

PERLINDUNGAN KONSUMEN UNTUK MEMPEROLEH HAK LAYANAN PURNA JUAL DI INDONESIA DAN EROPA

Raden Ajeng Astari Sekarwati^a, Susilowati Suparto^b

ABSTRAK

Tingginya permintaan pasar atas kendaraan bermotor, membuat para *dealer* dan pemilik *showroom* kendaraan bermotor berlomba-lomba memperbaiki dan terus meningkatkan layanan-layanan yang ada agar konsumen tertarik untuk membeli produk mereka. Salah satu langkah yang dilakukan para *dealer* dan pemilik *showroom* kendaraan bermotor dalam bidang pemasaran adalah layanan purna jual atau *after sales service*. Namun pada kenyataannya walaupun layanan purna jual merupakan hak yang wajib diberikan oleh setiap produsen kepada konsumen, hak tersebut tidak selalu terlaksana dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analitis yaitu penelitian dengan menggambarkan secara sistematis, akurat, aktual, dan menyeluruh mengenai pengaturan, implementasi, dan perlindungan konsumen mengenai layanan purna jual. Metode pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif yaitu penelitian terhadap asas-asas hukum dilakukan dengan norma-norma hukum yang merupakan patokan untuk bertingkah laku. Hasil penelitian ini menyatakan Layanan purna jual dilaksanakan dengan memberikan garansi kepada konsumen atas suatu barang yang telah dibeli. Dalam pelaksanaan layanan purna jual di Indonesia, jangka waktu yang diberikan selama satu tahun, sedangkan di negara eropa jangka waktu yang diberikan adalah dua tahun dengan memperhatikan beberapa syarat perlindungan konsumen dan *consumer right tools* negara eropa yang menyatakan bahwa konsumen dapat meminta klaim kepada produsen apabila produk tersebut tiba-tiba berhenti berfungsi dalam kurun waktu enam bulan pertama dihitung semenjak waktu barang diterima oleh konsumen dan produk tersebut tiba-tiba berhenti berfungsi setelah kurun waktu enam bulan berlalu selama masih dalam jangka waktu yang telah ditetapkan.

Kata kunci: garansi; layanan purna jual; perlindungan konsumen.

ABSTRACT

Market demand for cars and motorcycles is peaking in Indonesia so that saling competition is also quite tight. Dealers and showrooms owners are competing to improve their services to attract more buyers and costumers. One of the many steps taken by those dealer and showroom owners lies on the after-sales service. However, even in such a tight competitive environment, after-sales service as a right that must be given by every producer or business actor to consumers, is not always be implemented properly. This research uses descriptive analytical research method, by describing systematically, accurately, actual, and thoroughly the regulation and implementation of after-sales service and consumer protection. The legal issues in this article are addressed by juridical-normative approach which invokes legal principles and legal norms in addressing factual condition. This article shows that dealer and showroom owner implement after-sales service by providing a guarantee to consumers of an item that has been purchased, for oneyear duration. This is different with most of European countries, which grant 2 years after-sales service, taking into account several conditions, such as Consumer Protection and European Consumer Right Tools which states that consumers may claim damage from the manufaturers if the product suddenly stop functioning within the first six months since receiving date; or if the product suddenly stops functioning after the six-months period has passed, as long as it is still within a predetermined period of time.

Keywords: *after sales service; consumer protection; guarantee.*

^a Program Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Padjajaran, Jl. Banda No. 42 Bandung 40115, email: raden19027@mail.unpad.ac.id

^b Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Jalan Raya Bandung-Sumedang KM. 21 Jatinangor 45363, email: susilowati.suparto@unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi otomotif saat ini semakin pesat, hal ini didasari atas pemikiran dan kebutuhan manusia yang juga berkembang pesat. Atas dasar itulah penerapan teknologi pada dunia otomotif terus berevolusi hingga tercipta teknologi yang kian canggih sesuai dengan perkembangan jaman. Perkembangan teknologi juga diikuti peningkatan jumlah pemakaian kendaraan bermotor setiap harinya.

Kendaraan bermotor adalah kendaraan yang digerakkan oleh peralatan teknik untuk pergerakannya, dan digunakan untuk transportasi darat. Umumnya kendaraan bermotor menggunakan mesin pembakaran dalam (perkakas atau alat untuk menggerakkan atau membuat sesuatu yang dijalankan dengan roda, digerakkan oleh tenaga manusia atau motor penggerak, menggunakan bahan bakar minyak atau tenaga alam). Kendaraan bermotor memiliki roda, dan biasanya berjalan di atas jalanan.¹

Perkembangan dunia pada zaman globalisasi seperti sekarang ini membawa semakin pesatnya perkembangan di berbagai sektor, salah satunya yang menonjol yaitu adalah di sektor perhubungan. Pembangunan di sektor perhubungan khususnya dalam perhubungan darat dimaksudkan untuk memperlancar arus pengiriman barang dan jasa dari satu tempat ke tempat lain serta untuk meningkatkan mobilitas manusia. Kebutuhan terhadap alat angkut yang semakin memadai pun juga semakin meningkat, baik alat angkut untuk penumpang maupun alat untuk barang, dan baik alat angkut ber roda dua atau lebih. Meningkatnya permintaan akan alat angkut tersebut, akan berakibat munculnya berbagai industri otomotif dengan berbagai merek, sehingga timbul persaingan dalam merebut pangsa pasar otomotif.²

Tingginya permintaan pasar atas kendaraan bermotor, membuat para *dealer* dan pemilik *showroom* kendaraan bermotor berlomba-lomba memperbaiki dan terus meningkatkan layanan-layanan yang ada agar konsumen tertarik untuk membeli produk mereka. Salah satu langkah yang dilakukan para *dealer* dan pemilik *showroom* kendaraan bermotor dalam bidang pemasaran adalah layanan purna jual atau yang sehari-hari kita kenal dengan istilah *after sales service*. Layanan purna jual merupakan tanggung jawab penjual atas kualitas barang yang dijualnya yang dapat diberikan dalam bentuk konsultasi lanjutan atau garansi berupa penggantian barang rusak, pemeliharaan, penyediaan suku cadang dan sebagainya.³ Layanan tersebut merupakan salah satu bentuk layanan dalam bentuk kewajiban dan tanggung jawab produsen atau pelaku usaha di dalam memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dan menjamin kualitas barang yang telah dijualnya.

¹ http://id.wikipedia.org/wiki/kendaraan_bermotor, di akses pada Rabu, 4 Maret 2020, Pukul 08:07 WIB.

² Dara Ayu Maharani, (et.al), "Perlindungan hukum terhadap layanan purna jual (after sales service) (studi pada putusan nomor: 336/Pdt.G/2013/PN.Jkt.Bar)", *Diponegoro Law Journal*, Vol.6, No.1, Tahun 2017.

³ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima cet 2*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta: 2004.

Layanan Purna Jual merupakan kepentingan konsumen yang sangat vital dewasa ini. Perkembangan teknologi yang sangat cepat, misalnya pada teknologi perangkat komputer, sering membuat produsen harus mengubah tipe-tipe produknya mengikuti selera dan kebutuhan konsumen yang terus berganti dalam waktu singkat. Akibatnya, jika ada kerusakan dari satu tipe produk, sering konsumen tertentu menghadapi kendala memperbaiki barangnya karena ketiadaan suku cadang.

Masalah lain yang menyangkut layanan Purna jual adalah soal garansi dalam jangka waktu tertentu yang diberikan produsen/penyalur produk atau kreditur kepada konsumennya. Tampak masalah layanan purna jual adalah masalah perlindungan konsumen yang tidak dapat dipisahkan dengan tahapan-tahapan transaksi konsumen lainnya. Yang berlaku bukan lagi prinsip *cabeat emptor*, tetapi *cavent venditor* yang bertanggung jawab, yang lazim disebut tanggung jawab produk.⁴

Layanan purna jual dalam dunia otomotif juga telah diterapkan di beberapa negara selain Indonesia salah satunya adalah eropa. Terkait layanan purna jual di Indonesia, PT.BMW Indonesia pada tahun 2013 pernah berhadapan dengan salah satu konsumen perihal kerusakan mobil BMW yang baru dibelinya sekitar 6 bulan yang lalu. Kerusakan yang terjadi adalah sentakan secara mendadak saat mobil digunakan karena posisi gigi yang tiba-tiba berubah menjadi P (*Parking*). Akibat kerusakan tersebut konsumen melaporkan kepada PT. Tunas Mobilindo Parama selaku *dealer* tempat mobil tersebut dibeli dan menuntut atas perbaikan. Namun, beberapa bulan setelahnya kejadian tersebut terulang kembali yang mengakibatkan konsumen menuntut penggantian unit mobil BMW yang baru namun upaya tersebut tidak membuahkan hasil.

Setiap perjanjian jual beli pada dasarnya akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak yang mengadakan perjanjian tersebut.

- a. Hak dari penjual menerima harga barang yang telah dijualnya dari pihak pembeli sesuai dengan kesepakatan harga antara kedua belah pihak.
- b. Hak dari pembeli menerima barang yang telah dibelinya dari pihak penjual dengan kesepakatan antara kedua belah pihak.

Kewajiban hukum adalah kewajiban yang harus dipenuhi sebab apabila tidak dipenuhi akan menimbulkan akibat hukum, yaitu adanya tuntutan yang berhak agar yang mempunyai kewajiban itu memenuhi kewajibannya dan melahirkan putusan hakim pengadilan dapat memaksa agar kewajibannya dipenuhi. Kewajiban yang timbul dari suatu perikatan baik dari perikatan yang lahir dari perjanjian maupun perikatan yang lahir dari Undang- Undang disebut juga kewajiban hukum.

⁴ Sarah D.L. Roeroe, "Efektifitas hukum dalam layanan purna jual ditinjau dari aspek perlindungan konsumen", *jurnal hukum (edisi khusus)*, Vol. XXI, No.4, Tahun 2013.

Sehubungan dengan kewajiban penjual dalam jual beli dapat dilihat dari ketentuan Pasal 1474 KUHPerduta.

1) Kewajiban Penjual

- a) Menyerahkan hak milik atas barang yang diperjualbelikan. Penyerahan barang dalam jual beli merupakan tindakan pemindahan barang yang dijual ke dalam kekuasaan dan pemilikan pembeli. KUHPerduta mengenal tiga jenis benda yaitu benda bergerak, benda tidak bergerak dan benda tidak bertubuh.⁵
- b) Penyerahan Benda Bergerak Penyerahan benda bergerak terdapat dalam Pasal 612 KUHPerduta yang menyatakan “penyerahan benda bergerak kecuali yang tak bertubuh dilakukan dengan penyerahan yang nyata akan kebendaan itu oleh atau atas nama pemilik, atau dengan penyerahan kuncikunci dari bangunan dalam mana kebendaan itu berada.
- c) Penyerahan Benda Tidak Bergerak Penyerahan atau penunjukan barang tak bergerak dilakukan dengan pengumuman akta yang bersangkutan dengan cara seperti yang diatur dalam Pasal 616-620 KUHPerduta yang menyebutkan bahwa penyerahan barang tidak bergerak dilakukan dengan balik nama. Untuk tanah dilakukan dengan Akta PPAT sedangkan yang lain dilakukan dengan akta notaris.
- d) Penyerahan Benda Tidak Bertubuh Diatur dalam Pasal 613 KUHPerduta yang menyebutkan penyerahan akan piutang atas nama dilakukan dengan akta notaris atau akta dibawah tangan yang harus diberitahukan kepada debitur secara tertulis, disetujui dan diakuinya.⁶

Selain kewajiban di atas, penjual juga harus menjamin tidak adanya cacat pada barang yang dijualnya (Pasal 1504 KUHPerduta). Cacat ini harus cacat yang sungguh-sungguh bersifat sedemikian rupa yang menyebabkan barang itu tidak dapat digunakan secara sempurna atau serasi sesuai dengan tujuan pemakaian yang semestinya. Penjual harus menjamin atas segala cacat yang tersembunyi pada barang yang dijualnya baik yang diketahui atau tidak diketahuinya (Pasal 1506 KUHPerduta).

2) Kewajiban Pembeli

Kewajiban pembeli dalam jual beli adalah membayar harga barang yang dibeli. Pembeli wajib menyelesaikan pelunasan harga barang yang dibeli bersamaan dengan penyerahan barang. Jual beli tidak akan ada artinya tanpa pembayaran harga.

⁵ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, PT Raja Grafindo Husada, Jakarta: 2007, hlm. 128.

⁶ <http://eprints.umm.ac.id/46515/3/BAB%20II.pdf>, di akses pada Senin, 19 Oktober 2020, Pukul 16:43 WIB.

Pasal 1513 KUHPPerdata sebagai Pasal pertama yang mengatur kewajiban pembeli membayar harga barang yang dibeli. "Kewajiban utama pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat yang ditetapkan dalam persetujuan." Artinya dalam perjanjian jual beli ini palele telah membayar hasil panen bawang merah kepada petani sebelum panen tiba. Menurut Subekti dalam bukunya Aneka Perjanjian tahun 1982, kewajiban utama si pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian. Harga tersebut haruslah sejumlah uang meskipun hak ini tidak ditetapkan dalam undang-undang.

Pengertian konsumen secara khusus telah dirumuskan dalam Pasal 1 Angka (2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal tersebut dinyatakan bahwa, konsumen 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.

Hak secara harfiah merupakan sesuatu hal yang boleh didapatkan dan juga tidak boleh didapatkan. Hal ini berarti bahwa hak memiliki sifat kebolehan yang tidak harus didapatkan oleh seseorang. Hukum perlindungan konsumen di dalam ketentuannya mengatur bahwa konsumen memiliki hak-hak tertentu yang diatur di dalam perundang-undangan yang berlaku. Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagai landasan upaya hukum perlindungan konsumen memberikan pengaturan mengenai hak konsumen di dalam Pasal 4 Undang - Undang Perlindungan Konsumen.

Hak-hak konsumen menurut Pasal 4 Undang - Undang Perlindungan Konsumen adalah:

- 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 tersebut 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 keluhan atas barang dan jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian dan atau jasa yang digunakan;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminasi;
- 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 ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban Konsumen menurut Pasal 5 Undang - Undang Perlindungan Konsumen, adalah:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau 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 sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Sedangkan Hak dan Kewajiban Pelaku usaha menurut Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, adalah:

- 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 dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban Pelaku Usaha Menurut Pasal 7 Undang - Undang Perlindungan Konsumen, adalah:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi jaminan barang dan atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminasi;
- d. Menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan atau mencoba barang dan jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau pengganti 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

Masalah perlindungan konsumen merupakan sebuah permasalahan yang tidak habis ujungnya dan akan selalu menjadi bahan pembicaraan di masyarakat, selama masih banyak

konsumen yang dirugikan, masalahnya tidak akan pernah tuntas. Salah satu masalah yang kerap timbul dalam lingkup perlindungan konsumen adalah layanan purna jual. Masih banyak nya para produsen atau pelaku usaha yang tidak memberikan layanan yang sesuai dengan *standard/* yang semestinya. Karena hal tersebut, muncul lah beberapa permasalahan mengenai layanan purna jual bukan hanya di Indonesia tetapi juga di negara Eropa. Seperti kita ketahui banyak produk otomotif dari Eropa yang menjadi kegemaran masyarakat Indonesia diantaranya adalah BMW dan Mercedes-Benz. BMW sendiri merupakan salah satu produk otomotif dari negara Jerman yang paling digemari masyarakat Indonesia. Ketika tiba waktunya untuk mencari kendaraan mewah, umumnya ada dua merek besar yang dipertimbangkan orang: BMW, dan Mercedes-Benz. Sementara masing-masing merek ini telah membangun reputasi selama bertahun-tahun karena kendaraan berkualitas tinggi dan fitur-fitur terdepan di industrinya, BMW masih berhasil berdiri di depan yang lain. Ada banyak alasan mengapa pengemudi memilih BMW daripada Mercedes-Benz, dan terkadang alasan ini bisa sesederhana kesetiaan merek, seringkali ada faktor lain yang berperan juga.

Salah satu alasan terbesar mengapa pengemudi cenderung memilih BMW adalah sejarah panjang inovasinya. Faktanya, BMW melakukan yang terbaik untuk selalu menantang diri mereka dengan terus berinovasi. Sasaran perusahaan adalah menciptakan kendaraan terbaik, dan terlihat jelas saat konsumen melihat salah satu produknya. Salah satu contoh klasik adalah peralihan BMW dari mesin aspirasi alami tradisional ke mesin *turbocharged* sebagai cara untuk memberi pengemudi lebih banyak tenaga tanpa mengorbankan efisiensi bahan bakar.

METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini berdasarkan penelitian yang menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif analitis. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Data diperoleh melalui studi kepustakaan. Selanjutnya, data sekunder yang diperoleh dianalisa secara yuridis kualitatif.

PEMBAHASAN

Pengaturan Layanan Purna Jual di Indonesia dan di Eropa

Layanan purna jual merupakan perwujudan dari kewajiban dasar pelaku usaha untuk melakukan penanggungan terhadap obyek perjanjian. Konsumen, dalam melakukan pilihan, juga terpengaruh oleh keberadaan layanan purn ajual yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Layanan purna jual merupakan perwujudan dari komitmen pelaku usaha untuk tetap bertanggung jawab atas produk yang dijualnya pada saat proses konsumsi oleh konsumen.

Layanan purna jual di Eropa tergantung pada negara Eropa bagian mana konsumen berada, konsumen dapat memilih dengan bebas diantara opsi-opsi yang ada. Pilih negara anda dan periksa persyaratan nasional tentang periode jaminan dan kewajiban. Perlu diingat bahwa jaminan hukum berlaku di seluruh Eropa dan vendorlah yang harus mematuhi. Ini berarti bahwa penjual bertugas sebagai penghubung terakhir dalam rantai penjualan dan wajib bertanggung jawab kepada konsumen. Undang-Undang Uni Eropa memberi konsumen hak untuk meminta ganti rugi terhadap produsen atau distributor jika masalah tersebut diakibatkan oleh Tindakan atau kelalaian di pihak mereka.⁷

Menurut Wibisono⁸, pelayanan purna jual merupakan salah satu variabel penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan yang harus diperhatikan guna merancang strategi bisnis perusahaan untuk memenangkan persaingan, di samping keunggulan pada harga atau biaya, kualitas, pengiriman, fleksibilitas, dan desain produk atau jasa. Dalam jangka panjang, rancangan pelayanan purna jual membutuhkan pengembangan strategi, analisis kebutuhan pelanggan, dan analisis terhadap program dan posisi pesaing dalam memberikan layanan purna jual.

Menurut Kotler⁹, layanan purna jual adalah untuk memberikan dukungan yang terbaik perusahaan memberikan layanan purna jual, sebagian besar perusahaan bergerak beberapa tahap. Berdasarkan pengertian layanan purna jual ialah bahwa sebuah perusahaan dapat memuaskan para pelanggan atau konsumen setelah membeli atas barang atau jasa dari perusahaan. Jadi, layanan purna jual untuk menjamin konsumen terhadap pemakaian produk atau jasa tersebut.

Barata dalam Jayadi¹⁰, menjelaskan bahwa pemberian layanan purna jual biasanya dilakukan sebagai suatu bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh penjual atas barang yang telah mereka jual. Pelayanan ini diberikan dalam bentuk pemberian garansi, penggantian barang-barang rusak, pemeliharaan dan penyediaan suku cadang. Sedangkan, Tjiptono dalam Jayadi¹¹ terdapat beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya ketidakpastian adalah dengan penyediaan pelayanan purna jual yaitu pemberian garansi untuk mengurangi persepsi konsumen terhadap risiko pembelian, jasa reparasi, dan penyediaan suku cadang pengganti. Sudarsono dan Edilius dalam Yusup¹² mendefinisikan pelayanan purna jual sebagai jasa pelayanan yang meliputi perbaikan, penyediaan suku cadang, dan lain-lain yang

⁷ <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/dem/watify/selling-online/guidelines/en/what-do-i-need-know-about-after-sales-process>, di akses pada Selasa, 20 Oktober 2020, Pukul 15:52 WIB.

⁸ Dermawan Wibisono., *Manajemen Pemasaran.*, Erlangga, Jakarta: 2006

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* Jilid Kedua Edisi Kesebelas. Dialihbahasakan Damos Sihombing. PT. Indeks, Jakarta: 2005, hlm. 133

¹⁰ David Jayadi, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)", Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang, 2012, hlm. 32

¹¹ *Ibid.*

¹² Muhammad Yusup, "Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)", Naskah Publikasi, http://eprints.undip.ac.id/29032/1/MUHAMMAD_YUSUP_JURNAL.pdf, 2011, diakses pada 3 Mei 2020.

diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah produknya dibeli untuk jangka waktu tertentu.

Layanan purna jual mempunyai fungsi utama yaitu untuk mempertahankan pelanggan. Peranan layanan purna jual dapat menjalin sebuah hubungan antara perusahaannya dengan pelanggan secara yang lebih baik, karena layanan purna jual adalah sebuah tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan atas produk yang dibelinya. Perusahaan jangan hanya menarik pelanggan saja, tetapi harus lebih membuat pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.¹³

Terdapat beberapa unsur dalam layanan purna jual, unsur-unsur pelayanan purna jual tersebut adalah sebagai berikut:¹⁴

a. Garansi

Garansi ditunjukkan untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk dalam keadaan baik atau bebas dari kerusakan, akibat dari ketidaktepatan pengerjaan atau penggunaan material yang kurang baik yang berlaku untuk jangka waktu tertentu.

b. Penyediaan *Accesories* atau *Spare part*

Penyediaan *acesories* atau *spare part* merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam usaha untuk memuaskan pelanggan.

c. Pelayanan Pemeliharaan / Konsultasi Lanjutan (Berkala)

Pelayanan pemeliharaan diperlukan apabila suatu produk memiliki masa konsumsi yang lama dan memerlukan perawatan yang teratur agar dapat selalu berfungsi dengan baik

d. Pelayanan Perbaikan

Melakukan perbaikan atas kerusakan yang terjadi pada produk tersebut selama pemakaian.

e. Fasilitas dan Perlengkapan (Suku Cadang)

Fasilitas dan perlengkapan suatu produk merupakan sarana untuk melakukan layanan purna jual. Peralatan dan perlengkapan yang canggih akan dapat menentukan kelancaran pelayanan petugas dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan produk yang dibeli pelanggan.¹⁵

Menurut Sangadji dan Sopiah¹⁶ ada tiga faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan, yaitu:

¹³ Darayani Ernoputri (et.al), "Pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Pengguna Produk LG di Malang Town Square (Matos) Malang-Jawa Timur)", *jurnal administrasi bisnis (jab)*, Vol. 30, No.1, Tahun 2016.

¹⁴ Asnandar Simanjuntak (et.al) "Pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian", *jurnal administrasi bisnis (jab)*, Vol.55, No.3, Tahun 2018.

¹⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta: 2009, hlm. 69.

¹⁶ Mamam Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Andi, Yogyakarta: 2013

a. Faktor psikologis

Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

b. Faktor situasional

Faktor situasional mencakup keadaan saran dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian.

c. Faktor sosial

Faktor sosial mencakup undang-undang/peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial dan budaya.

Menurut Setiadi dalam Dewi¹⁷, proses keputusan pembelian terdiri lima tahap yaitu:

1. Pengenalan Masalah Kebutuhan secara sistematis ke dalam lima kategori sebagai berikut:

- a. Kebutuhan yang paling pokok, seperti sandang, pangan, dan papan.
- b. Kebutuhan Rasa Aman. Jika kebutuhan fisiologis terpenuhi maka kebutuhan rasa aman muncul menggantikannya. Hal ini menjadi kebutuhan yang berusaha dipenuhi. Oleh sebab itu, kebutuhan ini akan memotivasi seseorang seperti jaminan keamanan.
- c. Kebutuhan Sosial. Jika kebutuhan fisiologis dan rasa aman terpenuhi maka kebutuhan itu tidak lagi memotivasi perilaku. Selanjutnya, kebutuhan sosial yang menjadi motivasi aktif perilaku seperti afiliasi, memberi dan menerima kasih sayang serta persahabatan.
- d. Kebutuhan Ego. Kebutuhan yang berkaitan dengan kehormatan diri, reputasi seseorang seperti pengakuan, dan penghormatan.
- e. Kebutuhan Perwujudan Diri. Kebutuhan yang hanya mulai mendominasi perilaku seseorang jika semua kebutuhan pada tingkat yang lebih rendah terpenuhi.

2. Kegiatan Pencarian Informasi Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya dan mencari informasi dari luar.

3. Evaluasi Alternatif Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

4. Keputusan Pembelian Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi maksud pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain akan mengurangi alternatif pilihan seseorang akan tergantung pada dua hal:

¹⁷ Meutia Dewi, "Pengaruh Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Toko Langsa Ponsel", *Jurnal manajemen dan keuangan*, Vol. 5, No.1, Tahun 2016

- a. Intensitas sikap negatif orang lain tersebut terhadap alternatif pilihan konsumen. Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut.
 - b. Faktor keadaan yang tidak terduga. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor-faktor seperti: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan.
5. Tindakan Setelah Pembelian Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen akan mempengaruhi perilaku konsumen berikutnya. Jika konsumen merasa puas maka ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Konsumen yang merasa puas cenderung akan mengatakan hal-hal yang baik mengenai suatu produk terhadap orang lain. Sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas, maka konsumen akan memungkinkan melakukan salah satu dari dua tindakan ini yaitu membuang produk atau mengembalikan produk tersebut atau mereka mungkin berusaha untuk mengurangi ketidakpuasan dengan mencari informasi yang mungkin memperkuat nilai produk tersebut.

Layanan purna jual sendiri di Indonesia tidak diatur secara spesifik, hanya saja dalam Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya satu tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan. Lalu dalam Pasal 26 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Apabila di Indonesia Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai fasilitas purna jual sekurang-kurangnya satu tahun, beda dengan negara eropa. Di Eropa layanan purna jual berupa jaminan ini akan efektif dilakukan semenjak konsumen membeli barang dari pelaku usaha atau produsen. Jaminan ini mencakup tentang perbaikan barang, dan penukaran barang secara gratis, pengajuan potongan harga, atau pengembalian uang secara penuh dalam jangka waktu dua tahun. Hal-hal di atas akan berlaku apabila:

- a. Produk tersebut tiba-tiba berhenti berfungsi dalam kurun waktu enam bulan pertama dihitung semenjak waktu barang diterima oleh konsumen.
- b. Produk tersebut tiba-tiba berhenti berfungsi setelah kurun waktu enam bulan berlalu.¹⁸

Namun dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku di Eropa, para pelaku usaha atau produsen dapat menolak dalam hal pemeberian ganti rugi atau menolak klaim

¹⁸ Content.reverse, "after sales and returns regulations in Europe", <https://content.revers.io/blog-en/after-sales-and-returns-regulations-in-europe>, di akses pada Rabu, 11 Maret 2020, Pukul 09:23 WIB.

yang diberikan konsumen kepada dirinya apabila pelaku usaha atau produsen suatu barang tersebut dapat membuktikan bahwa:

- a. Produsen tidak menjual barang dagangannya di tempat yang di kalim oleh konsumen;
- b. Produsen tidak memproduksi barang yang dijual;
- c. Cacat yang menyebabkan kerusakan tidak ada saat barang di tempatkan di pasaran;
- d. Cacat terjadi karena harus adanya pemenuhan persyaratan teknis wajib;
- e. Menurut standar ilmiah dan standar teknis terbaru, tak seorang pun yang dapat melihat kecacatan yang terjadi saat produsen menaruh barang dagangannya di pasaran;
- f. Produsen hanya memproduksi satu komponen dalam barang tersebut, dan kecacatan yang terjadi merupakan hasil dari desain produk akhir.

Produsen tidak lagi bertanggung jawab atas kerusakan yang disebabkan oleh barang yang diproduksi setelah barang tersebut beredar di pasaran selama sepuluh tahun, kecuali seseorang meng-klaim hal tersebut dalam jangka waktu tersebut.¹⁹

Implementasi Pengaturan tersebut dalam Perspektif Perlindungan Konsumen

Pengaturan mengenai layanan purna jual telah diatur dalam beberapa peraturan diantaranya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 25, 26, dan 27 dan batasan tentang layanan purna jual diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor. 634/MPP/Kep/9/2002 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan atau Jasa yang Beredar di Pasar, Pasal 1 angka 12 dinyatakan bahwa pelayanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dijual dalam hal jaminan mutu, daya tahan, kehandalan operasional sekurang-kurangnya selama 1 tahun. Standar Nasional Indonesia (SNI) Nomor. 7229:2007 mengenai ketentuan umum pelayanan purna jual, juga memberikan batasan terhadap layanan purna jual yaitu pelayanan yang diberikan oleh prinsipal kepada konsumen terhadap barang yang dijual dalam hal daya tahan dan kehandalan operasional. Dalam batasan yang diberikan SNI ini menggunakan istilah "prinsipal" untuk pelaku usaha. Prinsipal itu sendiri adalah perorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum di luar negeri atau di dalam negeri yang bertanggung jawab dalam pelayanan purna jual atas penjualan barang yang dimiliki/dikuasai dengan atau tanpa menunjuk pihak lain.

Layanan purna jual mengandung hak-hak konsumen, kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha. Suatu layanan purna jual dikatakan baik jika hubungan antara ketiganya harmonis yaitu terpenuhinya hak-hak konsumen dan terlaksananya kewajiban serta adanya tanggung jawab

¹⁹ Europa.eu, "consumer contract guarantees", https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/consumer-contracts-guarantees/defective-products/index_en.htm, di akses pada Rabu, 11 Maret 2020, Pukul 09:52 WIB.

pelaku usaha. Layanan purna jual yang baik berarti juga telah merupakan suatu upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Layanan purna jual yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi, sehingga dapat menambah loyalitas konsumen terhadap produk.²⁰

Oleh karena itu, layanan purna jual dapat digunakan sebagai alat promosi yang efektif dan efisien bagi produsen. Dengan demikian, produsen dapat memenangkan persaingan untuk produk yang sejenis dan pada akhirnya akan meningkatnya pasar dari produk pelaku usaha tersebut. Layanan purna jual yang diberikan oleh setiap pelaku usaha bagi konsumennya adalah suatu strategi untuk merebut pasar.²¹

Oleh karena adanya layanan purna jual yang baik sudah menjadi suatu keharusan dalam dunia usaha untuk meningkatkan penjualannya, mau tidak mau pelaku usaha berusaha memberikan layanan purna jual yang terbaik untuk konsumen. Dan karena layanan purna jual yang baik didalamnya terkandung upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum maka layanan purna jual yang baik efektif dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.²²

Perlindungan Konsumen Terkait Layanan Purna Jual

Layanan purna jual ini mempunyai dasar hukum yang cukup kuat yaitu diatur dalam suatu perundangan. Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan payung hukum bagi layanan purna jual saat ini. Pasal 25 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya satu tahun wajib menyediakan suku cadang dan atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan. Selanjutnya dalam Pasal 25 ayat (2) dinyatakan Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut:

- a. tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;
- b. tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Jika pelaku usaha atau produsen melanggar ketentuan Pasal 25 tersebut, maka menurut Pasal 60 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) berwenang menjatuhkan sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000 (dua ratus juta rupiah) dengan tata cara penetapan sanksi administratif yang akan diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

²⁰ Sarah D.L. Roeroe, "Efektifitas hukum dalam layanan purna jual ditinjau dari aspek perlindungan konsumen", *jurnal hukum (edisi khusus)*, Vol. XXI, No.4, Tahun 2013.

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

Selain di dalam undang-undang, masalah mengenai layanan purna jual ini pun diatur oleh peraturan-peraturan menteri baik yang mengatur secara langsung maupun mengatur tentang hal yang terkait dengan layanan purna jual.

Menurut Undang-Undang Uni Eropa, Hukum Eropa memberikan konsumen hak atas jaminan, dan penanganan pertanyaan dan keluhan mereka secara efisien. Dalam hukum Eropa juga dijelaskan bahwa sebelum kedua pihak menyelesaikan kontrak, penjual harus memberi tahu konsumen tentang adanya jaminan hukum ini dan memberi tahu mereka tentang persyaratan untuk bantuan purna jual, layanan purna jual, dan komersil yang penjual tawarkan.²³

PENUTUP

Layanan purna jual merupakan perwujudan dari kewajiban dasar pelaku usaha untuk melakukan penanggungan terhadap obyek perjanjian. Konsumen, dalam melakukan pilihan, juga terpengaruh oleh keberadaan layanan purna jual yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Layanan purna jual merupakan perwujudan dari komitmen pelaku usaha untuk tetap bertanggung jawab atas produk yang dijualnya pada saat proses konsumsi oleh konsumen yang dilaksanakan dengan memberikan garansi kepada konsumen atas suatu barang yang telah dibeli. Dalam pelaksanaan layanan purna jual di Indonesia, jangka waktu yang diberikan selama satu tahun, sedangkan di negara eropa jangka waktu yang diberikan perihal layanan purna jual adalah selama dua tahun.

Undang-Undang telah mengatur mengenai layanan purna jual. Diantara nya pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor. 634/MPP/Kep/9/2002 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan atau Jasa yang Beredar di Pasar, dan Standar Nasional Indonesia (SNI) Nomor. 7229:2007 mengenai ketentuan umum pelayanan purna jual, sedangkan di negara eropa, layanan purna jual masuk ke dalam *consumer right tools* yang menyatakan bahwa konsumen dapat meminta klaim kepada produsen apabila Produk tersebut tiba-tiba berhenti berfungsi dalam kurun waktu enam bulan pertama dihitung semenjak waktu barang diterima oleh konsumen dan produk tersebut tiba-tiba berhenti berfungsi setelah kurun waktu enam bulan berlalu selama masih dalam jangka waktu yang telah ditetapkan. Pada dasarnya memberikan layanan purna jual yang baik tidak hanya meningkatkan hubungan jangka Panjang dan loyalitas seorang konsumen, tetapi juga memungkinkan penjual untuk memastikan bahwa barang atau jasa kita memenuhi ataupun melebihi harapan konsumen, mendorong konsumen untuk melakukan lebih banyak pembelian

²³ <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/dem/watify/selling-online/guidelines/en/what-do-i-need-know-about-after-sales-process>, di akses pada Selasa. 20 Oktober 2020, Pukul 15:31 WIB.

dan untuk mengiklankan secara positif produk penjual dari mulut ke mulut dan tentu hal tersebut dapat menguntungkan para penjual.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, PT Raja Grafindo Husada, Jakarta: 2007.

Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima cet 2*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta: 2004.

Dermawan Wibisono, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta: 2006.

Mamam Sangadji dan Sopiha, *Perilaku Konsumen*, Andi, Yogyakarta:2013.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua Edisi Kesebelas*, Dialihbahasakan Damos SihombingPT. Indeks, Jakarta: 2005.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta: 2009.

Jurnal

Asnandar Simanjuntak, (et.al), "Pengaruh kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian", *Jurnal Administrasi Bisnis (jab)*, Vol. 55, No. 3, Tahun 2018.

Dara Ayu Maharani, (et.al), "Perlindungan hukum terhadap layanan purna jual (after sales service) (studi pada putusan nomor: 336/pdt.g/2013/pn.jkt.bar)", *Diponegoro Law Journal*, Vol.6, No.1, Tahun 2017.

Darayani Ernoputri (et.al), "Pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen (Survei pada Pengguna Produk LG di Malang Town Square (Matos) Malang-Jawa Timur)", *Jurnal Administrasi Bisnis (jab)*, Vol. 30, No.1, Tahun 2016.

Meutia Dewi, "Pengaruh Produk, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Toko Langsa Ponsel", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 5, No. 1, Tahun 2016

Sarah D.L. Roeroe, "Efektifitas hukum dalam layanan purna jual ditinjau dari aspek perlindungan konsumen", *Jurnal Hukum (edisi khusus)*, Vol. XXI, No.4, Tahun 2013.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 634/MPP/Kep/9/2002
tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan atau Jasa yang Beredar di Pasar

Sumber Lain

David Jayadi, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)", Skripsi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang, 2012.

Muhammad Yusup, "Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)", Naskah Publikasi, http://eprints.undip.ac.id/29032/1/MUHAMMAD_YUSUP_JURNAL.pdf, 2011.

Standar Nasional Indonesia (SNI) No. 7229:2007 mengenai ketentuan umum pelayanan purna jual
Content.reverse, "*after sales and returns regulations in Europe*", <https://content.reverse.io/blog-en/after-sales-and-returns-regulations-in-europe>.

Europa.eu, "*consumer contract guarantees*", https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/consumer-contracts-guarantees/defective-products/index_en.htm.

http://id.wikipedia.org/wiki/kendaraan_bermotor.

<http://eprints.umm.ac.id/46515/3/BAB%20II.pdf>.

<https://www.bmwoffreeport.com/>

<https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/dem/watify/selling-online/guidelines/en/what-do-i-need-know-about-after-sales-process>].