



## PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DALAM LAYANAN PURNA JUAL PRODUK SHARP INDONESIA

Eka Umi kalsum<sup>\*1</sup>, Ervina Sari Sipahutar<sup>2</sup>, Indra Gunawan Purba<sup>3</sup>

<sup>\*1</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Al Azhar Medan, Jl. Pintu Air IV No.214, Kwala Bekala, Kec. Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20143

<sup>2,3</sup> Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Al Azhar Medan, Jl. Pintu Air IV No.214, Kwala Bekala, Kec. Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20143

Email : <sup>\*1</sup> [ekaumi1979@gmail.com](mailto:ekaumi1979@gmail.com)

### Artikel Info

#### Artikel Historis :

Terima 20 Juni 2023

Terima dan di revisi 23 Juni 2023

Disetujui 25 Juni 2023

Kata Kunci : layanan purna jual, perlindungan konsumen

### Abstrak

Semakin tingginya permintaan pasar akan produk elektronik menuntut para pengusaha untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanannya dibidang pemasaran agar konsumen tertarik untuk membeli produk mereka. Layanan purna jual merupakan salah satu langkah yang mereka lakukan demi perbaikan dan peningkatan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Layanan purna jual merupakan layanan yang wajib diberikan oleh produsen kepada konsumennya, tetapi hak yang semestinya diberikan ini tidak selalu terlaksana dengan baik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data skunder. Hasil penelitian diperoleh bahwa layanan purna jual yang diberikan produsen Sharp Indonesia kepada konsumen berupa pemberian garansi dan layanan service center berbasis sistem *Artificial Intelligence* (AI), yang dinamakan *Sharp Artificial Intelligence Virtual Assistant* (SALLI).

**Keywords:** *after sales service, consumer protection*

#### Abstract

*The increasing market demand for electronic products requires entrepreneurs to improve and increase their services in the field of marketing so that consumers are interested in buying their products. After-sales service is one of the steps they take to improve and enhance the services provided to consumers. After-sales service is a service that must be provided by producers to their consumers, but this right that should be given is not always carried out properly. The method used in this research is descriptive qualitative with a normative juridical approach. The types of data used are primary data and secondary data. The results showed that the after-sales service provided by Sharp Indonesia producers to consumers was in the form of guarantees and Artificial Intelligence (AI) system-based service center services, called Sharp Artificial Intelligence Virtual Assistant (SALLI).*

### PENDAHULUAN

Semakin pesatnya perkembangan dunia usaha industri dalam bidang elektronik dan semakin tajamnya persaingan yang ditandai dengan tingginya peningkatan akan penggunaan barang-barang elektronik oleh konsumen dengan berbagai merek, menuntut produsen untuk menciptakan berbagai jenis varian produk elektronik untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Tingginya permintaan

akan produk elektronik menuntut produsen untuk meningkatkan pelayanannya agar konsumen tertarik membeli produk mereka. Salah satu langkah yang ditempuh oleh produsen adalah dengan cara meningkatkan layanan purna jual, demikian juga halnya dengan PT. Sharp Electronic Indonesia. Layanan purna jual adalah layanan yang diberikan perusahaan kepada seorang konsumen setelah terjadinya transaksi



penjualan [1]. 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 [2]. Pemberian pelayanan 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 [3]. 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, dan penyediaan suku cadang pengganti [4]. Cepatnya perkembangan teknologi menuntut produsen untuk selalu berinovasi 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 layanan purna jual adalah masalah perlindungan konsumen yang tidak dapat dipisahkan dengan tahapan-tahapan transaksi konsumen lainnya. Yang berlaku bukan lagi prinsip *caveat emptor*, tetapi *caveat venditor* yang bertanggung jawab, yang lazim disebut tanggung jawab produk [5]. Untuk meningkatkan perlindungan terhadap konsumen dan menghindari konsumen dari resiko kerugian akibat bertansaksi barang dan jasa yang beredar di pasar pemerintah menetapkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Konsumen adalah setiap individu atau rumah tangga yang membeli atau mendapatkan barang/jasa untuk konsumsi pribadi [6]. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen [7]. Untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen maka Undang-Undang ini menjelaskan hak dan kewajiban konsumen, yang tertuang dalam pasal 4 dan 5 sebagai berikut: 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.

Apabila kita berbicara mengenai perlindungan konsumen tidak akan ada habisnya selama konsumen masih merasa dirugikan. Salah satu masalah yang timbul dalam perlindungan konsumen adalah masalah layanan purna jual, yaitu masih adanya pelaku usaha yang tidak memberikan layanan purna jual yang sesuai dengan standart.

## METODE

Penelitian menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian bersifat deskriptif kualitatif yaitu suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme yang biasa digunakan



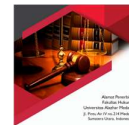
untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti berperan sebagai instrument kunci dan melukiskan suatu keadaan secara objektif atau berdasarkan fakta-fakta yang tampak [8]. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Data diperoleh melalui studi kepustakaan. Selanjutnya, data sekunder yang diperoleh dianalisa secara yuridis kualitatif

## PEMBAHASAN

Konsumen dalam melakukan pemilihan suatu produk akan dipengaruhi oleh layanan purna jual yang ditawarkan pelaku usaha atau produsen. Layanan purna jual merupakan perwujudan dari komitmen pelaku usaha untuk tetap bertanggung jawab atas produk yang dijualnya pada saat proses konsumsi oleh konsumen. Perusahaan tidak hanya perlu mempunyai produk yang nomor satu dan bukan produk yang paling murah tetapi keunggulan terletak pada tingkat pelayanan dan perhatian yang detail kepada konsumen untuk memenangkan persaingan. Minat beli konsumen akan lebih terarah pada sebuah produk yang menawarkan layanan purna jual karena konsumen sering kali berpendapat bahwa produk yang memiliki layanan purna jual adalah produk yang baik dan bertanggung jawab [9]. Pelayanan dan kepuasan sesudah transaksi merupakan salah satu alasan mengapa konsumen tertarik untuk memilih suatu produk atau dengan kata lain, pelayanan purna jual menjadi daya tarik dari suatu produk dan layanan purna jual mempunyai sumbangan penting terhadap keberhasilan produk dalam bersaing di pasar [10]. Dalam layanan penjualan terdapat beberapa unsur, unsur-unsur pelayanan purna jual tersebut adalah sebagai berikut: 1). 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; 2). Penyediaan Accesories atau Spare part, merupakan satu faktor yang memegang peranan penting dalam usaha untuk memuaskan pelanggan; 3). 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; 4). Pelayanan Perbaikan, melakukan perbaikan atas kerusakan yang terjadi pada produk tersebut selama pemakaian; 5). 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 [11].

Perlindungan hukum konsumen mengenai masalah pelayanan purna jual diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pasal 25 ayat 1 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. Pelaku usaha dapat merebut pasar salah satunya adalah dengan cara memberikan layanan purna jual yang lebih baik kepada kepada konsumennya. Hal inilah yang dilakukan pelaku usaha dibidang industri elektronik, dimana para pelaku usaha berani memberikan garansi selama 3 tahun bagi pembelian produk elektronik seperti televisi, AC, mesin cuci, dan sebagainya. Walaupun hal ini masih dilakukan oleh produsen yang sudah memiliki merek terkenal dan memiliki nama di dunia seperti PT. Sharp Electronik Indonesia. Bahkan PT. Sharp Electronics Indonesia



memberikan layanan service center berbasis sistem Artificial Intelligence (AI), yang dinamakan Sharp Artificial Intelligence Virtual Assistant (SALLI), sistem ini berfungsi untuk memberikan layanan informasi 24 jam kepada konsumen. SALLI dapat memberikan informasi mendetail mengenai layanan purna jual seperti permintaan layanan service, informasi lokasi service center Sharp, hingga jadwal kunjungan teknisi. Sistem dapat mencatat pendataan konsumen, produk yang digunakan, kebutuhan purnajual yang dibutuhkan oleh konsumen. Guna memenuhi kebutuhan konsumennya Sharp Indonesia juga menyediakan layanan dalam bentuk digital, yang dapat diakses pada situs website, hotline, dan juga aplikasi Sharp.id. Layanan servis melalui digital ini memperkuat layanan purna jual yang sudah dimiliki Sharp sebelumnya yaitu dengan menghadirkan pusat perbaikan secara offline yang dapat dikunjungi konsumen di 24 kantor Service Center, 47 SHARP Direct Service Station (SDSS), 328 SHARP Authorized Service Station (SASS), dan 46 SHARP Service Representative (SSR) yang tersebar di seluruh Indonesia. Hal ini tentunya di siapkan oleh Sharp Indonesia guna untuk memuaskan konsumen setianya di seluruh Indonesia agar selalu merasa aman dan nyaman saat menggunakan produk-produk Sharp

## KESIMPULAN

Layanan purna jual merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha atau produsen karena memiliki pengaruh yang tinggi terhadap tingkat pemilihan produk yang ditawarkan karena layanan purna jual merupakan jasa yang ditawarkan produsen kepada konsumen setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu atas produk yang ditawarkan. Biasanya layanan purna jual ini berupa garansi. Tetapi tidak semua produsen memberikan garansi kepada konsumen sebagai perwujudan dari kewajiban dasar produsen dalam melakukan penanggulangan sebagai objek perjanjian dan sebagai perwujudan dari komitmen pelaku usaha untuk tetap bertanggung jawab atas produk yang dijualnya pada saat proses konsumsi oleh konsumen yang dilaksanakan. Untuk itulah diperlukan perlindungan konsumen dalam hal layanan

purna jual. Untuk meningkatkan perlindungan terhadap konsumen dan menghindari konsumen dari resiko kerugian akibat bertransaksi barang dan jasa yang beredar di pasar terutama mengenai masalah layanan purna jual pemerintah menetapkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen khususnya pasal 25.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi 15, Jilid 2. New Jersey : Prentice – Hall, inc.
- [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]. Brata, Atep Adya. (007. Dasar-Dasar Pelayanan Prima cet 2, PT Elex Media Komputindo,
- [4]. Tjiptono, Fandy. 2011. Strategi Pemasaran: Edisi 1 3. Yogyakarta: Andi Offset
- [5]. 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.
- [6]. Kotler, Philip. 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua belas. Jakarta : PT. Macana Jaya Cemerlang.
- [7]. Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999.
- [8]. Sugiono. 2018. Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif. Alfabeta. Bandung.
- [9]. Martin, Garry., Joseph Pear. 2015. Modifikasi Prilaku. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- [10]. Engel, Blackwell., Miniard. 2006. Prilaku konsumen. Alih Bahasa FX. Budianto. Jakarta. Binarupa Aksara.
- [11]. Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.