

usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil,

3. Asas Keseimbangan; memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual,
4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen; memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
5. Asas Kepastian Hukum; baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Kemudian hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah itu dalam masyarakat tidak seimbang. Dalam kepentingan fisik konsumen: “kepentingan badani konsumen yang berhubungan dengan keamanan dan keselamatan tubuh dan/atau jiwa mereka dalam penggunaan barang atau jasa konsumen. Dalam setiap perolehan barang atau jasa konsumen, barang atau jasa tersebut harus memenuhi kebutuhan hidup dari konsumen tersebut dan memberikan manfaat baginya (tubuh dan jiwanya)”. Kepentingan sosial ekonomi konsumen: “Setiap konsumen dapat memperoleh hasil optimal dengan penggunaan sumber-sumber ekonomi mereka dalam mendapatkan barang atau jasa kebutuhan hidup mereka.

Untuk keperluan itu, tentu saja konsumen harus mendapatkan informasi yang benar dan bertanggungjawab tentang produk konsumen tersebut, yaitu informasi yang informatif tentang segala sesuatu kebutuhan hidup yang diperlukan". kepentingan perlindungan hukum: Sampai saat ini masih merupakan hambatan bagi konsumen atas peraturan yang diterbitkan bukan tujuan utamanya mengatur dan/atau melindungi konsumen, kriteria konsumen dan apa kategori kepentingan konsumen, perilaku dari pelaku bisnis yang canggih, sehingga terhadap perbuatan tersebut undang-undang tidak dapat menjangkaunya, hukum acara yang ada tidak dapat secara mudah dimanfaatkan oleh konsumen yang dirugikan dalam hubungannya dengan penyedia barang dan/atau jasa.

Tanggung jawab produsen di bidang *goods* (barang) dan bukan jasa, karena pertanggungjawaban jasa telah khusus yaitu *Professional liability* yang bersandar pada *contractual liability*. Dalam *product liability* dikenal dua *caveat* yaitu *Caveat Emptor* (konsumen berhati-hati) dan *Caveat Venditor* (produsen berhati-hati). Pertanggung jawaban produk ini merupakan tanggungjawab produsen kalau produknya menimbulkan kerugian dan merupakan tanggung jawab perdata. Untuk melindungi konsumen terdapat dua ketentuan yaitu hukum publik dan hukum perdata, di mana dalam hukum perdata terdiri dari hukum perjanjian dan hukum tentang perbuatan melawan hukum. Hukum perjanjian didalamnya terdapat tanggung jawab atas dasar kontrak (*contractual liability*) sedangkan hukum tentang perbuatan melawan hukum atas dasar *Tortius*

potensial dirugikan. Karena produsen atau pelaku usaha cenderung sewenang-wenang akibat posisinya yang superior.

3. Teori *Caveat Venditor* sebagai antitesa teori *Caveat Emptor*

Caveat Venditor menyiratkan dengan istilah “hendaknya penjual berhati-hati”. Prinsip ini mengandung maksud bahwa “penjual” harus beritikad baik dan bertanggung jawab dalam menjual produknya kepada pembeli atau konsumen. Berbeda dengan prinsip *Caveat Emptor* yang “meminta” pembeli teliti (berhati-hati) sebelum membeli (karena penjual mungkin curang). Prinsip *Caveat Venditor* ini membebaskan tanggung jawab kehati-hatian pada penjual (produsen). Artinya, penjual harus bertanggung jawab dengan produk yang dijualnya. Maka pelaku usaha wajib beritikad baik memberikan perlindungan dan pendidikan pada konsumen, salah satunya melalui informasi produk yang jujur. Di dalam bertransaksi pelaku usaha mengenali produknya dengan lebih baik. Mereka mengenali kelebihan dan kelemahan produknya dengan baik dan mengatur strategi sedemikian rupa untuk menonjolkan kelebihan dan menutupi kelemahan. Konsumen yang tidak banyak mengetahui tentang produk yang ditawarkan, bisa terjebak pada pilihan yang sesat. Maka, kita mengenal pedoman bijak “teliti sebelum membeli”, karena ada kemungkinan penjual tidak jujur dan tidak adil dalam bertransaksi. Ini menjadi penting karena ketika ternyata kemudian barang yang dibeli cacat atau tidak seperti yang dijanjikan, konsumen akan kesulitan meminta ganti rugi. Pelaku usaha akan meminta konsumen membuktikan bahwa kerusakan itu bukan disebabkan oleh kesalahan konsumen agar konsumen

bisa mendapatkan ganti rugi. Namun, setelah berlakunya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 22, maka yang berlaku adalah pembuktian terbalik. Ketika konsumen menagih ganti rugi pada pelaku usaha atas suatu produk yang cacat atau rusak, maka pelaku usahalah yang harus membuktikan bahwa produk yang dijualnya tidak cacat produksi. Jadi perusahaanlah yang harus berinisiatif membuktikan sah tidaknya klaim konsumen atas ganti rugi.

Penerapan teori *Caveat Venditor* dan meningkatnya kesadaran hukum untuk melindungi konsumen menyebabkan Pemerintah dan DPR menerbitkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sementara itu, undang-undang ini relatif terbatas melindungi subjek hukum yang bertransaksi dalam yurisdiksi Negara Republik Indonesia saja. Seperti telah dikatakan bahwa objek studi ini adalah perlindungan konsumen yang melakukan transaksi bisnis melalui media internet, sehingga subjek hukum yang menggunakan media itu mungkin saja berdomisili dalam yurisdiksi hukum berbeda. Kenyataannya transaksi e-commerce dapat berlangsung lintas negara dan melibatkan seperangkat teknologi canggih komputer. Ini tidak menjamin kontrol legal atas perlindungan konsumen seperti yang diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Sebagai contoh, Pasal 18 ayat (1) Undang- Undang Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha mencantumkan klausula baku dalam dokumen perjanjian jual beli barang atau jasa yang dipasarkan dalam media internet. Penentu kebijakan di negeri ini menyadari

menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan. Ketentuan tersebut semestinya ditaati dan dilaksanakan oleh para pelaku usaha. Namun dalam realitasnya banyak pelaku usaha yang kurang atau bahkan tidak memberikan perhatian yang serius terhadap kewajiban maupun larangan tersebut, sehingga berdampak pada timbulnya permasalahan dengan konsumen. Permasalahan yang dihadapi konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa terutama menyangkut mutu, pelayanan serta bentuk transaksi. Hasil temuan Lembaga Perlindungan Konsumen Indonesia (LPKNI) mengenai mutu barang, menunjukkan masih banyak produk yang tidak memenuhi syarat mutu. Manipulasi mutu banyak dijumpai pada produk bahan bangunan seperti seng, kunci dan grendel pintu, triplek, besi beton serta kabel listrik. Selanjutnya transaksi antara konsumen dengan pelaku usaha cenderung bersifat tidak seimbang. Konsumen terpaksa menanda tangani perjanjian yang sebelumnya telah disiapkan oleh pelaku usaha, akibatnya berbagai kasus pembelian mobil, alat-alat elektronik, pembelian rumah secara kredit umumnya menempatkan posisi konsumen di pihak yang lemah. Permasalahan yang dihadapi konsumen tersebut pada dasarnya disebabkan oleh kurang adanya tanggung jawab pengusaha dan juga lemahnya pengawasan pemerintah. Secara normatif pelaku usaha

bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau di perdagangkan. Ganti rugi tersebut 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 perundang-undangan yang berlaku (Pasal 19 ayat (1,2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen). Ketentuan ini merupakan upaya untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dengan demikian dapat ditegaskan apabila konsumen menderita kerugian sebagai akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha, berhak untuk menuntut tanggung jawab secara perdata kepada pelaku usaha atas kerugian yang timbul tersebut. Demikian halnya pada transaksi properti, apabila konsumen menderita kerugian maka ia berhak untuk menuntut penggantian kerugian tersebut kepada pengembang perumahan yang bersangkutan.

4. Teori *Shareholders* (Pemegang Saham)

Shareholder atau *Stockholder* adalah seseorang atau badan hukum yang secara sah memiliki satu atau lebih saham pada perusahaan. Para pemegang saham adalah pemilik dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang terdaftar dalam bursa efek berusaha untuk meningkatkan harga sahamnya. Konsep pemegang saham adalah sebuah teori bahwa perusahaan hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang sahamnya dan pemiliknya, dan seharusnya bekerja demi keuntungan

Vending machine atau mesin penjual otomatis adalah karya Heron yang berasal dari Alexandria. Heron adalah seorang insinyur matematika abad pertama. Mesin penjual otomatis modern pertama diperkenalkan di London, Inggris pada awal tahun 1880-an, yaitu mesin penjual kartu pos otomatis. Mesin penjual otomatis pertama di Amerika Serikat dibangun pada tahun 1888 oleh Perusahaan Gum Thomas Adams, dan menjual permen karet di Kota New York.

Pada tahun 1880-an terciptalah mesin penjual otomatis yang menjual permen karet. Mesin tersebut diberi nama "Glico". Pada tahun 1897 ketika Perusahaan manufaktur Pulver menambahkan angka kecil di sekitar mesin, yang akan bergerak setiap kali seseorang membeli permen karet dari mesin mereka. Gagasan ini melahirkan mesin penjual otomatis jenis baru yang dikenal sebagai "perdagangan stimulator" dan kelahiran mesin slot serta mesin pinball pertama berakar pada perangkat ini. Ide menambahkan permainan pada mesin ini adalah untuk menaikkan insentifitas pembeli.

Pada Desember 1970 salah satu industri pembuat mesin penjual otomatis di Dallas, Texas, membuat mesin penjual otomatis yang dapat berbicara yang disebut dengan "venda talker". Ketika pembeli memasukkan koin, mesin kemudian mengatakan "terima kasih" dan suara itu disuarakan oleh comic Henny Youngman.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan system penjualan barang yang semakin modern, dulu Vending Machine yang hanya terdapat atau dipakai oleh negara – negara industri maju seperti negara – negara dikawasan Eropa, Amerika, Australia, Asia (Jepang). Kini Alat penjual

barang secara otomatis (Vending Machine), sudah mulai masuk dan sudah banyak di pakai di Indonesia.

Vending Machine di Indonesia, sekarang ini seperti yang kita ketahui bersama, di Bandara international seperti Soekarno – Hatta, di Departement store, Supermarket, Café, Halte Bis (Trans Jakarta), sudah banyak diletakkan Vending Machine sebagai alat atau mesin untuk menjual barang. Bahkan tidak hanya minuman saja, yang dijual melalui Vending Machine yang ada di Indonesia. Vending Machine buah – buahan dan Vending Machine Koran juga sudah ada di Indonesia.

Vending Machine, bisa diartikan sebagai alat atau mesin untuk menjual barang secara otomatis. Yang dimaksud secara otomatis disini adalah sebenarnya Vending Machine ini tidak usah memerlukan tenaga operator untuk menjual barang. Kita bisa membeli barang dengan Vending Machine ini sesuai dengan keinginan kita.

Sebenarnya cara membeli melalui Vending Machine itu mudah, yaitu kita tinggal memasukkan uang kita ke tempat untuk memasukkan uang, lalu kita tekan tombol pada barang yang kita maksudkan maka barang itu akan keluar dengan sendirinya. Tapi karena Vending Machine ini masih terbilang barang baru dan masih jarang dipakai di Indonesia, maka ada beberapa Vending Machine oleh beberapa pengelola Vending Machine ditempatkan orang untuk menjaga Vending Machine dan untuk melayani serta menjelaskan cara pembelian dengan Vending Machine.

Untuk saat ini, barang – barang yang dijual dengan Vending Machine di Indonesia kebanyakan masih minuman, tapi ada juga Vending Machine yang menjual buah-buahan yang dipotong dan dimasukkan

dalam cup plastik, dan ada juga Vending Machine yang menjual Koran. Minuman yang dijual dalam Vending Machine di Indonesia bermacam-macam, ada Minuman sejenis softdrink seperti, fanta, sprite, coca-cola, kopi, teh, air mineral. Semua dalam bentuk minuman kaleng, botol pet, dan cup. Dan kedepannya, tidak menutup kemungkinan makanan kemasan, seperti roti, pop mie, juga akan dijual lewat Vending Machine.

Di Indonesia, sudah ada Perusahaan Perakitan Vending Machine, tapi Produk rakitan Vending Machine ini dieksport lagi dan dipasarkan ke Jepang. Karena Perusahaan ini adalah anak cabang dari perusahaan KUBOTA, Japan yang memproduksi Vending Machine. Nama Perusahaan ini adalah PT. METEC SEMARANG, yang berlokasi dikawasan berikat Tanjung Emas Export Processing Zone, Semarang Jawa Tengah.