

**TINJAUAN YURIDIS PENGALIHAN BENTUK UANG KEMBALIAN
KONSUMEN KE DALAM BENTUK SUMBANGAN OLEH
PELAKU USAHA DITINJAU DARI ASPEK
HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Pada Alfamart Kotabumi Lampung Utara)**

(Skripsi)

Oleh

**MEILINA ROSA
1912011091**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

TINJAUAN YURIDIS PENGALIHAN BENTUK UANG KEMBALIAN KONSUMEN KE DALAM BENTUK SUMBANGAN OLEH PELAKU USAHA DITINJAU DARI ASPEK HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN (Studi Pada Alfamart Kotabumi Lampung Utara)

Oleh

Meilina Rosa

Dalam praktiknya sering kali tindakan dari pelaku usaha tanpa disadari merugikan konsumen yaitu uang sisa pengembalian tidak dikembalikan melainkan dialihkan kedalam bentuk uang sumbangan. Penelitian ini mengkaji bagaimana pengaturan uang kembalian menurut hukum yang ada di Indonesia. Dan upaya hukum apa yang harus dilakukan konsumen apabila uangnya tidak dikembalikan oleh pelaku usaha.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif-empiris (*applied law research*). Pendekatan masalah menggunakan dua pendekatan, yaitu yuridis normatif dan pendekatan yuridis empiris. Data dan sumber data menggunakan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Metode pengumpulan data dengan studi Pustaka, studi lapangan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalihan uang kembalian konsumen yang dijadikan donasi oleh pelaku usaha di salah satu Alfamart Kotabumi, adapun jika mengacu pada hak konsumen sesuai Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak mendapatkan pengembalian berupa uang atas pembayaran yang melebihi nilai jual barang atau jasa yang ditawarkan pelaku usaha. Hasil kedua menunjukkan upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang dirugikan adalah dengan cara gugatan *class actions* yang dapat dilakukan melalui, Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat dan Badan Penyelesaian Konsumen. Konsumen juga dapat mengajukan di luar Pengadilan atau juga dapat melakukan gugatan melalui peradilan umum.

Kata Kunci: Pengertian Konsumen, Sumbangan, Uang Kembalian.

**TINJAUAN YURIDIS PENGALIHAN BENTUK UANG KEMBALIAN
KONSUMEN KE DALAM BENTUK SUMBANGAN OLEH
PELAKU USAHA DITINJAU DARI ASPEK
HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Pada Alfamart Kotabumi Lampung Utara)**

**Oleh
MEILINA ROSA**

Skripsi

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

Pada

**Bagian Hukum Keperdataan
Fakultas Hukum Universitas Lampung**



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul

: TINJAUAN YURIDIS PENGALIHAN
BENTUK UANG KEMBALIAN
KONSUMEN KE DALAM
BENTUK SUMBANGAN OLEH
PELAKU USAHA DITINJAU
DARI ASPEK HUKUM
PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Pada Alfamart Kotabumi
Lampung Utara)

Nama Mahasiswa

: *Meifina Rosa*

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1912011091

Bagian

: Hukum Keperdataan

Fakultas

: Hukum

MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

[Signature]
Sepriyadi Adhan S, S.H., M.H.
NIP 197309291998021001

[Signature]
Ahmad Zazili, S.H., M.H.
NIP 197404132005011001

2. Ketua Bagian Hukum Keperdataan

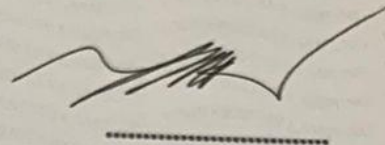
[Signature]
Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum.
NIP 196012281989031001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

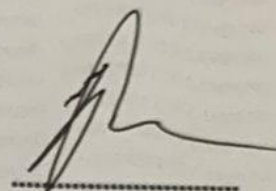
Ketua

: Sepriyadi Adhan S, S.H., M.H.



Sekretaris/Anggota

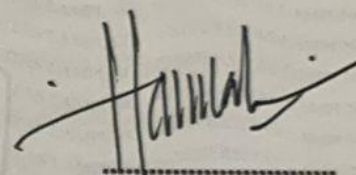
: Ahmad Zazili, S.H., M.H.



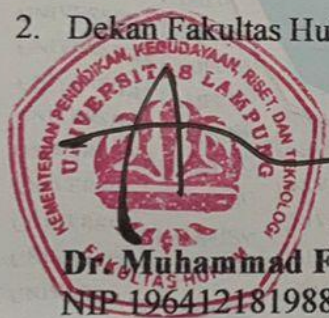
Penguji

Bukan Pembimbing

: Prof. Dr Hamzah, S.H., M.H.



2. Dekan Fakultas Hukum



Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S.

NIP 196412181988031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 10 April 2023

PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Meilina Rosa
NPM : 1912011091
Jurusan : Hukum Keperdataan
Fakultas : Hukum

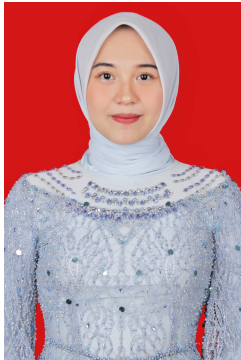
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Tinjauan Yuridis Pengalihan Bentuk Uang Kembalian Konsumen Ke Dalam Bentuk Sumbangan Oleh Pelaku Usaha Ditinjau Dari Aspek Hukum Perlindungan Konsumen (Studi Pada Alfamart Kotabumi Lampung Utara)”** benar-benar hasil karya sendiri dan bukan hasil plagiat sebagaimana telah diatur dalam Pasal 39 Peraturan Rektor Nomor 19 Tahun 2020 Tentang Peraturan Akademik.

Bandar Lampung, 10 April 2023



Meilina Rosa
Meilina Rosa

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Meilina Rosa. Penulis dilahirkan di Kotabumi pada tanggal 13 Mei 2001, merupakan anak kelima dari lima bersaudara dari pasangan Bapak Alm. Joharta dan, Ibu Rose Erwati. Penulis mengawali pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) Kemala Kab. Kotabumi Lampung Utara hingga tahun 2007, kemudian melanjutkan ke Sekolah Dasar (SD) di SDN 74 Kota Jambi hingga tahun 2013, lalu melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi pada Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 11 Kota Jambi hingga tahun 2016, dilanjutkan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN 4 Kota Jambi hingga tahun 2019. Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Lampung melalui Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi (SNMPTN).

Selama menempuh Pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung. Penulis Merupakan salah satu mahasiswa jurusan Hukum Perdata. Pada masa perkuliahannya, Penulis aktif mengikuti di bidang akademik seperti mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata selama 40 hari ditempatkan di Desa Kembang Tanjung Abung Selatan Lampung Utara pada tahun 2022.

Penulis aktif berorganisasi di BEM Fakultas Hukum (Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Hukum) periode 2019-2020, UKM-F Persikusi (Unit Kegiatan Penghimpunan Mahasiswa Hukum Untuk Seni) periode 2019-2021, penulis aktif di Himpunan Mahasiswa Perdata dan menjabat sebagai Anggota Bidang Pengabdian Masyarakat Periode 2022. Penulis menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

MOTO

مَنْ جَدَّ وَجَدَّ

Man Jadda Wa Jada

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka ia akan berhasil”

Do Something Today That Your Future Self Will Thank You For

“Lakukan sesuatu hari ini yang mana kita akan berterima kasih padanya di masa depan nanti”

(Sean Patrick Flsnery)

“Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan jangan kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”

Q.S. Al Syu'ara26:183

PERSEMBAHAN



Alhamdulillahilahi robbil' alamin, dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT,
karena atas karunia rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat
menyelesaikan skripsi ini,

Kedua orang tuaku dan bapak ibu yang saya sayangi.

Papa Joharta (alm) dan Mama Rose Erwati. Ibu Puji Yama dan Bapak Heriansyah
yang telah dengan sabar dan ikhlas mendidik, memberikan kasih sayang,
dukungan, kebahagiaan, motivasi, dan tiada hentinya mengiringi dalam doa
disetiap langkah hidupku.

SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin, Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang maha kuasa atas bumi, langit dan seluruh isinya. Sebab, hanya dengan kehendak dan pertolongan- Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Tinjauan Yuridis Pengalihan Bentuk Uang Kembalian Konsumen Ke Dalam Bentuk Sumbangan Oleh Pelaku Usaha Ditinjau Dari Aspek Hukum Perlindungan Konsumen (Studi Pada Alfamart Kotabumi Lampung Utara)”**. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, saran dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Fakhri, S.H., M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum., selaku ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Lampung;
3. Ibu Dewi Septiana, S.H., M.H., selaku Sekretaris Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Lampung;
4. Bapak Sepriyadi Adhan S. S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing I yang sangat baik karena telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran, masukan, motivasi serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik pengertiannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik;
5. Bapak Ahmad Zazili, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing II, yang sangat baik karena telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran, masukan, motivasi serta pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik;

6. Bapak Prof. Dr Hamzah, S.H., M.H., selaku Dosen Pembahas I yang telah memberikan koreksi, masukan dan kritikan yang membangun demi sempurnanya skripsi ini;
7. Bapak Harsa Wahyu Ramadhan, S.H., M.H. selaku Dosen Pembahas II yang telah memberikan koreksi, masukan dan kritikan yang membangun demi sempurnanya skripsi ini;
8. Bapak Dr. Muhtadi, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu atas arahan yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Lampung;
9. Dosen dan karyawan yang bertugas di Fakultas Hukum Universitas Lampung, khususnya Dosen Bagian Hukum Keperdataan yang selama ini telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi saya dalam proses penyelesaian studi;
10. Bapak Drs. Hi. Subadra Yani Moeraalin, M.H., selaku Ketua YLKI Kota Bandar Lampung yang telah bersedia diwawancarai dalam penelitian ini;
11. Bapak Kepala Toko Alfamart Kotabumi yang telah bersedia diwawancarai dalam penelitian ini;
12. Saudaraku Derista, Julita Rosa, Ica Cuwa, Alvina Dwi yang selalu mendukung dan memberi motivasi serta mengingatkan penulis untuk menyelesaikan tanggung jawab sebagai mahasiswa yakni menyelesaikan penulisan skripsi;
13. Teman-teman kuliahku Sheshilia Regina, Syahrani Dwi, Melania, Adella Putri, Edita Yurina dan Marcellino Jonanda yang selalu mendukung disegala keadaan yang tak segan saling berbagi cerita susah maupun senang;

Akhir kata, bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandar Lampung, 10 April 2023

Penulis,
Meilina Rosa

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
HALAMANN JUDUL	iii
HALAMANN PERSETUJUAN	iv
HALAMANN PENGESAHAN	v
HALAMANN PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Permasalahan	8
1.3. Tujuan dan kegunaan penelitian	8
1.3.1. Tujuan Penelitian	9
1.3.2. Kegunaan Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Umum Konsumen.....	10
2.1.1 Pengertian Konsumen	10
2.1.2 Pengertian Perlindungan Konsumen.....	13
2.2 Sumber – Sumber Perlindungan Konsumen.....	18
2.2.1 Perjanjian	18
2.2.2 Yurisprudensi.....	21
2.2.3 Kebiasaan.....	22
2.3 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	22
2.3.1 Asas Perlindungan Konsumen	22
2.3.2 Tujuan Perlindungan Konsumen.....	23
2.4 Pihak – Pihak Dalam Perlindungan Konsumen.....	26
2.5 Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha.....	28
2.5.1 Hak dan Kewajiban Konsumen	28
2.5.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	29
2.6 Penyelesaian Sengketa Konsumen.....	31

2.6.1	Subjek, Objek dan Domisili	31
2.6.2	Alternatif Penyelesaian Sengketa	32
2.6.3	Alternatif Penyelesaian Sengketa Konsumen	34
2.6.4	Sanksi.....	35
2.7	Tinjauan Umum Tentang Sumbangan	36
2.7.1	Definisi dan Pengaturan Hukum Tentang Sumbangan.....	36
2.7.2	Jenis-Jenis Donasi.....	37
III.	METODE PENELITIAN.....	41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.2	Pendekatan Masalah	41
3.3	Data dan Sumber Data	42
3.4	Metode Pengumpulan Data dan Pengolahan Data.....	43
3.4.1	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4.2	Metode Pengolahan Data	44
3.4.3	Analisis Data.....	44
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Pengalihan Uang Kembalian Ke Dalam Bentuk Sumbangan Merupakan Pelanggaran Terhadap Hak-Hak Konsumen	45
4.1.1	Aturan-Aturan Terkait	45
4.1.2	Pratik Pengalihan Bentuk Uang Kembalian	51
4.1.3	Analisis Terhadap Pengembalian Di Alfamart	52
4.2	Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Untuk Melindungi Hak-Hak Konsumen Dari Praktik Pengalihan Uang Kembalian.....	55
4.2.1	Upaya Hukum Peraturan Terkait Bagi Yang Dilanggar	55
4.2.1.1	Upaya Hukum Litigasi Dan Non Litigasi	58
4.2.1.2	Undang-Undang Perlindungan Konsumen.....	62
4.2.1.3	Penyelesaian Sengketa Konsumen.....	63
4.2.2	Upaya Preventif Pembinaan Dan Pengawasan Oleh Pemerintah Kepada Pelaku Usaha	64
V.	PENUTUP	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Kerangka Pikir	39
----------------------	----

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia diciptakan sebagai makhluk sosial yang berarti manusia menjalankan kehidupannya dengan saling bergantung terhadap sesamanya. Manusia memiliki dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain dalam upaya memenuhi kebutuhan hidup, maka diperlukannya kerjasama yang baik antara sesama manusia dalam berbagai macam aspek kehidupan. Salah satu aspek kehidupan yang paling penting dalam keberlangsungan hidup manusia adalah ekonomi. Aktivitas ekonomi adalah usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menunjang kehidupannya.

Alat tukar atau alat pembayaran pada transaksi jual beli di masa lampau sebelum dikenalnya mata uang menggunakan proses barter. Barter adalah cara pembayaran dengan menukarkan barang yang dimiliki dengan barang manusia lainnya. Semakin pesatnya perkembangan zaman berdampak pula pada hilangnya istilah barter, yang digantikan dengan mata uang. Pentingnya fungsi uang sebagai alat tukar yang sah tidak dapat lepas dari kegiatan jual beli barang dan jasa.

Untuk memenuhi kebutuhannya manusia tidak lepas dari yang namanya kegiatan jual beli, seiring perkembangan zaman jual beli sangatlah beragam, sehingga manusia lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan sekunder, primer bahkan tersier. Pasar tradisional sudah dikenal sejak lama merupakan salah satu tempat terjadinya transaksi jual beli.

Hingga kini masih banyak kalangan masyarakat yang memilih pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dengan berpendapat harga yang lebih murah serta mereka dapat menawar hingga terjadinya kesepakatan antara kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli tanpa adanya prantara.

Jika dibandingkan dengan pasar tradisional, pasar modern memiliki tempat lebih nyaman, lebih bersih serta memiliki sistem pemilihan dan pengambilan barang secara langsung oleh konsumen, sehingga memudahkan konsumen untuk membeli barang yang mereka butuhkan dengan segera.

Selain itu harga yang ada pada produk di pasar modern telah dicantumkan secara jelas dan ditentukan oleh para pelaku usaha retail atau pengecer jadi tidak adanya tawar menawar, adapun sistem yang ditawarkan yaitu promo produk serta diskon, hal ini bertujuan untuk menarik para pelanggan atau konsumen.

Proses perkembangan dunia usaha sekarang ini banyak mengalami perkembangan dalam berbagai usaha dari usaha kecil menengah sampai usaha yang berskala besar. Bisnis yang muncul saat ini salah satunya mengarah pada peningkatan usaha ekonomi produktif yang semakin maju, tingkat persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya semakin ketat. Oleh karena itu, agar sebuah usaha dagang dapat bertahan dan bisa tumbuh berkembang, usaha dagang tersebut harus mencermati kondisi dan kinerja usahanya. Usaha dagang pada umumnya dituntut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat memberikan kepuasan mereka atas produk yang ditawarkan oleh usaha. Dalam mewujudkan tujuan tersebut tentunya akan banyak strategi yang akan dilakukan guna untuk meningkatkan daya beli konsumen serta mampu bersaing dengan usaha dagang yang lainnya.

Pemilik usaha tentunya memiliki harapan dan tujuan dalam kegiatan usahanya. Agar harapan dan tujuan tersebut dapat tercapai, maka pemilik usaha harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas serta memberikan pelayanan yang baik dan menyesuaikan harga produk. Pelaku bisnis harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar yang menjadi targetnya, karena pada dasarnya usaha dagang itu berusaha menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh pembeli untuk mendapatkan suatu produk. Keputusan pembelian, dapat diukur dari segi pilihan produk. Pembeli mengambil keputusan untuk membeli suatu produk dengan menggunakan uangnya atas dasar keinginan dari kebutuhannya. Waktu pembelian

juga merupakan salah satu unsur untuk menentukan tindakan keputusan pembelian produk, misalkan pembelian produk tersebut dilakukan satu minggu sekali atau dua kali dalam satu bulan. Oleh karena itu juga, bagi pengusaha yang menjalankan bisnis sangat dituntut untuk memiliki kemampuan manajemen pasar untuk mencapai tujuan usaha.

Pasar modern adalah pasar yang dikelola dengan manajemen modern, umumnya terdapat di kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah ke atas). Contoh pasar modern antara lain *mall*, *supermarket*, *department store*, *shopping centre*, waralaba, toko *mini swalayan*, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Toko modern kecil, seperti *Mini Swalayan/Minimarket* adalah sarana/tempat usaha untuk melakukan penjualan barang-barang kebutuhan sehari-hari secara eceran langsung kepada pembeli akhir dengan cara swalayan yang luas lantai usahanya kurang dari 400 m².

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang rijek/tidak memenuhi persyaratan klasifikasi akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak).

Melakukan belanja di *minimarket* menjadi alternatif paling mudah dalam memenuhi kebutuhan konsumen, karena *minimarket* menyediakan tempat belanja yang nyaman juga memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membeli banyak varian barang dalam satu tempat, selain itu juga harga-harga yang ditawarkan di *minimarket* cenderung bersaing dari tempat lain sehingga menarik minat para konsumen. Namun, saat ini tidak sedikit pelaku usaha dalam menjalankan usahanya mencari cara dengan tujuan memperoleh untung yang maksimal, walaupun kerap melakukan perbuatan-perbuatan yang terindikasi merugikan konsumen sehingga menyampingkan kepuasan konsumen.

Perusahaan retail atau Retailer adalah suatu sistem pemasaran produk dimana transaksi penjualan langsung ditujukan kepada konsumen. Istilah lain bisa disebut sebagai B2C (*Business to Consumer*). Disini konsumen sebagai pihak terakhir yang menggunakan produk ini dan tidak dijual lagi. Konsumen adalah individu, bukan badan usaha. Dalam praktik bisnis, pengecer akan membeli produk dalam skala besar (grosir) dari produsen atau dari distributor. Kemudian mereka akan menjualnya kembali dalam jumlah kecil atau eceran. Dalam membeli produk, pengecer akan mendapatkan harga yang lebih murah karena membelinya dalam jumlah banyak, dan nantinya bisa dijual dengan harga pasar. Disitulah pengecer akan mendapatkan keuntungan. Produk yang biasanya dijual oleh pengecer atau perusahaan ritel, adapun beberapa jenis produk makanan, perabot rumah tangga, alat tulis, pakaian, dan produk yang biasa digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.¹

Di kalangan masyarakat desa, pengecer ini biasanya dapat ditemukan di warung kelontong. Toko kelontong adalah salah satu contoh kecil dari bisnis ritel. Sedangkan contoh yang sering kita jumpai adalah waralaba *minimarket*, seperti perusahaan retail yang sedang berkembang pesat hampir di seluruh wilayah Indonesia yaitu PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk singkatnya alfamart perusahaan ini didirikan dan diakuisisi sejak tahun 1999 yang didirikan oleh Djoko Susanto, perusahaan ini bergerak di bidang distribusi eceran produk konsumen dengan mengoprasikan jaringan minimarket.²

Transaksi dalam jual beli pada usaha retail tanpa di sadari merugikan konsumen. Hal tersebut dapat terjadi dalam peristiwa pengembalian uang sisa transaksi yang dialihkan kedalam bentuk uang donasi. Terkadang para pelaku usaha baik skala kecil maupun besar menghadapi kendala yaitu, keterbatasannya uang koin dengan berbagai macam nominal pecahan.

Adapun pilihan transaksi yang disediakan oleh Alfamart tidak hanya melalui pembayaran tunai tetapi juga menyediakan pembayaran non tunai seperti uang

¹ Silpa Hanoatubun, 2015, *Strategi Ekonomi Pembangunan*, Edu Psy Couns Jurnal, Vol 2.

² <https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/sejarah> Di Unggah Pada Tanggal 23 Januari 2023 Pukul 21.12 WIB.

elektronik, dompet digital, maupun debit, akan tetapi tidak semua kalangan masyarakat memiliki *e-money* dan pada umumnya kebanyakan konsumen lebih memilih menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi.³

Pelaku usaha dan konsumen memiliki hak dan kewajiban masing-masing. Undang-Undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur perlindungan yang diberikan terhadap konsumen yang merasa diberikan oleh pelaku usaha, termasuk juga hak dan kewajiban dari konsumen ataupun pelaku usaha. Tujuan hukum perlindungan konsumen secara tidak langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung hal ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab.⁴

Sulistyowati mengatakan bahwa hak konsumen dalam artian yang luas dapat disebut sebagai dimensi baru hak asasi manusia yang tumbuh dan harus dilindungi dari kemungkinan atau tindakan sewenang-wenang dalam hubungan kekuasaan yang bersifat horizontal antara pihak produsen dengan konsumennya.⁵

Menjadi pelaku usaha sudah seharusnya memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap produk yang akan dipasarkan serta memenuhi hak setiap konsumen. Pelaku usaha yang acap kali melanggar hak konsumen dapat menyebabkan rusaknya citra para pelaku usaha dalam jangka yang panjang serta menghilangkan asas kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha.⁶

Salah satu contoh praktik pelanggaran yang dapat oleh pelaku usaha dan menyebabkan kerugian yang ditanggung konsumen akan tetapi tidak terasa secara eksplisit dampaknya pada konsumen yaitu dengan mengalihkan sisa uang

³ Tashaekti Fadhila Rahmadany dan I Ketut Tjukup, 2013, "*Perlindungan Hukum Bagi Franchisee Terkait Pendirian Usaha Di Bidang Yang Serupa Setelah Berakhirnya Perjanjian Waralaba*", Vol.1 No.9, hlm.2.

⁴ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta. hlm. 10.

⁵ Sulistyowati, 1992, *Akses Kepada Perlindungan Konsumen Sebagai Salah Satu Aspek Kesejahteraan Sosial*, Universitas Indonesia, Jakarta. hlm. 22.

⁶ Dedi Harianto, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bogor. hlm. 6.

kembalian menjadi uang sumbangan oleh pelaku usaha. Seringkali pelaku usaha mengalihkan uang kembalian konsumen, dengan alasan bahwa cadangan atau simpanan uang koin yang dimiliki pelaku usaha tidak ada atau habis.

Bentuk-bentuk pengalihan uang koin menjadi uang sumbangan yang sering dilakukan oleh pelaku usaha dapat menimbulkan penyimpangan terhadap kaidah hukum yang telah diatur dan ditetapkan, sebab tindakan tersebut akan merugikan konsumen apabila konsumen tidak dengan rela menyetujui hal tersebut. Pada praktiknya pengalihan itu juga sering dilakukan secara sepihak oleh pelaku usaha tanpa menanyakan terlebih dahulu keikhlasan dari konsumen. Masalah diatas juga menjadi permasalahan yang dialami penulis dan beberapa kerabat penulis ketika berbelanja disalah satu *minimarket* didaerah Kotabumi Kabupaten Lampung Utara.

Kegiatan mengumpulkan uang sumbangan atau donasi merupakan kegiatan pundi amal yang tidak jarang dilakukan oleh organisasi maupun kepanitiannya dengan menghimpun dana dari masyarakat. Kegiatan donasi dalam aktivitas belanja dipasar supermarket atau minimarket terjadi ketika masyarakat melakukan transaksi. Kegiatan pengumpulan uang sumbangan ini dilakukan oleh pelaku usaha dengan dalih untuk membantu memelihara kehidupan yang lebih baik bagi sesama, menciptakan rasa simpatik terhadap masyarakat, serta sebagai upaya mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat tidak mampu. Sebagai contoh sumbangan akan disalurkan ke panti asuhan, panti jompo, dan sebagainya. Hal tersebut misalnya dilakukan oleh pelaku usaha pada saat transaksi pembayaran konsumen, ketika konsumen memiliki kembalian uang yang nominalnya tergolong kecil pelaku konsumen memberikan penawaran kepada konsumen untuk menyumbangkan uang kembalian tersebut untuk kegiatan amal atau sosial.

Apabila berbicara tentang sumbangan, maka pemahaman yang lebih baik dilakukan terlebih dahulu adalah dari sisi kedermawanan atau *philanthropy*. Kata atau istilah filantropi tergolong kata serapan yang kurang populer di Indonesia. Istilah ini belum memiliki padanan kata yang pas dan disepakati sebagai kata baku. Sebagian

masyarakat menerjemahkan filantropi sebagai “kedermawanan”, “cinta kasih”, “kasih sayang”, “kesetiakawanan” dan sebagainya.⁷

Kegiatan donasi atau sumbangan adalah semacam pundi amal merupakan salah satu contoh pengumpulan uang yang dilakukan oleh organisasi maupun kepanitian berupa sumbangan yang dihimpun dari masyarakat. Kegiatan-kegiatan donasi seperti ini terjadi ketika masyarakat sedang berbelanja di pasar swalayan atau *minimarket*. Kegiatan donasi ini diadakan dengan dalih pelaku usaha ingin mewujudkan, membina serta memelihara kesejahteraan sosial, sebagai contoh disalurkan pada panti asuhan, panti jompo, maupun korban terdampak bencana alam.

Melihat hal-hal yang telah dijelaskan diatas dapat diketahui pengalihan bentuk uang kembalian menjadi uang sumbangan atau donasi dapat menjadi sebuah kekhawatiran karena adanya unsur ketidakadilan pada salah satu pihak. Ketidakadilan bukanlah salah satu unsur yang menjadi kekhawatiran dalam permasalahan ini. Unsur keterpaksaanpun menjadi kekhawatiran di dalamnya, karena kegiatan pengalihan uang kembalian menjadi uang sumbangan tidak didahului dengan kata sepakat didalamnya atau diantara para pihak.

Melihat permasalahan diatas menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen atau yang sering disebut dengan UUPK, permasalahan tersebut juga harus dilihat dari ketentuan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1961 tentang Pengumpulan Uang dan Barang atau yang biasa disebut UUPUPB, seperti dalam Pasal 5 UUPUPB yang menjelaskan bahwa setiap pemberian sumbangan dilakukan secara sukarela dan tanpa paksaan merupakan salah satu syarat pemberian izin pengumpulan uang dan barang.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau UUPK dibuat dan disahkan guna melindungi hak-hak konsumen, begitu pula perihal konsumen harus menerima uang kembaliannya sepenuhnya dan UUPUPB menjelaskan pula bahwa dalam menyumbangkan uang haruslah didasarkan rasa sukarela dan tidak ada

⁷ Hamid Abidin dan Kurniawati, 2004, *Galang Dana Media*, Cet. I, Piramedia, Jakarta. hlm. 21.

keterpaksaan. Dari sinilah, hukum sebagai instrumen untuk mencapai keadilan dan kepastian hukum turut berperan serta dalam menjaga terlindunginya hak seorang konsumen.

Permasalahan di atas menjadi latar belakang penulis penelitian Hukum Perdata dengan judul **“Tinjauan Yuridis Pengalihan Bentuk Uang Kembalian Konsumen Ke dalam Bentuk Sumbangan Oleh Pelaku Usaha Ditinjau Dari Aspek Hukum Perlindungan Konsumen (Studi Pada Alfamart Kotabumi Lampung Utara)”**.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengalihan uang kembalian ke dalam bentuk sumbangan merupakan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen?
2. Apakah upaya hukum yang dapat dilakukan untuk melindungi hak-hak konsumen dari praktik pengalihan uang kembalian?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka yang akan menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Untuk memahami pengalihan uang kembalian ke dalam bentuk sumbangan merupakan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen.
2. Untuk memahami upaya hukum yang dapat dilakukan untuk melindungi hak-hak konsumen dari praktik pengalihan uang kembalian.

1.3.1 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum, terutama hukum perdata, khususnya mengenai Tinjauan Yuridis Pengalihan Bentuk Uang Kembalian Konsumen Ke dalam Bentuk Sumbangan Oleh Pelaku Usaha Ditinjau Dari Aspek Hukum Perlindungan Konsumen.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan penelitian ini berguna bagi para akademisi, mahasiswa, maupun masyarakat umum dalam penambahan literatur dan pemahaman ilmu pengetahuan mengenai Tinjauan Yuridis Pengalihan Bentuk Uang Kembalian Konsumen Ke dalam Bentuk Sumbangan Oleh Pelaku Usaha Ditinjau Dari Aspek Hukum Perlindungan Konsumen.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Konsumen

2.1.1 Pengertian Konsumen

Istilah Konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris – Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda), secara harfiah diartikan sebagai orang atau pelaku usaha yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu “atau” sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang.⁸

Konsumen adalah setiap orang (pembeli) atas barang yang disepakati, menyangkut harga dan cara pembayarannya, tetapi tidak termasuk mereka yang mendapatkan barang untuk dijual kembali atau lain-lain keperluan komersial.

Menurut AZ Nasution pengertian konsumen sesungguhnya dapat dibagi dalam tiga bagian terdiri atas:

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/ atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/ atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersil); bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital yang berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen.
3. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/ atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi,

⁸ Abdul Halim Barkatullah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, FH Unlam Press, Banjarmasin. hlm.7.

keluarga dan/ atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).⁹

konsumen sebagai seseorang yang membeli dari orang lain. Banyak perusahaan yang tidak mencapai kesuksesan karena mengabaikan konsep konsumen. Konsumen, saluran distribusi, dan pasar adalah ojek biaya yang memiliki keragaman pada produk. Konsumen dapat mengkonsumsi aktivitas yang digerakkan oleh konsumen yaitu frekuensi pengiriman, penjualan dan dukungan promosi. Sehingga untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan untuk melayani konsumen dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda, perusahaan memperoleh informasi yang berguna dalam penetapan harga, penentuan iuran konsumen dan peningkatan profitabilitas.

Pada hakikatnya mempelajari konsumen sama halnya kita mempelajari perilaku manusia. Istilah perilaku konsumen yang pada umumnya konsumen memusatkan perhatiannya pada perilaku individu yang khususnya membeli suatu produk, sekalipun konsumen tersebut tidak terlibat dalam merencanakan pembelian produk tersebut ataupun menggunakan produk tersebut.

Perilaku konsumen merupakan hal yang tidak mudah untuk dikenali. Kadang apa yang menjadi kebutuhan oleh konsumen dapat terlihat jelas oleh pemasar. Namun terkadang apa yang menjadi keinginan konsumen menjadi sulit untuk diketahui. Setiap masyarakat merupakan konsumen, oleh karena itu perilaku konsumen berkaitan dengan perilaku setiap manusia dengan segala keunikan dan perbedaan. Manusia adalah makhluk ekonomi yang bersifat rasional dimana manusia selalu berusaha memenuhi kebutuhannya dan selalu memaksimalkan kepuasan atau kebutuhannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan dan selama dia merasa nyaman dengan hal tersebut.

Konsumen mempunyai perilaku yang berbeda-beda dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa. Dengan adanya media elektronik, media cetak, internet menjadikan konsumen lebih banyak mengetahui tentang produk atau jasa tertentu sehingga memudahkan konsumen memilih produk, merek,

⁹ AZ Nasution, 2001, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pada Seluruh Barang Dan Jasa Ditinjau Dari Pasal Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Makalah. hlm. 6.

pelayanan, serta saluran distribusi yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap produk dan jasa.

Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen: subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa.

Dibedakan apakah orang individual yang lazim disebut *person* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Oleh karena itu yang paling tepat adalah tidak membatasi pengertian konsumen sebatas pada orang perseorangan, tetapi konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas dari pada badan hukum.

Terdapat 3 pengertian konsumen yang ingin mendapatkan perlindungan antara lain:

1. Konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk diproduksi (produsen) menjadi barang/jasa lain atau untuk memperdagangkan (distributor), dengan tujuan komersial, konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha.
3. Konsumen akhir, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya, dan tidak untuk diperdagangkan Kembali.

Konsumen akhir inilah yang dimaksud pada UUPK. Selanjutnya apabila digunakan istilah konsumen dalam undang – undang dan penelitian ini, yang dimaksudkan adalah konsumen.

Istilah yang dekat dengan Konsumen adalah pembeli, pengertian konsumen jelas lebih luas dari pada pembeli. Pakar masalah hukum konsumen di Belanda, Hondius sebagaimana dikutip oleh FH UI dan Depdagri disimpulkan bahwa, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan/atau jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*). Dengan rumusan itu Hondius ingin Membedakan antara

konsumen bukan pemakai terakhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai terakhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, Sedangkan konsumen dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir.¹⁰

Dalam peraturan perundang-undangan Indonesia, istilah konsumen ditemukan pada Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 1 angka (2) menyatakan 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.

2.1.2 Pengertian Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen dapat dilakukan dengan penuh optimisme. Selama masih ada konsumen yang dirugikan, masalah perlindungan konsumen perlu diperhatikan. Hak konsumen yang diabaikan oleh pelaku usaha perlu dicermati secara maksimal. Permasalahan yang dihadapi konsumen saat ini tidak hanya sekedar bagaimana memilih barang atau jasa yang dikonsumsinya, tetapi lebih kompleks dari itu yang menyangkut pada kesadaran semua pihak. Baik pengusaha, pemerintah, maupun konsumen itu sendiri. Mengenai pentingnya perlindungan konsumen yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pengusaha harus menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsumen. Dalam memproduksi barang dan jasa yang berkualitas dan aman untuk digunakan atau dikonsumsi, mengikuti standar yang berlaku.¹¹

Mengenai istilah Perlindungan Konsumen dalam berbagai literatur ditemukan dua istilah mengenai hukum yang membicarakan mengenai konsumen yaitu

¹⁰ Tim FH UI dan Depdagri, 1992, Rancangan akademik UUPK, Jakarta. hlm. 57.

¹¹ Aini Puspita Sari, Hamzah, Dianne Eka Rusmawati, 2018, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Penjualan Makanan Menggunakan Campuran Daging Babi*. Pactum Law Journal. Vol 1 No. 3. hlm. 183.

hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Kedua istilah ini seringkali disama artikan, namun ada pula yang membedakannya dengan mengatakan bahwa baik mengenai substansi maupun mengenai penekanan luas lingkungannya adalah berbeda satu sama lain.¹²

Hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen dalam pergaulan hidup.¹³ Hukum konsumen mencakup segala peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik yang mengatur secara khusus tentang perlindungan konsumen maupun peraturan umum.

Sedangkan mengenai hukum perlindungan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.¹⁴

Dengan demikian dapat diartikan bahwa Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang menurut asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Namun dalam UUPK tidak ada dijelaskan tentang pengertian Hukum Konsumen maupun Hukum perlindungan Konsumen. Pasal 1 angka (1) UUPK memuat perumusan mengenai perlindungan konsumen.

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan/atau jasa

¹² Siahaan N. H.T, 2005, *Hukum Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, Panta Rei, Jakarta. hlm.30.

¹³ Az. Nasution, 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta. hlm.22.

¹⁴ *Ibid.* hlm.23.

menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.¹⁵

Perlindungan Konsumen yang dijamin oleh undang-undang ini adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari “benih hidup dalam rahim ibu sampai dengan tempat pemakaman dan segala kebutuhan diantara keduanya”. kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku-pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.¹⁶

Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal misalnya dari segi ekonomi maupun pengetahuan, mengingat produsen lah yang memproduksi barang, sedangkan konsumen hanya membeli produk yang telah tersedia dipasaran.

Perlindungan terhadap konsumen sangatlah penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, baik langsung atau tidak langsung maka konsumenlah yang pada umumnya merasakan dampaknya¹⁷

Dalam pertimbangan UUPK dikatakan bahwa:

1. Bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;

¹⁵ Adrian Sutedi, *Op.Cit.* hlm.8.

¹⁶ *Ibid.* hlm. 9.

¹⁷ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung. hlm. 23.

2. Bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
3. Bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
4. Bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkan kembangkan sikap perilaku usaha yang bertanggung jawab;
5. Bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
6. Bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut diatas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
7. Bahwa untuk itu perlu dibentuk undang-undang tentang perlindungan konsumen.¹⁸

Hukum Perlindungan Konsumen secara umum bertujuan memberikan perlindungan bagi konsumen baik dalam bidang hukum privat maupun bidang hukum publik. Kedudukan Hukum Perlindungan Konsumen berada dalam kajian Hukum Ekonomi. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka (1) UUPK, perlindungan konsumen adalah “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan hukum kepada konsumen” Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang

¹⁸ M Sadar, Moh Taufik Makarao, Habloel Mawadi, 2012, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Akademia, Jakarta. hlm. 1.

yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen. Dengan pemahaman bahwa perlindungan konsumen mempersoalkan perlindungan (hukum) yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memperoleh barang dan jasa dari kemungkinan timbulnya kerugian karena penggunaannya, maka hukum perlindungan konsumen dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban produsen, serta cara-cara mempertahankan hak dan kewajiban itu.¹⁹

Pada dasarnya, baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum (hak-hak konsumen). Bagaimana hak-hak konsumen itu diakui dan diatur didalam hukum serta bagaimana ditegakkan di dalam praktik hidup bermasyarakat, itulah yang menjadi materi pembahasannya. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya.

Kata keseluruhan dimaksudkan untuk menggambarkan bahwa didalamnya termasuk seluruh pembedaan hukum menurut jenisnya. Jadi termasuk didalamnya, baik aturan hukum perdata, pidana, administrasi negara maupun hukum internasional. Sedangkan cukupannya adalah "hak dan kewajiban serta cara-cara pemenuhannya dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya", yaitu bagi konsumen mulai dari usaha untuk mendapatkan kebutuhannya dari produsen, meliputi: informasi, memilih harga, sampai pada akibat-akibat yang timbul karena penggunaan kebutuhan itu, misalnya untuk mendapatkan penggantian kerugian. Sedangkan bagi produsen meliputi kewajiban yang

¹⁹ Janus Sidabolok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, PT Citra Aditya, Bandung. hlm. 45.

berkaitan dengan produksi, penyimpanan, peredaran dan perdagangan produk, serta akibat dari pemakaian produk itu.²⁰

Dengan demikian, jika perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian pemenuhan hak-hak konsumen sebagai wujud perlindungan kepada konsumen, maka hukum perlindungan konsumen tidak lain adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.

2.2 Sumber - Sumber Perlindungan Konsumen

Yang dimaksud dengan sumber hukum adalah tempat dimana HPK itu dapat ditemukan. Dengan demikian, untuk memahami HPK dapat mencari dan menemukan tempat atau instrument tersebut. Pada prinsipnya sumber-sumber hukum tersebut terdiri dari perundangundangan, perjanjian, traktat, yurisprudensi, kebiasaan dan pendapat para sarjana. Tingkat kepentingan dan penggunaan sumber-sumber tersebut sangat bergantung pada kekhususan masing-masing masalah hukum atau sistem hukumnya yang dianut suatu Negara. Beberapa sumber Hukum Perlindungan Konsumen sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Pelindungan Konsumen
2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian
3. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta
4. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Paten
5. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merk

2.2.1 Perjanjian

Definisi atau istilah perjanjian secara umum dijelaskan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memberikan pengertian yang memiliki makna, yaitu: Perjanjian adalah persetujuan (tertulis atau dengan lisan) yang dibuat oleh dua

²⁰ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2012, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta. hlm 2.

pihak atau lebih, masing-masing berjanji akan menaati apa yang tersebut dalam persetujuan itu.

Pengertian perjanjian adalah implementasi dari poin-poin hubungan usaha atau bisnis antar manusia yang dituangkan secara tertulis dalam lembar perjanjian dan telah memiliki kesepakatan para pihak. Perjanjian memiliki hubungan erat dengan perikatan sebagaimana Buku III KUHPerdara Pasal 1233 yang menyebutkan tentang terjadinya perikatan yang mengemukakan bahwa perikatan timbul dari persetujuan atau undang-undang.

Menurut Subekti, perjanjian merupakan bentuk konkrit dari perikatan sedangkan perikatan merupakan bentuk abstrak dari perjanjian, hal ini dapat diartikan adanya hubungan hukum antara dua pihak yang isinya adalah hak dan kewajiban, suatu hak untuk menuntut sesuatu dan sebaliknya suatu kewajiban untuk memenuhi tuntutan tersebut.²¹

Pengaturan tentang perikatan secara khusus terdapat dalam KUHPerdara Buku II bagian umum dari Bab I sampai dengan Bab IV, misalnya tentang bagaimana lahirnya dan hapusnya perikatan, macam-macam perikatan dan sebagainya. Pasal 1313 Bab II Buku III KUHPerdara memberikan pengertian tentang perjanjian: "Suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih". Perjanjian juga adalah satu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau keduanya berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal, merupakan terjemahan dari bahasa Belanda yaitu "*overeenskomst*". Para pihak dalam perjanjian yang akan diadakan dan telah sepakat tentang apa yang mereka sepakati berupa janji-janji yang di perjanjikan dengan sesuatu hal yang harus dilaksanakan dinamakan "prestasi", dapat berupa menyerahkan suatu barang, melakukan suatu perbuatan dan tidak melakukan suatu perbuatan.²²

²¹ Subekti, 1992, *Aspek-Aspek Hukum Perikatan Nasional*, Cet Ke-4, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 10.

²² Hartana, 2016, *Hukum Perjanjian (Dalam Perspektif Perjanjian Karya Pengusahaan Pertambangan Batubara)*, Jurnal Komunikasi Hukum, Vol. 2, No. 2. hlm. 149.

Menurut Abdulkadir Muhammad, dalam bukunya: “Perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan sesuatu hal dalam lapangan harta kekayaan”.²³

Perjanjian mengakibatkan seseorang mengikatkan dirinya kepada orang lain, ini berarti dari suatu perjanjian lahirlah kewajiban atau prestasi dari satu atau lebih orang (pihak) lainnya yang berhak atas prestasi tersebut yang merupakan perikatan yang harus dipenuhi oleh orang atau subyek hukum tersebut. Satu pihak merupakan pihak yang wajib berprestasi (debitur) dan pihak lainnya merupakan pihak yang berhak atas prestasi tersebut (kreditur).

Perjanjian selanjutnya jika dilihat dari segi bentuknya dibedakan menjadi dua macam, yaitu tertulis dan lisan. Perjanjian tertulis adalah suatu perjanjian yang buat oleh para pihak dalam bentuk tulisan, sedangkan perjanjian lisan adalah suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam wujud lisan (cukup kesepakatan para pihak).

Lebih spesifik kepada perjanjian lisan, biasanya perjanjian lisan banyak digunakan dalam kegiatan bisnis. Perjanjian lisan pada umumnya diterapkan hanya dengan menggunakan suatu ucapan oleh para pihak. Penggunaan perjanjian lisan juga biasanya dilakukan tanpa disadari oleh para pelaku bisnis, contohnya dalam perdagangan buah apel antara penjual dan pembeli yang terjadi di pasar tradisional dimana setelah melalui proses tawar menawar, tercipta kesepakatan mengenai harga apel beserta pelaksanaan penyerahan apel oleh penjual kepada pembeli serta pembayaran sejumlah uang oleh pembeli kepada penjual. Pada proses perdagangan buah apel tersebut tidak menggunakan perjanjian tertulis. Harga yang disepakati tidak dituangkan dalam perjanjian secara tertulis melainkan cukup dengan ucapan saja, serta

²³ Abdulkadir Muhammad, 2014, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung. hlm. 78.

pelaksanaan penyerahan dan pembayaran buah apel tidak menggunakan perjanjian secara tertulis sebagai dasar hukumnya.²⁴

Perjanjian dalam bentuk tidak tertulis atau perjanjian lisan pada umumnya cenderung dianggap sebagai perjanjian yang lemah mengingat perjanjian lisan lebih susah untuk dibuktikan karena mudah untuk disangkal oleh pihak yang berjanji jika dibandingkan dengan perjanjian tertulis yang klausulnya tertulis dengan jelas dan disertai tanda tangan para pihak sebagai tanda terjadinya kesepakatan, walaupun pada faktanya perjanjian tertulis juga bisa diingkari oleh para pihak seperti misalnya salah satu pihak tidak mengakui atau menyangkal telah menandatangani suatu perjanjian ataupun salah satu pihak merasa dirinya dalam keadaan terpaksa atau khilaf menandatangani perjanjian.²⁵

Perjanjian tidak tertulis atau perjanjian lisan meskipun dianggap lebih lemah kedudukannya dibandingkan dengan perjanjian tertulis, bukan berarti perjanjian lisan tidak diakui sebagai perjanjian yang sah. Perjanjian baik itu perjanjian tertulis maupun tidak tertulis jika merujuk kepada Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, harus memenuhi 4 (empat) syarat dalam menentukan perjanjian tersebut sah atau tidak sah. 4 (empat) syarat tersebut.

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu hal tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.

secara teoritis syarat pertama dan syarat kedua mengenai kesepakatan dan kecakapan tergolong sebagai syarat subyektif, sedangkan syarat ketiga dan syarat keempat mengenai suatu hal dan suatu sebab yang halal tergolong sebagai syarat obyektif. Akibat hukum apabila syarat subyektif tidak terpenuhi maka mengakibatkan perjanjian tersebut dapat dibatalkan, sedangkan apabila syarat obyektif yang tidak terpenuhi maka mengakibatkan perjanjian tersebut

²⁴ I Wayan Agus Wijayantera, 2020, *Kajian Hukum Perdata Terhadap Penggunaan Perjanjian Tidak Tertulis Dalam Kegiatan Bisnis*, Jurnal Komunikasi Hukum, Vol. 6, No. 1. hlm. 118

²⁵ *Ibid.*

batal demi hukum. Hal ini berlaku pula pada bentuk perjanjian tidak tertulis, mengingat keempat syarat sah perjanjian tersebut tidak disyaratkan secara tertulis. Selama bentuk perjanjian tidak tertulis telah memenuhi serta tidak melanggar keempat syarat tersebut, maka perjanjian tersebut sah secara hukum.

2.2.2 Yurisprudensi

Yurisprudensi adalah putusan-putusan pengadilan yang dapat dianggap suatu sumber hukum karena bila sudah ada suatu yurisprudensi yang tetap, maka hal ini akan selalu diikuti oleh hakim-hakim dalam memberikan keputusannya dalam soal yang serupa. Namun di Indonesia hukum bebas untuk menggerakkan atau tidak karena kita tidak menganut azas presiden.

2.2.3 Kebiasaan

Kegiatan bisnis termasuk pelaku usaha tumbuh dan berkembang dalam masyarakat dengan berbagai kebiasaan yang diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat yang kemudian sebagian diatur dalam peraturan perundang-undangan.²⁶

2.3 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

2.3.1 Asas Perlindungan Konsumen

Setiap upaya perlindungan konsumen harus memiliki asas-asas yang sesuai dalam pembangunan nasional. Asas perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK.

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

1. 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.

²⁶ Dewa Gede Rudy, dkk, 2016, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Udayana, Fakultas Hukum. hlm.22-24.

2. 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.
3. Asas Keseimbangan Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas Keamanan Dan Keselamatan Konsumen Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan. Keselamatan dan keamanan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
5. Asas Kepastian Hukum Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

2.3.2 Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen merupakan tujuan dan sekaligus usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan. Tujuan perlindungan konsumen meliputi atau mencakup aktivitas-aktivitas penciptaan dan penyelenggaraan sistem perlindungan konsumen.

Kata konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yakni "*consumer*", atau dalam bahasa Belanda istilah konsumen disebut dengan "*consument*", konsumen secara harfiah adalah orang yang memerlukan membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh. Pengertian tentang konsumen secara yuridis telah diletakan dalam pelbagai peraturan perundang-undangan, seperti UU No 8 Tahun 1999 Tentang UUPK pasal 1 merumuskan sebagai berikut: "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”.²⁷

Dalam pengertian sehari-hari sering kali 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 terdapat di dalam Pasal 1 butir 2 UUPK, di situ tidak ada disebut kata pembeli, pengertian pemakai dalam definisi tersebut di atas menunjukkan bahwa barang atau jasa dalam rumusan pengertian konsumen tidak harus sebagai hasil dan transaksi jual beli. Dengan demikian, hubungan konsumen dengan pelaku usaha tidak terbatas hanya Karena berdasarkan hubungan transaksi atau perjanjian jual beli saja, melainkan lebih dan pada hal tersebut seseorang dapat disebut sebagai konsumen.²⁸

Banyak negara secara tegas menetapkan siapa yang disebut sebagai konsumen dalam perundang-undangannya, konsumen dibatasi sebagai "setiap orang yang membeli barang yang disepakati, baik menyangkut harga dan cara-cara pembayarannya, tetapi tidak termasuk mereka yang mendapatkan barang untuk dijual kembali atau lain-lain keperluan komersial.

Pengertian konsumen secara otentik telah dirumuskan di dalam UUPK Pasal 1 angka 2 undang-undang No. 8 Tahun 1999. Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, jelaslah bahwa adanya undang-undang ini untuk melindungi kita sebagai konsumen karena selama ini konsumen amat lemah posisinya.

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *consumer*, atau *consument* itu tergantung dalam posisi dimana ia berada. Konsumen dapat berupa:

1. Pemakai barang hasil produksi;
2. Penerima pesan iklan;

²⁷ Ahmad Miru, Sutarman Yodo. *Op.Cit.* hlm. 1.

²⁸ Siahaan N. H. T. *Op. Cit.* hlm. 22-24.

3. Pemakai jasa (pelanggan).

Perkembangan kemajuan perusahaan untuk memberikan pelayanan tentunya tidak terlepas dari perlindungan atas hak-hak yang terdapat oleh para konsumen karena adanya kebebasan apapun maupun aktifitas yang akan dilakukan. Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) merumuskan sejumlah hak penting konsumen, menurut pasal 4 ada Sembilan hak dari konsumen, delapan diantaranya hak eksplisit diatur dalam UUPK dan satu hak lainnya diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Segala upaya yang menjamin kepastian hukum serta perlindungan terhadap konsumen memiliki tujuan tertentu.

Pasal 3 UUPK mengemukakan, perlindungan konsumen bertujuan:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak – haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Tujuan perlindungan konsumen tersebut seolah-olah disusun secara bertahap, mulai dari penyadaran hingga pemberdayaan. Padahal, pencapaian tujuan perlindungan konsumen tidak harus melalui pertahapan berdasarkan susunan

tersebut. Tetapi dengan melihat pada urgensinya. Misalnya, tujuan meningkatkan kualitas barang, tujuan nomor enam, pencapaiannya tidak harus menunggu tujuan pertama tercapai ialah meningkatkan kesadaran konsumen. Idealnya, pencapaian tujuan perlindungan konsumen dilakukan secara simultan atau serempak.

Dengan memperhatikan kepentingan dan keperluan konsumen di berbagai negara, khususnya di negara-negara sedang berkembang, harus diakui bahwa konsumen mengalami kondisi ketidak seimbangan ekonomi, tingkat pendidikan, daya tawar menawar, dan dengan memperhatikan bahwa pada dasarnya konsumen mempunyai hak terhadap produk yang tidak berbahaya, juga mempunyai hak untuk memajukan pembangunan sosial ekonomi dan perlindungan lingkungan secara adil dan berkesinambungan, maka rambu-rambu perlindungan konsumen ini mempunyai tujuan sebagai berikut:²⁹

1. Membantu pemerintah mencapai dan mempertahankan perlindungan yang memadai bagi masyarakat sebagai konsumen;
2. Memfasilitasi pola produksi dan distribusi yang responsif terhadap kebutuhan konsumen;
3. Membuat kode etik produksi serta distribusi barang dan jasa kepada konsumen;
4. Membantu pemerintah mencegah praktik bisnis yang kotor dari seluruh pelaku usaha secara nasional dan internasional yang berdampak pada konsumen;
5. Memfasilitasi pembuatan Lembaga konsumen independen;
6. Mewujudkan Kerjasama internasional dan bidang perlindungan konsumen;
7. Membangun kondisi pasar yang memberikan kesempatan kepada konsumen dengan pilihan yang luas dengan harga yang murah;
8. Meningkatkan konsumsi yang berkelanjutan.

²⁹ M Sadar, Moh Taufik Makarao, Habloel Mawadi. *Op.Cit.* hlm. 7.

2.4 Pihak-Pihak Dalam Perlindungan Konsumen

Di dalam pasal 1 angka (1) UUPK disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen “Agar kepastian hukum itu tercapai, maka dibutuhkan peranan yang saling berkesinambungan dan terorganisir antara konsumen, pelaku usaha dan pemerintah.

Di dalam UUPK terdapat 3 (tiga) pihak pihak yang terkait dalam perlindungan konsumen yaitu konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah.

1. Konsumen
2. Pelaku usaha

Dalam setiap hubungan dibidang perdagangan sudah tentu melibatkan penjual dan pembeli. Dalam hal ini, penjual suatu produk baik berupa barang maupun jasa sering disebut sebagai pelaku usaha. Pasal 1 angka (3) UUPK memberikan definisi pelaku usaha.

Pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah pelaku usaha, korporasi, koperasi, BUMN, importir, pedagang, distributor, dan lain – lain.

3. Pemerintah

Perlindungan konsumen merupakan upaya-upaya yang menjamin kepastian hukum bagi konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan peranan dari pemerintah sebagai pengawas untuk menjamin terlaksananya perlindungan konsumen tersebut. Terdapat dalam Pada Pasal 29 angka (1) UUPK.

Peranan pemerintah dalam upaya untuk menyelenggarakan perlindungan konsumen yang dikehendaki oleh UUPK adalah melalui pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen.

Pembinaan perlindungan konsumen diselenggarakan oleh Pemerintah dalam upaya untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilakukannya

kewajiban masing-masing pihak. Sedangkan pengawasan perlindungan konsumen dilakukan secara bersama oleh Pemerintah, masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), mengingat banyak ragam dan jenis barang dan/atau jasa yang beredar di pasar serta luasnya wilayah Indonesia.

Sebagai tindak lanjut dari Pasal 29 ayat 5 UUPK yang berbunyi ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan peraturan pemerintah. Telah dibuat Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, Bab II mengatur mengenai Pembinaan.³⁰

Pasal 3 Ayat 2 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang pembinaan dan Pengawasan penyelenggaraan Perlindungan Konsumen menyatakan, “Menteri teknis terkait sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan konsumen sesuai dengan bidang tugas masing – masing”.

2.5 Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

2.5.1 Hak dan Kewajiban Konsumen

Hubungan hukum menimbulkan akibat hukum berupa hak dan kewajiban. Demikian juga dengan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen bersifat terbuka, artinya selain ada hak-hak konsumen yang diatur dalam UUPK, dimungkinkan diakuinya hak-hak konsumen lainnya yang tidak diatur dalam UUPK tetapi diatur dalam peraturan perundang-undangan lain di sektor tertentu. Hal ini merupakan konsekuensi logis dari status UUPK sebagai ketentuan payung (*umbrella rule*).³¹

Dengan demikian, hak-hak konsumen dapat juga ditemukan dalam UU perbankan yang mengatur hubungan hukum antara pihak bank dan nasabah atau

³⁰ M Sadar dkk, 2012, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Akademia, Jakarta. hlm. 69.

³¹ Wahyu Sasongko, 2012, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Lampung, Bandar Lampung. hlm. 63.

konsumen pengguna jasa perbankan. Begitu juga dengan pasien sebagai pengguna jasa kesehatan yang diatur dalam UU Kesehatan dapat dikualifikasi sebagai konsumen.

Di dalam pasal 4 Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen, yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya.

UUPK tidak hanya mengatur hak konsumen tetapi juga kewajiban kewajibannya. Pasal 5 UUPK menyebutkan mengenai kewajiban konsumen yaitu:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;

3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

2.5.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan perekonomian nasional banyak ditentukan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, selain hak konsumen, UUPK juga mengatur mengenai hak hak yang didapat oleh pelaku usaha.

Hak pelaku usaha dalam Undang-Undang Pelaku Usaha meliputi lima aspek yang sesungguhnya merupakan hak-hak yang bersifat umum dan sudah menjadi standar. Hak-hak pelaku usaha, yaitu:³²

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak – hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang – undangan lainnya.

Kewajiban kewajiban yang harus diemban oleh pelaku usaha diatur dalam pasal 7 UUPK adalah sebagai berikut:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatannya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan,

³² Wahyu Sasongko, *Op.Cit.* hlm. 65.

- perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
 5. 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;
 6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
 7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kedudukan hukum yang setara atau sederajat antara konsumen dan pelaku usaha merupakan posisi yang ideal menurut hukum. Karena, hak dan kewajiban masing-masing pihak dapat secara timbal-balik. Tetapi, tidak semua transaksi konsumen bersifat timbal-balik. Oleh karena itu, UUPK masih menambahkan adanya perbuatan yang dilarang (*prohibited*) bagi pelaku usaha dan tanggung jawab yang dapat diajukan kepada pelaku usaha.³³

Untuk larangan bagi pelaku usaha secara lengkap diatur dalam pasal 8 sampai dengan pasal 17 UUPK sedangkan tanggung jawab pelaku usaha diatur secara lengkap pasal 19-28 UUPK.

2.6 Penyelesaian Sengketa Konsumen

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan dengan Surat Keputusan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001, yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah “sengketa antara pelaku usaha dengan

³³ Wahyu Sasongko, *Op.Cit.* hlm. 67.

konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang dan/atau memanfaatkan jasa". Sengketa konsumen menurut Pasal 23 UUPK dimulai pada saat konsumen menggugat pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memenuhi ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3) dan ayat (4), baik melalui BPSK atau peradilan umum ditempat kedudukan konsumen.³⁴

Yang menangani penyelesaian sengketa konsumen antara pelaku usaha dan konsumen adalah BPSK dengan cara Konsiliasi atau Mediasi, atau Arbitrase atau melalui peradilan yang berada di lingkungan Peradilan Umum.

2.6.1 Subjek, Objek dan Domisili

Adapun yang berhak melakukan gugatan terhadap pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha diatur dalam Pasal 46 ayat (1) UUPK, yaitu:

1. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan.
2. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.
3. LPKSM yang memenuhi syarat, yaitu yang berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya.
4. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan atau korban yang tidak sedikit.

Objek sengketa haruslah produk konsumen, artinya produk itu merupakan barang dan/atau jasa yang umumnya dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan bagi memenuhi kepentingan diri, keluarga, dan/atau rumah tangga konsumen.

³⁴ Danang Sunyoto, dkk, 2016, *Beberapa Aturan Untuk Para Pelaku Bisnis Dan Masyarakat Umum Dalam Rangka Menegakkan Hukum Dan Mengurangi Penyimpangan Usaha*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta. hlm. 208-209.

Objek sengketa terjadi karena adanya transaksi antara konsumen dengan pelaku usaha.

Pasal 23 UUPK menerangkan bahwa gugatan konsumen dapat diajukan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau badan peradilan dimana konsumen berdomisili atau tempat dimana kedudukan konsumen. Hal ini mempermudah konsumen dalam hal pengajuan gugatan ke pelaku usaha karena konsumen tidak perlu mencari dan mengajukan gugatan ke daerah pelaku usaha berdomisili.

2.6.2 Alternatif Penyelesaian Sengketa

UUPK memberikan alternatif penyelesaian sengketa melalui badan diluar sistem peradilan atau melalui Pengadilan Negeri.

1. Penyelesaian Sengketa Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

Badan penyelesaian sengketa konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) merupakan suatu lembaga khusus yang dibentuk oleh pemerintah di setiap Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) diatur dalam pasal 52 UUPK.

Dalam menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis, dengan jumlah anggota yang harus berjumlah ganjil, yaitu terdiri dari sedikit- dikitnya tiga orang mewakili semua unsur. BPSK diwajibkan untuk menyelesaikan sengketa konsumen yang diserahkan kepadanya dalam jangka waktu dua puluh satu hari terhitung sejak gugatan diterima oleh BPSK. Dengan adanya lembaga penyelesaian sengketa di luar peradilan yang sifatnya cepat dan murah, maka UUPK telah lebih mengakomodir kepentingan konsumen perseorangan dalam hal penyelesaian sengketa.

2. Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Pasal 45 ayat (1) UUPK menyebutkan bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Oleh karena itu dalam hal ini berlaku ketentuan mengenai tata cara pengajuan gugatan perdata serta tahapan pemrosesan gugatan perdata biasa.

Selain itu, penyelesaian sengketa melalui pengadilan juga dapat dilakukan terhadap keberatan atas putusan BPSK. Dalam Pasal 54 ayat (3) UUPK dikatakan bahwa putusan yang dijatuhkan majelis hakim BPSK bersifat final dan mengikat. Walaupun demikian, para pihak yang tidak setuju atas putusan tersebut dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri untuk diputus. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan diatur dalam Pasal 48 UUPK.

Terhadap putusan Pengadilan Negeri ini meskipun dikatakan bahwa UUPK hanya memberikan hak kepada pihak yang tidak merasa puas atas putusan tersebut untuk mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung, namun dengan mengingat relativitas dari kata “tidak merasa puas”, maka peluang untuk mengajukan kasasi sebenarnya terbuka bagi setiap pihak dalam perkara.³⁵

UUPK memberikan jangka waktu bagi penyelesaian sengketa konsumen yang timbul, yakni 21 (dua puluh satu) hari untuk proses pada tingkat Pengadilan Negeri, dan 30 (tiga puluh) hari untuk diselesaikan oleh Mahkamah Agung, dengan jeda masing-masing 14 (empat belas) hari untuk mengajukan keberatan ke Pengadilan Negeri maupun kasasi ke Mahkamah. Di dalam Hukum Perlindungan Konsumen dikenal adanya dua macam sanksi yang dikenakan terhadap pelaku usaha apabila ia melanggar UUPK, yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana.

1. Sanksi administratif Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi diatur dalam Pasal 60 UUPK.
2. Sanksi Pidana Sanksi pidana adalah sanksi yang dapat dikenakan dan dijatuhkan oleh Pengadilan atas tuntutan Jaksa Penuntut Umum Sanksi

³⁵ Gunawan Widjaja, Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cet.3, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta. hlm.79.

pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha maupun pengurusnya. Hal ini lebih memberikan kepastian bagi konsumen karena pihak yang dapat dituntut oleh konsumen lebih luas. Sanksi pidana diatur dalam Pasal 62 UUPK.

3. Sanksi Pidana Tambahan Selain Sanksi Administratif dan Sanksi Pidana, dikenal pula hukuman tambahan terhadap sanksi pidana. Jenis-jenis hukuman tambahan itu diatur di dalam pasal 63 UUPK.

2.6.3 Alternatif Penyelesaian Sengketa Konsumen

UUPK memberikan alternatif penyelesaian sengketa melalui badan diluar sistem peradilan atau melalui Pengadilan Negeri.

1. Penyelesaian Sengketa Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Badan penyelesaian sengketa konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) merupakan suatu lembaga khusus yang dibentuk oleh pemerintah di setiap Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) diatur dalam pasal 52 UUPK.

Dalam menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, BPSK membentuk majelis, dengan jumlah anggota yang harus berjumlah ganjil, yaitu terdiri dari sedikit- dikitnya tiga orang mewakili semua unsur. BPSK diwajibkan untuk menyelesaikan sengketa konsumen yang diserahkan kepadanya dalam jangka waktu dua puluh satu hari terhitung sejak gugatan diterima oleh BPSK. Dengan adanya lembaga penyelesaian sengketa di luar peradilan yang sifatnya cepat dan murah, maka UUPK telah lebih mengakomodir kepentingan konsumen perseorangan dalam hal penyelesaian sengketa.

2. Penyelesaian Sengketeta Melalui Pengadilan

Pasal 45 ayat (1) UUPK menyebutkan bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui peradilan yang berada di

lingkungan peradilan umum. Oleh karena itu dalam hal ini berlaku ketentuan mengenai tata cara pengajuan gugatan perdata serta tahapan pemrosesan gugatan perdata biasa.

Selain itu, penyelesaian sengketa melalui pengadilan juga dapat dilakukan terhadap keberatan atas putusan BPSK. Dalam Pasal 54 ayat (3) UUPK dikatakan bahwa putusan yang dijatuhkan majelis hakim BPSK bersifat final dan mengikat. Walaupun demikian, para pihak yang tidak setuju atas putusan tersebut dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri untuk diputus. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan diatur dalam Pasal 48 UUPK.

Terhadap putusan Pengadilan Negeri ini meskipun dikatakan bahwa UUPK hanya memberikan hak kepada pihak yang tidak merasa puas atas putusan tersebut untuk mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung, namun dengan mengingat relativitas dari kata “tidak merasa puas”, maka peluang untuk mengajukan kasasi sebenarnya terbuka bagi setiap pihak dalam perkara.³⁶

UUPK memberikan jangka waktu bagi penyelesaian sengketa konsumen yang timbul, yakni 21 (dua puluh satu) hari untuk proses pada tingkat Pengadilan Negeri, dan 30 (tiga puluh) hari untuk diselesaikan oleh Mahkamah Agung, dengan jeda masing-masing 14 (empat belas) hari untuk mengajukan keberatan ke Pengadilan Negeri maupun kasasi ke Mahkamah Agung.

2.6.4 Sanksi

Sanksi atau hukuman adalah penderitaan yang sengaja dibebankan kepada orang yang melakukan perbuatan yang memenuhi syarat-syarat tertentu.

Di dalam Hukum Perlindungan Konsumen dikenal adanya dua macam sanksi yang dikenakan terhadap pelaku usaha apabila ia melanggar UUPK, yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana.

1. Sanksi administratif Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi diatur dalam Pasal 60 UUPK.

³⁶ *Ibid.*

2. Sanksi Pidana Sanksi pidana adalah sanksi yang dapat dikenakan dan dijatuhkan oleh Pengadilan atas tuntutan Jaksa Penuntut Umum Sanksi pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha maupun pengurusnya. Hal ini lebih memberikan kepastian bagi konsumen karena pihak yang dapat dituntut oleh konsumen lebih luas. Sanksi pidana diatur dalam Pasal 62 UUPK.
3. Sanksi Pidana Tambahan Selain Sanksi Administratif dan Sanksi Pidana, dikenal pula hukuman tambahan terhadap sanksi pidana. Jenis-jenis hukuman tambahan itu diatur di dalam pasal 63 UUPK.

2.7 Tinjauan Umum Tentang Sumbangan

2.7.1. Definisi dan Pengaturan Hukum Tentang Sumbangan

Sumbangan atau derma (Inggris: donation yang berasal dari Latin: donum) sebuah pemberian pada umumnya bersifat secara fisik oleh perorangan atau badan hukum, pemberian ini mempunyai sifat sukarela dengan tanpa adanya imbalan bersifat keuntungan, walaupun pemberian donasi dapat berupa makanan, barang, pakaian, mainan ataupun kendaraan akan tetapi tidak selalu demikian, pada peristiwa darurat bencana atau dalam keadaan tertentu lain misalnya donasi dapat berupa bantuan kemanusiaan atau bantuan dalam bentuk pembangunan, dalam hal perawatan medis donasi dapat pemberian transfusi darah atau dalam hal transplantasi dapat pula berupa pemberian penggantian organ, pemberian donasi dapat dilakukan tidak hanya dalam bentuk pemberian jasa atau barang semata akan tetapi sebagaimana dapat dilakukan pula dalam bentuk pendanaan kehendak bebas.

Berbicara tentang Donasi tentunya tidak terlepas dari usaha pengumpulan uang, Definisi usaha pengumpulan uang pada Pasal 1 Undang-undang Nomor 9 Tahun 1961, yaitu: “Setiap usaha mendapatkan uang atau barang untuk pembangunan dalam bidang kesejahteraan sosial, mental/agama/kerohanian, kejasmanian dan bidang kebudayaan.

Selain definisi diatas, Pasal 1 PP No. 29 Tahun 1980 tentang Pelaksanaan Pengumpulan Sumbangan (selanjutnya disebut PP PPS) juga memberikan definisi secara analogis bahwa sumbangan adalah: “Uang atau Barang yang dikumpulkan untuk pembangunan dalam bidang kesejahteraan sosial, mental/agama/kerohanian, kejasmanian, pendidikan, dan bidang kebudayaan”.

Pemberian sumbangan harus dilakukan secara sukarela sebagaimana tertulis dalam Keputusan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 56/HUK/1996 Tentang Pelaksanaan Pengumpulan Sumbangan oleh Masyarakat, pasal 5 mengemukakan “Pemberian sumbangan berupa uang/barang untuk kesejahteraan sosial secara sukarela tanpa ada unsur paksaan baik secara langsung maupun tidak langsung”.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sumbangan adalah suatu bentuk pemberian uang atau barang secara sukarela untuk tujuan sosial dan kemasyarakatan yang memberikan kepada penerima sumbangan suatu hak pengelolaan atas barang yang disumbangkan.

2.7.2. Jenis – Jenis Donasi

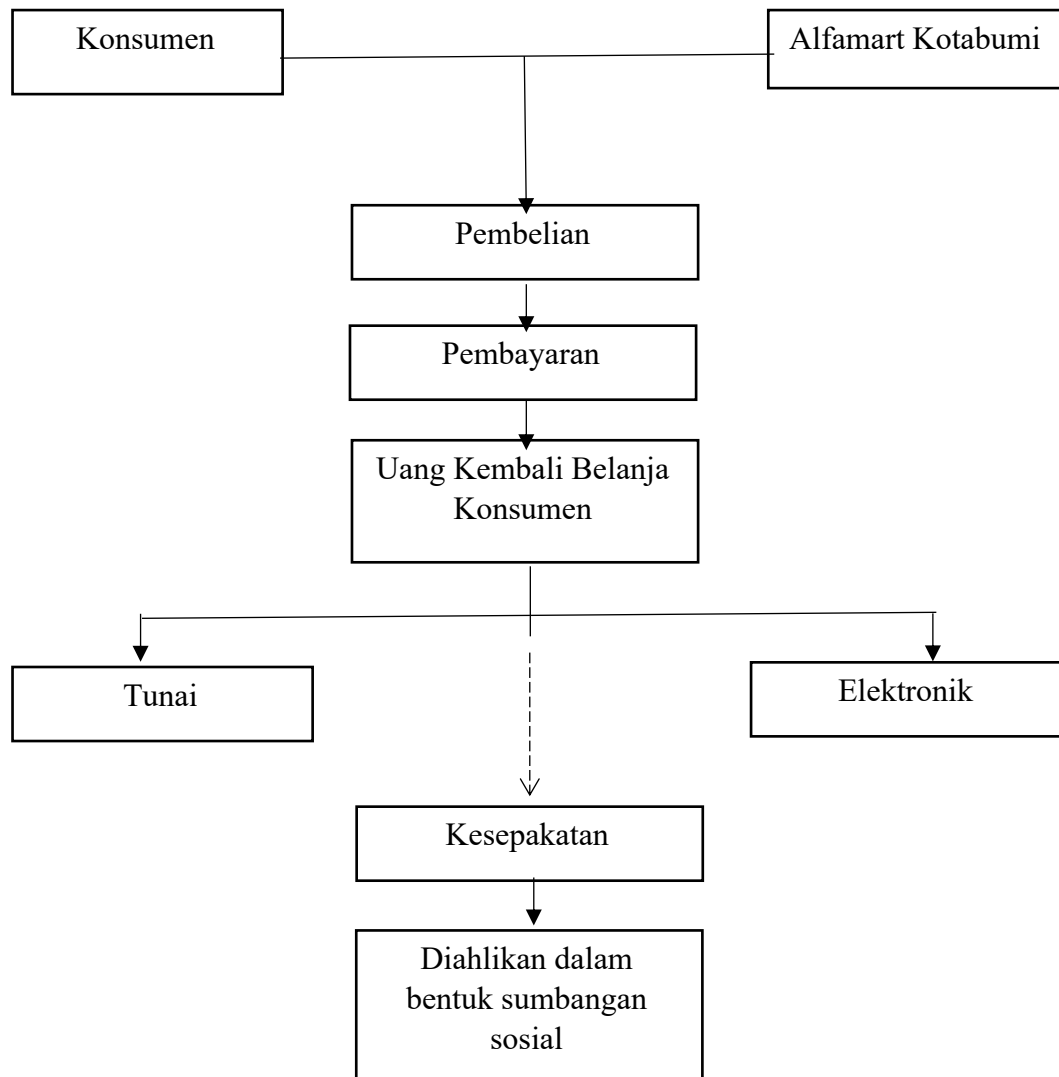
Donasi adalah sumbangan tetap berupa uang dari penderma kepada suatu perkumpulan bersifat sebagai derma, pemberian, maupun hadiah. Beberapa Macam Jenis Donasi antara lain:

1. Donasi Yang Bersifat Sosial Donasi yang bersifat sosial ini sangat umum di jumpai, bukan hanya di Indonesia namun di negara lain-pun donasi yang bersifat sosial banyak sekali menyita perhatian. Contoh dari jenis donasi ini biasanya dang penggalang dana akan mengajak donatur-donatur untuk mendonasikan uangnya kepada orang yang membutuhkan, seperti lansia yang tidak memiliki rumah atau tempat tinggal, orang kurang beruntung yang mengidap penyakit dan harus mendapatkan pengobatan yang mahal, maupun donasi yang bertujuan untuk membangun sekolah atau tempat ibadah di daerah tertentu. Namun di luar itu juga ada yang bersifat sosial seperti membangun infrastruktur yang tidak terjangkau oleh pemerintah seperti pembangunan jembatan.

2. Donasi Untuk Korban Perang Jenis Donasi yang kedua adalah Donasi atau penggalangan dana untuk korban perang. Biasanya donasi jenis ini dilakukan oleh organisasi kemanusiaan yang peduli dengan warga sipil yang menjadi korban perang di negaranya. Donasi jenis ini biasanya dilakukan untuk memenuhi keperluan pangan. Contoh yang paling baru adalah penggalangan dana yang dilakukan oleh organisasi kemanusiaan untuk membantu warga Palestina yang memerlukan bantuan seperti makanan, obat-obatan dan pakaian.
3. Donasi Untuk Korban Bencana Alam Berikutnya adalah Jenis Donasi yang diperuntukan kepada korban bencana alam. Donasi ini biasanya dilakukan saat terjadi bencana alam besar seperti Tsunami, kebakaran hutan yang menyebabkan asap tebal dan masuk ke pemukiman warga, banjir, gempa bumi dan bencana alam yang memakan korban jiwa atau menimbulkan kerusakan. Uang donasi jenis ini biasanya dikumpulkan lalu dikonversi menjadi kebutuhan pangan, pakaian dan obat-obatan.
4. Donasi Untuk Sebuah Karya adalah donasi yang jenisnya beda dengan yang diatas sudah di sebutkan, donasi sebuah karya ini biasanya dilakukan oleh perorangan atau komunitas yang memiliki karya namun terbatas dalam hal dana. Oleh karena itu sang inovator atau orang yang memiliki karya tersebut menggagas sebuah kampanye donasi untuk menarik donatur-donatur yang tertarik kepada karyanya agar mau ikut andil dalam membangun karya sang inovator tersebut.

2.8 Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta- fakta, observasi dan kajian kepustakaan, kerangka berfikir memuat teori, dalil, atau konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Kerangka berfikir dapat **disajikan dengan bagan yang menunjukkan alur pikir penelitian.**



Gambar 1.1 Kerangka Pikir

Penjelasan:

Konsumen dan pelaku usaha melakukan transaksi jual beli, konsumen sebagai pembeli dan pelaku usaha sebagai penjual. Konsumen melakukan pembayaran, sedangkan pelaku usaha memberikan barang yang telah dibeli oleh konsumen. Apabila konsumen memberikan uang yang melebihi harga barang yang dibeli maka pelaku usaha berkewajiban mengembalikan sisa uang konsumen tersebut, namun terkadang pelaku usaha mengembalikan bukan dalam bentuk uang melainkan menawarkan sisa uang kembalian tersebut untuk dijadikan uang sumbangan sosial, maka perlu adanya perlindungan bagi konsumen, yaitu pengaturan sistem pembayaran uang kembalian konsumen. Konsumen juga berhak mengetahui tujuan uang kembalian yang akan disumbangkan oleh pelaku usaha, karena dalam

Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 ayat (7) mendapatkan hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak adanya diskriminatif *jo* Undang –Undang Nomor 9 Tahun 1961 mengenai pengumpulan uang dan barang yang selanjutnya disebut UUPB, menurut ketentuan Pasal 5 menyebutkan bahwa pemberian sumbangan suka rela, tidak adanya paksaan menjadi salah satu syarat pemberian izin pengumpulan uang dan barang. Pihak-pihak yang terkait atas pengalihan uang kembali belanja konsumen dalam bentuk sumbangan sosial, tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang dirugikan atas pengalihan uang kembali belanja konsumen atas kerugian akibat pengalihan uang kembalian belanja konsumen ke dalam bentuk sumbangan sosial.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan cara menganalisisnya. Data penelitian diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap factor hukum tersebut, yang kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul pada gejala yang bersangkutan.

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan Studi Kepustakaan (*library research*) Studi Pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data Pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian dan Studi Lapangan (*field research*) merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk memperoleh data primer.

3.2 Pendekatan Masalah

Penelitian merupakan suatu sarana (ilmiah) bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka metodologi penelitian menjadi induknya dan hal ini tidaklah selalu berarti metodologi yang dipergunakan berbagai ilmu pengetahuan pasti akan berbeda secara utuh.

Dalam penelitian ini untuk mencari dan mendapatkan jawaban atas masalah yang diajukan dilakukan dengan menggunakan 2 (dua) pendekatan, yaitu Pendekatan Yuridis Normatif yang dilakukan untuk memahami persoalan dengan tetap berada atau bersandarkan pada lapangan atau kajian ilmu hukum dan di dukung dengan pendekatan yuridis empiris yang dilakukan untuk memperoleh kejelasan dan pemahaman dari permasalahan penelitian berdasarkan realitas yang ada.

1. Pendekatan yuridis normatif pendekatan ini dilakukan dengan melihat hukum sebagai kaidah yang dianggap sesuai dengan penelitian yuridis normatif. Pendekatan ini dilakukan berdasarkan bahan hukum utama, menelaah beberapa hal-hal yang bersifat teoritis yang menyangkut asas-asas hukum, konsepsi hukum, pandangan dan doktrin-doktrin hukum, peraturan hukum, serta sistem hukum yang berkenaan dengan skripsi yang sedang dibahas atau menggunakan data sekunder diantaranya ialah asas- asas, kaidah, norma, dan aturan hukum yang terdapat dalam peraturan perundang- undangan dan peraturan lainnya. Pendekatan ini dikenal dengan pendekatan kepustakaan dengan arti metode atau cara yang di pergunakan di dalam penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang ada, atau dikenal sebagai Penelitian yuridis normatif studi kepustakaan (*library research*).
2. Pendekatan Yuridis Empiris merupakan suatu pendekatan penelitian terhadap identifikasi hukum dan efektivitas hukum yang dilakukan dengan cara meneliti dan mengumpulkan data primer yang diperoleh secara langsung melalui penelitian dengan cara observasi yang mendalam terhadap permasalahan yang dibahas.²⁸ Pendekatan ini dilakukan untuk mempelajari hukum dalam kenyataan atau berdasarkan fakta yang di dapat di lapangan, serta dilakukan dengan cara melihat dan mengamati secara langsung terhadap objek penelitian (Tinjauan Yuridis Pengalihan Bentuk Uang Kembalian Konsumen Kedalam Bentuk Sumbangan Oleh Pelaku Usaha Ditinjau Dari Aspek Hukum Perlindungan Konsumen).

3.3 Data dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data yang di peroleh dari data kepustakaan yang meliputi tulisan ilmiah, laporan, buku-buku, bahan dokumentasi yang berkaitan dengan permasalahan yang akan di teliti:

1. Bahan Hukum Primer, bahan hukum yang terdiri dari beberapa peraturan perundang-undangan yang memiliki kekuatan yang mengikat, antara lain:
 - a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945.

- b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPdt)
 - c. Undang-undang Nomor 9 Tahun 1961 tentang Pengumpulan Uang dan Barang (UUPUPB).
 - d. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
 - e. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
 - f. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang.
2. Bahan Hukum Sekunder, bahan hukum yang berupa peraturan yang menjelaskan lebih rinci bahan hukum primer berupa buku yang terkait dengan pokok pembahasan penelitian.
 3. Bahan Hukum Tersier, bahan hukum yang untuk melengkapi bahan hukum primer dan sekunder, seperti hasil wawancara, kontrak yang bersangkutan, artikel dan jurnal yang berkaitan dengan pokok pembahasan.
 4. Penentuan Narasumber, merupakan orang yang dapat memberikan informasi terkait permasalahan yang akan dibahas. Terkait yang digunakan dalam pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah wawancara terhadap para narasumber. Adapun narasumber yang akan diwawancarai adalah:
 - a. Ketua YLKI Lampung : 1 Orang
 - b. Kepala Toko Alfamart Kota Bumi : 1 Orang +
Jumlah : 2 Orang

3.4 Metode Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

3.4.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini prosedur pengumpulan data dilakukan dengan, cara Studi Pustaka (*Library Research*) dan Studi Lapangan (*Field Research*).

1. Studi Pustaka (*Library Research*), adalah pengumpulan data dengan cara mencari dan mengumpulkan bahan-bahan teoritis dengan cara mempelajari melalui studi literatur dan ketentuan perundang-undangan yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang dibahas.
2. Studi Lapangan (*Field Research*), adalah Pengumpulan data yang dilakukan dengan kegiatan wawancara kepada Narasumber untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian.

3.4.2 Metode Pengolahan Data

Pengolahan data diambil dari Pengumpulan data untuk mempermudah analisis data yang telah diperoleh. Pengolahan data dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi data, yaitu menentukan data yang sesuai dengan pokok bahasan, kemungkinan adanya kekurangan data serta kekeliruan data yang diperoleh.
2. Klasifikasi data, yaitu menghimpun data menurut kerangka bahasan, diklasifikasikan menurut data yang telah ditetapkan.
3. Sistematisasi data, yaitu mengumpulkan data pada pokok bahasan masing-masing dengan sistematis.

3.4.3 Analisis Data

Ketika semua data sekunder telah didapatkan melalui studi pustaka (*library research*), studi dokumen (*document research*) serta data pendukung yang diperoleh dari hasil wawancara, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan analisis yuridis kualitatif, yaitu analisis dengan cara menafsirkan data yang dikaji dengan teori-teori dan asas-asas, serta memperhatikan sinkronisasi antara ketentuan peraturan hukum yang satu dengan ketentuan peraturan hukum yang lain dengan memperhatikan.

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan di atas, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Pengalihan uang kembalian konsumen dalam perjanjian jual-beli pada supermarket baik berupa pembulatan harga, mengganti dengan permen maupun dengan disumbangkan melalui pundi amal tanpa sepengetahuan konsumen adalah cacat kehendak dan juga dapat digolongkan sebagai paksaan sebab konsumen tidak ditanyakan keikhlasan ataupun persetujuannya atas pembulatan yang dilakukan pelaku usaha sehingga uang tersebut diberikan tidak secara sukarela melainkan dilakukan sepihak oleh pelaku usaha sehingga secara tidak langsung ada paksaan. Kesepakatan merupakan syarat subjektif, dan berdasarkan Pasal 1321 KUH Perdata apabila syarat kesepakatan tidak terpenuhi maka perjanjian itu dapat dibatalkan, didalam pasal 62 ayat (1) UUPK dimana pelaku usaha yang melanggar Pasal 15 UUPK dimana dimana pelaku usaha dalam menawarkan barang dan atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan fisik mau psikis dapat dipidanakan pidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp. -2.000.000.000 (dua milyar rupiah). Pelaku usaha tidak memenuhi kewajibanya sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 7 UUPK terkait kewajiban pelaku usaha untuk berikhtikad baik dalam menjalankan usahanya serta melayani konsumen dengan jujur dan tidak diskriminatif. Sedangkan Pasal 8 ayat (1) butir (a) UUPK Kaitanya dengan hak konsumen atas uang kembalian dalam perjanjian jual-beli dimana pelaku usaha berkewajiban untuk memenuhi kewajibanya dalam memenuhi hak-hak konsumen dalam menerima uang kembalian yang sah.

2. Pelanggaran terhadap konsumen atas hak uang kembalian dalam transaksi jual-beli pada supermarket disebabkan oleh kurang mengertinya masyarakat umum sebagai konsumen terhadap hak-haknya dan sering menganggap sepele atau tidak maut repot. Jika haknya dilanggar konsumen tidak bisa berbuat apa-apa karena memang tidak tahu dan tidak sadar, ketika sadar mereka justru tidak mengerti tatacara atau prosedur pengaduan dan penuntutan atas hak-hak nya yang dilanggar. Kondisi tersebutla yang dimanfaatkan pelaku usaha untuk mengeksploitasi konsumen guna mendapatkan keuntungan. Sehingga langkah yang tepat dilakukan konsumen dalam mendapkan hak nya atas uang kembalian yang tepat ialah dengan cara gugatan *class actions* yang dapat dilakukan melalui Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat dan Badan Penyelesaian Konsumen dimana ini di luar Pengadilan atau juga dapat melakukan gugatan melalui peradilan umum.

5.2 Saran

1. Pengusaha yang bergerak dalam bidang usaha ritel atau pasar modern yang salah satu wujudnya ialah Supermarket untuk tidak lagi melakukan penyalahgunaan keadaan terhadap konsumen dimana itu dapat mencederai prinsip prinsip hukum perjanjian yang merugikan konsumen. Penerapan harga pada produk barang sebaiknya dengan nominal yang bulat agar konsumen tidak lagi tersesat dan tertipu oleh promosi yang ada. Sistem yang saling menguntungkan ialah yang tepat, konsumen dapat memenuhi kebutuhanya dan pengusaha dapat mengambil untung secara jujur dan bersih.
2. Pemerintah harus bertanggung jawab berupa pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha, dengan cara menciptakan iklim usaha yang sehat anatar pelaku usaha dengan konsumen, serta memasyarakatkan peraturan perundang undangan dan informasi terkait perlindungan konsumen. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan peraturan perundang-undang yang tegas.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Abidin Hamid dan Kurniawati, 2004, *Galang Dana Media*, Cet. I, Piramedia, Jakarta.
- Barkatullah Abdul Halim, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, FH Unlam Press, Banjarmasin.
- Harianto Dedi, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Iklan yang Menyesatkan*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Kristiyanti Celina Tri Siwi, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Miru Ahmadi dan Yodo Sutarman, 2012, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Nasution Az., 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta.
- Rudy Dewa Gede, dkk, 2016, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Udayana, Fakultas Hukum.
- Sadar M, Makarao Moh Taufik, Mawadi Habloel, 2012, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Akademia, Jakarta.
- Sasongko Wahyu, *Ketentuan-Ketentuan Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Siahaan N. H. T, 2005, *Hukum Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, Pantai Rei, Jakarta.
- Sidabolok Janus, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, PT Citra Aditya, Bandung.
- Sulistyowati, 1992, *Akses Kepada Perlindungan Konsumen Sebagai Salah Satu Aspek Kesejahteraan Sosial*, Universitas Indonesia, Jakarta.

Sunyoto Danang Sunyoto, dkk, 2016, *Beberapa Aturan Untuk Para Pelaku Bisnis Dan Masyarakat Umum Dalam Rangka Menegakkan Hukum Dan Mengurangi Penyimpangan Usaha*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta.

Syawali Husni dan Imaniyati Neni Sri, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.

Widjaja Gunawan, Yani Ahmad, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Cet.3, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Jurnal/Makalah:

Hanoatubun Silpa, 2015, *Strategi Ekonomi Pembangunan*, Edu Psy Couns Jurnal, Vol 2.

Nasution AZ, 2001, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pada Seluruh Barang Dan Jasa Ditinjau Dari Pasal Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Makalah.

RahmadanyTashaekti Fadhila dan Tjukup I Ketut, 2013, "*Perlindungan Hukum Bagi Franchisee Terkait Pendirian Usaha Di Bidang Yang Serupa Setelah Berakhirnya Perjanjian Waralaba*", Vol.1 No.9.

Sari Aini Puspita, Hamzah, Rusmawati Dianne Eka, 2018, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Muslim Terhadap Penjualan Makanan Menggunakan Campuran Daging Babi*. Pactum Law Journal. Vol 1 No. 3.

Website:

<https://alfamart.co.id/tentang-perusahaan/sejarah>.