



SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ALFAMART
TERHADAP HARGA *FRISIAN FLAG SUSU UHT FULL CREAM* YANG
TIDAK SESUAI DENGAN PROMOSI**

*Legal Protection for Alfamart's Consumers Related to Price of Frisian Flag
Milk UHT Full Cream Which Is Not Accordance With Promotion*

**WAHYU PUTRA SAMPURNA
NIM : 150710101613**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2020

SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ALFAMART
TERHADAP HARGA *FRISIAN FLAG SUSU UHT FULL CREAM*
YANG TIDAK SESUAI DENGAN PROMOSI**

*Legal Protection for Alfamart's Consumers Related to Price of Frisian
Flag Milk UHT Full Cream Which Is Not Accordance With Promotion*

WAHYU PUTRA SAMPURNA
NIM : 150710101613

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2020

MOTTO

“Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang
berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka”

(HR. Ibnu Hibban 2: 326)¹



¹ <https://rumaysho.com/7154-penipuan-dan-pengelabuan-dalam-jual-beli.html>, diakses pada tanggal 16-12-2019, pukul 06.12 WIB

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Sumarmo dan Ibu Istilah yang sangat penulis sayangi, hormati, dan banggakan yang selalu memberikan doa restu, kasih sayang, semangat, serta semua pengorbanan yang tidak ternilai oleh apapun.
2. Almamater Fakultas Hukum Universitas Jember yang kubanggakan.
3. Seluruh Guru dan Dosenku sejak Sekolah Dasar sampai Perguruan Tinggi yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu-ilmunya yang sangat bermanfaat dan berguna serta membimbing dengan penuh kesabaran.

PERSYARATAN GELAR

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ALFAMART
TERHADAP HARGA *FRISIAN FLAG SUSU UHT FULL CREAM*
YANG TIDAK SESUAI DENGAN PROMOSI**

*Legal Protection for Alfamart's Consumers Related to Price of Frisian
Flag Milk UHT Full Cream Which Is Not Accordance With Promotion*

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada
program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Jember

WAHYU PUTRA SAMPURNA
NIM : 150710101613

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2020

PERSETUJUAN

**SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL 24 JANUARI 2020**

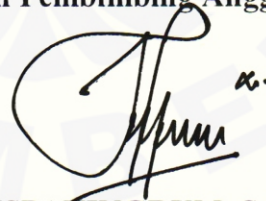
Oleh :

Dosen Pembimbing Utama,



MARDIHANDONO, S.H., M.H.
NIP. 196312011989021001

Dosen Pembimbing Anggota,



GALUH PUSPANGRUM, S.H., M.H.
NRP. 760015749


PENGESAHAN

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ALFAMART
TERHADAP HARGA *FRISIAN FLAG SUSU UHT FULL CREAM*
YANG TIDAK SESUAI DENGAN PROMOSI

Oleh :

WAHYU PUTRA SAMPURNA
NIM 150710101613

Dosen Pembimbing Utama



MARDIHANDONO, S.H., M.H.
NIP.196312011989021001

Dosen Pembimbing Anggota


GALUH PUSPANINGRUM, S.H., M.H.
NRP. 760015749

Mengesahkan,
Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Universitas Jember
Fakultas Hukum
Penjabat Dekan,




Dr. MOH. ALI, S.H., M.H.
NIP. 197210142005011002

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan dihadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 19
Bulan : Maret
Tahun : 2020

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember,

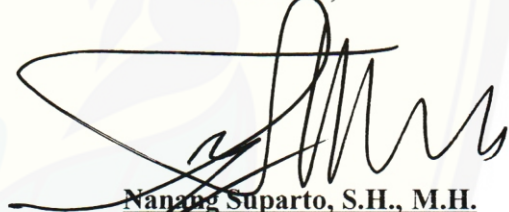
PANITIA PENGUJI

Ketua



Edi Wahjuni, S.H., M.Hum.
NIP.196812302003122001

Sekretaris,



Nanang Suparto, S.H., M.H.
NIP.195711211984031001

Anggota Panitia Penguji :

Mardi Handono, S.H., M.H.
NIP.196312011989021001



:

Galuh Puspaningrum, S.H., M.H.
NRP. 760015749



:

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wahyu Putra Sampurna

NIM : 150710101613

Fakultas : Hukum

Program studi : Ilmu Hukum

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa karya tulis dengan judul : **PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ALFAMART TERHADAP HARGA *FRISIAN FLAG SUSU UHT FULL CREAM* YANG TIDAK SESUAI DENGAN PROMOSI** adalah merupakan hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Penulis bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik apabila ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 19 Maret 2020



WAHYU PUTRA SAMPURNA
NIM : 150710101613

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ALFAMART TERHADAP HARGA *FRISIAN FLAG SUSU UHT FULL CREAM* YANG TIDAK SESUAI DENGAN PROMOSI”. Penulisan skripsi ini merupakan suatu karya ilmiah sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum Fakultas Hukum Universitas Jember.

Penulis sadari bahwa menulis karya tulis ini tentunya tidak terlepas dari banyak dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini disampaikan terima kasih dan penghargaan sebesar – besarnya atas segala bantuan, khususnya kepada :

1. Bapak Mardi Handono, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Utama Skripsi yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Galuh Puspaningrum, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang memberi bimbingan, dukungan, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum., sebagai Ketua Panitia Penguji skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan mengevaluasi skripsi ini.
4. Bapak Nanang Suparto, S.H., M.Hum., sebagai Sekretaris Penguji skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan mengevaluasi skripsi ini sehingga penulisan ini menjadi lebih baik.
5. Dr. Moh. Ali, S.H., M.H, selaku Penjabat Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember
6. Dr. Dyah Ochtorina Susanti S.H., M.Hum., Bapak Echwan Iriyanto, S.H., M.H, dan Dr. Aries Harianto, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Hukum Universitas Jember

7. Segenap Dosen Fakultas Hukum Universitas Jember, terima kasih banyak atas segala jasa dan didikannya sehingga penulis dapat memperkaya ilmu pengetahuan hukum, serta juga kepada staf dan karyawan akademik atas segala pelayanannya.
8. Kedua orang tua tercinta Ayah Sumarmo , Ibu Istilah, yang selalu memberikan dukungan semangat, motivasi dan doa yang tiada hentinya setiap saat untuk kesuksesan penulis.
9. Saudara kandungku tercinta Aprilia Putri Ramadhani, S.Pd yang telah banyak memberikan nasehat, dukungan, dan motivasinya selama ini, serta untuk berbagi canda tawa dan kebahagiaan.
10. Teristimewa, Afrun Musridhatul Ulfa, S.H terima kasih atas doa, kasih sayang, perhatian, dan kesabarannya dalam menemani penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Hukum angkatan tahun 2015, yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan baik moril dan spirituil
12. Semua pihak dan rekan-rekan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat penulis berikan kecuali harapan semoga amal kebbaikannya mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya. Aamiin

Jember, 19 Maret 2020

Penulis

RINGKASAN

Perkembangan perdagangan dan perindustrian yang kian hari kian meningkat telah memudahkan kebutuhan konsumen, karena ada beragam variasi produk barang dan jasa yang bisa dikonsumsi. Masyarakat cenderung memilih pasar modern untuk membeli kebutuhan hidupnya karena faktor tempat yang bersih, keamanan yang memadai, tata produk atau komoditi yang terklasifikasi, manajemen yang terstruktur dalam pola perlakuan profesional serta tempat parkir yang rapi. Ketergantungan masyarakat pada retail modern membawa mereka pada posisi tawar menawar yang sangat lemah, dimana mereka mau tidak mau membeli barang di market dengan harga yang telah ditentukan pemilik market dalam bentuk label yang terpasang pada rak produk. Oleh para pelaku usaha retail atau market posisi tawar menawar tersebut digunakan sebagai media promosi dalam mempengaruhi psikologis konsumen dalam berbelanja. Promosi tersebut dapat berupa potongan harga dan memberikan harga yang murah. Pelaku usaha wajib bertanggung jawab terhadap permasalahan seperti promosi yang tidak benar, seperti kasus yang terjadi di toko Alfamart. Yaitu terjadinya selisih pada harga yang tertera di *label display* dengan harga yang harus dibayar di kasir. Seperti kasus yang dialami oleh salah satu konsumen Alfamart di daerah Jati Asih, Bekasi, Jawa Barat. Konsumen tersebut membeli satu kotak susu *Frisian Flag UHT Full Cream* 900 ml yang di rak barang harganya tertera Rp. 12.900, tetapi setelah sampai di kasir harganya menjadi Rp. 13.500.

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini meliputi 2 (dua) hal, pertama harga barang yang tidak sesuai dengan promosi merugikan konsumen. Kedua, bentuk perlindungan hukum bagi konsumen Alfamart terhadap harga barang yang tidak sesuai dengan promosi. Tujuan penelitian ini adalah pertama untuk mengetahui harga barang yang tidak sesuai dengan promosi merugikan konsumen atau tidak. Kedua, untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi konsumen Alfamart terhadap harga barang yang tidak sesuai dengan promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini menggunakan tipe penelitian yang bersifat yuridis normatif, yakni (*Conceptual Approach*). Pada bahan hukum, penulis menggunakan 2 (dua) bahan hukum, antara lain bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Analisis bahan hukum yang digunakan adalah deduktif.

Hasil dari pembahasan skripsi ini yang pertama terjadinya perbedaan harga pada label (*price tag*) dan harga kasir terbukti sangat merugikan konsumen. Namun langkah pembuktian dalam hal itu biasanya sulit dilakukan karena konsumen ada pada kondisi yang lebih lemah dari pada pelaku usaha. Selain itu sulitnya pembuktian, konsumen juga sulit mendapatkan hak ganti rugi (kompensasi) terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 7 UUPK terkait kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dalam menjalankan usahanya serta melayani konsumen dengan jujur dan tidak diskriminatif. Kedua, perlindungan hukum yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atas selisih harga atau ketidaksesuaian harga pada label promosi dan label display adalah perlindungan hukum yang bersifat

preventif dan *represif*. Perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan) dapat ditemukan dalam pasal 4 huruf (b) dan (c) yang mengatur mengenai hak atas informasi yang benar, Pasal 7 huruf (c) tentang kewajiban pelaku usaha, serta Pasal 10 huruf (a) yang mengatur tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha terhadap konsumen. Sedangkan dengan perlindungan hukum yang bersifat represif (penyelesaian sengketa) diatur dalam Pasal 19 yang mengatur mengenai ganti rugi, Pasal 45, 47, dan Pasal 48 yang mengatur tentang penyelesaian sengketa diluar pengadilan maupun penyelesaian sengketa diluar pengadilan.

Berkaitan dengan kesimpulan tersebut maka saran penulis pertama konsumen sebaiknya dapat lebih bijak dan teliti saat melakukan transaksi pembelian produk barang khususnya tentang informasi atas harga produk/barang yang diperjualbelikan. Serta diharapkan konsumen dapat bersikap kritis dalam mempertahankan hak-hak dan kepentingannya. Kedua, pelaku usaha sebaiknya dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen khususnya dibidang manajemen yang lebih baik sehingga permasalahan selisih harga produk tidak terjadi. Serta pihak supermarket dapat memberitahukan kepada karyawan agar mengganti harga produk promosi terlebih dahulu, sebelum merubah harga yang terdapat di rak barang dan yang ada pada komputer kasir. Diharapkan pelaku usaha tidak hanya mencari keuntungan bagi supermarketnya saja tetapi juga mengutamakan hak-hak konsumen yang sesuai dengan UUPK.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERSYARATAN GELAR	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	viii
HALAMAN PERNYATAAN	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH	x
HALAMAN RINGKASAN	xii
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Umum	5
1.3.2 Tujuan Khusus	5
1.4 Metode Penelitian.....	5
1.4.1 Tipe Penelitian.....	5
1.4.2 Pendekatan Masalah	6
1.4.3 Sumber Bahan Hukum	6
1.4.3.1 Bahan Hukum Primer	7
1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder.....	7
1.4.4 Analisis Bahan Hukum.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Perlindungan Hukum	9
2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum	9
2.1.2 Tujuan Perlindungan Hukum	10
2.1.3 Bentuk Perlindungan Hukum	11
2.2. Hukum Perlindungan Konsumen	12

2.2.1 Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	12
2.2.2 Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen	14
2.3 Pihak-Pihak Terkait dalam Hukum Perlindungan Konsumen	18
2.3.1 Konsumen	18
2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen.....	20
2.3.3 Pelaku Usaha	22
2.3.4 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	24
2.4 Perjanjian Jual Beli	26
2.4.1 Konsep Jual Beli	27
2.4.2 Asas Terjadinya Jual Beli	28
2.4.3 Risiko dalam Jual Beli	28
2.5 Retailer	29
BAB III PEMBAHASAN.....	31
3.1 Harga Barang yang Tidak Sesuai dengan Promosi Merugikan Konsumen Atau Tidak.....	31
3.2 Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Alfamart Terhadap Harga Barang yang Tidak Sesuai dengan Promosi.....	44
BAB IV PENUTUP	57
4.1 Kesimpulan	57
4.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perdagangan dan perindustrian yang kian hari kian meningkat telah memudahkan kebutuhan konsumen, karena ada beragam variasi produk barang dan jasa yang bisa dikonsumsi. Perkembangan globalisasi dan perdagangan besar didukung oleh teknologi informasi dan telekomunikasi yang memberikan ruang gerak yang sangat bebas dalam setiap transaksi perdagangan sehingga barang dan jasa yang dipasarkan bisa dengan mudah dikonsumsi. Barang dan jasa merupakan sumber daya ekonomi yang terbatas jumlahnya dibandingkan dengan jumlah dan kebutuhan manusia yang semakin meningkat. Barang dan jasa dalam jumlah yang terbatas itu menyebabkan manusia dalam hal ini konsumen melakukan pilihan dalam memperolehnya. Dengan prinsip ekonomi di mana mencapai tujuan yang maksimal dengan pengorbanan atau biaya tertentu, atau mencapai tujuan tertentu yang minimal dengan pengorbanan atau biaya tertentu pula. Sedangkan produsen ingin memperoleh keuntungan atau laba yang maksimum dengan biaya atau pengorbanan tertentu.¹

Keperluan manusia akan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari membuat manusia untuk melakukan transaksi perdagangan dengan manusia lainnya. Dengan adanya transaksi perdagangan akan membuat hidup manusia menjadi lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dibandingkan apabila manusia harus memenuhi kebutuhannya secara sendiri. Transaksi perdagangan dapat berupa barter maupun jual beli, namun pada umumnya kegiatan perdagangan modern didominasi oleh kegiatan jual beli. Kegiatan jual beli dalam memenuhi kebutuhan berupa sandang dan pangan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari di supermarket, merupakan perjanjian jual beli yang biasanya dapat terjadi sedikit banyak tanpa syarat-syarat formal.

¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000, hlm. 200

Sebagian besar jual beli tunai dilakukan semata-mata dengan lisan seperti jual beli barang di toko, makanan dan minuman di restoran atau tempat umum.²

Pada saat ini dengan munculnya pasar modern yang sering disebut berupa retail, yang menggeser peran pasar tradisional sebagai pusat perdagangan kebutuhan sehari-hari. Masyarakat cenderung memilih pasar modern untuk membeli kebutuhan hidupnya karena faktor tempat yang bersih, keamanan yang memadai, tata produk atau komoditi yang terklasifikasi, manajemen yang terstruktur dalam pola perlakuan professional serta tempat parkir yang rapi. Pada kegiatan jual beli tersebut menggunakan uang sebagai alat tukar yang sah dalam berbelanja yang pada umumnya menggunakan uang kartal sebagai pembayaran tunai dalam transaksi jual beli, di mana telah disepakati dan memiliki dasar hukum untuk digunakan sebagai tolak ukur harga barang dalam jual beli. Kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Kondisi tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah.³

Ketergantungan masyarakat pada retail modern membawa mereka pada posisi tawar menawar yang sangat lemah, dimana mereka mau tidak mau membeli barang di market dengan harga yang telah ditentukan pemilik market dalam bentuk label yang terpasang pada rak produk. Oleh para pelaku usaha retail atau market posisi tawar menawar tersebut digunakan sebagai media promosi dalam mempengaruhi psikologis konsumen dalam berbelanja. Promosi tersebut dapat berupa potongan harga dan memberikan harga yang murah. Kondisi tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen menjadi tidak seimbang, karena konsumen berada pada posisi yang lemah. Karena konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraih keuntungan yang besar melalui promosi dan cara penjualan yang merugikan konsumen.⁴

² Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 2006, hlm. 243

³ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia, Jakarta, 2003, hlm. 12

⁴ *Ibid.*

Pasal 8 Ayat (1) Huruf F Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa : “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/jasa tersebut.” Pelaku usaha wajib bertanggung jawab terhadap permasalahan seperti promosi yang tidak benar, seperti kasus yang terjadi di toko Alfamart. Yaitu terjadinya selisih pada harga yang tertera di *label display* dengan harga yang harus dibayar di kasir. Kesalahan pada *label* harga yang tertulis sedang promosi dengan daftar harga pada mesin *counter* pembayaran sering kali terjadi. Di mana harga yang tercantum dan saat pembayaran terdapat perbedaan disebabkan karena administrasi yang kurang teliti. Hal semacam ini sering terjadi perbedaan selisih harga yang tercantum pada rak dan yang harus dibayarkan ke kasir dapat sangat besar atau kecil, dan hal ini sangat merugikan konsumen. Adanya pemberian diskon kepada konsumen merupakan salah satu faktor penyebab adanya perbedaan yang terdapat antara di rak dan di kasir.⁵

Perbedaan harga ini menimbulkan kebingungan pada konsumen apabila konsumen tidak membawa uang lebih, maka selisih perbedaan harga yang ada di rak dengan yang sebenarnya dapat membuat konsumen tidak jadi membeli barang. Apabila konsumen bertanya kepada pihak kasir atau pramuniaga mengenai perbedaan harga di rak dengan yang sebenarnya, maka umumnya pihak kasir atau pramuniaga mengatakan bahwa harga di rak tersebut harga lama dan belum diperbaharui, seharusnya dengan perubahan harga harus juga diikuti perubahan harga yang tercantum pada rak, sehingga konsumen dapat mengetahui harga yang sebenarnya. Perbedaan harga di rak dan yang sebenarnya dapat dikatakan bahwa pelaku usaha memberi informasi yang menyesatkan akibatnya konsumen yang dirugikan. Seperti kasus yang dialami oleh salah satu konsumen Alfamart di daerah Jati Asih, Bekasi, Jawa Barat. Konsumen tersebut membeli satu kotak susu *Frisian Flag UHT Full Cream* 900 ml yang di rak barang

⁵ Sudaryatmo, *Hukum & Advokasi Konsumen*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2019, hlm.

harganya tertera Rp. 12.900, tetapi setelah sampai di kasir harganya menjadi Rp. 13.500.

Hal tersebut merupakan suatu tindakan yang tidak benar dan merugikan banyak orang. Karena toko Alfamart memberi informasi dengan cara menempelkan harga promosi terhadap barang yang dijual, dengan tujuan untuk menarik pembeli agar membeli barang tersebut. Namun kenyataannya informasi tersebut kebanyakan tidak benar. Tanggung jawab pelaku usaha tersebut diatur dalam Pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa :

Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Hal ini membuka peluang bagi konsumen agar dapat memperoleh suatu produk (barang dan/atau jasa) yang sesuai dengan yang dijanjikan dan sekaligus melahirkan tanggung jawab di pihak pelaku usaha untuk memberikan ganti kerugian apabila produk yang diiklankan menjadi penyebab timbulnya kerugian bagi konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka menarik untuk diteliti dan dibahas dalam suatu karya tulis ilmiah yang berbentuk skripsi dengan judul: **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ALFAMART TERHADAP HARGA *FRISIAN FLAG SUSU UHT FULL CREAM* YANG TIDAK SESUAI DENGAN PROMOSI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah harga barang yang tidak sesuai dengan promosi merugikan konsumen?
2. Apa bentuk perlindungan hukum bagi konsumen Alfamart terhadap harga barang yang tidak sesuai dengan promosi?

1.3 Tujuan Penelitian

Agar penyusunan skripsi ini memperoleh suatu sasaran yang jelas dan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

Terkait dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan umum yang hendak dicapai adalah:

1. Melengkapi dan memenuhi tugas sebagai persyaratan pokok yang bersifat akademis guna meraih gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Jember;
2. Mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan hukum dari perkuliahan yang bersifat teoritis dengan praktik yang terjadi di lingkungan masyarakat;
3. Memberikan sumbangan pemikiran dan wawasan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat, dan mahasiswa Fakultas Hukum serta almamater.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui harga barang yang tidak sesuai dengan promosi merugikan konsumen atau tidak;
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi konsumen Alfamart terhadap harga barang yang tidak sesuai dengan promosi.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipergunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah yuridis normatif, artinya permasalahan yang diangkat, dibahas dan diuraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Tipe penelitian yuridis normatif dilakukan dengan mengkaji berbagai macam aturan hukum yang bersifat formal seperti undang-

undang, literatur-literatur yang bersifat konsep teoritis yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok pembahasan.⁶

1.4.2 Pendekatan Masalah

Terdapat beberapa pendekatan yang dikenal dalam penelitian, yaitu pendekatan undang-undang (*statute approach*), pendekatan kasus (*case approach*), pendekatan sejarah (*history approach*). Pendekatan komparatif (*comparative approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Adapun dalam penyusunan skripsi ini, dipergunakan 2 (dua) macam pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual yang diuraikan sebagai berikut:

1. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang dihadapi.⁷

2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*)

Pendekatan konseptual yaitu suatu metode penelitian melalui pendekatan dengan merujuk pada prinsip-prinsip hukum. Prinsip-prinsip ini dapat diketemukan dalam pandangan-pandangan sarjana ataupun doktrin-doktrin hukum.⁸

1.4.3 Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum adalah bagian terpenting dalam penelitian hukum. Tanpa bahan hukum tidak akan mungkin dapat ditemukan jawaban atas isu hukum yang diketengahkan. Untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi, digunakan bahan hukum sebagai sumber penelitian hukum. Bahan hukum dapat dibedakan menjadi

⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2016, hlm. 194

⁷ *Ibid*, hlm. 93

⁸ *Ibid*, hlm. 138

bahan hukum primer (*primary source*) dan bahan hukum sekunder (*secondary source*).⁹

1.4.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer dapat dibedakan lagi menjadi bahan hukum primer yang bersifat *mandatory authority* (meliputi peraturan perundang-undangan yang dikeluarkan di wilayah hukum sendiri dan putusan hakim) dan *persuasive authority* (meliputi peraturan perundang-undangan di wilayah hukum Negara lain tetapi menyangkut hal yang sama dan putusan hakim di wilayah yurisdiksi Negara lain).¹⁰ Bahan hukum primer yang akan digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah juga seluruh informasi tentang hukum yang berlaku atau yang pernah berlaku di suatu negeri. Keberadaan bahan-bahan hukum sekunder, secara formal tidak sebagai hukum positif. Adapun yang termasuk dalam bahan-bahan hukum sekunder ini adalah buku-buku teks, laporan penelitian hukum, jurnal hukum yang memuat tulisan-tulisan kritik para ahli dan para akademisi terhadap berbagai produk hukum perundang-undangan dan putusan pengadilan, notulen-notulen seminar hukum, memori-memori yang memuat opini hukum, buletin-buletin atau terbitan lain yang memuat debat-debat dan hasil dengar pendapat di parlemen, deklarasi-deklarasi, dan situs-situs internet.

1.4.4 Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum merupakan suatu metode atau cara untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang diteliti dalam penulisan skripsi ini.

⁹ Dyah Ochterina Susanti dan A'an Efendi, *Penelitian Hukum (Legal Research)*, Sinar Grafika, Jakarta, 2015, hlm. 48

¹⁰ *Ibid*, hlm. 52

Adapun penulisan dalam melakukan analisis terhadap permasalahan ini adalah menggunakan metode deduktif. Metode deduktif yaitu berpangkal pada prinsip dasar. Kemudian peneliti tersebut menghadirkan objek yang hendak diteliti.¹¹ Proses analisis bahan hukum merupakan proses menemukan jawaban dari pokok permasalahan proses ini dilakukan dengan cara:¹²

1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;
2. Pengumpulan bahan-bahan hukum dan sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non hukum;
3. Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
4. Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum;
5. Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.

Langkah-langkah yang telah dikemukakan oleh Peter Mahmud Marzuki di atas sesuai dengan karakter yang dimiliki oleh ilmu hukum sebagai ilmu yang bersifat preskriptif dan terapan. Berdasarkan hal-hal tersebut, maka akan dapat dicapai suatu tujuan untuk menjawab atas suatu permasalahan yang diteliti dalam skripsi ini. Sehingga nantinya menghasilkan kesimpulan berdasarkan analisis yang dapat dipertanggungjawabkan dalam skripsi ini.

¹¹Peter Mahmud Marzuki, *Op.Cit*, hlm 41

¹²*Ibid*, hlm. 171

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perlindungan Hukum

2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Negara hukum adalah suatu doktrin dalam ilmu hukum yang mulai muncul pada abad ke-19 di Eropa, bersamaan dengan kelahiran Negara konstitusi dan demokrasi. Negara hukum merupakan terjemahan dari *Rule of Law* atau *Rechtstaat*. Secara sederhana pengertian Negara hukum adalah Negara yang penyelenggaraan kekuasaan pemerintahannya didasarkan atas hukum. Di Negara yang berdasarkan hukum, Negara termasuk didalamnya pemerintahan dan lembaga-lembaga lain dalam melaksanakan tindakan apapun harus dilandasi oleh hukum dan dapat di pertanggungjawabkan secara hukum. Dengan gagasan bahwa Negara didorong untuk semakin meningkatkan perannya dalam mengatasi berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat termasuk masalah-masalah perekonomian yang dalam tradisi liberalism sebelumnya dianggap sebagai urusan masyarakat sendiri dengan gagasan mengenai kekuasaan tertinggi, baik di bidang ekonomi maupun terutama dilapangan ppolitik akan tetapi, dalam kaitannya dengan makna kekuasaan yang bersifat tertinggi itu, terkandung pula dimensi waktu dan proses peralihan sebagai fenomena yang bersifat alamiah.¹³

Berhubungan dengan konsep tersebut, maka seluruh warga Negara Indonesia berhak memperoleh kehidupan yang layak bagi kemanusiaan dalam rangka mewujudkan kesejahteraan dan kecerdasan yang kemudian diwujudkan dengan adanya kebutuhan akan perlindungan hukum bagi masyarakat sebagai konsumen maupun penyedia jasa atau produk, sehingga apa yang menjadi tujuan dari hukum itu sendiri yakni kesejahteraan dapat dicapai dengan baik.

Beberapa ahli hukum banyak juga yang mengeluarkan pendapat mengenai definisi dari perlindungan hukum itu sendiri, diantaranya:

¹³ Jimly Asshiddiqie. 2011. *Konstitusi & Konstitusi Nasionalisme Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika. Hlm. 96

Menurut Satjipto Raharjo mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.¹⁴

1. Menurut Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa Perlindungan Hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan.¹⁵

Pendapat para ahli diatas maka dapat dipahami bahwa pengertian Perlindungan Hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Dengan kata lain perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.

Perlindungan Hukum terhadap Desain Industri sendiri merupakan suatu perlindungan Hak Kekayaan Atas Intelektual (HKI) terhadap suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri atau kerajinan tangan.¹⁶

2.1.2. Tujuan Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan

¹⁴Satjipto Raharjo. 2006. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. Hlm. 54

¹⁵Phillipus M. Hadjon. 1987. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: PT. Bina Ilmu. Hlm. 5

¹⁶Tim Lindsey, Eddy Damian, Simon Butt, Tomi Suryo Utomo. 2006. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: P.T. Alumni. Hlm. 220 (Untuk Selanjutnya Disebut Tim Lindsey, Eddy Damian, Simon Butt, Tomy Suryo Utomo I)

peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Adapun tujuan dari perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun dalam bentuk yang bersifat represif, baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum.

Dalam hal praktiknya perlindungan hukum sendiri lebih dititik beratkan kepada perlindungan terhadap masyarakat seperti halnya perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat. Oleh karena itu perlindungan hukum terhadap masyarakat tersebut harus diwujudkan dalam bentuk adanya kepastian hukum.

Menurut Tim Lindsey tujuan perlindungan hukum Desain Industri sendiri untuk memberikan hak monopoli kepada pemilik desain atas bentuk, konfigurasi, pola atau ornaamentasi tertentu dari sebuah desain.¹⁷ Perlindungan hukum Desain Industri juga bertujuan untuk dapat membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif dan industri kreatif, serta dapat mendorong perkembangan seni tradisional dan kerajinan tangan rakyat. Desain Industri relatif lebih mudah dan murah untuk dikembangkan dan dilindungi, serta lebih mudah diakses oleh UMKM, seniman dan pengrajin, baik di negara industri maupun dinegara berkembang.¹⁸

2.1.3. Bentuk Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman,

¹⁷Tim Lindsey, Eddy Damian, Simon Butt, Tomy Suryo Utomo. *Op. Cit.* Hlm. 23

¹⁸Iswi Hariyani, Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D.P. 2018. *Buku Pintar HKI Dan Warisan Budaya*. Yogyakarta:Gajah Mada University Press. Hlm. 208 (Untuk Selanjutnya Disebut Iswi Hariyani, Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D.P. I)

baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Menurut Hadjon, perlindungan hukum bagi rakyat dapat dibagi menjadi dua hal yakni:

1. Perlindungan Hukum Preventif, pada perlindungan hukum preventif ini, subyek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif sangat besar artinya bagi tindak pemerintahan yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.
2. Perlindungan Hukum Represif, perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.¹⁹

Secara konseptual, perlindungan hukum yang diberikan bagi rakyat Indonesia merupakan implementasi atas prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila dan prinsip Negara Hukum yang berdasarkan Pancasila.²⁰

2.2 Hukum Perlindungan Konsumen

2.2.1 Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen merupakan istilah yang sering kali disama artikan. Ada yang beranggapan bahwa hukum konsumen adalah juga hukum perlindungan konsumen. Namun ada pula yang

¹⁹Phillipus M. Hadjon. *Op Cit.* Hlm. 29

²⁰Alifa Bestari. 2017. *Perlindungan Hukum*. melalui https://www.academia.edu/9172074/Perlindungan_hukum diakses pada 26 maret 2019 pukul. 11.04 WIB.

membedakannya, dengan berpendapat bahwa baik mengenai substansi maupun mengenai luas lingkungannya adalah berbeda satu sama lain. M. J. Leder menyatakan bahwa “*In a sense there is no such creature as consumer law*”.²¹

Konsumen berada pada posisi yang lemah, maka konsumen harus dilindungi oleh hukum yang sifat dan tujuannya adalah memberikan perlindungan atau pengayoman terhadap masyarakat. Jadi, bisa dikatakan bahwa sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen adalah dua bidang hukum yang sulit untuk dipisahkan dan ditarik batasannya. Namun, ada juga yang berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang lebih luas.

Az. Nasution berpendapat bahwa “hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen”. Adapun, menurut Az. Nasution yang dimaksud dengan hukum konsumen adalah “keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan/atau jasa, antara penyedia dan penggunanya dalam kehidupan bermasyarakat.”²² Sedangkan mengenai hukum perlindungan konsumen didefinisikannya sebagai “keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunanya dalam kehidupan bermasyarakat.”²³

Adapun yang masih belum jelas dari pernyataan Az. Nasution berkaitan dengan kaidah-kaidah hukum perlindungan konsumen yang senantiasa bersifat mengatur. Apakah kaidah yang bersifat memaksa tetapi memberikan perlindungan kepada konsumen tidak termasuk dalam hukum perlindungan konsumen.²⁴ Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dari ketentuan Pasal 383 KUHP berikut ini:

²¹ Shidarta, *Op. Cit*, hlm. 9

²² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 23

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.*, hlm. 14

Diancam dengan pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan, seorang penjual yang berbuat curang terhadap pembeli:

- a. Karena sengaja menyerahkan barang lain dari pada yang ditunjuk untuk dibeli;
- b. Mengenai jenis keadaan atau banyaknya barang yang diserahkan dengan menggunakan tipu muslihat.

Seharusnya ketentuan memaksa dalam Pasal 383 KUHP juga memenuhi syarat untuk dimasukkan ke dalam wilayah hukum perlindungan konsumen. Artinya, inti persoalannya bukan terletak pada kaidah yang harus “mengatur” atau “memaksa”. Dengan demikian, seharusnya dikatakan, hukum konsumen berskala lebih luas meliputi berbagai aspek hukum yang terdapat kepentingan pihak konsumen di dalamnya. Salah satu bagian dari hukum konsumen ini adalah aspek perlindungan, misalnya bagaimana cara konsumen untuk mempertahankan hak-hak yang dimilikinya terhadap gangguan dari pihak lain.

2.2.2 Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Sudikno Mertokusumo memberikan ulasan asas hukum sebagai berikut: “bahwa asas hukum bukan merupakan hukum konkrit melainkan merupakan pikiran dasar yang umum dan abstrak atau merupakan latar belakang peraturan yang konkrit yang terdapat dalam dan di belakang setiap sistem hukum yang terjelma dalam peraturan perundang-undangan dan putusan hakim yang merupakan hukum positif dan dapat diketemukan dengan mencari sifat-sifat atau ciri-ciri yang umum dalam peraturan konkrit tersebut”.²⁵

Asas hukum ini ibarat jantung peraturan hukum atas dasar dua alasan yaitu, pertama asas hukum merupakan landasan yang paling luas bagi lahirnya suatu peraturan hukum. Ini berarti bahwa penerapan peraturan-peraturan hukum itu dapat dikembalikan kepada asas-asas hukum. Kedua, karena asas hukum mengandung tuntutan etis, maka asas hukum diibaratkan sebagai jembatan antara

²⁵ Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum: Sebuah Pengantar*, Cahaya Atma, Jakarta, 2014, hlm. 5-6

peraturan-peraturan hukum dengan cita-cita sosial dan pandangan etis masyarakatnya.²⁶

1. Asas Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terdapat beberapa asas yang terkandung di dalamnya. Perlindungan konsumen dilakukan sebagai bentuk usaha bersama antara masyarakat (konsumen), pelaku usaha dan pemerintah sebagai pembentuk peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, hal ini terkandung dalam ketentuan Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kelima asas tersebut adalah:

a. Asas Manfaat

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak di atas pihak yang lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, pelaku usaha (produsen) dan konsumen, apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan hukum konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.

b. Asas Keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa dalam pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan pelaku usaha (produsen) dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Karena itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur sejumlah hak dan kewajiban pelaku usaha.

²⁶ *Ibid*, hlm. 85

c. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil ataupun spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha (produsen), dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, pelaku usaha (produsen) dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak ada salah satu pihak pun yang mendapat perlindungan atas kepentingan yang lebih besar dari pihak lain sebagai komponen bangsa dan negara.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi atau dipakainya dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya. Karena itu Undang-Undang ini membebaskan sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi dan menetapkan sejumlah larangan yang harus dipatuhi oleh produsen dan memproduksi dan mengedarkan produknya.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh

keadilan. Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya.²⁷

Memperhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK, demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Kelima asas yang disebutkan dalam Pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:

1. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen;
2. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan; dan
3. Asas kepastian hukum.²⁸

Asas hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen tidak hanya terdapat dalam UUPK, tetapi juga terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat yakni di dalam Pasal 2 yang berbunyi:

“Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum.”

2. Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Tujuan yang ingin dicapai melalui UUPK ini sebagaimana disebut dalam Pasal 3 adalah:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkan dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

²⁷ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm. 25-26

²⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2014, hlm. 26

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Ketentuan Pasal 3 UUPK mengatur tujuan khusus perlindungan konsumen sekaligus membedakan tujuan umum yang dikemukakan dengan ketentuan Pasal 2 UUPK. Keenam tujuan khusus tersebut dikelompokkan ke dalam tiga tujuan hukum secara hukum untuk mendapatkan keadilan. Tujuan untuk memberikan kemanfaatan dapat terlihat pada huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf f. Terakhir, tujuan kepastian hukum terlihat dalam huruf d. Pengelompokan ini tidak berlaku mutlak, oleh karena itu seperti yang dapat kita lihat dalam rumusan pada huruf a sampai huruf f terdapat tujuan yang dapat dikualifikasi sebagai tujuan ganda.

Tujuan perlindungan hukum tersebut merupakan isi pembangunan nasional yang menjadi sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen. Keenam tujuan tersebut hanya dapat tercapai secara maksimal, apabila didukung oleh keseluruhan subsistem perlindungan yang diatur dalam UUPK tanpa mengabaikan fasilitas penunjang dan kondisi masyarakat. Mengamati tujuan asas yang terkandung di dalam UUPK, jelaslah bahwa undang-undang ini membawa visi yang besar dan mulia dalam mewujudkan kehidupan berbangsa dan bernegara.

2.3 Pihak-Pihak Terkait dalam Hukum Perlindungan Konsumen

2.3.1 Konsumen

Kata konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumer*. Dalam bahasa Belanda, istilah konsumen disebut dengan *consument*. Konsumen secara harfiah

adalah “orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembeduh.”²⁹ Pengertian konsumen secara yuridis telah diletakkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Konsumen di dalam pengertian sehari-hari sering dianggap bahwa yang disebut konsumen adalah pembeli (Inggris: *buyer*, Belanda: *koper*). Pengertian konsumen secara hukum tidak hanya terbatas kepada pembeli. Bahkan kalau diperhatikan secara cermat pengertian konsumen sebagaimana di dalam Pasal 1 angka 2 UUPK, di dalamnya tidak ada disebut kata pembeli.³⁰ Konsumen atau pemakai/pengguna barang dan/atau jasa terdiri atas 2 (dua) kelompok, yakni:

- a. Pemakai atau pengguna barang dan/atau jasa (konsumen) dengan tujuan memproduksi (membuat) barang dan/atau jasa lain, atau mendapatkan barang dan/atau jasa untuk dijual kembali (tujuan komersial), yang disebut sebagai konsumen antara, dan;
- b. Pemakai atau pengguna barang dan/atau jasa (konsumen) untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangganya (untuk tujuan non komersial), yang disebut sebagai konsumen akhir.

Kedua kategori di atas telah diadopsi menjadi pengertian konsumen secara yuridis formal yang dituangkan pada Pasal 1 angka 2 UUPK, yaitu: “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.” Selanjutnya pada bab penjelasan Pasal 1 angka 2 UUPK dinyatakan bahwa: “Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.”

²⁹N.H.T Siahaan, Hukum *Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Grafika Mardi Yuana, Bogor, 2005, hlm. 23

³⁰*Ibid.*, hlm. 24

Dari uraian pengertian konsumen di atas, maka selanjutnya dapat ditarik dua pembagian pengertian konsumen, yaitu dalam arti luas yang mencakup dua kriteria konsumen (konsumen antara dan konsumen akhir), dan pengertian konsumen dalam arti sempit, yaitu hanya mengacu pada konsumen akhir (*end consumer*). UUPK mengatur mengenai perlindungan bagi konsumen akhir. Konsumen akhir dapat dibagi ke dalam 3 (tiga) golongan, yaitu:

- a. Pemakai adalah setiap konsumen yang memakai barang yang tidak mengandung listrik atau elektronika, seperti pemakaian pangan, sandang, papan, alat transportasi, dan sebagainya;
- b. Pengguna adalah setiap konsumen yang menggunakan barang yang mengandung listrik atau elektronika seperti penggunaan lampu listrik, radio tape, TV, ATM, dan sebagainya;
- c. Pemanfaat adalah setiap konsumen yang memanfaatkan jasa-jasa konsumen, seperti jasa: jasa kesehatan, jasa angkutan, jasa pengacara, jasa pendidikan, jasa perbankan, jasa transportasi, jasa rekreasi dan sebagainya.

2.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Sebagai pemakai barang dan/atau jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting agar masyarakat bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya apabila terjadi suatu tindakan yang tidak adil terhadapnya, maka secara spontan ia akan dapat menyadari hal tersebut lalu segera mengambil tindakan untuk memperjuangkan hak-haknya. Dengan kata lain, ia tidak hanya akan berdiam diri ketika menyadari bahwa hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

Berdasarkan Pasal 4 UUPK, hak-hak yang dimiliki oleh konsumen adalah 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 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 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 atau 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 ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak dasar konsumen dalam UUPK di atas merupakan penjabaran dari Pasal-Pasal yang bercirikan negara kesejahteraan, yaitu Pasal 27 ayat (2) dan Pasal 33 UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sebelumnya pada tahun 1962, hak-hak konsumen pertama kalinya dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat John F. Kennedy pada tanggal 15 Maret 1962, melalui pidato kenegaraan di hadapan Kongres Amerika Serikat yang berjudul “*Special Message for the Protection of the Consumer Interest*” atau yang lebih dikenal dengan istilah “Deklarasi Hak Konsumen” (*Declaration of Consumer Right*). Kemudian menurut Bob Widyahartono menyebutkan bahwa deklarasi tersebut menghasilkan empat dasar hak konsumen (*the four consumer basic rights*) yaitu terdiri atas:

1. Hak untuk memperoleh keamanan atau *The Right To Be Secured*;
2. Hak untuk memperoleh informasi atau *The Right To Be Informed*;
3. Hak untuk memilih atau *The Right To Choose*; dan
4. Hak untuk didengarkan atau *The Right To Be Heard*.³¹

Berdasarkan beberapa uraian mengenai hak-hak yang dimiliki oleh konsumen, terdapat hak yang sering disebutkan dan merupakan hak yang penting bagi konsumen, yaitu hak untuk memperoleh jaminan atas keamanan dan kesehatan dari penggunaan barang atau produk yang dijual oleh pelaku usaha, dimana hal ini berkaitan dengan hak konsumen yang lain, yaitu hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan memadai mengenai tata cara penggunaan barang atau produk tersebut. Selain informasi yang jelas dan memadai konsumen

³¹ Abdul Halim Barakatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2005, hlm. 21

juga perlu diberikan pembinaan atau pendidikan agar tidak terjadi kesalahan dalam penggunaan barang atau produk tersebut.

Hak selanjutnya yang paling dibutuhkan oleh konsumen adalah hak untuk didengarkan keluhan atau klaimnya tersebut, dimana pihak pelaku usaha harus memberikan kompensasi, ganti rugi, ataupun penggantian terhadap produk atau barang tersebut apabila produk atau barang tersebut tidak sesuai dengan yang telah dijanjikan oleh pelaku usaha kepada konsumen, karena hal tersebut dapat menyebabkan kerugian pada konsumen. Untuk itu, sangatlah penting dan perlu bagi konsumen untuk memperhatikan hal-hal yang harus diperjuangkan apabila hak-haknya dilanggar. Seorang konsumen harusnya tidak hanya tinggal diam dan tidak berbuat apa-apa ketika hak-hak yang ia miliki jelas-jelas dilanggar oleh pelaku usaha.

Selain hak-hak di atas, sebagai *balance*, konsumen juga mempunyai beberapa kewajiban. Sesuai dengan yang diatur dalam Pasal 5 UUPK yaitu:

- 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; membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- c. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban-kewajiban tersebut haruslah dilakukan oleh konsumen, sebab hal-hal tersebut sangatlah berguna bagi konsumen agar konsumen dapat selalu berhati-hati ketika melakukan transaksi ekonomi dan hubungan perdagangan. Dengan cara seperti itu, setidaknya konsumen dapat terlindungi dari kemungkinan-kemungkinan masalah yang akan menghampirinya. Untuk itu, memperhatikan kewajiban-kewajiban konsumen sama pentingnya dengan memperhatikan hak-hak yang dimiliki oleh konsumen.

2.3.3 Pelaku Usaha

Menurut Pasal 1 angka 3 UUPK pengertian dari pelaku usaha, yaitu: “Pelaku usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun yang bukan badan hukum yang didirikan dan

berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.” Selanjutnya pada bab penjelasan tentang Pasal 1 angka 3 UUPK dinyatakan bahwa: “Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), koperasi, importer, pedagang, distributor, dan lain-lain.

Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 UUPK cukup luas karena meliputi grosir, pengecer, dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam UUPK tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam masyarakat Eropa, terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasikan sebagai produsen adalah pembuat produk jadi (*finished product*); penghasil bahan baku, pembuat suku cadang; setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan cara mencantumkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakannya dengan produk asli, pada produk tertentu; importir suatu produk dengan maksud untuk diperjualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*), atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importer tidak dapat ditentukan.³²

Ketika konsumen dirugikan oleh pelaku usaha, maka konsumen dapat melakukan gugatan dengan urutan-urutan yang sebaiknya disusun sebagai berikut:

- a. Yang pertama digugat adalah pelaku usaha yang membuat barang tersebut jika berdomisili di dalam negeri dan domisilinya diketahui oleh konsumen yang dirugikan;
- b. Apabila barang yang merugikan konsumen tersebut diproduksi di luar negeri, maka yang digugat adalah importirnya, karena UUPK tidak mencakup pelaku usaha di luar negeri;

³² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hlm. 8-9

- c. Apabila produsen maupun importer dari suatu barang tidak diketahui, maka yang digugat adalah penjual dari siapa konsumen membeli barang tersebut.³³

Urutan-urutan pihak di atas tentu saja hanya diberlakukan jika suatu barang mengalami cacat pada saat produksi, karena kemungkinan barang mengalami kecacatan pada saat sudah berada di luar kontrol atau di luar kesalahan pelaku usaha yang memproduksi barang tersebut. Urutan-urutan tersebut juga mempertimbangkan tentang kompetensi pengadilan maupun Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (selanjutnya disebut BPSK), karena siapapun yang digugat oleh konsumen, pengadilan atau BPSK yang kompeten adalah yang mewilayahi tempat tinggal konsumen, sehingga tidak memberatkan konsumen.³⁴

2.3.4 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha juga diberi hak sebagai bentuk usaha untuk menciptakan kenyamanan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, maka pelaku usaha juga memiliki hak-hak.³⁵ Sebagaimana diatur dalam Pasal 6 UUPK, hak pelaku usaha yaitu:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat 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 diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

³³ *Ibid.*, hlm. 10

³⁴ *Ibid.*, hlm. 11

³⁵ *Ibid.*, hlm. 36

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikan kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Dalam praktik yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah dari pada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.³⁶ Mengenai hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya, yang dimaksud adalah hak-hak yang diatur dalam Undang-Undang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang Perbankan, dan peraturan perundang-undangan yang terkait.

Selain memiliki hak, pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang harus dilaksanakannya. Adapun kewajiban pelaku usaha diatur di dalam Pasal 7 UUPK, yaitu 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. Menjamin 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 garansi atas 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.

Pelaku usaha di dalam UUPK diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik untuk melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Dalam UUPK tampak

³⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op. Cit.*, hlm. 50-51

bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi sampai pada tahap penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan melakukan itikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi oleh produsen atau pelaku usaha, sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat dirugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.³⁷ Mengenai kewajiban kedua pelaku usaha, yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, karena informasi merupakan hak dari konsumen. Apabila pelaku usaha memberikan informasi atau penjelasan yang kurang memadai kepada konsumen, maka hak tersebut merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi) yang dapat merugikan konsumen.

Pencantuman informasi bagi konsumen yang berupa instruksi atau petunjuk prosedur pemakaian suatu produk merupakan hal yang wajib dilakukan oleh pelaku usaha agar produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha tersebut tidak dianggap cacat karena ketiadaan informasi maupun informasi yang kurang. Sebaliknya, konsumen juga memiliki kewajiban untuk membaca lalu mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian dari suatu produk agar konsumen dapat memakai atau memanfaatkannya secara baik dan benar demi keamanan konsumen.³⁸

2.4 Perjanjian Jual Beli

Berdasarkan Pasal 1457 KUHPerdara, 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.

³⁷ *Ibid.*, hlm. 54

³⁸ *Ibid.*, hlm. 55

Wujud dari hukum jual beli adalah rangkaian hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari pihak, yang saling berjanji, yaitu penjual dan pembeli. Biasanya sebelum mencapai kesepakatan, didahului dengan tawar menawar, yang berfungsi sebagai penentu sejak kapan terjadinya persetujuan tetap. Sejak terjadinya persetujuan tetap, maka perjanjian jual beli tersebut dinyatakan sah dan mengikat sehingga wajib dilaksanakan oleh penjual dan pembeli. Jual beli merupakan perjanjian yang paling banyak diadakan dalam kehidupan masyarakat.³⁹ Tujuan utama dari jual beli ialah memindahkan hak milik atas suatu barang dari seseorang tertentu kepada orang lain.

2.4.1 Konsep Jual Beli

a. Subjek Jual Beli

Istilah jual beli menyatakan bahwa terdapat dua pihak yang saling membutuhkan sesuatu melalui proses tawar menawar. Pihak pertama tersebut penjual dan pihak kedua disebut sebagai pembeli.

b. Perbuatan Jual Beli

Perbuatan jual beli mencakup tiga istilah, yaitu persetujuan, penyerahan dan pembayaran. Persetujuan adalah perbuatan yang menyatakan tercapainya kata sepakat antara penjual dan pembeli mengenai objek persyaratan jual beli. Penyerahan adalah perbuatan mengalihkan hak milik atas objek jual beli dari penjual kepada pembeli. Pembayaran adalah perbuatan menyerahkan sejumlah uang dari pembeli kepada penjual sebagai imbalan atas benda yang diterima.

c. Objek Jual Beli

Benda yang menjadi objek jual beli harus benda tertentu atau dapat ditentukan baik wujud, jenis, jumlah, maupun harganya dan benda itu memang benda yang boleh diperdagangkan. Benda yang dijualbelikan itu statusnya jelas dan sah menurut hukum, diketahui secara jelas calon

³⁹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 317

pembeli, dijual di tempat umum, dan tidak merugikan calon pembeli yang jujur.

d. Hubungan Kewajiban dan Hak

Hubungan kewajiban dan hak adalah ketertarikan penjual untuk menyerahkan benda memperoleh pembayaran, keterkaitan pembeli untuk membayar harga dan memperoleh benda.

2.4.2 Asas Terjadinya Jual Beli

a. Asas Konsensual

Sesuai dengan asas konsensual yang menjadi dasar perjanjian, jual beli itu sudah terjadi dan mengikat pada saat tercapai kata sepakat antara penjual dan pembeli mengenai benda dan harga sebagai unsur esensial perjanjian jual beli. Ketika penjual dan pembeli menyatakan setuju tentang benda dan harga, ketika itu pula jual beli terjadi dan mengikat secara sah kedua belah pihak. Menurut Pasal 1458 KUHPerdara, jual beli dianggap sudah terjadi ketika penjual dan pembeli mencapai kata sepakat tentang benda dan harga meskipun benda belum diserahkan dan harga belum dibayar. Kata sepakat yang dimaksud adalah apa yang dikehendaki oleh penjual sama dengan apa yang dikehendaki oleh pembeli.

b. Persetujuan Kehendak

Subekti menyatakan bahwa asas tersebut dapat disimpulkan dari Pasal 1320 KUHPerdara yang mengatur tentang unsur-unsur dan syarat-syarat perjanjian sah. Salah satunya adalah persetujuan kehendak, atau kata sepakat antara pihak-pihak. Sejak tercapai kata sepakat, maka perjanjian jual beli itu sah dan mengikat kedua belah pihak untuk memenuhinya.⁴⁰

2.4.3 Risiko dalam Jual Beli

a. Risiko dan Keadaan Memaksa

Risiko adalah kewajiban menjamin kerugian yang disebabkan oleh suatu peristiwa di luar kesalahan penjual dan pembeli. Masalah risiko

⁴⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Bandung, 2008, hlm. 14

merupakan akibat dari peristiwa keadaan memaksa yang terjadi di luar kesalahan penjual atau pembeli, yang menimbulkan musnah atau rusaknya benda objek jual beli sehingga timbul masalah siapa yang bertanggung jawab atas kerugian yang timbul.

b. Pengaturan Risiko

Menurut ketentuan Pasal 1460 KUHPerdara, jika benda yang dijual itu berupa benda yang sudah ditentukan, sejak saat terjadi pembelian, benda tersebut menjadi tanggung jawab pembeli meskipun penyerahannya belum dilakukan dan penjual berhak menuntut harganya.

c. Pengaturan Risiko Tidak Adil

Menurut Subekti, penerapan Pasal 1460 KUHPerdara ini oleh masyarakat dirasakan tidak adil. Oleh karena itu, perlu dibatasi dengan menunjuk Yurisprudensi Mahkamah Agung Belanda yang menafsirkan Pasal 1460. Secara sempit menunjuk pada perkataan “benda tertentu” yang harus diartikan sebagai benda yang dipilih dan ditunjuk oleh pembeli dengan pengertian tidak dapat ditukar dengan benda lain, dengan membatasi berlakunya Pasal 1460 seperti itu, keganjilan sudah dapat dikurangi.⁴¹

2.5 Retailer

Retailer atau eceran yaitu badan usaha yang mendistribusikan barang/jasa kepada konsumen baik biasanya mereka menjual secara eceran. *Retailer* mempunyai peranan penting baik dalam pendistribusiannya maupun mempromosikan barang tertentu.⁴²

Biasanya produsen/distributor mengirim barang dalam jumlah besar untuk menekan biaya transportasi. Hal ini tentu akan menyulitkan konsumen, karena mereka hanya membutuhkan sedikit untuk kebutuhan sehari-hari. *Retail* membantu mereka untuk membeli dari produsen/distributor dan menjual kembali dalam jumlah yang lebih kecil. Mereka juga menyimpan barang tersebut sehingga jika konsumen kala membutuhkan tinggal membelinya melalui *retail*

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 36-37

⁴² <https://lukmanuddin.wordpress.com/2014/06/05/pengertian-retail/>, diakses pada tanggal 11 Oktober 2019 pukul 11.34 WIB

Menyediakan Pelayanan (*Customer Service*). *Retail* mempekerjakan orang agar dapat memberikan informasi seputar produk tertentu. Para pegawai yang dipekerjakan dapat melayani konsumen untuk membantu memilih dan menemukan produk yang diinginkan. Selain itu retail juga memberikan layanan-layanan berupa kredit untuk barang tertentu, layanan pesan antar, dan jasa lainnya sesuai dengan jenis produk yang ditawarkan.



BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga barang yang tidak sesuai dengan promosi sangat merugikan konsumen. Promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha merupakan bentuk promosi yang tidak sesuai. Pelaku usaha melakukan kecurangan dan penipuan terhadap konsumen dalam membeli produknya sehingga mengakibatkan pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 7 UUPK terkait kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dalam menjalankan usahanya serta melayani konsumen dengan jujur dan tidak diskriminatif.
2. Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atas selisih harga atau ketidaksesuaian harga pada label promosi dan label display adalah perlindungan hukum yang bersifat preventif dan represif. Perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan) mengenai hak atas informasi yang benar, kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha terhadap konsumen. Sedangkan dengan perlindungan hukum yang bersifat represif (penyelesaian sengketa) kewajiban ganti rugi, penyelesaian sengketa melalui pengadilan maupun penyelesaian sengketa di luar pengadilan.

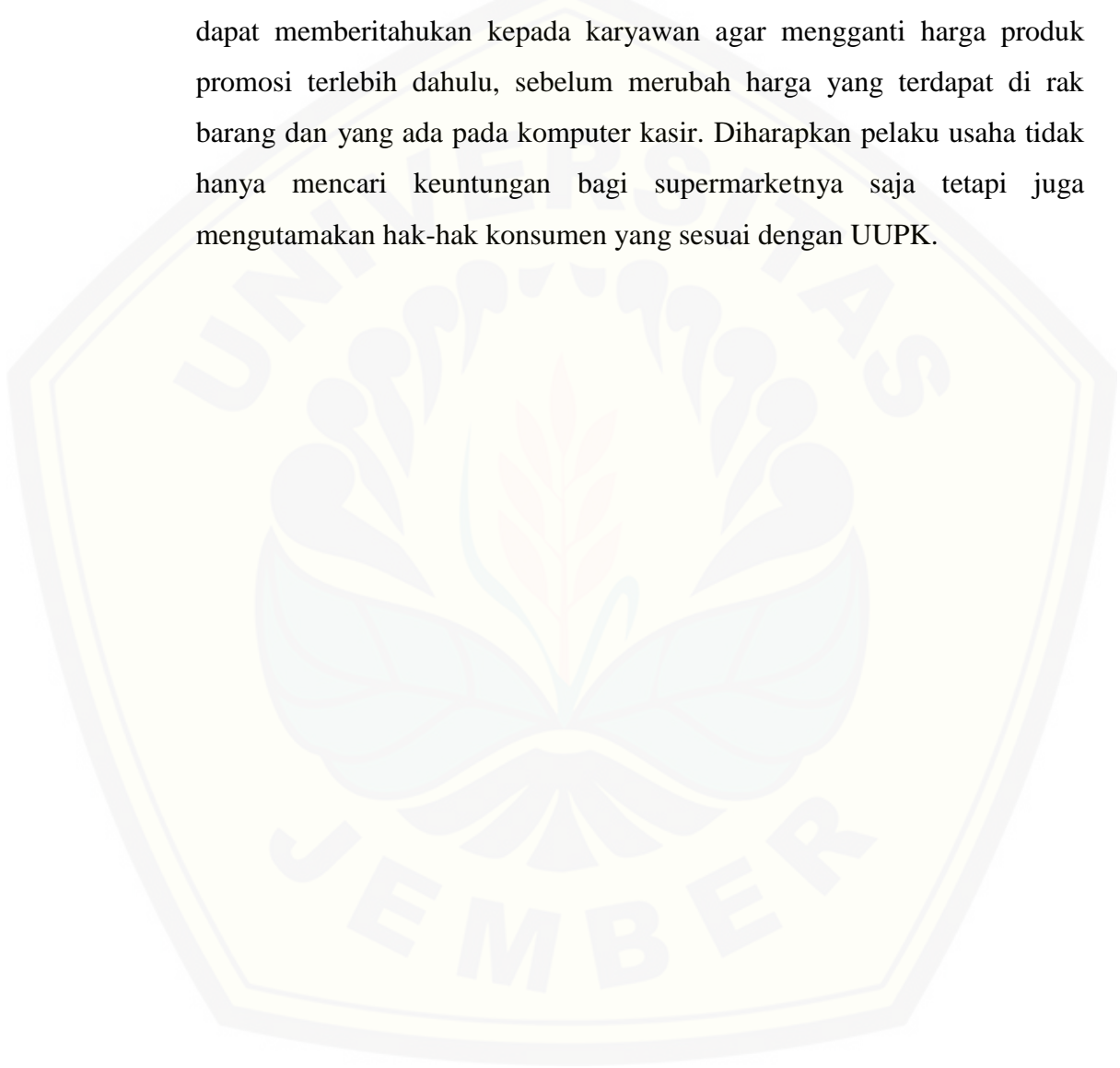
4.2 Saran

Saran yang dapat penulis berikan terkait dengan permasalahan dalam skripsi ini, yaitu:

1. Konsumen sebaiknya dapat lebih bijak dan teliti saat melakukan transaksi pembelian produk barang khususnya tentang informasi atas harga

produk/barang yang diperjualbelikan. Serta diharapkan konsumen dapat bersikap kritis dalam mempertahankan hak-hak dan kepentingannya.

2. Pelaku usaha sebaiknya dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen khususnya dibidang manajemen yang lebih baik sehingga permasalahan selisih harga produk tidak terjadi. Serta pihak supermarket dapat memberitahukan kepada karyawan agar mengganti harga produk promosi terlebih dahulu, sebelum merubah harga yang terdapat di rak barang dan yang ada pada komputer kasir. Diharapkan pelaku usaha tidak hanya mencari keuntungan bagi supermarketnya saja tetapi juga mengutamakan hak-hak konsumen yang sesuai dengan UUPK.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdul Halim Barakatullah. 2005, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Nusa Media.
- Abdulkadir Muhammad. 2006. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Alumni.
- _____. 2010. *Hukum Perdata Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Az. Nasution. 2002. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- C.S.T Kansil dan Christine S. T. Kansil. 2013. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Dyah Ochtorina Susanti dan A'an Efendi. 2015. *Penelitian Hukum (Legal Research)*. Jakarta: Sinar Grafika.
- E. Saefullah. 2000. *Tanggung Jawab Produsen (Product Liability) dalam Era Perdagangan Bebas*. Bandung: Mandar Maju.
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani. 2003. *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Iswi Hariyani, Cita Yustisia Serfiyani, R. Serfianto D.P. 2018. *Buku Pintar HKI Dan Warisan Budaya*. Yogyakarta:Gajah Mada University Press.
- Janus Sidabalok. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Jimly Asshiddiqie. 2011. *Konstitusi & Konstitusi Nasionalisme Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Munir Fuady. 2008. *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis Modern di Era Global*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- N.H.T Siahaan. 2005. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Peter Mahmud Marzuki. 2016. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Philip Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Philipus M. Hadjon. 2007. *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*. Jakarta: Perdaban.

R. Soeroso. 2013. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

Riduan Sahroni. 2000. *Seluk-Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*. Bandung: Alumni.

Satjipto Raharjo. 2006. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo.

Sri Redjeki Hartono. 2000. *Makalah Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Buku Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.

Subekti. 2008. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.

Sudaryatmo. 2019. *Hukum & Advokasi Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Sudikno Mertokusumo. 2014. *Penemuan Hukum: Sebuah Pengantar*. Jakarta: Cahaya Atma.

Tim Lindsey, Eddy Damian, Simon Butt, Tomi Suryo Utomo. 2006. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: P.T. Alumni.

B. Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 Tambahan Lembaga Negara Republik Indonesia Nomor 3821)

C. Internet

<https://lukmanuddin.wordpress.com/2014/06/05/pengertian-retail/>

https://www.academia.edu/9172074/Perlindungan_hukum



Siapa yang tidak kenal dengan dua minimarket yang sangat agresif melakukan penetrasi pasar hingga ke dalam komplek-komplek perumahan ini. Itulah Alfamart dan Indomaret. Merchantnya yang banyak dan relatif sangat dekat dengan pemukiman warga menjadi salah satu pertimbangan tersendiri bagi banyak orang untuk meringkas waktu dengan berbelanja di kedua tempat tersebut. Namun, lambat laun semakin terbuka kedok penipuan yang dilakukan oleh kedua minimarket ini terhadap konsumen. Tidak hanya satu atau dua orang, tetapi kalau digoogle tulisan-tulisan keluhan orang-orang yang pernah tertipu dengan promosi bohong berbelanja di kedua minimarket tersebut akan muncul berhalaman-halaman.

Setidaknya, hal itu terbukti dengan pengalaman kami pribadi. Hari senin dini hari, sebelum sahur kami membeli satu kotak susu bendera putih full cream di Alfamart di Jatiasih. Di rak barang, harganya tertera Rp. 12.900, tetapi setelah sampai di kasir harganya menjadi Rp. 13.500,- ini adalah sebuah penipuan yang sangat nyata. Kami juga pernah beli susu bendera coklat botol plastik di Alfamart Komsen Jatiasih juga. Di rak barang tercantum harga Rp. 4.500 untuk pembelian dua botol. Akhirnya kami mengambil dua supaya bisa mendapat harga sesuai yang ditulis di rak tersebut. Setelah sampai di kasir, rupanya harganya berubah menjadi Rp. 6.500. Kami bertanya "Kenapa harganya berbeda?" Dengan santai petugasnya menjawab, "Harga yang tertera itu mulai berlaku besok pak". Saya pun spontan berkata, "Dasar penipu", kemudian keluar dan sama sekali tidak membeli apa-apa. Apa hanya saya yang mengalami hal demikian? Ternyata saya tidak sendiri. Orang-orang berikut juga mengalaminya: Ada Pak Donnie S, di Manyar, Surabaya, yang menulis keluhan secara terbuka tentang Modus Penipuan Iklan Promo Alfamart di Surya online yang kemudian mendapat tanggapan dari manajemen Alfamart. Hal yang lucu dari kasus pak Donnie adalah, ketika petugas Alfamart ditanya tentang promo tersebut mereka menjawab bahwa harga tersebut hanya berlaku di koran tidak berlaku di toko? Lucu kan? Yang menyebar iklan koran itu siapa? Itu benar-benar cara mengelak dari tuduhan paling gablok yang dilakukan oleh seorang penipu amatiran. Mba Teyash juga pernah tertipu harga promosi bohong Alfamart dan menulis pengalamannya lewat blog.

Berita penipuan teraktual yang dilakukan oleh Alfamart dan Indomaret dan menjadi berita paling santer dan menjadi bahan pembicaraan di media sosial dan media cetak terjadi di Pekanbaru. Bahkan dalam artikel di riauaktual.com tertulis himbauan agar Alfamart dan Indomaret berhenti menipu konsumen dengan promo harga bohong. Hal demikian tidak hanya terjadi di Alfamart, tetapi juga di Indomaret. Dr. Fatima Zahra, yang biasa disapa

dokter Ima pernah tertipu harga promo di Indomaret Pagar Alam, Sumatera Selatan. Teman dari dokter tersebut menuliskan pengalaman sahabatnya tersebut di blogdetik. Tulisan itupun mendapat banyak komentar dari orang-orang yang mengalami penipuan oleh Indomaret, yang membuktikan bahwa kasus demikian sudah jamak terjadi hampir di semua Indomaret.

