

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia dikenal sebagai Negara Hukum. Hal ini ditegaskan pula dalam UUD 1945 Pasal 1 ayat (3) yaitu “Negara Indonesia adalah negara hukum”, dengan makna tidak hanya bertumpu pada kekuasaan belaka, sehingga segala sesuatunya dalam aspek kehidupan berbangsa dan bernegara mengandung konsekuensi hukum. Dengan tujuan mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia, yakni mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur.

Perkembangan pasar modern di era global saat perkotaan ini sudah tidak dapat dibendung lagi. Kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa yang tidak akan pernah ada habisnya bahkan selalu meningkat. Hal ini memberikan peluang usaha atau bisnis bagi pelaku usaha dalam membuka dan mengembangkan bisnisnya yang baru, yakni salah satunya dengan mendirikan pasar modern, dimana seperti diketahui perkembangan pasar modern saat ini sangat pesat mulai dari daerah perkotaan sampai ke daerah pedesaan yang dengan sangat mudah untuk menjumpai pasar-pasar modern ini. Hal ini disebabkan tingginya sifat konsumtif masyarakat dan ditambah dengan kebutuhan masyarakat yang selalu ada sehingga lahirnya pasar modern.¹

Maraknya bisnis retail juga dialami di Indonesia. Bisnis ini sudah bukan hanya berdiri di kabupaten atau perkotaan saja, melainkan sekarang sudah berdiri di berbagai kecamatan maupun pedesaan. Contoh bisnis yang terkenal dikalangan masyarakat saat ini adalah Alfamart dan Indomaret.² Alfamart dan Indomaret adalah 2 (dua) jenis perusahaan yang mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, bisnis waralaba yang bersifat transparan dan konsepnya

¹ Sutedi Adrian, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2006, hlm. 1.

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

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

Berkembangnya bisnis retail yang terjadi saat ini sangat membutuhkan minat berbelanja dikalangan masyarakat, karena baik Alfamart dan Indomaret menyediakan berbagai macam produk sehari-hari dengan harga yang sudah tertera jelas dalam produk, ketersediaan layanan 24jam, tempat lebih nyaman, lebih bersih, sistem pemilihan dan pengambilan barang sendiri oleh konsumen sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli serta mendapatkan barang yang dibutuhkan segera. Selain itu, bisnis retail modern tak lepas dari adanya konsumen, dimana konsumen merupakan faktor utama dari berdirinya bisnis retail modern.³

Namun dibalik kelebihan tersebut, Alfamart dan Indomaret juga tidak terlepas dari pelayanan yang dinilai kurang memuaskan disebabkan oleh adanya faktor kelalaian dari pihak Alfamart dan Indomaret itu sendiri. Salah satu contohnya adalah sering terjadi selisih harga atau perbedaan harga yang tertera pada *label display* dengan harga yang harus dibayar dikasir. Kesalahan ini sering terjadi dan menyebabkan kerugian bagi konsumen yang harus membayar dengan harga lebih serta tidak jarang menimbulkan kekecewaan maupun kemarahan dari konsumen.

Kesalahan pada *label* harga dengan daftar harga pada mesin di *counter* pembayaran sering kali terjadi, dimana harga yang tercantum dan saat pembayaran terdapat perbedaan disebabkan karena administrasi yang kurang teliti. Hal semacam ini sering terjadi perbedaan selisih harga yang tercantum pada rak atau label dan yang harus dibayarkan ke kasir dapat sangat besar atau kecil, dan hal ini sangat merugikan konsumen. Adanya pemberian diskon kepada konsumen merupakan salah satu faktor penyebab adanya perbedaan yang terdapat antara di rak dan dikasir.⁴

Perbedaan harga ini menimbulkan kebingungan pada konsumen apabila konsumen tidak membawa uang lebih, maka selisih perbedaan harga yang ada di

³ Masyhuri Mahmuda & Utomo Wahyudi Supri, *Loc.Cit.*,

⁴ Sudaryatmo, *Hukum & Advokasi Konsumen*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti,1999, hlm. 6.

rak atau label dengan yang sebenarnya dapat membuat konsumen tidak jadi membeli barang. Apabila konsumen bertanya kepada pihak kasir atau pramuniaga mengenai perbedaan harga di *label* dengan yang sebenarnya, maka umumnya pihak kasir atau pramuniaga mengatakan bahwa harga di *label* tersebut harga lama dan belum diperbarui, seharusnya dengan perubahan harga harus juga diikuti perubahan harga yang tercantum pada di *label* sehingga konsumen dapat mengetahui harga yang sebenarnya. Perbedaan harga di *label* dan yang sebenarnya dapat dikatakan bahwa pelaku usaha memberi informasi yang menyesatkan akibatnya konsumen yang dirugikan.

Konsumen yang dirugikan dalam mengkonsumsi atau menggunakan hasil produksi, berhak mendapatkan ganti rugi sebagai wujud tanggung jawab produsen. Setiap konsumen yang dirugikan oleh peristiwa perbuatan atau kelalaian, kurang hati-hati ganti rugi (kompensasi) atas kerugiannya itu. Dapat dikatakan bahwa antara produsen yang memperdagangkan barang dan jasa yang digunakan, memakai, atau memanfaatkan barang terdapat suatu hubungan hukum perjanjian yang terjadi saat transaksi “jual beli” barang tersebut dilakukan. Hal ini berarti setiap pelanggaran yang dilakukan oleh produsen atau pelaku usaha yang menerbitkan kerugian tersebut kepada konsumen merupakan pelanggaran atas prestasi produsen yang telah diperjanjikan sebelumnya kepada konsumen berkewajiban menyampaikan kerugian yang dideritanya kepada produsen atau pelaku usaha.⁵

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen melalui berbagai upaya, seperti meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian dan kemandirian konsumen terutama dalam memilih, menentukan, serta menuntut hak-haknya sebagai konsumen. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diharapkan menjadi lahirnya demokrasi ekonomi, mengingkat kondisi perekonomian nasional dewasa ini berada ditengah kemajuan teknologi sehingga sebuah fenomena global maka kehadiran undang-undang ini sebagai sebuah langkah untuk melindungi konsumen dari akibat yang timbul pada

⁵ Andi Sri Rezky Wulandari & Nurdiyana Tadjuddin, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018, hlm. 4.

perkembangan perekonomian, serta dampak perkembangan kegiatan perdagangan para pelaku usaha.⁶

Jika dilihat dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 ayat (2) disebutkan bahwa salah satu hak konsumen adalah hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Disisi lain pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, diwajibkan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/dan atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Dalam Pasal 10 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) juga menegaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan, dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan tidak benar mengenai:

1. Harga atau tarif suatu barang/jasa.
2. Kegunaan suatu barang/jasa.
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.
4. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan.
5. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Selain Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dasar hukum lain yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan juga terdapat dalam peraturan perundang-undangan sebagai berikut:

1. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33.
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 No. 42 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821).

⁶ Abd Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Makassar: Sah Media, 2017, hlm. 4.

3. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
4. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
5. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
6. Surat Edaran Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang penanganan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Prop/Kab/Kota.
7. Surat Edaran Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795/DJPN/SE/12/2005 tentang pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.
8. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan.

Adanya peraturan perundang-undangan tersebut diharapkan mampu memberikan perlindungan kepada konsumen dalam hal peningkatan kesejahteraan, harkat dan martabat konsumen, serta membuka akses informasi tentang barang dan jasa baginya, juga dapat menumbuhkan kembangkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab ketika menjalankan kegiatan usahanya.⁷

Kasus perbedaan harga ini biasanya memang seringkali dianggap kurang penting, namun hal tersebut sebenarnya sangat merugikan dan melanggar ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen karena harga yang sah disepakati konsumen adalah harga yang tertera di label barang bukan daftar harga yang ada di komputer kasir.⁸

Sebenarnya masalah konsumen tentang perbedaan harga ini sering dialami para konsumen ketika berbelanja di pasar modern tersebut. Biasanya para konsumen memakluminya dengan harapan akan adanya perubahan. Namun, ternyata perubahan malah terkadang semakin merugikan konsumen, seperti yang

⁷ Konsideran huruf d, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

⁸ A.A Sagung Agung Sintia Maharani & I. Ketut Markeling, *Akibat Hukum Terhadap Perbedaan Harga Barang Pada Label dan Harga Kasir*, Denpasar: Universitas Udayana, 2015, hlm. 4.

dialami oleh beberapa konsumen yang kemudian menuangkan kekecewaan mereka dan kerugian yang dialami melalui media massa baik media cetak, maupun media elektronik salah satunya melalui internet.

Kasus perbedaan harga tersebut banyak ditemui di supermarket dan minimarket kota-kota yang notabennya merupakan kota besar. Dari hasil verifikasi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) tercatat sejumlah pelanggaran di toko modern kelompok minimarket dan supermarket lokal, dari hasil survei, ditemukan adanya 102 pelanggaran terkait pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga, 8 pelanggaran diantaranya terkait label harga yang tidak jelas atau sukar dipahami, dan 17 pelanggaran terkait ketidaksesuaian posisi atau letak barang dengan *label* harga.⁹

Selain itu ada juga beberapa konsumen yang telah melaporkan atas kerugian yang mereka alami kepada pihak berwajib seperti salah satunya kasus terjadi di gerai Indomaret di Jalan Salak Raya, Kota Bengkulu yang dilaporkan ke polisi oleh Lembaga Sawadaya Masyarakat (LSM) Pusat Kajian Anti Korupsi (Puskaki) hal ini terjadi pada tanggal 9 Februari 2016. Alasannya, karena mereka merasa bahwa pihak Indomaret telah menjual barang dengan harga berbeda antara yang tercantum di rak dan dikasir. Adapun barang yang memiliki selisih harga di rak dan di kasir meliputi air mineral, minuman kemasan, snack, dan beberapa produk lainnya dengan selisih harga berkisar Rp 200,00 per item. Indomaret di duga telah melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.¹⁰

Kerugian yang dialami oleh konsumen akibat perbedaan harga antara di *label display* dengan harga dikasir juga pernah di alami oleh konsumen ketika berbelanja, hal ini terjadi pada tanggal 3 Agustus 2019. Warga Perumahan Duren

⁹ Lim Fatimah Timorria, “BPKN Soroti Banyaknya Pelanggaran Harga di Toko Modern”, <https://ekonomi.bisnis.com/read/bpkn-soroti-banyaknya-pelanggaran-harga-di-toko-modern>.

Diakses pada tanggal 6 Maret, Pukul 16.40 WIB.

¹⁰ Rendy Sadikin, “Barang Beda Harga di Rak dan Kasir, Indomaret di Laporkan ke Polisi”, <http://www.tribunnews.com/bisnis/barang-beda-di-rak-dan-kasir-indomaret-diaporkan-ke-polisi>.

Dikases pada tanggal 21 Maret 2020, Pukul 17.43 WIB.

Jaya, berbelanja di Alfamart Duren Jaya. Ia hanya berbelanja makanan ringan Rp 13.000. Konsumen itu mengambil 1 (satu) bungkus dan membayar produk barang belanjaan. Namun sesudah membayar dan mendapatkan struk belanja, harga yang tertera di struk belanja berbeda dengan harga yang tertera di rak. Harga yang tertera di struk Rp 49.000. Konsumen kaget, yang membuat kaget bukan harga mahal, namun karena merasa tertipu oleh pihak Alfamart. Konsumen mempertanyakan perbedaan harga tersebut tetapi pihak kasir Alfamart tidak menjelaskan, kasir tak serta-merta meminta maaf dan sadar akan kelalaiannya. Justru memarahi dan tidak bersedia mengembalikan sisa uang selisih harga pada konsumen.

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

Akibatnya, timbul banyak pertanyaan dari masyarakat mengenai bagaimana perlindungan hukum yang diberikan oleh pelaku usaha kepada para konsumen menyangkut harga. Timbulnya pernyataan tersebut dikarenakan masyarakat sangat mengharapkan adanya suatu perlindungan hukum untuk melindungi hak-hak mereka sebagai konsumen dan mendapatkan kepastian hukum atas barang-barang yang telah dibeli yang terkait dengan harga agar mereka tidak selalu dibingungkan dan dirugikan oleh pihak produsen atau pelaku usaha.

Bedasarkan pemaparan dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian hukum dengan mengangkat permasalahan mengenai **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Perbedaan Harga Pada Label Display dengan Harga Kasir Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Alfamart dan Indomaret di Perumahan Duren Jaya Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi).**

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam ketertarikan penulis dalam pembahasan pada latar belakang diatas mengenai perlindungan konsumen yang dewasa ini kini rasa cukup kompleks, dirasakan lemahnya sistem hukum dan penulis melihat adanya ketidaksesuaian dan kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam perbedaan harga pada *label display* dengan harga kasir, hal ini bertentangan dengan Pasal 4, Pasal 7, dan Pasal 10 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 10 dapat dilihat bahwa pelaku usaha dilarang untuk menawarkan, mengiklankan, mempromosikan barang atau jasa yang membuat pernyataan yang tidak benar. Untuk itu penulis ingin mengetahui sejauh mana Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan kepastian hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan dalam kasus perbedaan harga pada *label display* dengan harga kasir yang dilakukan oleh pelaku usaha.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana telah diuraikan diatas, maka masalah penelitian yang penulis dapat rumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen atas perbedaan harga pada *label display* dengan harga kasir berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana tanggung jawab yang diberikan pelaku usaha (alfamart dan indomaret) terhadap kerugian yang diderita konsumen atas terjadinya perbedaan harga pada *label display* dengan harga kasir?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap perbedaan harga pada *label display* dengan harga kasir berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis tentang tanggung jawab yang diberikan oleh pelaku usaha (Alfamart dan Indomaret) terhadap kerugian yang diderita konsumen akibat adanya perbedaan harga pada *label display* dengan harga kasir berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan kepustakaan ilmu hukum dalam memahami tentang perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi awal bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat untuk menjadi bahan acuan dalam memecahkan persoalan tentang hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli bagi para akademisi, praktisi hukum, pemerintah, maupun masyarakat pada umumnya.
 - b. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya agar sesuai dengan ketentuan yang sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maupun Peraturan Perundang-undangan lainnya.
 - c. Dari hasil penelitian ini diharapkan konsumen dapat menambah wawasan atau pengetahuan tentang hak-hak konsumen yang sudah

diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1.5 Kerangka Teoritis, Kerangka Konseptual dan Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori-teori yang bertujuan meninjau permasalahan yang ada. Adapun teori-teori yang digunakan yaitu:

1. Teori Keadilan

Apa yang dikemukakan oleh Gustav Radbruch :

Radbruch memandang *sein* dan *sollen*, materi dan bentuk, sebagai dua sisi dari satu mata uang. Materi mengisi bentuk, dan bentuk melindungi materi itulah kira-kira frase yang tepat untuk melukiskan teori Radbruch tentang hukum dan keadilan. Nilai keadilan adalah ‘materi’ yang harus menjadi isi aturan hukum. Sedangkan aturan hukum adalah ‘bentuk’ yang harus melindungi nilai keadilan.¹¹

Di Indonesia nilai keadilan digambarkan dalam Pancasila sebagai dasar negara, yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Di dalam sila kelima tersebut terkandung nilai-nilai keadilan yang harus terwujud dalam kehidupan bersama (kehidupan sosial), didasari dan dijiwai oleh manusia dengan dirinya sendiri, manusia dengan manusia lainnya, manusia dengan masyarakat, bangsa, negara, serta hubungan manusia dengan Tuhannya.¹² Keadilan sosial berarti keadilan yang berlaku dalam masyarakat disegala bidang baik materi maupun spiritual, yaitu yang menyangkut adil dibidang hukum, ekonomi, politik, sosial dan kebudayaan.

Dari landasan keadilan yang terdapat pada dasar negara Indonesia maka jelas bahwa salah satu kewajiban konstitusional dari negara atau pemerintah adalah menciptakan dan melindungi keadilan bagi warga negaranya, karena keadilan merupakan hak dasar yang dimiliki oleh setiap umat manusia. Hal tersebut juga berlaku pada hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, dimana konsumen dan pelaku usaha memiliki hak-hak serta kewajiban tertentu yang harus dipenuhi demi terciptanya rasa keadilan diantara keduanya.

¹¹ Sajipto Rahardjo, *Teori Hukum Startegi Tertib Manusia Lintas Ruang Dan Generasi*, Yogyakarta: Genta Publishing, 2013, hlm. 1.

¹² Kaelan, *Pedidikan Kewarganegaraan untuk Perguruan Tinggi*, Yogyakarta: Paradigma, 2007, hlm. 36.

Berkaitan dengan hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, dimana keduanya memiliki posisi yang tidak seimbang maka akan mudah disalahgunakan oleh pihak yang lebih kuat. Tentunya hal tersebut akan berdampak lebih buruk jika pelaku usaha yang memiliki posisi lebih kuat didukung fasilitas yang memungkinkan untuk bertindak secara sepihak. Untuk mencegah hal tersebut maka pemerintah menetapkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai upaya untuk melindungi hak-hak konsumen. Disamping itu, hukum memiliki hubungan yang sangat erat dengan keadilan, karena tujuan hukum adalah untuk menciptakan rasa keadilan pada masyarakat.

2. Teori Perlindungan Hukum

Menurut Fitzgerald sebagaimana dikutip Sajipto Rahardjo awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran Stoic). Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.¹³

Fitzgerald menjelaskan teori perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan dilain pihak. Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang ada pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.¹⁴

¹³ Sajipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hlm. 53.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 54.

Menurut Sajipto Rahardjo perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman terhadap hak asasi manusia (HAM) yang dirugikan orang lain dan perlindungan itu diberikan kepada masyarakat agar dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.¹⁵

Selanjutnya menurut Pjillipus M. Hadjon memaparkan bahwa perlindungan hukum bagi rakyat adalah sebagai tindakan pemerintah yang bersifat *preventif* dan *represif*.¹⁶ Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa. Yakni suatu bentuk perlindungan hukum dimana rakyat diberi kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu pemerintah mengambil keputusan yang bersifat final. Sedangkan perlindungan represif yakni bentuk perlindungan hukum dimana lebih ditujukan dalam penyelesaian, termasuk cara penanganannya di lembaga peradilan.¹⁷

Dari uraian para ahli diatas dapat memberikan pemahaman bahwa perlindungan hukum merupakan gambaran dari bekerjanya fungsi hukum untuk mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yakni keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum sesuai dengan aturan hukum, baik itu yang bersifat preventif maupun dalam bentuk yang bersifat represif, baik yang secara tertulis maupun tidak tertulis dalam rangka menegakkan peraturan hukum.

3. Teori Perlindungan Konsumen

Prinsip-prinsip yang muncul tentang kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha berangkat dari doktrin atau teori yang dikenal dalam perjalanan sejarah hukum perlindungan konsumen, antara lain:

a. *Let they buyer beware*

Doktrin *let the buyer beware* atau *coveat emptor* dasar dari lahirnya sengketa konsumen. Asas ini berasumsi, pelaku usaha dan konsumen adalah 2 (dua) pihak yang sangat seimbang sehingga konsumen tidak memerlukan perlindungan. Prinsip ini mengandung kelemahan, bahwa dalam perkembangan konsumen tidak mendapat informasi yang memadai untuk

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 69.

¹⁶ Pjillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987, hlm. 18.

¹⁷ Maria Alfons, *Implementasi Perlindungan Indikasi Geografis Atas Produk-Produk Masyarakat Lokal Dalam Perspektif Hak Kekayaan Intelektual*, Malang: Universitas Brawijaya, 2010, hlm. 2.

menentukan pilihan terhadap barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya. Hal tersebut dapat disebabkan oleh keterbatasan pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkannya. Dengan demikian, apabila konsumen mengalami kerugian maka pelaku usaha dapat beralih bahwa kerugian tersebut akibat dari kelalaian sendiri.

b. *The due care theory*

Doktrin ini menyatakan, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produk, baik barang maupun jasa. Selama pelaku usaha berhati-hati dengan produknya, maka pelaku usaha tidak dapat dipersalahkan. Jika ditafsirkan secara *a-contario*, untuk mempersalahkan si pelaku usaha, seseorang harus dapat membuktikan, pelaku usaha telah melanggar prinsip kehati-hatian.

Ditinjau dari pembagian beban pembuktian, tampak si penggugat harus membentangkan bukti-bukti, sedangkan si tergugat cukup bersikap menunggu. Berdasarkan bukti-bukti dari si penggugat barulah ia membela diri, misalnya dengan memberikan bukti-bukti kontrak yang menyatakan dalam peristiwa tadi sama sekali tidak ada kelalaian. Hal ini sesuai dengan jiwa pembuktian pada hukum privat di Indonesia yaitu pembuktian ada pada si penggugat, sesuai dengan Pasal 1865 KUH Perdata yang secara tegas menyatakan bahwa barang siapa yang mendalilkan mempunyai sesuatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.

c. *The privity of contract*

Doktrin ini menyatakan, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan diluar hal-hal yang diperjanjikan. Dengan demikian konsumen dapat menggugat berdasarkan wanprestasi (*contract liability*). Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 1340 KUHPerdata yang menyatakan tentang ruang lingkup berlakunya perjanjian hanyalah antara pihak-pihak yang membuat perjanjian saja.

Dalam perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen yang bersifat masif, seperti perjanjian standar, jelas hanya hal-hal yang dianggap kesalahan prinsipil yang diperjanjikan. Kesalahan-kesalahan “kecil” menurut versi pelaku usaha. Biasanya tidak disinggung secara khusus dalam perjanjian. Akibatnya, bila konsumen menuntut pelaku usaha atas kesalahan-kesalahan “kecil” pelaku usaha dapat berdalih, jenis kesalahan seperti itu tidak tercakup dalam perjanjian.¹⁸

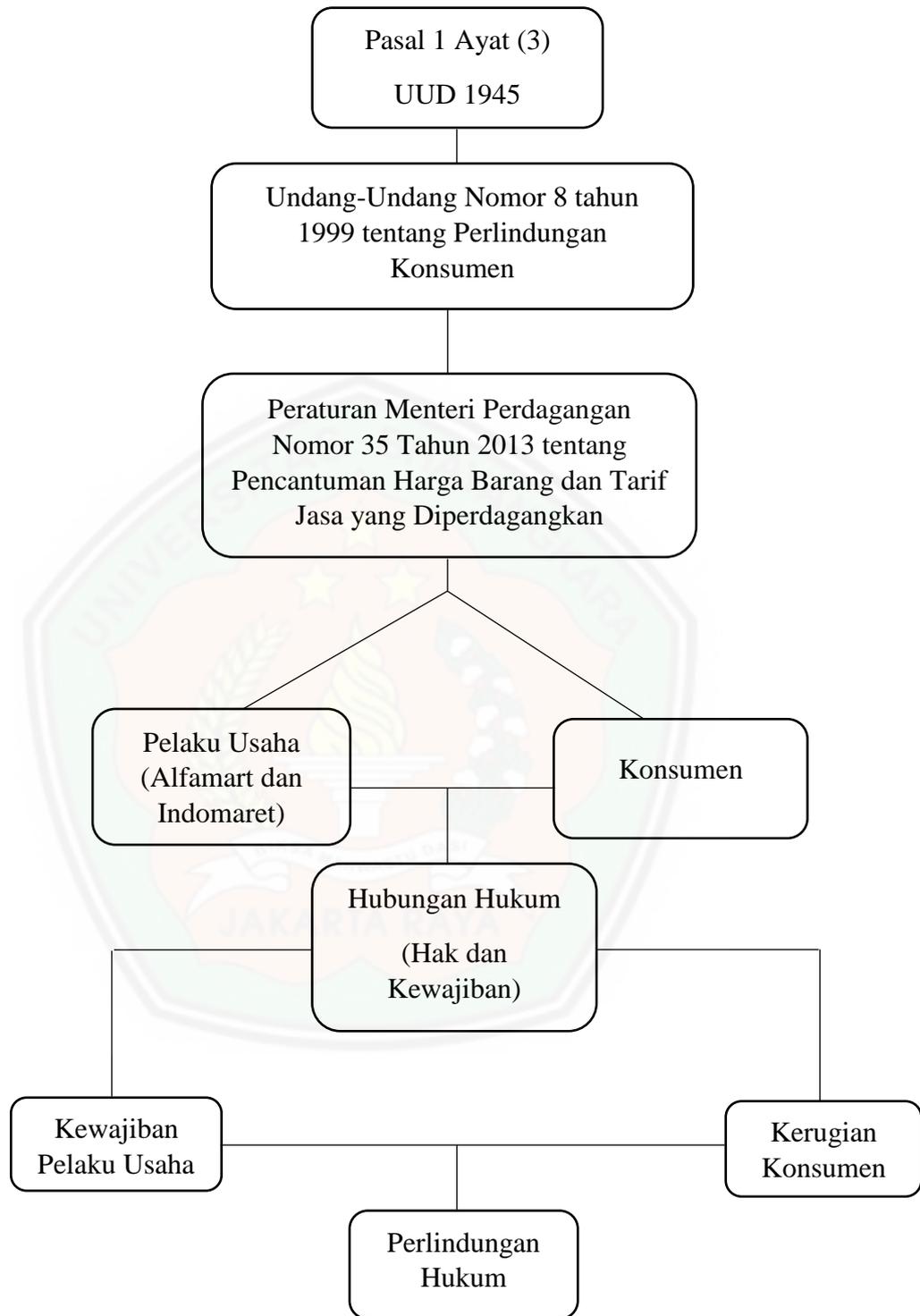
1.5.2 Kerangka Konseptual

Sebelum membahas lebih lanjut mengenai pokok permasalahan, akan diberikan batasan dari kata, istilah, dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Pembahasan ini diharapkan dapat menjawab permasalahan yang terkait dengan penelitian ini, dan agar terjadi persamaan sudut pandang dalam memahami permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Perlindungan Hukum adalah sebuah hak yang bisa di dapatkan oleh semua warga negara secara merata dan hak itu diberikan oleh pemerintah bila warga negara tersebut sudah memenuhi syarat-syarat tertentu.
2. Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
3. 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.
4. Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
5. Label merupakan salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual.
6. Harga adalah nilai barang dalam jumlah satuan atau jumlah tertentu yang dinyatakan dengan rupiah.

¹⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004, hlm. 61-63.

1.5.3 Kerangka Pemikiran



1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan pembaca memahami isi dari materi, maka penulis menyusun berdasarkan pedoman penulisan skripsi di Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis, kerangka konseptual, dan kerangka pemikiran, dan terakhir sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang pengertian hukum perlindungan konsumen, asas dan tujuan hukum perlindungan konsumen, pihak-pihak terkait dalam perlindungan konsumen, hak dan kewajiban perlindungan konsumen dan pelaku usaha, perjanjian jual beli, prinsip-prinsip tanggung jawab dalam perlindungan konsumen. Serta bahan pustaka secara sistematis yang berhubungan langsung dengan keperluan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, penulis akan menjelaskan mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber bahan hukum, metode pengumpulan bahan hukum, metode analisis bahan hukum, dan lokasi penelitian yang kemudian akan dipecahkan masalahnya.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, penulis akan menganalisis fakta-fakta dan hasil penelitian guna memecahkan permasalahan sesuai dengan metode penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini, penulis menyampaikan pendapat yang berisi kesimpulan, yang merupakan rangkuman dari pembahasan dan juga saran dari permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini.