

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PERBEDAAN HARGA DISPLAY DAN KASIR DI INDOMARET DAN
ALFAMART KOTA BANDAR LAMPUNG**

Skripsi

**OLEH
ADITYA PRATAMA**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

ABSTRAK

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PERBEDAAN HARGA *DISPLAY* DAN KASIR DI INDOMARET DAN ALFAMART KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh
ADITYA PRATAMA

Indomaret dan Alfamart adalah dua perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, bisnis waralaba harus bersifat transparan dan konsepnya saling menguntungkan serta saling percaya di antara pewaralaba, terwaralaba serta kepada konsumen sebagai pengonsumsi barang. Sebelum konsumen membeli barang, konsumen akan memperhatikan harga terlebih dahulu. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Namun Indomaret dan Alfamart juga tidak terlepas dari pelayanan yang dinilai kurang memuaskan disebabkan oleh faktor kelalaian dari pihak Indomaret dan Alfamart itu sendiri. Terjadinya selisih pada harga yang tertera di *label display* dengan harga yang harus dibayar dikasir. Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana perlindungan hukum konsumen Indomaret dan Alfamart terhadap perbedaan harga pada *label display* dengan dikasir, dan bagaimana pertanggung jawaban Indomaret dan Alfamart terhadap perbedaan harga pada *label display* dengan dikasir.

Metode yang digunakan adalah penelitian ini normatif empiris dengan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan normatif terapan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Kemudian data yang dikumpulkan dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen terhadap perbedaan harga *display* dengan harga dikasir Indomaret dan Alfamart yang merugikan konsumen, diperlukan tanggung jawab pelaku usaha terhadap perbedaan harga *display* dan harga dikasir dalam mengantisipasi kecurangan yang dilakukan oleh pengusaha sehingga konsumen terhindar dari kerugian yang diderita akibat perbedaan harga *display* dan kasir pada Indomaret dan Alfamart. Perbuatan pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perbedaan harga *display* dan kasir akan diselesaikan secara negosiasi yaitu seperti pengembalian uang sebesar harga yang seharusnya dibayar didalam *display*.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Konsumen, Perbedaan Harga

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS
PERBEDAAN HARGA DISPLAY DAN KASIR DI INDOMARET DAN
ALFAMART KOTA BANDAR LAMPUNG**

**OLEH
ADITYA PRATAMA**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUKUM**

Pada

**Bagian Hukum Keperdataan
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

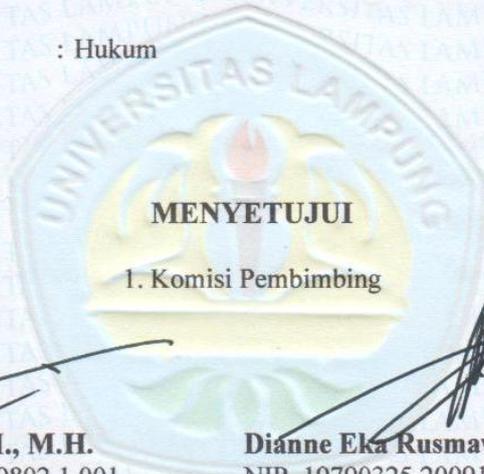
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN ATAS PERBEDAAN HARGA
DISPLAY DAN KASIR DI INDOMARET DAN
ALFAMART KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Aditya Pratama**

No. Pokok Mahasiswa : 1412011013

Bagian : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum



Dr. Hamzah, S.H., M.H.
NIP 19690520 199802 1 001

Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum.
NIP 19790325 200912 2 001

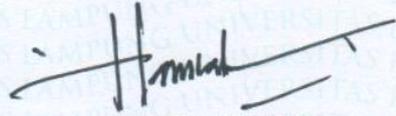
2. Ketua Bagian Hukum Keperdataan

Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.
NIP 19601228 198903 1 001

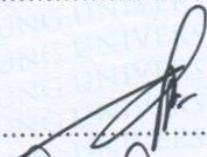
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

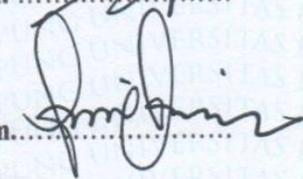
Ketua : **Dr. Hamzah, S.H., M.H.**



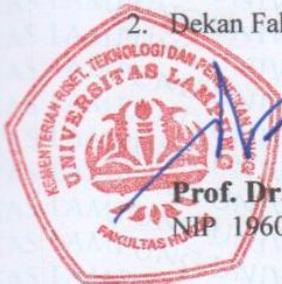
Sekretaris/Anggota : **Dianne Eka Rusmawati, S.H., M.Hum.**



Penguji
Bukan Pembimbing : **Kingkin Wahyuningdiah, S.H., M.Hum.**.....



2. Dekan Fakultas Hukum



Prof. Dr. Maroni, S.H., M.H.
NIP 19600310 198703 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **10 Januari 2019**

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditya Pratama
Npm : 1412011013
Jurusan : Perdata
Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PERBEDAAN HARGA DISPLAY DAN KASIR DI INDOMARET DAN ALFAMART KOTA BANDAR LAMPUNG”** adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan hasil plagiat sebagaimana diatur dalam Pasal 27 Peraturan Akademik Universitas Lampung dengan Surat Keputusan Rektor No. 3187/H26/DT/2010.

Bandar Lampung, 10 Januari 2019



Aditya Pratama
NPM 1412011013

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Bandar Lampung pada 5 Januari 1997 sebagai anak pertama dari pasangan Dharma Setiawan dan Wahyu Wasapa. Penulis mengawali pendidikan formal di TK Kartika Jaya II-5 Tanjung Karang pada Tahun 2001, Sekolah Dasar Kartika Jaya II-5 yang diselesaikan pada tahun 2008. Kemudian, melanjutkan sekolah ke jenjang Sekolah Menengah Pertama, di SMP Al-Kautsar Rajabasa dari 2008-2011, dan melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas Al-Kautsar Bandar Lampung dan dinyatakan lulus pada tahun 2014.

Terdaftar sebagai mahasiswa di Fakultas Hukum Universitas Lampung pada tahun 2014, Pada Tahun 2017, dan telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata selama 40 Hari di Desa Padang Rejo, Kecamatan Pubian, Kabupaten Lampung Tengah. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif di HIMA Perdata.

MOTO

“Fiat justitia ruat caelum.”

(Lucius Calpurnius Piso Caesoninus)

“Stay Hungry, Stay Foolish.”

(Steve Jobs)

“Konsumen merupakan kelompok ekonomi terbesar yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan ekonomi pemerintah maupun swasta. Namun mereka adalah satu-satunya kelompok penting yang pendapatnya sering tidak didengar.”

(John F Kennedy)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT,
Dzat yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.

Dengan segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah-Nya serta dengan ketulusan dan kerendahan hati kupersembahkan sebuah karya sederhana atas izin Allah SWT. Ini kepada:

Ayah dan Ibu

Sebagai tanda bakti, hormat serta rasa terimakasih yang tak terhingga ini kepada Ayahku Dharma Setiawan dan Ibuku Wahyu Wasapa yang telah membesarkanku dan mendidikku hingga sampai pada titik ini dengan penuh cinta dan kasih. Syukurku ucapkan yang tiada hentinya karena kalian telah memberikan dukungan moril maupun materil juga terimakasih atas segala ketulusan, pengorbanan, motivasi

serta doa yang selalu mengalir untukku, sehingga aku mendapatkan gelar sarjana. Terima kasih, Ayah dan Ibu adalah penyemangat, kebahagiaan dan sumber inspirasi terbesarku.

Aku sangat mencintai kalian.

SANWACANA

Segenap puji dan syukur penulis haturkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, karya ilmiah dengan judul, **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Perbedaan Harga *Display* dan Kasir Di Indomaret dan Alfamart Kota Bandar Lampung”** dapat diselesaikan dengan baik. Karya ilmiah ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Penyelesaian karya ilmiah ini tidak lepas dari bantuan, partisipasi, bimbingan, kerjasama, dan doa dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Maroni, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum. selaku Ketua Bagian Hukum Perdata dan Ibu Rohaini, S.H., M.H., Ph.D. selaku Sekretaris Bagian Hukum Perdata;
3. Bapak Dr. Hamzah, S.H., M.H., selaku Pembimbing Utama, terimakasih atas dukungan yang diberikan meliputi waktu, saran, dan kritik dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik;

4. Ibu Diane Eka Rusmawati, S.H., M.Hum., selaku Pembimbing Kedua, terimakasih atas dukungan yang diberikan meliputi waktu, saran, dan kritik dalam proses karya ilmiah ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik;
5. Ibu Kingkin Wahyuningdiah, S.H., M.H., selaku Pembahas I yang telah memberikan kritik yang membangun, saran dan pengarahan selama proses penulisan skripsi ini;
6. Ibu Elly Nurlaili, S.H., M.H., selaku Pembahas II yang telah memberikan kritik yang membangun, saran dan pengarahan selama proses penulisan skripsi ini;
7. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh Staf Administrasi Fakultas Hukum khususnya Bagian Hukum Keperdataan, terimakasih atas dukungan, arahan, serta bimbingannya dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini dan memberikan banyak ilmu pengetahuan selama menyelesaikan studi;
8. Bapak Drs. Hi. Subadra Yani Moersalin selaku Ketua Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Kota Bandar Lampung yang telah memberikan kritik yang membangun, saran dan pengarahan selama proses penulisan skripsi ini;
9. Adikku tersayang, Della Dwiyanti, Dheby Azansky, Muhammad Dandy Saputra yang selalu menjadi sumber kebahagiaan dan kekuatanku. Terima kasih untuk dukungan moril dan kasih sayang yang diberikan selama ini;
10. Untuk KOSDET, Abram Yossi G, S.H., Ahmad Nazir Thaharah, S.H., Aryanto Sofyan, S.H., Ambar Pujotomo, S.H., Credo Dilaro, S.H., Alvin Viko Pratama, Aulia Imannulah, Arliwaman, Ahmad Dedy Suwardi, Ahmad Ridho Syihab, Bibit Widyantoro, Bagas Dewantara, Benny Rachmansyah, Fariz Zakirfan, S.H., Abdul Afatah, S.H. terimakasih telah menemani selama

proses perkuliahan dan memberikan motivasi, pengertian, dan kasih selama proses menyelesaikan karya ilmiah ini, suksesku adalah sukses kalian, kebahagiaan kalian adalah kesuksesanku;

11. Untuk HIMAGONS, Ahmad Eko Saputra, Al Kautsar Ramadhan, S.H., Neldian Saputra, S.H., Denny Arsyad, S.H., Budi Anggriawan, Dedi Septianto, Faiz Rabbani, Wahyu Arist terimakasih telah menghibur dikala sedih dan memberikan motivasi serta dukungan dalam menyelesaikan Skripsi ini;
12. Untuk Wulan Herawati terimakasih telah menjadi teman diskusi teman, memberikan masukan serta membangkitkan semangat penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.
13. Almamaterku tercinta serta seluruh Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung Angkatan 2014;
14. Untuk segenap pembaca, terimakasih atas keluangan waktu untuk membaca karya ilmiah penulis.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah membantu dalam penyelesaian karya ilmiah ini, terimakasih untuk segalanya;

Karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap agar karya ilmiah ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Bandar Lampung, 10 Januari 2019

Penulis

Aditya Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	vi
MOTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
SANWACANA	ix
DAFTAR ISI	x
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	11
B. Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen	13
1. Asas Hukum Perlindungan Konsumen	14
2. Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen	17
C. Pihak-Pihak Terkait dalam Hukum Perlindungan Konsumen	19
1. Konsumen	19
2. Pelaku Usaha	21
D. Hak dan Kewajiban Konsumen serta Pelaku Usaha	23
1. Hak dan Kewajiban dari Konsumen	26
2. Hak dan Kewajiban dari Pelaku Usaha	29
E. Perjanjian Jual Beli	30
1. Konsep Jual Beli	31
2. Asas terjadi Jual Beli	32
3. Risiko Jual Beli	33
F. Retailer	34
G. Kerangka Pikir	35

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Tipe Penelitian	36
B. Pendekatan Masalah.....	37
C. Data dan Sumber Data	38
D. Metode Pengumpulan Data	40
E. Metode Pengolahan Data	41
F. Analisis Data	42

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum Konsumen Indomaret dan Alfamart terhadap Perbedaan Harga pada Label Display dengan Kasir.....	43
1. Pendekatan Hukum Perlindungan Konsumen dalam perbedaan harga Display Transaksi Jual-Beli.....	45
2. Pendekatan Hukum dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013	48
3. Akibat Hukum Jika Harga Display Barang yang tidak Dibayar tidak sesuai dengan yang Dicantumkan	49
4. Peran Pemerintah dan Lembaga Swadaya Masyarakat (YLKI) dalam melindungi Konsumen Indomaret dan <i>Alfamart</i> Kota Bandar Lampung	51
5. Bentuk Perlindungan Hukum Terhadap Perbedaan Harga Display dengan dikasir Indomaret dan Alfamart	57
B. Pertanggungjawaban Indomaret dan Alfamart terhadap Perbedaan Harga pada Label Display dengan Kasir	62

V. PENUTUP

A. Kesimpulan	69
---------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian yang pesat di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Disamping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi dan infomatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang atau jasa yang ditawarkan baik dari produksi dalam maupun luar negeri.¹

Maraknya bisnis *retail* (ritel) juga dialami di Indonesia. Bisnis ini sudah bukan hanya berdiri di kabupaten dan perkotaan saja, melainkan sekarang sudah berdiri di berbagai kecamatan maupun pedesaan. Contoh bisnis yang terkenal di kalangan masyarakat saat ini yaitu Alfamart dan Indomaret.²

Alfamart dan Indomaret adalah 2(dua) perusahaan yang mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, bisnis waralaba yang bersifat transparan dan

¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hlm. 200.

² Masyhuri Mahmuda, Utomo Wahyudi Supri, *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun*, Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, Volume 6, No.1, April, Madiun:Universitas PGRI Madiun, 2017, hlm 59-72.

konsepnya saling menguntungkan serta saling percaya di pewaralaba, terwaralaba serta kepada konsumen sebagai pengonsumsi barang.

Maraknya bisnis *retail* yang terjadi saat ini sangat membutuhkan minat berbelanja dikalangan masyarakat, karena baik Alfamart dan Indomaret menyediakan berbagai macam produk sehari-hari dengan harga yang sudah tertera jelas dalam produk, ketersediaan layanan 24jam, tempat lebih nyaman, lebih bersih, sistem pemilihan dan pengambilan barang sendiri oleh konsumen sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli serta mendapatkan barang yang dibutuhkan segera.³

Namun dari beberapa keunggulan yang dipaparkan tersebut, Alfamart dan Indomaret juga tidak terlepas dari pelayanan yang dinilai kurang memuaskan di sebabkan oleh faktor kelalaian dari pihak Alfamart dan Indomaret itu sendiri. Salah satu contohnya adalah sering terjadinya selisih pada harga yang tertera di *label display* dengan harga yang harus dibayar di kasir.

Label dalam Bahasa Belanda dikenal dengan *label*, dan memiliki pengertian sebagai secarik kertas atau kain, logam, kayu dan sebagainya yang memiliki bentuk sedemikian rupa yang ditempelkan pada barang-barang yang akan dijual.⁴

Kesalahan pada *label* harga dengan daftar harga pada mesin di *counter* pembayaran sering kali terjadi, dimana 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

³*Ibid.*

⁴M. Marwan, dan Jimmy P., *Kamus Hukum (Dictionary Of Law Complete Edition)*, Surabaya:Reality Publisher,2009, Hlm, 395.

sangat merugikan konsumen. Adanya pemberian diskon kepada konsumen merupakan salah satu faktor penyebab adanya perbedaan yang terdapat antara di rak dan dikasir.⁵ Harga sepenuhnya diserahkan kepada mekanisme pasar, disini sulit bagi konsumen untuk menguji penurunan harga atau tidak. Boleh jadi, maraknya pemberian diskon akhir-akhir ini tidak lebih dari *marketing gimmick*⁶ untuk meraup konsumen.

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 di 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.

Jika mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 huruf (b) disebutkan bahwa salah satu hak konsumen adalah hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang

⁵ Sudaryatmo, *Hukum & Advokasi Konsumen*, Cet. Ke-2, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 6.

⁶ *Marketing Gimmick* adalah sebuah tipuan pemasaran yang dipakai dalam salah satu strategi pemasaran suatu produk barang atau jasa dengan menggunakan cara-cara yang tidak biasa atau kontroversial

dijanjikan. Disisi lain pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diwajibkan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/dan atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen. Sebagai contoh para penjual diwajibkan menunjukkan tanda atau label harga sebagai tanda pemberitahuan kepada konsumen.

Salah satu hak konsumen yang berkaitan dengan harga ini adalah hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi karena menderita kerugian ekonomis (*economic loss*). Artinya, konsumen berhak untuk tidak dirugikan dan berhak mendapatkan produk dengan harga yang wajar. Hal ini seharusnya mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari pelaku usaha bagaimanapun juga eksistensi konsumen sangat penting bagi pelaku usaha. Pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya adalah saling membutuhkan yang mempunyai hubungan simbolis mutualistik. Sehingga konsumen perlu dibina, diperlihara, dan dijaga keberadaannya.⁷

Dengan demikian upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen.⁸

⁷Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cet. Ke-3, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 222-223.

⁸Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 5.

Adanya peraturan perundang-undangan tersebut diharapkan mampu memberikan perlindungan kepada konsumen dalam hal peningkatan kesejahteraan, harkat dan martabat konsumen, serta membuka akses informasi tentang barang dan jasa baginya, juga dapat menumbuhkan kembangkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab ketika menjalankan kegiatan usahanya.

Sebenarnya masalah konsumen tentang perbedaan harga ini sering dialami para konsumen ketika berbelanja di pasar modern tersebut. Biasanya para konsumen memakluminya dengan harapan akan adanya perubahan. Namun, ternyata perubahan malah terkadang semakin merugikan konsumen, seperti yang dialami oleh beberapa konsumen yang kemudian menuangkan kekecewaan mereka dan kerugian yang dialami melalui media massa baik media cetak, maupun media elektronik salah satunya melalui internet.

Selain itu ada juga beberapa konsumen yang telah melaporkan atas kerugian yang mereka alami kepada pihak berwajib seperti salah satunya kasus terjadi di gerai Indomaret Kimaja 3 Way Halim Bandar Lampung diduga bohong kepada publik, hal ini terjadi pada tanggal 16 Oktober 2016. Malam warga Labuhan Ratu Bandar Lampung berbelanja di Indomaret Kimaja 3 Wayhalim. Ia berbelanja makanan ringan dan baterai ABC ukuran kecil tertera harga Rp 8.900. Konsumen itu mengambil 1 baterai dan membayar semua barang belanjaan. Namun sesudah membayar dan mendapatkan struk belanja, harga yang tertera di struk belanja berbeda dengan harga yang tertera di rak. Harga yang tertera di rak Rp 11.900. Konsumen kaget, yang membuat kaget bukan harga mahal, namun karena merasa tertipu oleh pihak Indomaret. Konsumen mempertanyakan perbedaan harga tersebut tetapi pihak kasir pada Indomaret, kasir tak serta-merta meminta maaf

dan sadar akan kelalaiannya. Justru memarahi dan tidak bersedia mengembalikan selisih harga pada konsumen.⁹

Selain itu banyak keluhan konsumen Indomaret Bandar Lampung soal dugaan kamufase harga. Dan hal ini mendapat tanggapan dari Kepala Divisi Komunikasi dan Informasi, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) Bandar Lampung, Agoes Widjanarko mengatakan, banyak dugaan “jebakan” harga yang dibuat pihak toko Indomaret dalam meraup keuntungan dengan modus, harga yang tertera di rak (di produk) berbeda dengan harga saat membayar di kasir. Banyak kejadian seperti itu dari laporan konsumen, Pada hari Senin 15 agustus 2016 malam. Konsumen tidak melaporkan secara resmi karena lupa menyimpan struk, ucap Agoes. kata dia, ada kejadian yang lucu lagi, hanya berselang jam di siang hari, antara satu Indomaret dengan Indomaret lainnya beda promo. Manajemen Indomaret ini semestinya tanggap dengan keluhan konsumen urainya. Hal ini kata Agoes, diasumsikan, Indomaret seperti tidak peduli dengan keluhan konsumen. Mereka anggap peristiwa-peristiwa seperti ini hanya masalah biasa, tegasnya. “Konsumen yang merasa dirugikan berkumpul untuk melakukan class action (aksi bersama menuntut manajemen (Indomaret), ”Disinggung motif pihak Indomaret diduga melakukan ‘jebakan’ harga bagi konsumen?

Agoes menuturkan, bisa dilihat dua sisi, jika lupa atau belum diganti harga yang baru, itu juga kesalahan harus ada pertanggung jawaban. “Jika modus, ya harus ada penyelesaian hukum, tegasnya. Produk itu bisa dikalkulasi terjual berapa, Agoes menyarankan, agar masyarakat yang merasa ditipu oleh toko Indomaret

⁹Dilihat dari http://www.suryaandalas.com/2016/10/indomaret-kimaja-3-way-halim_54.html[Diakses Pada 22 Oktober 2018 Pukul 05.00 WIB].

baiknya ke lembaga perlindungan konsumen atau sejenisnya. Kemudian merumuskan laporan ke aparat berwenang.¹⁰

Kedua contoh kasus tersebut yang dialami oleh konsumen akibat perbedaan harga antara di rak dengan di kasir hanyalah sebagian kecil dari banyaknya kasus yang ada. Perbedaan selisih harga yang terjadi memang masih dalam jumlah yang kecil, tetapi bagaimana apabila selisih perbedaan harga tersebut terjadi kepada beberapa konsumen di waktu yang sama dalam jumlah yang banyak. Tentu saja ini akan menimbulkan kerugian bagi konsumen itu sendiri. Namun, tidak semua konsumen sadar akan kerugian yang ia alami, karena sering menganggap bahwa perbedaan harga tersebut terjadi dalam jumlah yang kecil dan penyelesaian masalah tersebut langsung diselesaikan di kasir dengan cara penggantian barang dan dengan memberikan harga yang paling murah.

Dalam hal ini dimanakah letak kesalahan tersebut, apakah perbedaan harga ini terjadi karena kesalahan di pihak pelaku usaha ataupun kepada pihak pramuniaga yang tidak teliti dalam memeriksa label harga di rak-rak barang yang telah disediakan, karena pada dasarnya untuk melakukan perubahan dan penyesuaian harga tidak membutuhkan waktu yang terlalu lama. Akibatnya, timbul banyak pertanyaan dari masyarakat mengenai bagaimana perlindungan hukum yang diberikan oleh pelaku usaha kepada para konsumen menyangkut perbedaan harga. Timbulnya pertanyaan tersebut dikarenakan masyarakat sangat mengharapkan adanya suatu perlindungan hukum untuk melindungi hak-hak mereka sebagai konsumen dan mendapatkan kepastian hukum atas barang-barang yang telah dibeli

¹⁰Dilihat dari <http://www.suryaandalas.com/2016/08/yiki-banyak-keluhan-konsumen-indomaret.html> [Diakses Pada 22 Oktober 2018 05.00 WIB]

yang terkait dengan harga agar mereka tidak selalu dibingungkan dan dirugikan oleh pihak produsen-pelaku usaha.

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian hukum dengan mengangkat permasalahan mengenai **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Perbedaan Harga *Display* Dan Kasir Di Indomaret Dan Alfamart Kota Bandar Lampung”**.

B. Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang masalah yang dijabarkan di atas maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Konsumen Indomaret dan Alfamart Terhadap Perbedaan Harga Pada Display dengan dikasir?
2. Bagaimana Pertanggungjawaban Indomaret dan Alfamart Terhadap Perbedaan Harga Pada Label *Display* dengan dikasir?

C. Tujuan dan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap perbedaan harga pada *display* dan kasir berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
2. Untuk menjelaskan bentuk perlindungan hukum serta langkah-langkah Tanggung Jawab yang diberikan oleh pihak Indomaret dan Alfamart terhadap

kerugian yang diderita konsumen akibat adanya selisih harga pada label *display* dan kasir.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat/kegunaan penelitian ini, yaitu antara lain:

1) Kegunaan Teoretis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya khazanah intelektual dan kepustakaan ilmu hukum keperdataan dalam memahami tentang perlindungan konsumen yang berlaku di Bandar Lampung.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran atau informasi awal bagi peneliti selanjutnya.

2) Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dalam memecahkan persoalan tentang hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli bagi para akademisi, praktisi hukum, pemerintah maupun masyarakat Bandar Lampung pada umumnya.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan atau pelaku usaha dalam menjalankan usahanya agar sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maupun Peraturan Perundang-undangan lainnya.

- c. Bagi konsumen sendiri, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan atau pengetahuan tentang hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- d. Sebagai bahan informasi bagi pihak yang memerlukan khususnya bagi mahasiswa Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Hukum Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen merupakan istilah yang seringkali disama artikan. Ada yang beranggapan bahwa hukum konsumen adalah juga hukum perlindungan konsumen. Namun ada pula yang 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*”.¹¹ Sekalipun demikian, secara umum sebenarnya hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen itu seperti yang dinyatakan oleh Lowe, yakni “*...rules of law which recognize the bargaining weakness of the individual consumer and which ensure that weakness is not unfairly exploited*”.¹²

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

¹¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hlm. 9.

¹² R. Lowe, *Commercial Law, 6th ed.*, (London: Sweet & Maxwell, 1983), hal. 23.

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.”¹³ 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.”¹⁴.

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?¹⁵ Untuk jelasnya, dapat dilihat dari ketentuan Pasal 383 KUHP berikut ini:

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

¹³Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Daya Widya, 1999), hlm. 23.

¹⁴*Ibid.*

¹⁵*Ibid.*, hlm. 14.

- a. karena sengaja menyerahkan barang lain daripada 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 didalamnya. 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.

B. Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Sudikno Mertokusumo memberikan ulasan asas hukum sebagai berikut:

“...bahwa asas hukum bukan merupakan hukum kongkrit melainkan merupakan pikiran dasar yang umum dan abstrak atau merupakan latar belakang peraturan yang kongkrit yang terdapat dalam dan dibelakang 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 kongkrit tersebut”.¹⁶

¹⁶Sudikno Mertokusumo, *Penemuan Hukum: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Liberty,1996), Hlm. 5-6.

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 peraturan-peraturan hukum dengan cita-cita social dan pandangan etis masyarakatnya.¹⁷

1. Asas Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terdapat beberapa asas yang terkandung didalamnya. 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 UUPK. Kelima asas tersebut adalah:

a) Asas Manfaat

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan 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 diatas pihak yang lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, pelaku usaha (produsen) dan konsumen, apa yang menjadi haknya. Dengan

¹⁷*Ibid*, hlm. 85.

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, UUPK mengatur sejumlah hak dan kewajiban dan pelaku usaha.

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 memberika 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 membebankan 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.¹⁸

Memperhatikan substansi Pasal 2 UUPK demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah

¹⁸Janus Sidabalok, *Op Cit*, Hlm. 25-26.

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 didalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen;
- 2) Asas keadilan yang didalamnya meliputi asas keseimbangan; dan
- 3) Asas kepastian hukum.¹⁹

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 eksese negative pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

¹⁹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 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.

C. Pihak-Pihak Terkait dalam Hukum Perlindungan Konsumen

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 pembeduk.”²⁰ 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 disimak secara cermat pengertian konsumen sebagaimana di dalam Pasal 1 angka 2 UUPK, di dalamnya tidak ada disebut kata pembeli.²¹ 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

²⁰N.H.T. Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Cet. ke-1, (Bogor: Grafika Mardi Yuana, 2005), hlm 23.

²¹*Ibid.*, hlm. 24

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.²²

Kategori kedua diatas 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.”

Dari uraian pengertian konsumen diatas, 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*). Di antara dua jenis atau kategori tersebut, yang dilindungi di dalam UUPK hanyalah konsumen akhir (*end consumer*). UUPK mengatur mengenai

²² Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm.18

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, pangan, 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 kesehatan, jasa angkutan, jasa pengacara, jasa pendidikan, jasa perbankan, jasa transportasi, jasa rekreasi dan sebagainya.

2. 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.²³

seharusnya digugat oleh konsumen manakala dirugikan oleh pelaku usaha.

Urutan-urutan tersebut 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.

²³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit.*, hlm. 8-9.

- c) Apabila produsen maupun importir dari suatu barang tidak diketahui, maka yang digugat adalah penjual dari siapa konsumen membeli barang tersebut.²⁴

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 produk 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.²⁵

D. Hak dan Kewajiban Konsumen serta Pelaku Usaha

Hak merupakan sesuatu yang patut diterima setelah melakukan suatu hal atau kewajiban tertentu, dimana apabila setelah melakukan kewajiban namun hak tidak diberikan, maka boleh dituntut secara paksa agar hak tersebut diberikan. Sebelum memperoleh hak, ada suatu perbuatan yang harus dilakukan terlebih dahulu, yang dinamakan dengan kewajiban. Kewajiban merupakan sesuatu yang harus atau wajib dilaksanakan dengan tujuan untuk memperoleh hak.

Hubungan timbal balik antara konsumen dan pelaku usaha juga terdapat hak dan kewajiban yang dimiliki oleh masing-masing pihak, seperti contohnya, konsumen berhak memperoleh barang dan/atau jasa yang ingin ia dapatkan setelah

²⁴*Ibid.*, hlm. 10.

²⁵*Ibid.*, hlm.11.

memenuhi kewajibannya untuk membayar kepada pelaku usaha atas barang dan/atau jasa tersebut. Sebaliknya, pelaku usaha juga memiliki hak untuk menerima pembayaran dari konsumen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkannya setelah memenuhi kewajibannya untuk memberikan barang dan/atau jasa yang diinginkan konsumen. Berikut ini pembahasan selengkapnya mengenai hak dan kewajiban dari konsumen serta pelaku usaha.

1. Hak dan Kewajiban dari 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 mendapat 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 perundangundangan 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 1945.²⁶ 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*.²⁷

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

²⁶ Adrian Sutedi, Op.Cit., hlm. 24

²⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2005), hlm. 21

yang jelas dan memadai mengenai tata cara penggunaan barang atau produk tersebut. Selain informasi yang jelas dan memadai konsumen 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 diatas, 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. Hak dan Kewajiban dari 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.²⁸ 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;

²⁸Ibid., hlm. 36.

- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

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 praktek yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.²⁹ 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;

²⁹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, Op.Cit., hlm. 50-51.

- 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 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.³⁰ 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

³⁰*Ibid.*, hlm. 54

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.³¹

E. Perjanjian Jual Beli

Berdasarkan Pasal 1457 KUHPdata, 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.

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

³¹*Ibid.*, hlm. 55

kehidupan masyarakat³². Tujuan utama dari jual beli ialah memindahkan hak milik atas suatu barang dari seseorang tertentu kepada orang lain.

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 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 pembeli, dijual ditempat umum, dan tidak merugikan calon pembeli yang jujur.

³² Abdulkadir Muhammad, Hukum Perdata Indonesia, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 317.

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. Asas terjadi 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 memenuhinya³³.

³³Subekti, *Aneka Perjanjian*, (Bandung: Penerbit Alumni, 1985), hlm. 14.

3. Risiko dalam Jual Beli

a. Risiko dan Keadaan Memaksa

Risiko adalah kewajiban menjamin kerugian yang disebabkan oleh suatu peristiwa diluar kesalahan penjual dan pembeli. Masalah risiko merupakan akibat dari peristiwa keadaan memaksa yang terjadi di luar kesalahan penjual atau pembeli, yang menimbulkan munah atau rusak 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 dikurangi³⁴

³⁴*Ibid*, hlm. 36-37.

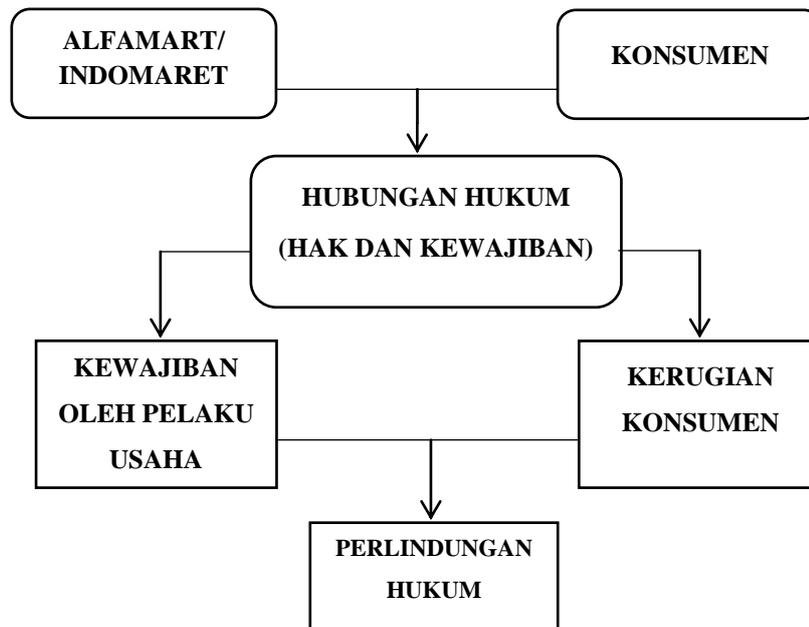
F. Retailer

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.³⁵

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* 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. *Retailer* elektronik atau baju biasanya memerlukan pegawai yang *relatif* cukup banyak. Selain itu retail juga memberikan layanan-layanan berupa kredit untuk barang tertentu, layanan pesan antar, dan jasa lainnya sesuai dengan jenis produk yang ditawarkan.

³⁵Dilihat dari <https://lukmanuddin.wordpress.com/2014/06/05/pengertian-retail/> [Diakses pada 26 maret 2018 5.10 WIB].

G. Kerangka Pikir



Keterangan:

Indomaret dan Alfamart adalah dua perusahaan ritel dimana para konsumen sering berbelanja kesana dikarenakan karna fasilitas yang nyaman sering mengadakan diskon sehingga menarik konsumen dan bahan yang dibutuhkan masih fresh. Masyarakat apresiasikan karna berbelanja di Indomaret dan Alfamart sangat memuaskan. Dimana konsumen membeli barang untuk kebutuhan sehari tetapi saat membeli barang di Indomaret dan Alfamart konsumen mendapatkan kerugian dikarenakan perbedaan harga pada display di kasir. Faktor penyebabnya yaitu adanya kelalaian dari para pelaku usaha atas perbedaan selisih harga *display* dan dikasir yang menyebabkan konsumen mengalami kerugian dikarna selisih harga tersebut. Masyarakat khawatir apakah dapat di lindungi hak dan kewajiban tersebut dengan hukum perlindungan konsumen.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum merupakan proses kegiatan berpikir dan bertindak logis, metodis, dan sistematis mengenai gejala yuridis, peristiwa hukum, atau fakta empiris yang terjadi, atau yang ada di sekitar kita untuk direkonstruksi guna mengungkapkan kebenaran yang bermanfaat bagi kehidupan. Berpikir logis adalah berpikir secara bernalar menurut logika yang diakui ilmu pengetahuan dengan bebas dan mendalam sampai ke dasar persoalan mengungkapkan kebenarannya. Metodis adalah berpikir dan berbuat menurut metode tertentu yang kebenarannya diakui menurut penalaran. Sistematis adalah berpikir dan berbuat yang bersistem, yaitu runtun berurutan dan tidak tumpang tindih³⁶

A. Jenis Penelitian dan Tipe Penelitian

Hal yang penting untuk diketahui dalam melakukan sebuah penelitian adalah jenis dan tipe penelitian yang akan digunakan. Berikut ini adalah pemaparan penulis mengenai jenis dan tipe penulisan yang akan digunakan penulis.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah normatif empiris (*applied law research*), yaitu penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan

³⁶ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung:PT Citra Aditya Bakti, 2004, hlm 2

hukum normatif (kodifikasi, undang-undang, atau kontrak) secara *in-action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi di dalam masyarakat. Implementasi secara *in-action* tersebut merupakan fakta empiris, yang diharapkan akan berlangsung sempurna apabila rumusan ketentuan hukum normatifnya jelas, tegas, dan lengkap.³⁷ Penelitian ini kan membahas tentang “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Perbedaan Harga *Display* dan Kasir di Indomaret dan Alfamart Kota Bandar Lampung”.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah tipe penelitian hukum deskriptif. Penelitian hukum deskriptif bersifat pemaparan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran (deskripsi) lengkap tentang keadaan hukum yang berlaku di tempat tertentu dan pada saat tertentu, atau mengenai gejala yuridis yang ada, atau peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.³⁸

B. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah diartikan sebagai usaha dalam rangka aktivitas penelitian untuk mengadakan hubungan dengan yang diteliti atau metode untuk mencapai pengertian tentang masalah penelitian.³⁹ Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah normatif terapan, yaitu dengan memadukan bahan-bahan hukum sekunder seperti studi kepustakaan melalui peraturan perundang-undangan, jurnal hukum, buku-buku atau sumber tertulis lainnya dengan data primer yang diperoleh di lapangan yang tidak bertolak belakang dari hukum

³⁷Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 134.

³⁸*Ibid.*, hlm. 52.

³⁹Salim dan Erlina Sepriana, “*Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*”.(Jakarta; Raja Grafindo,2013).Hlm.17.

positif tertulis (perundang-undangan) sebagai data sekunder, tetapi dari perilaku nyata sebagai data primer yang diperoleh dari lokasi penelitian lapangan (*field research*)⁴⁰

Yuridis empiris dilakukan dengan meneliti langsung ke Indomaret dan Alfamart di Bandar Lampung untuk melihat secara langsung penerapan peraturan perundang-undangan atau aturan hukum yang berkaitan dengan selisih harga label dengan di kasir, serta melakukan wawancara terhadap narasumber, khususnya Pelaku Usaha Indomaret dan Alfamart yang dapat memberikan informasi mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Perbedaan Harga *Display* Dan Kasir Di Indomaret dan Alfamart Kota Bandar Lampung.

C. Data dan Sumber Data

Berdasarkan penelitian hukum yang digunakan adalah hukum normatif empiris maka data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh melalui penelitian langsung terhadap objek yang diteliti, dimana sumber data ini diperoleh dari hasil wawancara langsung terhadap responden, yang dalam hal ini adalah:

- a. Bapak Sandy Try Yoha (Kepala Toko Indomaret Gajah Mada0)
- b. Bapak Aditya Putra Pratama (Kasir Toko Indomaret Gajah Mada)
- c. Bapak Arya (Kepala Toko Alfamart Teluk Betung)
- d. Bapak Subadra Yani Moersalin (Ketua YLKI Provinsi Lampung)

⁴⁰*Ibid.*, Hlm. 54.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan yang meliputi bahan-bahan dokumentasi, tulisan ilmiah, buku-buku, dan sumber-sumber tertulis lainnya. Data sekunder ini antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian dan seterusnya yang dalam penelitian ini antara lain:

a. Bahan Hukum Primer

Peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan penelitian dan juga berupa putusan yang dijadikan studi kasus oleh penulis, antara lain sebagai berikut:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata)
2. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
3. Peraturan Menteri Perdagangan No. 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan
4. Peraturan Perundang-Undangan lainnya yang memiliki kaitan dengan objek penelitian.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu badan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer yaitu berupa literatur hukum. Berupa literatur-literatur mengenai penelitian ini, meliputi buku-buku hukum,

hasil karya dari kalangan hukum, jurnal hukum dan lainnya yang berupa penelusuran internet, jurnal surat kabar, dan makalah.⁴¹

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier, yaitu bahan bahan yang memberikan penjelasan, petunjuk maupun penjelasan tentang bahan primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus hukum atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:⁴²

1. Studi Pustaka

Studi pustaka yaitu pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang berasal dari berbagai sumber dan dipublikasikan secara luas serta dibutuhkan dalam penelitian hukum normatif. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data sekunder yaitu dengan cara membaca, menelaah dan mengutip melakukan serangkaian kegiatan studi dokumentasi dengan cara membaca dan mengutip literatur-literatur, mengkaji peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab. Dalam melakukan penelitian secara langsung ini penulis

⁴¹ Sri Mamudji, *Teknik Menyusun Karya Tulis Ilmiah*, (Jakarta: UI Press, 2006), hlm.12.

⁴²*Ibid.*, hlm. 81-83

akan melakukan secara sistematis dan dilandaskan kepada tujuan penelitian untuk memperoleh data., yaitu data yang akurat dan tepat. Dengan kata metode ini digunakan untuk mencari data langsung kepada responden yakni baik dari Konsumen, Pihak Pengelola Indomaret dan Alfamart serta Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) kota Bandar Lampung untuk mendapatkan data yang sesuai dengan judul penelitian.

E. Metode Pengolahan Data

Tahap-tahap pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.⁴³

1. Pemeriksaan Data (*editing*)

Yaitu membenaran apakah data yang terkumpul melalui studi pustaka, dokumen, dan studi putusan sudah dianggap lengkap, relevan, jelas, tidak berlebihan, dan tanpa kesalahan.

2. Penandaan Data (*coding*)

Yaitu pemberian tanda pada data yang diperoleh, baik berupa penomoran ataupun penggunaan tanda atau simbol atau kata tertentu yang menunjukkan golongan/kelompok/klasifikasi data menurut jenis dan sumbernya, dengan tujuan untuk menyajikan data secara sempurna, memudahkan rekonstruksi serta analisis data.

3. Penyusunan/Sistematika Data (*constructing/systematizing*)

Yaitu kegiatan menabulasi secara sistematis data yang sudah diedit dan diberi tanda itu dalam bentuk tabel-tabel yang berisi angka-angka dan presentase bila data itu kuantitatif, mengelompokkan secara sistematis data yang sudah

⁴³*Ibid.*, hlm. 90.

diedit dan diberi tanda itu menurut klasifikasi data dan urutan masalah bila data itu kualitatif.

F. Analisis Data

Analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, yaitu menganalisis data yang berupa bahan-bahan hukum dan bahan-bahan pustaka yang diperoleh dengan penafsiran terhadap data hasil penelitian. hasil analisis disajikan secara sederhana dan sistematis.

Analisis ini juga menguraikan data secara bermutu dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih dan efektif sehingga memudahkan interpretasi data dan pemahaman hasil analisis, kemudian ditarik kesimpulan sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai jawaban dari permasalahan yang dibahas.⁴⁴

⁴⁴*Opcit.*, hlm. 127.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis memberikan kesimpulan, antara lain:

1. Perlindungan hukum konsumen Indomaret dan Alfamart terhadap perbedaan harga pada *display* dengan dikasir, Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 7, yaitu memberi ganti kerugian akibat pemakaian/pengguna barang dan/atau jasa yang disediakan, seperti memberi ganti kerugian berupa uang jika kerugian yang diderita konsumen mengakibatkan sakit. Namun sampai sekarang ini, kerugian immateril yang diderita oleh konsumen seperti rasa kecewa, marah dan sebagainya tidak pernah diperhitungkan oleh pelaku usaha.
2. Pertanggungjawaban Indomaret dan Alfamart terhadap perbedaan harga *display* dan kasir. Karena pelaku usaha tidak bertanggung jawab memberi ganti kerugian kepada konsumen, lalu menempuh jalur hukum dan itu memerlukan proses yang cukup rumit, karena pemeriksaan dan pembuktian yang akan dilakukan pelaku usaha dengan ahli-ahli hukum yang mumpuni untuk membuat ia menjadi tidak bersalah. Umumnya, pihak pelaku usaha

dalam hal ini Indomaret dan Alfamart melakukan penyelesaian sengketa atas perbedaan harga tersebut dilakukan ditempat dengan mengembalikan uang sesuai dengan harga *display* yang tertera.

DAFTAR PUSTAKA

- Barkatullah, Abdul Halim. 2005. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Nusa Media.
- Kristiyanti, Celina Tri Siswi. 2011. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Cet. Ke-3. Jakarta: Sinar Grafika.
- M. Marwan, dan Jimmy P. 2009. *Kamus Hukum (Dictionary Of Law Complete Edition)*. Surabaya: Reality Publisher.
- Mamudji, Sri. 2006. *Teknik Menyusun Karya Tulis Ilmiah*. Jakarta: UI Press.
- Masyhur, Mahmuda. Supri, Utomo Wahyudi. 2017. *Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun*. Jurnal Akuntansi dan Pendidikan. Madiun: Universitas PGRI Madiun.
- Mertokusumo, Sudikno. 1996. *Penemuan Hukum: Suatu Pengantar*, Jakarta: Liberty.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. 2007. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Muhammad, Abdulkadir. 2004. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- N.H.T. Siahaan. 2005. *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. Cet. ke-1. Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Nasution, Az. 1995. *Konsumen dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- , 1999. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Daya Widya.
- R. Lowe. 1983. *Commercial Law, 6th ed*. London: Sweet & Maxwell.
- Salim dan Erlina Sepriana. 2013. *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Sasongko, Wahyu. 2012. *Kententuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Shidarta, 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Grasindo

Sidabalok, Janus. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Cet. Ke-3. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Sudaryatmo. 1999. *Hukum & Advokasi Konsumen*. Cet. Ke-2. Bandung: PT.Citra

Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

Subekti, 1985. *Aneka Perjanjian*, Bandung: Penerbit Alumni

A. Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata)

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Menteri Perdagangan No. 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan

B. Internet:

<https://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>, Pengertian Pasar, Diakses Pada 20 maret 2018

<https://dewo.wordpress.com/2005/11/17/marketing-gimmick-yamaha/>,
Pengertian marketing gimmick.

https://id.wikipedia.org/wiki/Perlindungan_konsumen, *Perlindungan Konsumen*, Diakses

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

http://www.suryaandalas.com/2016/10/indomaret-kimaja-3-way-halim_54.html