh produsen untuk berlomba-lomba menghasilkan alat-alat elektronik yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Produsen selalu melakukan inovasi-inovasi untuk memperbarui produk yang ia hasilkan, sehingga konsumen terdorong untuk membelinya. Inovasi merupakan salah satu cara yang digunakan oleh produsen untuk menarik konsumen agar membeli barang ataupun jasa yang dihasilkannya. Selain inovasi, terdapat cara lain yang digunakan oleh produsen untuk menarik konsumen yaitu dengan menggunakan iklan.

Program *trade-in* merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh produsen untuk menarik konsumen agar membeli barang yang diproduksinya. Program *trade-in* merupakan suatu teknik menjual barang dengan menukarkan barang milik konsumen untuk ditukarkan dengan barang yang ditawarkan oleh pihak produsen. *Trade-in* sebenarnya bukan hal baru karena dahulu dikenal dengan istilah tukar tambah. Program *trade-in* biasanya dilakukan oleh produsen-produsen suatu

barang dan dilakukan ditempat yang telah ditentukan. Untuk mengetahui suatu program trade-in dilakukan biasanya diinformasikan melalui surat kabar. Dari informasi ini konsumen akan mengetahui kapan, dimana, jenis barang apa, dan produsen mana yang akan melakukan program *trade-in*. Akan tetapi kadang kala informasi yang diberikan oleh produsen penyelenggara *trade-in* melalui iklan sangat sedikit. Informasi yang tidak jelas atau yang menyesatkan mengenai program *trade-in* sangat merugikan bagi konsumen. Konsumen tentu membutuhkan informasi yang jelas tentang kapan, dimana, jenis barang apa yang akan ditrade-inkan, bagaimana spesifikasi barang yang akan ditrade-inkan. Yang paling penting dari semuanya yaitu apakah konsumen akan mendapatkan barang yang sesuai dengan spesifikasi dalam iklan atau dengan kata lain apakah yang dijanjikan penjual melalui informasi tertulis itu sesuai dengan kenyataannya.

Perbedaan posisi antara produsen dengan konsumen sangat besar. Konsumen tidak mengetahui bagaimana kondisi barang, ia hanya mengetahui barang itu sudah jadi dan siap untuk dikonsumsi. Sedangkan yang lebih mengetahui keadaan barang yaitu produsen. Posisi seperti ini tentu sangat merugikan bagi pihak konsumen. Apalagi bila pihak konsumen harus membuktikan sendiri bila barang yang dikonsumsi merugikannya, tidak sesuai dengan keinginan konsumen, tidak sesuai dengan spesifikasi dalam iklan atautkah produsen akan memenuhi janjinya sesuai dengan iklan. Keadaan seperti ini menunjukkan bahwa posisi konsumen cenderung lebih lemah bila dibandingkan dengan posisi produsen yang lebih kuat. Oleh karena itu diperlukan suatu instrumen hukum yang dapat melindungi kepentingan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, penyusun tertarik untuk mengangkat permasalahan mengenai pentingnya konsumen untuk mendapatkan suatu perlindungan hukum ketika melakukan transaksi jual beli melalui program *trade-in* khususnya monitor komputer, sehingga penyusun mencoba mengangkat permasalahan tersebut dalam skripsi yang berjudul "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MONITOR KOMPUTER MELALUI PROGRAM TRADE-IN "

1.1 Batasan Permasalahan

Didalam penyusunan skripsi ini dianggap perlu untuk membatasi ruang lingkup pembahasan dengan tujuan untuk memperjelas dan mempermudah menganalisis permasalahan. Sehingga dapat mencapai sasaran dan tujuan yang diinginkan oleh penulis. Oleh karena itu penulis membatasi pembahasan permasalahan yang akan dikaji yaitu mengenai perlindungan terhadap konsumen dalam melakukan transaksi jual beli monitor komputer khususnya melalui program *trade-in*. Konsumen perlu untuk mendapatkan suatu bentuk transaksi yang jelas terutama mengenai kejelasan iklan jual beli melalui program *trade-in*. Dari sinilah seorang konsumen perlu mendapatkan perlindungan terhadap kejelasan informasi dari iklan dan barang yang akan dikonsumsi oleh konsumen, sehingga barang yang diterima oleh konsumen sesuai dengan spesifikasi dalam iklan. Transaksi jual beli disini hanya yang melalui program *trade-in*, sedangkan untuk jenis transaksi lain tidak dibahas. Konsumen yang dimaksud dalam skripsi ini sama dengan pembeli. Dimana antara konsumen dan pembeli merupakan orang-orang yang memanfaatkan atau menikmati barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat dan tidak untuk diperdagangkan lagi melainkan untuk dikonsumsi sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan batasan masalah maka masalah yang dapat dirumuskan dalam skripsi ini adalah :

1. Bagaimana mekanisme dalam transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* ?
2. Apakah faktor pendukung dan faktor penghambat bagi konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* ?
3. Apakah upaya yang dapat dilakukan oleh konsumen dan produsen apabila terjadi ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen dengan spesifikasi dalam iklan ?

1.3 Tujuan Penulisan

Penyusunan skripsi ini mempunyai dua tujuan yaitu tujuan umum dan tujuan khusus.

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum yang ingin dicapai dalam penyusunan skripsi ini yaitu untuk memenuhi dan melengkapi syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana hukum di Fakultas Hukum Universitas Jember.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana mekanisme transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat bagi konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*.
3. Untuk mengetahui upaya apa yang dapat dilakukan oleh pihak konsumen dan produsen apabila terjadi ketidaksesuaian barang yang diterima dengan spesifikasi dalam iklan.

1.4 Metode Penulisan

Metode penulisan diperlukan dalam setiap penulisan karya ilmiah. Metode merupakan suatu cara atau prosedur yang dilakukan untuk mendapatkan suatu kebenaran. Penggunaan metode dimaksudkan agar analisis penyusunan skripsi ini menjadi benar sehingga mendapatkan kesimpulan yang mendekati kebenaran nyata.

1.4.1 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah pendekatan yuridis normatif yang merupakan metode pendekatan dengan

menggunakan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan dikaitkan dengan permasalahan (Soemitro,1990:98).

1.4.2 Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum yang digunakan adalah sumber bahan hukum sekunder. Berdasarkan kekuatan berlakunya, sumber bahan hukum sekunder terdiri dari :

- a. bahan hukum primer yang berupa peraturan perundang-undangan yang berlaku dan berhubungan dengan permasalahan dalam skripsi ini.
- b. bahan hukum sekunder yang merupakan bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan merupakan penjelasan dari bahan hukum primer.
- c. bahan hukum tertier yaitu bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan bahan hukum tersier yang misalnya dari kamus dan ensiklopedia (Soemitro,1988:11).

1.4.3 Metode Pengumpulan Bahan Hukum

Metode yang digunakan dalam pengumpulan bahan hukum adalah studi literatur atau penelitian kepustakaan yang dapat berupa :

- a. Pengumpulan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang diangkat dalam judul skripsi ini;
- b. Mempelajari buku-buku, literatur, pendapat para ahli, karya ilmiah para sarjana ataupun sumber-sumber lain yang terkait dengan permasalahan dalam skripsi ini;

1.4.4 Analisis Bahan Hukum

Bahan hukum yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, artinya metode yang digunakan dalam menganalisis bahan hukum tidak didasarkan pada bilangan statistik tetapi dalam memberikan uraian dan gambaran atas bahan hukum yang diperlukan diuji dengan norma-norma

hukum masyarakat yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas
(Soemitro,1990:98).



BAB II

FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI

2.1 Fakta

Adi seorang karyawan swasta, tertarik dengan iklan *trade-in* yang diselenggarakan oleh salah satu vendor terkenal di Indonesia. Dalam iklan *trade-in* disebutkan bahwa konsumen dapat menukarkan monitor lama merek apapun dengan yang baru asalkan kondisinya masih bagus. Pada saat itu Adi mempunyai monitor komputer lama yang berukuran 15". Tanpa ragu-ragu Adi membawa monitor ke tempat *trade-in*. Sesampainya ditempat *trade-in*, Adi baru mengetahui bahwa ia harus menukarkan monitor CRT 15" miliknya dengan sebuah monitor *flat* 17". Melihat kenyataan yang seperti itu Adi sangat kecewa, sebab ia harus mengeluarkan uang lebih banyak dari yang ia bayangkan. Karena untuk menukarkan monitor 15", Adi harus menambah sekitar Rp 400.000,-. Sedangkan untuk mendapatkan monitor yang lebih besar dan *flat*, Adi harus mengeluarkan uang sekitar Rp 1,4 juta. Apa yang terjadi pada Adi menunjukkan bahwa informasi yang didapat oleh Adi mengenai program *trade-in* monitor sangat sedikit. Padahal konsumen berhak atas informasi yang jelas, jujur dan tidak menyesatkan. Kenyataan yang harus dihadapi oleh Adi tidak sesuai dengan yang diinformasikan dalam iklan. Selain informasi yang kurang jelas, Adi juga tidak mendapatkan barang yang sesuai dengan spesifikasi dalam iklan.

2.2 Dasar Hukum

Dasar hukum yang digunakan sebagai landasan yuridis dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. KUH Perdata, pasal :

a. Pasal 1365

Tiap-tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.

b. Pasal 1458

Jual beli itu telah dianggap telah terjadi antar kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar.

1. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal :**a. Pasal 8**

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standart yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan persediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

b. Pasal 9

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah :
 - a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja, atau aksesoris tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko, atau efek samping tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti;
2. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

c. Pasal 10

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 :

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

d. Pasal 19

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

c. Pasal 46

1. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
 - b. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
 - c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
 - d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
2. Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf diajukan kepada peradilan umum.

3. Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Pengertian tersebut berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 1 angka 1.

Pengertian konsumen menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 pasal 1 angka 2 adalah :

“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”.

Konsumen yang dimaksud dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 yaitu konsumen akhir. Yang dimaksud konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk. Sedangkan menurut kamus Production dan Marketing Management, konsumen adalah para pemakai jasa atau benda-benda yang dihasilkan oleh produsen (Sutjiono, 1976: 277).

Perlindungan hukum yang diberikan terhadap konsumen dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu untuk konsumen akhir, yaitu konsumen yang menggunakan produk yang terakhir dan tidak untuk diperdagangkan lagi melainkan hanya untuk dikonsumsi sendiri. Aspek perlindungan yang diberikan kepada konsumen salah satunya yaitu perlindungan terhadap gangguan dari pihak lain dan bagaimana cara mempertahankannya dari tindakan pelaku usaha yang mempunyai itikad tidak baik. Untuk itu diperlukan suatu bentuk hukum untuk konsumen. Menurut Az. Nasution (1995 :64) pengertian hukum konsumen adalah:

keseluruhan azas-azas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen, didalam pergaulan hidup.

Pengertian hukum konsumen diatas menyangkut tentang perilaku konsumen dan pelaku usaha dalam menjalankan kegiatannya. Konsumen sebagai penikmat atau pengkonsumsi dari barang yang dijual atau ditawarkan oleh pelaku usaha. Antara konsumen dan pelaku usaha harus terdapat aturan yang memberikan hak dan kewajiban pada masing-masing pihak. Pemberian hak dan kewajiban diharapkan mampu untuk membatasi kebebasan masing-masing pihak sehingga tidak saling berselisih kepentingan.

Pengertian pelaku usaha menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1990 pasal 1 butir ke 3 disebutkan bahwa yang dimaksud dengan Pelaku Usaha adalah :

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

Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya para produsen pabrik yang menghasilkan barang dan/atau jasa yang tunduk pada Undang-undang ini, melainkan juga para rekanan , termasuk para agen, distributor, serta jaringan-jaringan yang melaksanakan fungsi perindustrian dan pemasaran barang dan/atau jasa kepada masyarakat luas selaku pemakai dan/atau pengguna barang dan/atau jasa (Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani,2000 : 5).

Obyek dari transaksi jual beli yaitu produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Saat ini istilah produk diidentikkan dengan barang atau jasa. Dimana pada awalnya istilah produk hanya digunakan pada pengertian barang. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 angka 4 dan angka 5 memberikan definisi dari barang dan atau jasa, yaitu :

Barang adalah setiap benda, baik berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, dapat diperdagangkan, dipakai dipergunakan, atau dapat dimanfaatkan oleh konsumen,
dan

Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

Pemberian pengertian pada barang dan jasa dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk memberi batasan tentang apa yang dinamakan barang dan jasa. Batasan itu berguna agar terdapat perbedaan pengertian antara barang dan jasa. Sehingga konsumen dan pelaku usaha tidak kabur mengenai apa yang dinamakan barang dan jasa.

2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Perlindungan terhadap konsumen identik dengan perlindungan yang diberikan terhadap hak-hak yang melekat pada konsumen. Secara umum dikenal empat hak dasar konsumen yang dicetuskan pertama kali oleh Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy, yang disampaikan dalam pidato kenegaraannya dihadapan kongres pada tanggal 15 Maret 1962. Hak-hak konsumen itu dikenal sebagai "*Consumer Bill of Right*" terdiri dari :

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to informed*)
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*)
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergantung dalam *The Internasional Organization of Consumers Union (IOCU)* menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan ganti rugi, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Pada hakikatnya perlindungan konsumen menyiratkan keberpihakan kepada kepentingan-kepentingan (hukum) konsumen. Adapun kepentingan-kepentingan konsumen menurut Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang *Guidelines for Consumer Protection*, sebagai berikut :

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanan;
2. Promosi dan perlindungan kepentingan sosial ekonomi konsumen;

3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
4. Pendidikan konsumen;
5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
6. kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka (Yusuf Shofie, 2003 : 262-263).

Menurut ketentuan pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, konsumen memiliki hak sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi , perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan/dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lain.

Hak-hak konsumen tersebut diatas menunjukkan bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen (Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2000: 29-30).

Diantara hak-hak yang dimiliki oleh konsumen, konsumen juga mempunyai kewajiban-kewajiban yang telah diatur dalam ketentuan pasal 5

Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, yaitu sebagai berikut :

- a. membaca/mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian/pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen serta patut;

Tidak hanya konsumen yang memiliki hak dan kewajiban, pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban. Menurut ketentuan pasal 6 Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, hak pelaku usaha adalah sebagai berikut :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diukur dalam ketentuan peraturan perundangan-undangan lainnya.

Kewajiban Pelaku usaha, menurut ketentuan pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. meminjam mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau jasa generasi barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

- f. memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2.3.3. Jual beli Monitor Komputer

Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan (pasal 1457 KUHPerdara). Jual beli yang terjadi dalam transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* yaitu pelaku usaha selaku penjual menyerahkan barang yang akan *ditrade-in* kepada konsumen selaku pembeli dan konsumen harus menyerahkan sejumlah uang sesuai dengan harga yang telah disepakati oleh konsumen dengan kedua belah pihak. Perjanjian dalam transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* yaitu kesepakatan antara pelaku usaha dengan konsumen untuk menyerahkan barang dengan uang sesuai yang disepakati oleh kedua belah pihak. Perjanjian yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan konsumen tersebut tidak dituangkan dalam bentuk tertulis. Dimana dalam perjanjian tersebut memuat pasal-pasal yang harus disepakati dan dilaksanakan oleh kedua belah pihak.

Monitor merupakan salah satu bagian yang penting dalam menjalankan atau mengoperasikan komputer. Berbagai macam pengertian yang dapat diberikan mengenai computer dan monitor yaitu :

Computer adalah alat bantu pemrosesan data secara elektronik. Cara pemrosesan datanya berdasarkan urutan instruksi atau program yang tersimpan dalam memori masing-masing komputer (Wahana Komputer, 2002: 64).

Monitor adalah perangkat keras dalam sistem komputer yang digunakan untuk menampilkan citra video (Wahana Komputer, 2002: 273).

Pengertian mengenai computer dan monitor antara kamus komputer yang satu dengan yang lain berbeda. Salah satunya yaitu :

Computer adalah sebarang mesin yang melakukan tiga hal : menerima input terstruktur, memprosesnya sesuai dengan hukum-hukum yang ditentukan, memproduksi hasilnya sebagai output (Microsoft Press A Division of Microsoft Corporation, 1996: 84).

Monitor adalah gambar-gambar yang dibentuk oleh video adapter komputer ditampilkan (Microsoft Press A Division of Microsoft Corporation, 1996: 258).

Berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan bahwa kedudukan sebuah monitor dalam mengoperasikan komputer sangat diperlukan. Pekerjaan yang telah kita lakukan menggunakan komputer akan ditampilkan oleh monitor. Melalui monitor kita dapat mengetahui hasil dari pekerjaan kita sudah maksimal atau belum. Dengan adanya monitor yang bagus atau sesuai dengan pekerjaan yang kita lakukan akan memberikan hasil yang bagus dan maksimal. Monitor merupakan salah satu bagian dari komputer yang tidak dapat dipisahkan.

2.3.4 Trade-In

Trade-in merupakan suatu bentuk jual beli yang sebenarnya bukan hal baru lagi. Dahulu *trade-in* dikenal dengan istilah tukar tambah. Akan tetapi sesuai dengan perkembangan jaman, sekarang pihak penjual lebih suka menyebutnya sebagai *trade-in*. Pada awalnya *trade-in* hanya sebatas pada produk-produk elektronik rumah tangga, seperti televisi dan kulkas. Dan hanya sebatas pada jenis barang yang sama ataupun barang dengan merek yang sama. Tetapi pada saat ini barang-barang seperti kamera digital dan monitor komputer dapat ditukar tambahkan. Perkembangan selanjutnya yang lebih menarik yaitu bahwa *trade-in* tidak hanya manukartambahkan barang dengan jenis yang sama ataupun merek yang sama, namun kita dapat menukartambahkan barang secara lintas kategori ataupun lintas merek. Kita dapat menukar pesawat televisi lama dengan perangkat

audio, pemutar DVD/VCD, kulkas dan barang lainnya dengan merek lain (Lili, 2005 :11).

Dalam *trade-in* konsumen mambawa barang miliknya yang lama dengan catatan kondisi barang itu masih bagus, untuk ditukarkan dengan barang yang baru dengan menambahkan sejumlah uang sesuai dengan harga barang yang diinginkan oleh konsumen. *Trade-in* berbeda dengan tukar tambah yang dilakukan oleh toko-toko biasa. Tukar tambah yang dilakukan oleh toko biasa hanya menerima barang yang sejenis dan merek yang sama dengan yang ditukar tambahan. Biasanya tukar tambah ditoko juga memberi syarat bahwa barang tersebut dibeli di toko tersebut dengan menunjukkan bukti pembayaran. Berbeda dengan *trade-in*, dimana konsumen tidak perlu mempunyai merek yang sama dengan merek penyelenggara *trade-in* ataupun kategori yang sama dengan penyelenggara *trade-in*. Konsumen juga tidak harus membeli barang di toko atau penyelenggara *trade-in*.



JEMBER

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Mekanisme Transaksi Jual Beli Monitor Komputer Melalui Program Trade-in

Prinsip umum yang digunakan dalam *trade-in* yaitu barang lama milik konsumen dihargai beberapa ratus ribu oleh penjual kemudian konsumen dapat membeli barang sejenis bermerek tertentu ataupun lintas kategori dan lintas merek dengan menambahkan sejumlah uang tertentu sesuai dengan harga barang yang ingin dimiliki oleh konsumen. Prinsip umum dalam program *trade-in* sangat mudah dimengerti oleh konsumen dan sederhana.

Setiap dealer atau distributor atau produsen hampir semua menggunakan cara yang sama yaitu seperti pada prinsip umum dalam *trade-in*. Hanya saja mereka mempunyai syarat-syarat yang berbeda antara satu dealer dengan dealer yang lain. Karena setiap dealer atau distributor atau produsen mempunyai tujuan yang berbeda dalam menyelenggarakan program *trade-in*. Misalnya GTC mengadakan program *trade-in* karena banyaknya permintaan konsumen akan monitor 17" dan monitor 15" menurut perkiraan mereka tidak lama lagi tidak diproduksi oleh pabrik. Alasan ini membuat pihak GTC menetapkan syarat yang berbeda dari dealer yang lain.

Mekanisme yang digunakan dalam transaksi jual beli monitor melalui program *trade-in*, yaitu :

- a. *Trade-in* biasanya dilakukan oleh distributor merek-merek yang bersangkutan. Misalnya GTC, Samsung, LG, Acer dan lain-lain. Dan biasanya distributor memberikan informasi melalui majalah, koran atau media lainnya. Jika sudah di informasikan, pihak distributor akan menunjuk dealer mereka untuk menerima *trade-in* produk yang dimaksud. Dalam penulisan skripsi produk yang dimaksud yaitu monitor komputer.
- b. Konsumen yang tertarik dengan informasi tersebut dapat langsung ke lokasi *trade-in* seperti yang tercantum dalam informasi dengan membawa monitor komputer yang akan ditrade-inkan.

- c. Untuk dapat menukarkan monitor bekas milik konsumen, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh monitor milik konsumen. Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh dealer satu dengan yang lainnya tidak sama. Misalnya PT Acer Indonesia menetapkan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh monitor yang akan ditrade-inkan yaitu tidak cacat fisik, masih normal, dan minimal berukuran 14". Lain halnya dengan merek GTC yang menetapkan syarat bahwa monitor dalam kondisi menyala, merupakan SVGA yang berukuran 14" atau 15", gambar tidak kabur atau goyang, casing tidak pecah, dan memiliki kaki dan kabel data. Selain harus memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh dealer, monitor milik konsumen harus diperiksa atau dicek terlebih dahulu oleh teknisi dealer.
- d. Setelah semua syarat-syarat dipenuhi maka konsumen mendapatkan voucher. Dengan voucher ini konsumen dapat menukarkannya dengan barang yang ada dalam program *trade-in* dengan menambahkan sejumlah uang tertentu sesuai dengan harga monitor yang ditetapkan oleh dealer.

Transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* tidak terdapat perjanjian terlebih dahulu. Jual beli terjadi langsung seperti halnya penjual dan pembeli pada umumnya. Pembeli langsung mendatangi penjual yaitu di tempat-tempat yang menjadi lokasi *trade-in*. Di lokasi *trade-in* penjual dan pembeli langsung mengadakan transaksi tanpa terdapat suatu perjanjian yang memuat ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi oleh penjual dan pembeli yang dituangkan dalam bentuk pasal-pasal.

Dalam melakukan transaksi dalam jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*, konsumen harus membawa barang atau monitor yang akan ditrade-inkan ke tempat atau lokasi *trade-in*. Monitor harus dibawa karena sebelum konsumen mendapatkan voucher, monitor milik konsumen tersebut akan diperiksa terlebih dahulu. Monitor diperiksa terlebih dahulu oleh teknisi yang disediakan oleh pihak pelaku usaha dengan tujuan agar pelaku usaha atau dealer atau distributor mengetahui apakah monitor tersebut masih layak pakai atau tidak.

Selain itu monitor milik konsumen juga harus memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh pihak pelaku usaha untuk dapat ditukar dengan monitor yang disediakan.

Konsumen dalam transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* juga dapat melakukan transaksi lintas kategori ataupun lintas merek. Lintas kategori artinya bahwa barang yang ditukarkan oleh konsumen dapat ditukar dengan barang yang kategorinya berbeda asalkan dalam program *trade-in* disebutkan. Misalnya konsumen menukarkan monitor dengan DVD terbaru dari suatu merek terkenal. Lintas merek artinya bahwa konsumen dapat menukarkan monitor yang ia miliki walaupun mereknya tidak sama. Misalnya konsumen menukarkan monitor miliknya yang bermerek HP dengan merek Acer yang sedang melakukan *trade-in*. Akan tetapi yang sering terjadi barang yang akan ditrade-inkan yaitu kategori barang yang sama dengan merek yang berbeda.

Trade-in merupakan hal baru yang dijumpai oleh masyarakat Indonesia. Akan tetapi jika dimanfaatkan secara maksimal maka dapat memberikan keuntungan bagi pihak konsumen. Selain dapat melakukannya dengan lintas kategori ataupun lintas merek, konsumen juga dapat menyingkirkan barang dalam rumahnya dan mendapatkan barang baru sekaligus tanpa harus pergi ke dua tempat berbeda. Yang pertama pergi ke tempat penjualan barang bekas dan yang kedua pergi ke toko yang menjual barang baru.

3.2 Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Bagi Produsen dan Konsumen Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Monitor Komputer Melalui Program Trade-in

Pelaku usaha maupun konsumen dalam melakukan transaksi tidak akan lepas dari apa yang mendukung dan menghambat mereka sehingga mereka mau untuk melakukan transaksi tersebut. Adanya faktor pendukung dan faktor penghambat memberi motivasi tertentu bagi pelaku usaha dan konsumen untuk ikut serta atau tidak dalam transaksi jual beli monitor melalui program *trade-in*.

Faktor yang menjadi pendukung bagi pelaku usaha dalam melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* yaitu :

1. Meningkatkan nilai penjualan.

Dengan adanya program *trade-in*, dealer atau distributor dapat meningkatkan nilai penjualan. Karena program *trade-in* dapat menjadi suatu media untuk mempromosikan monitor dan produk-produk baru dari distributor.

2. Untuk memperoleh keuntungan.

Faktor utama yang mendukung program *trade-in* yang dilakukan dealer yaitu untuk memperoleh keuntungan. Suatu hal yang mustahil apabila pelaku usaha tidak mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan.

3. Permintaan konsumen.

Program *trade-in* kadang kala diadakan karena permintaan dari konsumen. Contohnya program *trade-in* yang diadakan oleh GTC. Program *trade-in* ini diadakan karena banyaknya permintaan konsumen akan monitor 17". (lihat lampiran 2).

4. Untuk memperkenalkan produk penyelenggara *trade-in*.

Program *trade-in* bisa dijadikan media untuk memperkenalkan suatu merek kepada konsumen sehingga merek tersebut bisa dikenal oleh konsumen di semua lapisan. Selain itu juga membidik pasar baru, dengan konsumen – konsumen baru. Jika merek mereka sudah dikenal atau diingat oleh konsumen tentu akan sangat menguntungkan pelaku usaha dikemudian hari.

5. Memotong *life cycle* produk.

Maksudnya yaitu memaksa konsumen untuk memperpendek umur barang yang dimiliki oleh konsumen. Sebenarnya tujuan dari memotong *life cycle* produk yaitu agar roda produksi terus berjalan sehingga pabrik dapat menghasilkan barang-barang baru yang teknologinya lebih canggih dan mengikuti perkembangan jaman.

Faktor-faktor diatas menjadi bahan pertimbangan bagi produsen untuk dapat melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*. Seorang produsen tidak akan melakukan suatu perbuatan yang merugikan bagi

dirinya maupun perusahaannya. Produsen selalu melakukan perbuatan yang memberikan keuntungan bagi perusahaannya.

Faktor pendukung yang paling menguntungkan bagi produsen yaitu produsen dapat mempromosikan produk baru dari perusahaannya. Produsen tidak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk mempromosikan produk barunya di media elektronik ataupun media massa. Produk baru tersebut hanya perlu dipamerkan dalam pameran yang diselenggarakan dalam *trade-in*. Dari pameran *trade-in* konsumen dapat melihat apabila produsen mempunyai produk baru yang sedang populer saat ini ataupun berbagai macam produk baru yang sedang digemari oleh konsumen.

Program *trade-in* juga dapat memotong *life cycle* produk. Maksudnya bahwa program *trade-in* diselenggarakan untuk memperpendek umur dari barang yang dimiliki oleh konsumen. Produsen mengeluarkan barang atau produk baru yang lebih baik dan lebih canggih dari produk atau barang yang terdahulu dengan harapan konsumen akan tertarik dengan produk baru dan konsumen mau untuk mengganti barang lamanya dengan barang yang lebih baru tersebut. Artinya konsumen dipaksa untuk mengganti barang lamanya dengan diadakannya program *trade-in*.

Dalam program *trade-in* barang lama milik konsumen dihargai dengan layak oleh produsen. Harga yang layak maksudnya yaitu bahwa barang milik konsumen dihargai sesuai dengan harga monitor bekas dipasaran dan tidak terlalu jatuh apabila dibandingkan dengan monitor konsumen yang dijual di pasar barang bekas atau pasar loak. Pemberian harga yang layak bagi barang konsumen dimaksudkan untuk menarik perhatian konsumen terhadap program *trade-in* yang diselenggarakan oleh produsen.

Konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan juga memiliki faktor-faktor yang mendorongnya melakukan transaksi dengan pihak produsen. Jadi tidak hanya produsen yang memiliki faktor pendorong dalam melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*, konsumen juga memiliki faktor pendukung. Beberapa faktor pendukung yang dimiliki oleh konsumen yaitu :

1. Nilai tukar terhadap barang konsumen lebih tinggi dari pasaran.
Di pasaran, monitor lama konsumen hanya dihargai sekitar Rp 300 ribu. Akan tetapi dalam program *trade-in*, dealer mampu memberikan harga jauh di atasnya. Misalnya PT Acer Indonesia yang berani memberikan harga Rp 500 ribu untuk segala merek monitor yang akan ditrade-inkan. (lihat lampiran 1).
2. Bisa melakukan transaksi lintas merek ataupun lintas kategori.
Melalui program *trade-in* konsumen dapat menukarkan monitor yang ia miliki tanpa harus terikat pada satu merek.
3. Konsumen dapat menyingkirkan barang lama miliknya.
Selain mendapatkan barang baru, konsumen juga mempunyai kesempatan menyingkirkan barang lama miliknya melalui program *trade-in*.

Berberapa pertimbangan diatas membuat konsumen mempunyai motifasi untuk ikut berpartisipasi dalam program *trade-in*. Konsumen tidak akan dengan mudah mengikuti suatu program dimana ia sendiri tidak mengetahui apa keuntungan dan kerugian yang akan diperoleh dikemudian hari. Akan tetapi kecenderungan yang terdapat dalam masyarakat Indonesia yaitu konsumen mempunyai kebiasaan untuk mengikuti trend atau ikut-ikutan orang lain. Dengan kata lain konsumen dalam membeli suatu produk tidak memahami dengan betul apakah ia benar-benar membutuhkan barang tersebut atau barang yang ia beli mempunyai fungsi maksimal sesuai dengan kebutuhannya.

Selain faktor pendukung yang mendorong produsen dan konsumen dalam transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* juga terdapat faktor yang menghambat produsen dan konsumen sehingga mereka enggan untuk melakukan transaksi tersebut. Faktor itu adalah masih adanya rasa sayang pada monitor bekas yang dimiliki oleh konsumen. Adanya rasa sayang terhadap monitor lamanya membuat konsumen enggan untuk menukarkannya dengan barang baru.

Di Indonesia terdapat kecenderungan bahwa barang bekas atau lama masih mempunyai pembeli dan pasar. Kondisi atau budaya yang seperti ini membuat konsumen memiliki anggapan bahwa barang atau monitor yang ia miliki

masih bisa dijual dengan harga yang pantas dan tidak terlalu jatuh di pasaran. Apalagi jika kondisi barang atau monitor milik konsumen masih relatif bagus. Dengan kondisi atau budaya seperti ini dealer atau distributor harus mampu dan berani untuk memberikan penawaran yang menarik kepada konsumen dan menentukan syarat-syarat yang lebih ringan sehingga konsumen tertarik untuk melakukan transaksi melalui program *trade-in*.

Pelaku usaha mempunyai faktor yang menghambat mereka dalam melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in*, konsumen juga memiliki faktor yang menghambat mereka sehingga mereka enggan untuk berpartisipasi dalam program *trade-in*. Faktor-faktor yang dapat menghambat seorang konsumen untuk melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* diantaranya yaitu :

1. Informasi yang diberikan kurang jelas.

Informasi yang diterima oleh konsumen sangat sedikit. Hal itu disebabkan karena iklan *trade-in* yang sangat singkat. Dimana dalam iklan hanya menyebutkan " Tukarkan monitor lama anda dengan monitor baru X. Setiap monitor lama merek apapun akan kami hargai Rp 200 ribu".

2. Program *trade-in* jarang diadakan.

Program *trade-in* tersebut saat ini masih sangat jarang diadakan karena masih banyak masyarakat yang belum mengerti tentang *Trade-in*. *Trade-in* di adakan oleh distributor karena banyaknya permintaan monitor komputer oleh konsumen, dengan tidak adanya permintaan monitor komputer oleh konsumen, maka program *Trade-in* jarang diadakan oleh distributor.

3. Konsumen merasa sayang akan barangnya jika harus ditrade-inkan.

Konsumen masih percaya bahwa monitor mereka yang lama masih bagus dan konsumen merasa sayang untuk melakukan *Trade-in*. Sebab mereka berpikir "apakah monitor yang ditawarkan dalam program *Trade-in* tersebut benar-benar dibutuhkan dan apakah kualitas dari monitor hasil *Trade-in* tersebut lebih baik dari monitor yang ditrade-inkan.

Ketiga alasan diatas dapat mempengaruhi konsumen untuk tidak ikut serta dalam program *trade-in*. Konsumen merupakan orang yang menikmati produk

dari pelaku usaha. Konsumen memerlukan informasi yang jelas sehingga ia tidak kecewa saat berada di lokasi *trade-in*. Informasi yang jelas dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang atau tidak. Jika informasi yang ia dapat tidak jelas secara otomatis konsumen merasasangat dirugikan. Walaupun dalam iklan isinya singkat, padat dan jelas akan tetapi harus dapat memberikan informasi yang cukup kepada konsumen.

3.3 Upaya Yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen dan Produsen Apabila Terjadi Ketidaksiain Barang Yang Diterima Dengan Spesifikasi Dalam Iklan

Pada pasal 4 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak-hak konsumen yaitu :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukardan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi , perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan/dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketntuan peraturan perundang-undangan yang lain.

Dalam pasal 4 huruf c Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen bahwa konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Melalui pasal 4 huruf c

Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat disimpulkan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang jelas, jujur dan tidak menyesatkan dari program *trade-in* yang diselenggarakan oleh dealer atau distributor atau produsen monitor komputer. Informasi tentang iklan *trade-in* harus benar-benar jelas mengenai bentuk barang yang akan ditrade-in, lokasi, tanggal pelaksanaan, apa syarat-syarat barang yang dapat mengikuti program *trade-in* dan harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Kekhawatiran konsumen yang paling besar yaitu apakah yang dijanjikan oleh pelaku usaha *trade-in* melalui informasi tertulis sesuai dengan kenyataannya. Karena jika tidak ada informasi tertulis yang jelas mengenai janji pelaku usaha *trade-in* kepada konsumen, maka pada saat melakukan transaksi jual beli monitor melalui program *trade-in* konsumen dalam keadaan tidak memiliki akses yang cukup mengenai informasi tersebut.

Kurangnya informasi yang diperoleh konsumen ketika akan melakukan transaksi jual beli monitor komputer melalui program *trade-in* dapat menyesatkan konsumen ketika akan mengambil keputusan. Konsumen sudah terlanjur datang ke lokasi *trade-in* dan membawa barang yang akan ditrade-in, tetapi kenyataannya tidak seperti yang ada dalam iklan atau informasi yang tertulis. Hal itu juga didorong oleh kecenderungan yang terjadi dalam masyarakat Indonesia yaitu seringkali konsumen mengikuti program *trade-in* karena ikut-ikutan tanpa memperhatikan nilai dari produk yang mereka beli.

Jika terjadi ketidaksesuaian antara informasi yang tertulis dengan barang yang diterima maka konsumen dapat mengajukan atau mendapat ganti rugi. Seperti yang tercantu dalam pasal 4 huruf h Undang-undang No .8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa konsumen mendapat kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Permintaan konsumen akan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian dapat dilakukan oleh konsumen karena itu merupakan kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi jika terjadi ketidaksesuaian barang dengan yang diterima konsumen. Kewajiban pelaku usaha

terhadap konsumen tercantum dalam pasal 7 Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. meminjam mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau jasa generasi barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Tanggung jawab pelaku usaha tercantum dalam pasal 19 Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi :

Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat :

1. mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Dalam memproduksi suatu barang atau jasa pelaku usaha juga mempunyai ketentuan seperti yang tercantum dalam pasal 8 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berbunyi :

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standart yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan persediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pelaku usaha ketika melakukan promosi atau mengiklankan produknya tidak boleh melanggar ketentuan yang ada sehingga dapat menyesatkan dan merugikan bagi konsumen. Jika hal itu dilakukan maka konsumen melanggar pasal 9 dan pasal 10 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu :

Pasal 9

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah :
 - a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja, atau aksesoris tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko, atau efek samping tanpa keteranganyang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti;
2. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

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 :

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Ketidaksesuaian barang yang diterima dengan spesifikasi dalam iklan termasuk mengandung unsur perbuatan melanggar hukum. Menurut Wirjono Projodikoro (1976: 13) istilah "Perbuatan Melanggar Hukum" berarti ialah

"bahwa ini mengakibatkan kegoncangan dalam neraca keseimbangan dari masyarakat. Dan kegoncangan ini tidak hanya terdapat apabila peraturan-peraturan hukum dalam suatu masyarakat dilanggar (langsung).

melainkan juga, apabila peraturan-peraturan kesusilaan, keagamaan dan sopan santun dalam masyarakat dilanggar (langsung)". Pasal 1365 KUH Perdata menyebutkan bahwa "Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut". Dalam pasal 1365 KUHPerdata sangat jelas menerangkan bahwa suatu perbuatan yang menyebabkan kerugian bagi orang lain wajib untuk memberikan ganti rugi. Pelaku usaha dalam hal ini yaitu dealer atau distributor atau produsen karena kesalahannya dalam mengeluarkan iklan yang tidak jelas dapat merugikan konsumen. Kerugian konsumen yaitu karena barang yang diterima tidak sesuai dengan spesifikasi dalam iklan. Kenyataan yang diterima konsumen tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Tindakan pelaku usaha yang tidak memberikan informasi yang jelas atau informasi yang tidak benar merupakan perbuatan yang melanggar hak-hak konsumen, karena hak-haknya sebagai konsumen dilanggar maka konsumen dapat meminta ganti rugi kepada pelaku usaha dan pelaku usaha wajib untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen.

Konsumen juga dapat mengajukan gugatan apabila dirugikan oleh pihak pelaku usaha berdasarkan pasal 45 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu :

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui pengadilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha jual beli monitor melalui program *trade-in* dapat juga dilakukan melalui cara damai oleh para pihak yang bersengketa. Yang dimaksud penyelesaian secara damai yaitu

penyelesaian yang dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersengketa atau pihak konsumen dan pelaku usaha tanpa melalui pengadilan atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan tidak bertentangan dengan undang-undang yang berlaku. Dalam penyelesaian melalui cara damai, pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Apabila cara damai benar-benar tidak dapat menyelesaikan sengketa dan salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa menyatakan tidak berhasil, maka gugatan melalui pengadilan baru dapat diajukan

Gugatan yang diajukan oleh konsumen terhadap pelaku usaha jual beli monitor melalui program *trade-in* dapat dilakukan sendiri atau melalui perwakilan dari lembaga swadaya konsumen dengan cara *class action* atas dasar pasal 46 ayat (1) Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan:

Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:

- a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
- b. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama; lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikan organisasi tersebut adalah untuk kepentingan;
- c. perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
- d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Pengajuan gugatan melalui *class action* memberikan keuntungan tersendiri bagi pihak korban, dimana dalam hal ini yaitu kepentingan konsumen yang dirugikan. Menurut Sudaryatmo (1996: 93)

Keunggulan dari gugatan *class action* adalah dengan adanya kasus yang sama, cukup diwakili beberapa korban yang menuntut secara perdata ke pengadilan. Apabila dalam putusan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap pihak korban dimenangkan, maka korban lain yang tidak mengajukan gugatan juga dapat meminta ganti rugi tanpa harus mengajukan gugatan baru.

Kondisi yang demikian sangat menguntungkan bagi pihak penggugat dan pihak lain yang merasa dirugikan tetapi namanya tidak tercantum dalam gugatan.

Pihak lain yang dirugikan dapat ikut menuntut ganti rugi kepada tergugat. Namun terdapat beberapa kesulitan dalam melaksanakan gugatan *class action*. Salah satunya karena perwakilan harus disetujui pengadilan dan melibatkan banyak orang, sehingga kadang-kadang memerlukan biaya yang cukup tinggi (Toto Tahir, 2000: 93). Akan tetapi dalam melakukan gugatan kelompok atau *class action* harus diajukan oleh konsumen yang benar-benar dirugikan oleh tindakan pelaku usaha dan kerugian itu dapat dibuktikan secara hukum. Salah satu bukti yang dapat diajukan yaitu adanya bukti transaksi.

Terjadinya ketidaksesuaian barang yang diterima konsumen dengan spesifikasi dalam iklan merupakan salah satu dari tindakan pelaku usaha yang sangat merugikan bagi konsumen. Tindakan pelaku usaha tersebut juga dapat dikategorikan sebagai tindakan yang melanggar hak-hak konsumen. Sebagai konsumen yang hak-haknya dilanggar, seharusnya konsumen memperjuangkan hak-hak tersebut dengan cara menuntut kepada pelaku usaha sesuai dengan hak yang dilanggar oleh pelaku usaha.

Secara teori, sengketa tersebut dapat diselesaikan. Akan tetapi yang terjadi pada praktek dan kenyataannya tidak mudah, karena dipengaruhi oleh faktor yang bersifat yuridis, politis dan sosiologis yaitu :

1. tidak konsistennya badan peradilan yang ada dengan putusan-putusannya;
2. sebagian besar konsumen di Indonesia enggan berperkara ke pengadilan, karena (sebelum diundangkannya Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen) :
 - a. tidak jelasnya norma-norma perlindungan konsumen;
 - b. praktek peradilan di Indonesia yang tidak lagi sederhana, cepat dan biaya yang ringan;
 - c. sikap menghindari konflik meskipun hak-haknya sebagai konsumen dilanggar oleh pelaku usaha.
3. adanya tarik-menarik berbagai kepentingan diantara para pelaku ekonomi yang bukan konsumen, yang memiliki akses kuat diberbagai bidang, termasuk akses kepada pengambil keputusan (Yusuf Shofie, 2003: 12-13).

Ketiga alasan diatas membuat konsumen enggan untuk berperkara di pengadilan. Penyelesaian sengketa yang sering dilakukan oleh pelaku usaha yaitu melalui cara damai. Karena cara damai lebih menguntungkan pelaku usaha. Walaupun disatu sisi pelaku usaha harus memberikan ganti rugi kepada konsumen, akan tetapi disisi lain pelaku usaha tidak harus menyelesaikan sengketa di pengadilan. Penyelesaian sengketa di pengadilan sangat merugikan bagi pihak pelaku usaha karena akan mempengaruhi kredibilitas pelaku usaha dipasar dan dimata konsumen. Selain itu jika pelaku usaha tersebut menyelesaikan sengketa dipengadilan akan memakan banyak waktu dan tenaga. Bagi pelaku usaha waktu dan tenaga merupakan hal yang penting dan tidak dapat dibuang sia-sia tanpa ada hasil yang sebanding. Dalam dunia usaha kepercayaan konsumen terhadap produk yang dimiliki oleh pelaku usaha sangat penting. Jika kepercayaan itu hilang atau berkurang maka dapat mempengaruhi tingkat penjualan terhadap produk yang dimiliki oleh pelaku usaha. Konsumen akan tertarik dengan produk pelaku usaha apabila barang tersebut bagus dan dapat dipercaya.

Adanya komplain dari konsumen terhadap produk yang mereka beli dari produsen, maka telah terjadi sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen. Pada umumnya pelaku usaha untuk menghindar dari tanggung jawab, pelaku usaha membuat perjanjian baku yang mau tidak mau harus ditandatangani oleh konsumen. Perjanjian baku tersebut lebih cenderung menguntungkan pihak pelaku usaha untuk menghindar dari tanggung jawab apabila terjadi komplain dari konsumen. Walaupun secara teori pencantuman klausula baku dilarang oleh Undang-undnag No. 8 tentang perlindungan Konsumen.

Sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen merupakan persoalan yang sangat sulit untuk diselasaikan. Sebab dalam hal ini konsumen tidak tahu sama sekali tentang sistem produksi dari pelaku usaha. Konsumen hanya mengetahui barang tersebut dalam keadaan yang siap untuk dikonsumsi. Keadaan seperti ini terkadang digunakan oleh pelaku usaha untuk mempersulit dalam memberikan bukti-bukti bahwa pelaku usaha bersalah.

Perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen masih sangat kecil meskipun telah dikeluarkannya Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen. Konsumen masih sering dirugikan oleh perilaku pelaku usaha. Pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa aspek, yaitu :

1. Aspek ekonomi

Kondisi perekonomian masyarakat Indonesia yang semakin merosot mempengaruhi kemampuan dan daya beli konsumen. Konsumen tidak lagi memperdulikan tentang kualitas barang yang dikonsumsi, apakah memenuhi standar yang ditetapkan atau jauh dari standar yang ditetapkan. Konsumen hanya berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan pemasukan yang tidak seimbang dengan pengeluaran. Kondisi masyarakat seperti diatas mempersulit pencapaian perlindungan terhadap konsumen. Bagaimana perlindungan terhadap konsumen dapat terwujud jika masyarakat atau konsumen tidak lagi peduli dengan hak-hak atau kepentingannya yang dilanggar ? konsumen tidak menyadari bahwa ai telah dirugikan dengan mengkonsumsi barang tertentu. Konsumen juga merasa tidak mempunyai kepentingan untuk menuntut hak-haknya yang telah dilanggar.

2. Aspek hukum

Pembentukan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diharapkan mampu untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen di Indonesia. Keputusan-keputusan yang telah dijatuhkan juga mempunyai kepastian hukum sehingga konsumen tidak lagi enggan untuk berperkara dalam pengadilan walaupun konsumen sangat dirugikan oleh pelaku usaha. Karena kenyataan yang kita hadapi sekarang bahwa putusan-putusan peradilan lebih menggambarkan adanya disparitas hukum daripada kepastian hukum.

3. Aspek politis

Perlindungan yang diberikan kepada konsumen dilihat dari sisi politis tidak hanya melindungi kepentingan konsumen dari produk-produk dalam negeri tetapi juga produk produk dari luar negeri. Produk-produk dari luar negeri harus mematuhi atau menaati peraturan yang berlaku di Indonesia.

Perlindungan konsumen juga memberikan perlindungan terhadap kepentingan nasional dari pengaruh produk-produk asing yang akan merugikan masyarakat Indonesia.

4. Aspek budaya

Budaya masyarakat Indonesia yang cenderung diam dan menerima segala bentuk perlakuan walaupun perlakuan tersebut merugikannya harus dihilangkan. Karena dalam upaya untuk melaksanakan perlindungan terhadap konsumen yang maksimal diperlukan suatu sikap yang kritis. Dimana masyarakat atau konsumen harus berani untuk mengajukan perkara ke pengadilan jika ia benar-benar dirugikan oleh tindakan pelaku usaha (Endang Sri Wahyuni: 2003, 98-102).

Keempat aspek diatas harus ditanggulagi dengan maksimal agar pelaksanaan perlindungan terhadap konsumen dapat berlaku secara efektif tanpa menguntungkan salah satu pihak dan merugikan pihak lain. Menurut Agus Brotosusilo terdapat beberapa prasyarat agar perlindungan konsumen dapat berlaku efektif, yaitu :

1. *Strict liability*

Merupakan bentuk pertanggungjawaban yang tidak mendasarkan pada unsur-unsur kesalahan dari pelaku usaha selayaknya penyelesaian perkara di pengadilan, tetapi mendasarkan pada resiko. Dimana resiko yang diderita oleh akan mendapat ganti rugi secara langsung dan seketika tanpa harus membuktikan kesalahan pihak pelaku usaha dari produk bersangkutan. Penyelesaian dengan *strict liability* biasanya melalui jalur nonlitigasi, dimana pihak-pihak yang bersengketa hanya membuat kesepakatan mengenai besarnya nilai ganti rugi.

2. Diselenggarakan peradilan cepat, sederhana dan biaya murah dan small claim court untuk penyelesaian secara litigasi

Dengan adanya peradilan yang cepat, sederhana dan biaya murah diharapkan konsumen mendapatkan ganti rugi yang sesuai tanpa dibebani oleh proses peradilan yang biasanya lama, berbelit-belit dan biayanya mahal. Karena tidak menutup kemungkinan bahwa sengketa antara

konsumen dengan pelaku usaha mengenai ganti rugi yang nilainya kecil, sehingga memerlukan proses peradilan yang sederhana dan keputusannya langsung final. Oleh karena itu perlu diadakan peraturan yang berbeda mengenai ganti rugi dalam jumlah kecil dan ganti rugi dalam jumlah besar.

3. Reformasi terhadap beban pembuktian terbalik

Beban pembuktian yang dahulu digunakan yaitu konsumen harus dapat membuktikan bahwa produk yang ia konsumsi menimbulkan kerugian bagi dirinya. Keadaan tersebut sangat merugikan bagi konsumen karena konsumen tidak mengetahui dengan benar teknologi yang digunakan oleh pelaku usaha. Beban pembuktian seperti itu harus diubah bahwa penggugat atau konsumen tidak lagi yang membuktikan unsur kesalahan pelaku usaha tetapi pelaku usaha yang harus membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah. Apabila pelaku usaha gagal membuktikan dirinya bersalah maka secara otomatis pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti kerugian kepada penggugat atau konsumen (Endang Sri Wahyuni: 2003, 85-86).

Banyaknya komplain yang dilakukan oleh konsumen kepada pelaku usaha ataupun lembaga swadaya yang ada di Indonesia membuktikan bahwa implementasi dari Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih jauh dari sempurna. Pelaksanaan dari Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih harus ditingkatkan dan dimaksimalkan sehingga pihak konsumen dan pihak pelaku usaha saling diuntungkan dan tidak menguntungkan atau memihak salah satu pihak. Oleh karena itu antara pemerintah, konsumen dan pelaku usaha harus mampu untuk melaksanakan apa yang tertuang dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan benar.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, adalah sebagai berikut :

1. Berasal dari iklan yang dipublikasikan melalui media cetak seperti majalah dan koran ataupun melalui internet konsumen dapat mengetahui informasi tentang *trade-in*. Konsumen dapat membawa monitor yang akan ditrade-in ke tempat yang di tetapkan dalam iklan. Monitor yang dibawa oleh konsumen akan diperiksa oleh teknisi dealer atau distributor yang bersangkutan. Kemudian konsumen akan menerima sebuah voucher. Dengan voucher tersebut konsumen dapat membeli monitor yang lebih baru dengan catatan konsumen menambahkan sejumlah uang sesuai dengan harga monitor yang ingin dibeli oleh konsumen.
2. Faktor utama yang mendukung dealer atau distributor dalam melakukan transaksi jual beli monitor melalui program *trade-in* yaitu untuk meningkatkan penjualan monitor dan untuk mencari pasar baru. Walaupun pasar monitor sudah ada, akan tetapi produsen menginginkan konsumen untuk mengganti monitor yang lama dengan yang baru. Penghambat bagi dealer atau distributor atau produsen yaitu adanya kecenderungan dalam masyarakat Indonesia untuk mempertahankan monitor bekas miliknya. Karena di Indonesia monitor bekas atau barang bekas mempunyai pasar dan ada pembelinya. Sedangkan dari sisi konsumen yang menjadi pendukung utama dalam mengikuti program *trade-in* yaitu konsumen dapat membeli monitor baru sekaligus dapat menyingkirkan barang atau monitor bekas miliknya. Monitor milik konsumen juga dapat dihargai lebih tinggi dari pasaran yang ada (tergantung dari dealer atau distributor atau produsen yang menyelenggarakan program *trade-in*). Faktor yang menjadi hambatan bagi konsumen yaitu adanya informasi yang tidak jelas

tentang program *trade-in* monitor. Seharusnya konsumen berhak atas informasi yang jelas, jujur, dan tidak menyesatkan.

3. Upaya yang dapat dilakukan oleh konsumen jika terdapat ketidaksesuaian barang dengan iklan atau informasi yaitu meminta kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian sesuai dengan pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999. Sedangkan dealer atau distributor atau produsen mempunyai kewajiban untuk memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian jika memang benar barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan spesifikasi dalam iklan atau informasi sesuai dengan pasal 7 dan pasal 19 Undang-undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999. Apabila terjadi sengketa antara konsumen dengan dealer atau distributor atau produsen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa seperti yang tertuang dalam pasal 45 Undang-undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999.

4.2 Saran

Saran yang dapat penyusun sampaikan berkaitan dengan materi yang diangkat dalam penulisan skripsi ini, adalah sebagai berikut :

1. Dealer atau distributor atau produsen dalam menginformasikan program *trade-in* kepada konsumen harus jelas, jujur dan tidak menyesatkan. Walaupun tujuannya untuk menarik konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan, akan tetapi harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan tidak merugikan kedua belah pihak yaitu konsumen dan pelaku usaha.
2. Konsumen harus teliti sebelum membeli dalam melakukan segala macam transaksi dengan pihak penjual. Konsumen juga seharusnya berpikir masak-masak sebelum mengganti produk lama yang ada di rumahnya. Apakah produk tersebut benar-benar dibutuhkan atau tidak. Konsumen juga cenderung ikut-ikutan dalam mengikuti program *trade-in* tanpa memperhatikan nilai dari produk yang mereka beli.



DAFTAR PUSTAKA

- Az Nasution. 1995. *Konsumen dan hukum*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Ek. N. Sutjiono. 1976. *Kamus Production and Marketing management*. Jakarta: Bina Ilmu.
- Endang Sri Wahyuni. 2003. *Aspek Hukum Sertifikasi dan Keterkaitannya dengan Perlindungan Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani. 2000. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- James F. Engel. Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen Edisi keenam Jilid I*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Lili. 2005. "Teliti Sebelum Trade-in". Dalam *Info Komputer*. (Januari). Jakarta: Halaman 10-12.
- Microsoft Press A Division of Microsoft Corporation. 1996. *Kamus Komputer " Standar Lengkap Untuk Bisnis, Sekolah dan Rumah "*, dalam Margunadi. Alih bahasa. Jakarta: Elex media Komputindo.
- Ronny Hanitijo Soemitro. 1990. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Subekti, R dan R. Tjitrosudibjo. 1996. *Kitab Undang-undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Sudaryatmo. 1996. *Masalah Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti .
- Toto Tohir. 2000. " Kemungkinan Gugatan Class Action Dalam Upaya perlindungan Hukum pada Perdagangan Bebas ", dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati. *Penyunting Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.
- Wahana Komputer Semarang. 2002. *Kamus Lengkap dunia Komputer*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Wirjono Projodikoro. 1976. *Perbuatan melanggar Hukum*. Bandung: Sumur Bandung.
- Yusuf Shofie. 2003. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

-----, 2003. " Acer Tukar Tambah 200 Unit LCD ". Dalam *Jawa Pos*. 11 April. Surabaya.

-----, 2003. " Tukarkan Monitor Bekas Merek Apapun ". Dalam *Jawa Pos*. 4 Juni. Surabaya.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen



Lampiran 1

Jumat, 11 Apr 2003
Acer Tukar Tambah 200 Unit LCD

SUMBER : JAWA POS

SURABAYA - Mulai kemarin hingga 26 April mendatang Acer menggelar program tukar tambah monitor (LCD). Dalam program ini, monitor lama dengan segala merek bisa ditukar tambah dengan monitor baru Acer semua tipe dengan dihargai Rp 500 ribu.

"Kita menargetkan sekitar 200 unit LCD akan ditukarkan ke kita," kata Suyantoh, branch manager PT Acer Indonesia, kemarin. Menurutnya, selama ini jika konsumen ingin menjual LCD lamanya, harga yang berlaku di pasaran hanya berkisar Rp 300 ribu. Namun pihaknya berani memberikan harga jauh di atasnya.

Dalam program ini, Acer menetapkan beberapa persyaratan. Antara lain LCD yang akan ditukar tambahkan tidak cacat fisik, masih normal, dan minimal berukuran 14 inci. "Pada hari pertama sudah banyak konsumen yang datang ke diler kita atau pun yang minta informasi lewat telepon," papatnya.

Menurut Suyantoh, untuk tahap awal program ini memang baru berlaku selama dua minggu. Namun, jika nanti ada sambutan baik dari konsumen, maka akan ada program serupa lagi di hari berikutnya. (ali)

<< :: Kembali

copyright © 2003 Jawa Pos dotcom

01020304050607080910111213141516171819202122232425262728293031
5010203040506070809101112 2002200320042005
SEMUA CATEGORY AIDORU AIME BERITA UTAMA BUDAYA CERPEN DE-STYLE
DETEKSI JAKARTA DETEKSI SURABAYA EDUKASI EKONOMI BISNIS GAME ANIME
GOLF INTERNASIONAL JAKARTA RAYA KAJIAN KONFLIK ACEH KONSULTASI &
KULINER MENUJU ISTANA MENUJU PARLEMEN METROPOLIS MOVIES MUZIK NOVEL
BERSAMBUNG OLAHRAGA OPINI OTOMOTIF PENEGAKAN HUKUM POLITIKA POLLING
PRO OTONOMI RAMALAN BINTANG RESENSI RISET SHIO SHOW & SELEBRITI
TECHNO TOKOH - TOKOH TOYS & HOBBY VISITE WANITA JAKARTA WAYANG OPO
MANEH

Kamis, 05 Juni 2003
Tukarkan Monitor Bekas Merek Apapun

SURABAYA- Monitor yang baik akan memberikan kenyamanan saat Anda bekerja dengan menggunakan komputer. Seiring dengan berkembangnya teknologi, maka kemampuan monitor untuk menghasilkan gambar yang baik juga meningkat. Tapi, jika mengikuti perkembangan teknologi, keuangan Anda bisa membengkak.

Ada alternatif yang tepat bila Anda ingin mengikuti kemajuan teknologi tanpa biaya yang mahal. Computer Entertainment Show yang saat ini diakan di Surabaya Mall Lt 1 ini, mengadakan program tukar tambah untuk monitor bekas Anda merek apapun dengan monitor baru merek GTC.

Untuk dapat menukarkan monitor bekas, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi. Yakni, monitor dalam kondisi menyala, merupakan SVGA yang berukuran 14 atau 15 inch, gambar tidak kabur atau goyang, casing tidak pecah, dan memiliki kaki serta kabel data. Selain itu harus bersedia dicek terlebih dahulu oleh teknisi GTC. Bila semua syarat sudah terpenuhi, Anda bisa membawa pulang monitor GTC 17 inch hanya dengan menambah Rp 800 ribu.

"Program tukar tambah ini kami adakan karena banyaknya permintaan konsumen akan monitor 17 inch, dan kami perkirakan bahwa tidak lama lagi monitor yang berukuran 15 inch tidak akan diproduksi lagi oleh pabrik," kata Ferry Wijaya, assistant manager sales department monitor division, PT Galva Technologies Corporation.

Selain program tukar tambah, Anda juga bisa menyaksikan rumah karaoke modern yang ditawarkan oleh Computer Mart. Anda dapat membangun rumah karaoke modern di rumah sendiri dengan memanfaatkan komputer yang dilengkapi dengan Karaoke Studio Gold.

Dengan Karaoke Studio Gold, Anda akan bebas dari masalah pencarian lagu dari sekian banyak keping VCD yang miliki. Sistem manajemen karaoke ini merupakan operator yang akan melayani pencarian, pemutaran, dan penggantian lagu di komputer Anda. (mh/biz)

<< 1: Kembali

copyright © 2003 Jawa Pos dotcom



KOMPAS, SABTU, 23 JULI 2005

GET **MORE**
with the Same Price



TRADE IN PROMO!

Pameran FKI 2005 Jakarta, JCC Hall B (20 - 24 Juli 2005)

- Tukarkan monitor lama* Anda dengan Samsung CDT 17" SyncMaster 793S dengan hanya menambah Rp. 825.000,-
- Tukarkan printer/laser/copier lama Anda dengan 3 in 1 PrintMaster SCX-4100. Printer lama Anda kami bayar Rp. 400.000,-

PrintMaster **SyncMaster**
Samsung Laser Printer Samsung Monitor

- Samsung SyncMaster 793S membuat Anda lebih nyaman dengan bekerja dengan didukung oleh teknologi Magic Tune dan Natural Color. Manfaatkan kesempatan ini untuk mendapatkan monitor dengan layar lebih lebar.
 - Dapatkan juga bonus **logam mulia (emas) 10 gr**** untuk pemakai laser PrintMaster CLP-510/510N dan hadiah menarik lainnya untuk pembelian semua tipe Samsung PrintMaster.
- * Hanya berlaku di stand Samsung dan persediaan terbatas. Setiap penukaran berlaku untuk 1 orang per monitor (minimal monitor VGA dalam keadaan layak).
** Berlaku pembelian normal dan persediaan terbatas.

Kenyamanan Anda akan lebih terjamin dengan membeli produk resmi dari PT. SAMSUNG Electronics Indonesia.

Layanan Konsumen +62-21-7917788 atau Bebas Pulsa 0800-312-8000
www.samsung-monitor.com/id atau www.samsungprinter.com

SAMSUNG