



**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA ATAS KERUGIAN
KONSUMEN AKIBAT PERBEDAAN HARGA BARANG PADA
LABEL DAN KASIR STUDI DIKOTA MATARAM**

***RESPONSIBILITY OF BUSINESS ACTORS FOR CONSUMER LOSSES
DUE TO DIFFERENCES IN THE PRICE OF GOODS ON THE LABEL
AND AT THE CASHIER STUDY IN MATARAM CITY***

Irma Aulia Ariani

Fakultas Hukum Universitas Islam Al-Azhar Mataram

Email : irmaaulia011@gmail.com

M. Ikhsan Kamil

Fakultas Hukum Universitas Islam Al-Azhar Mataram

Email : kamil.notaris@gmail.com

Irma Istihara Zain

Fakultas Hukum Universitas Islam Al-Azhar Mataram

Email : irma.istihara96@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggungjawab dari pelaku usaha dan Faktor apa saja yang menyebabkan kerugian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum empiris. Hasil dari penelitian ini faktor penyebab terjadinya perbedaan harga label dan struk kasir antara lain: kelalaian dapat terjadi karena tidak fokusnya karyawan saat menempel harga pada label, harga terbaru yang telah siap ditempelkan untuk perubahan harga barang, karyawan kemungkinan malas untuk mengecek dan mengganti harga pada label sehingga harga barang yang seharusnya sudah tidak berlaku masih tertempel dan tidak diganti dengan harga yang baru karena kemalasan dari karyawan. Terbatasnya jumlah karyawan dan banyaknya pelanggan yang harus dilayani menyebabkan karyawan tidak sempat mengganti harga terbaru yang seharusnya diletakkan pada label. Sehingga timbulnya kecurangan dari pihak supermarket. Pertanggungjawaban dari salah satu pegawai alfamart, yang mengakibatkan konsumen merasa dirugikan, karena tugas mereka untuk menata barang dan melayani konsumen serta memberi harga pada barang yang sesuai yang sudah ditentukan dari kantor. Faktor yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya dengan masih rendah, hal tersebut disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, undang-undang perlindungan konsumen dimaksudkan yang menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Oleh karena itu, undang-undang perlindungan konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Kata Kunci: Tanggungjawab Pelaku Usaha; Label Harga; Perlindungan Konsumen

Abstract

The purpose of this study is to find out the responsibilities of business actors and what factors cause consumer losses. This study uses empirical law research methods. The results of this study are the factors that cause the difference in the price of labels and cashier receipts, including: negligence can occur due to the employee's lack of focus when attaching the price to the label,

the latest price that is ready to be pasted for changes in the price of goods, employees may be lazy to check and change the price on the label so that the price of goods that should no longer be valid is still pasted and not replaced with a new price due to laziness from employees. The limited number of employees and the number of customers that must be served caused employees not to have time to change the latest price that should be placed on the label. So that fraud arises from the supermarket. Accountability from one of the alfamart employees, which resulted in consumers feeling disadvantaged, because of their duty to arrange goods and serve consumers as well as to price the appropriate goods that had been determined from the office. The factor that is a weakness of consumers is the low level of consumer awareness of their rights, this is due to low consumer education. Therefore, the consumer protection law is intended to be a strong legal foundation for the government and non-governmental consumer protection institutions to make efforts to empower consumers through consumer coaching and education. Therefore, the consumer protection law is intended to be a strong legal foundation for the government and non-governmental consumer protection institutions to make efforts to empower consumers through consumer coaching and education.

Keywords: Business Actors' Responsibilities; Price Labels; Consumer Protection

A. PENDAHULUAN

Pada era perdagangan bebas saat ini dalam suatu hubungan produsen dengan konsumen menjadi semakin terbuka diberbagai antar Negara dan bekerja sama melalui pasar internasional untuk itu dibutuhkan perkembangan pasar modern dengan sistem perlindungan konsumen.¹ Namun perlindungan konsumen yang diberikan tidak hanya dapat memerlukan perangkat hukum nasional saja untuk bisa dimanfaatkan, namun sebenarnya membutuhkan yang dinamakan perangkat internasional dalam jaringan kerja sama tersebut, dalam perlindungan konsumen ini sangat penting untuk mengingat bahwa konflik hukum antara Negara dan pihak yang berkepentingan di era perdagangan bebas yang semakin luas dan terbuka.

Perkembangan industri barang dan jasa di satu pihak membawa dampak positif, antara lain tersedianya kebutuhan dalam jumlah yang mencukupi, mutu barang dan jasa lebih baik serta adanya alternative pilihan bagi konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya. Akan tetapi di lain pihak terdapat dampak negatif berupa dampak dari penggunaan teknologi itu sendiri serta perilaku bisnis yang timbul karena semakin ketatnya persaingan yang mempengaruhi masyarakat konsumen. Para produsen atau pelaku usaha akan mencari keuntungan yang setinggi-tingginya sesuai dengan prinsip ekonomi.² Dalam rangka mencari untung, produsen atau pelaku usaha harus bersaing antar sesama mereka dengan perilaku bisnisnya sendiri yang pada akhirnya dapat merugikan konsumen. Berkaitan dengan hal-hal tersebut di atas, maka konsumen perlu dilindungi secara hukum dari kemungkinan kerugian yang dialaminya karena praktek bisnis curang atau tidak sehat tersebut. Perlindungan konsumen merupakan suatu hal yang cukup baru dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, meskipun mengenai perlunya peraturan perundang-undangan yang komprehensif bagi konsumen tersebut sudah digaungkan sejak lama. Praktek monopoli dan tidak adanya perlindungan konsumen telah meletakkan posisi konsumen dalam tingkat yang terendah dalam menghadapi para pelaku usaha. Dengan tidak adanya alternatif yang dapat diambil atau dipilih oleh konsumen telah menjadi suatu hal yang umum dalam dunia usaha atau industri di Indonesia. Dengan demikian, maka terdapat 4 (empat) alasan pokok mengapa konsumen harus dilindungi antara lain:

1 Kristiyanti, Celina Tri Siwi. (2021). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT. Sinar Grafika, hlm. 11.

2 Dewi, Yessy Kusuma dan Sharon, Grace. (2022). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT. Lembaga Fatimah Azzahrah, hlm. 3-6.

- a. Melindungi konsumen sama artinya dengan melindungi seluruh bangsa sebagaimana yang diamanatkan oleh tujuan pembangunan nasional menurut Pembukaan UUD 1945.
- b. Melindungi konsumen perlu untuk menghindarkan konsumen dari dampak negatif penggunaan teknologi.
- c. Melindungi konsumen perlu untuk menciptakan iklim persaingan yang sehat jasmani dan rohani bagi para pelaku usaha untuk menjaga kesinambungan pembangunan nasional.
- d. Melindungi konsumen perlu untuk menjamin sumber dana pembangunan yang bersumber dari masyarakat konsumen.

Karena hukum perlindungan konsumen berada dalam bidang perekonomian khususnya berkaitan dengan menjalankan bisnis, maka hukum perlindungan konsumen termasuk ke dalam hukum ekonomi khususnya hukum bisnis. Pada hukum perlindungan konsumen dipersoalkan bagaimana ketentuan-ketentuan hukum yang berkaitan dengan menjalankan bisnis sehingga tidak merugikan konsumen dan sebaliknya bagaimana konsumen dapat memperoleh perlindungan secara hukum atas hak-haknya.

Berdasarkan pada beberapa fungsi negara tersebut, realisasi jaminan perlindungan akan hak-hak konsumen di Indonesia telah diwujudkan dalam bentuk pemberlakuan UUPK sejak tahun 1999 beserta semua perangkat peraturan pelaksanaannya sebagai proses dalam menjalankan penegakan hukum yang memberikan keseimbangan dan kemanfaatan yang sama antara konsumen dan pelaku usaha.³ UUPK merupakan Undang-Undang payung (Umbrella Act) yang menjadi aturan umum bagi perlindungan semua konsumen. Pengaturan mengenai perlindungan konsumen juga diatur dalam berbagai peraturan spesialis (khusus) tergantung dari jenis konsumennya, seperti perlindungan bagi konsumen perbankan maka secara eksplisit dimuat pada pasal-pasal yang terdapat pada Undang-Undang Perbankan. Pengaturan mengenai perlindungan konsumen pangan dan obat-obatan dimuat dalam Undang-Undang Kesehatan. Pengaturan mengenai perlindungan konsumen pengguna kereta api diatur dalam Undang-Undang Perkereta apian, begitu juga dengan konsumen angkutan laut, darat, dan udara diatur dalam Undang-Undang spesialisnya tersendiri. Selain aturan dalam tataran Undang-Undang, aturan mengenai perlindungan konsumen juga hingga ke tingkat tata urutan peraturan pelaksanaannya mulai dari Peraturan Pemerintah, Peraturan Presiden, Peraturan Menteri, Peraturan Daerah, hingga Peraturan Komisi.

Berkaitan dengan sistem hukum perlindungan konsumen sebagai pemikiran dasar tentang campur tangan Negara melalui badan eksekutif, legislative, dan yudikatif pada penciptaan hukum, penerapan hukum, dan pengembangan hukum perlindungan konsumen di suatu Negara. Oleh karena itu hukum perlindungan konsumen dalam hal ini jelas tidak berdiri sendiri di dalam masyarakat, tetapi berkaitan dengan sektor kehidupan lain, karena harus menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat untuk mencapai tujuan masyarakat. Hal ini dilakukan karena pada dasarnya konsumen kedudukannya lemah baik dilihat dari sisi ekonomi, pendidikan maupun daya tawar, maka sangat diperlukan aturan-aturan hukum yang melindungi kepentingan-kepentingan konsumen.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum empiris yaitu mengkaji hukum yang dikonsepkan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*), sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis, yang dialami setiap orang dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, penelitian

³ Emirzon, Joni. (2022). Hukum Perlindungan Konsumen. Palembang: PT. Universitas Sriwijaya Kampus Unsri, hlm. 9 – 10.

hukum empiris ini disebut juga penelitian hukum sosiologis. Istilah penelitian hukum empiris diantaranya; *empirical legal research*, penelitian hukum sosiologis (empiris), penelitian sosio legal (*socio legal research*).⁴ Untuk menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen akibat perbedaan harga barang pada label dengan kasir di Kota Mataram.

C. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dianalisis secara *deskriptif* yaitu metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data yang sesuai dengan sebenarnya, kemudian data tersebut diolah dan dianalisis untuk memberikan gambaran mengenai masalah tersebut yaitu menyelesaikan kasus tentang tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen atas perbedaan harga barang pada label dan dikasir di Kota Mataram. Dalam hal ini masih banyak terjadi antara pelaku usaha yang lalai melakukan pelayanan yang baik untuk konsumen dengan perbedaan harga barang pada label dan dikasir di wilayah Mataram. Secara umum pengertian label adalah suatu bentuk keterangan suatu produk. Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan manusia, oleh karenanya menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Pada tanggal 20 April 1999, Indonesia memiliki instrumen hukum yang integratif dan komprehensif yang mengatur tentang perlindungan konsumen yaitu dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pengaturan perlindungan konsumen tersebut dilakukan dengan:⁵

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu, menyesatkan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang lainnya.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang – bidang lainnya.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang semakin penting karena mengingat akan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi yang produktivitas dan efisiensi produsen atas barang dan/atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia mengingat terjadinya kompleks permasalahan yang menyangkut akan perlindungan konsumen. Dengan berdirinya yayasan lembaga konsumen di Indonesia adalah untuk melindungi para konsumen terhadap barang-barang produksi yang dihasilkan oleh produsen yang merupakan kemajuan di Indonesia, bahwa konsumen sudah mulai sadar untuk menggunakan haknya sebagai konsumen.

1. Faktor Penyebab Kerugian Konsumen

4 Muhaimin. (2020). Metode Penelitian Hukum. Mataram: Mataram University Press, hlm. 80.

5 Widyawati, Agnes Maria Janni. (2018). Tanggung Jawab Produsen Terhadap Konsumen Atas Barang Yang Menimbulkan Kerugian. Jurnal Spektrum Hukum, XV(2), 258. Dikutip dari <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/SH/article/view/1120>.

Ada beberapa faktor penyebab terjadinya perbedaan harga label dan struk kasir antara lain:

a. Kelalaian dari karyawan toko.

Berdasarkan dari wawancara dengan Bapak Harun (kepala toko) selaku pegawai Alfamart. Bahwa kelalaian dapat terjadi karena tidak fokusnya karyawan saat menempel harga pada label, harga terbaru yang telah siap ditempelkan untuk perubahan harga barang⁶. Hal ini bisa dapat terjadi karena adanya sejumlah barang yang tata letaknya berdekatan selain itu harga terbaru barang yang telah dicetak tersebut jumlahnya kurang dari tempat barang yang mengalami perubahan harga, sehingga tidak semua barang yang mengalami perubahan harga dipasangkan label harga terbaru.

b. Faktor kemalasan karyawan toko.

Bahwa karyawan kemungkinan malas untuk mengecek dan mengganti harga pada label sehingga harga barang yang seharusnya sudah tidak berlaku masih tertempel dan tidak diganti dengan harga yang baru karena kemalasan dari karyawan. Data harga barang yang bermasalah dari pusat Berdasarkan wawancara dengan Ibu Rani selaku konsumen Alfamart. Bahwa sebelum adanya perubahan harga yang terjadi di Alfamart, dari pihak alfamart menjelaskan bahwa sudah ada ketentuan dikantor pusat akan memberitahukan beberapa barang yang mengalami perubahan harga melalui e-mail untuk memberitahukannya langsung kepada kepala toko masing-masing Alfamart. Namun tidak jarang terjadi kekeliruan terhadap harga yang akan dikirim apabila beberapa produk yang sering mengalami promo. Hal ini terlihat ketika adanya pembelian disekitar kasir, kemungkinan harga pada kasir belum diatur diskon atau masa berlaku diskon telah berakhir tetapi harga tetap tertera pada label belum dicabut atau diperbaharui. Kebijakan perusahaan yang kurang berpihak pada keterbatasan karyawan toko.

c. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Dodik selaku Pegawai Indomaret.⁷ bahwa keterbatasan jumlah karyawan dan banyaknya daftar harga yang harus diganti dapat menjadi pemicu adanya perbedaan harga pada label dan struk kasir. Terbatasnya jumlah karyawan dan banyaknya pelanggan yang harus dilayani menyebabkan karyawan tidak sempat mengganti harga terbaru yang seharusnya diletakkan pada label. Timbulnya kecurangan dari pihak supermarket.

Hal yang memungkinkan terjadi terkait perbedaan harga pada label dan struk kasir adalah kecurangan dari karyawan toko yang bertugas dikasir maupun dari pihak *management* toko karena kekuasaan ada di bagian *management* baik yang mengatur dan menetapkan strategi toko. Kekuasaan yang diberikan bisa saja disalahgunakan untuk kepentingan pribadi dengan cara memanipulasi harga pada kasir.⁸ Pihak Alfamart ataupun indomaret sendiri ketika mengalami permasalahan tentang perbedaan harga maka kebijakan dari perusahaan tersebut selain meminta maaf juga memberikan keringanan dengan memberikan harga terendah dari jumlah harga yang harus di bayarkan, apabila di label tertera dengan harga Rp.15.000 dan kemudian di struk kasir saat pembayaran sejumlah Rp.20.100 maka dari pihak Alfamart akan memberikan harga terendah yaitu Rp.15.000 untuk di bayarkan dan itu di pertanggungjawabkan diberikan pihak Alfamart kepada konsumen yang mengalami perbedaan harga.

Dalam pasal 5 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban konsumen adalah membaca dan mengikuti petunjuk dan prosedur pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan serta keselamatan. Berdasarkan ketentuan itu dihipau pada konsumen untuk membaca daftar harga pada label dengan benar dan memastikan pada saat saat pembayaran agar tidak menimbulkan

6 Wawancara dengan Kepala Toko, pada tanggal 4 Mei 2024.

7 Wawancara dengan Pegawai Indomaret, pada tanggal 4 Mei 2024.

8 *Ibid.*,

kerugian bagi para konsumen. Perlindungan konsumen adalah istilah yang di pakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhanehari-hari. Menurut pasal 1 angka 1 UUPK merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen baik yang berkaitan barang dan jasa.

Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi agar membuat konsumen senang dan banyak yang berlangganan dengan adanya persaingan pasar yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi para pelaku usaha, harga sangat mempengaruhi posisi kinerja keuangan serta mempengaruhi pengetahuan dalam pendapatan keuntungan setiap harinya. Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi dan dampak, tindakan penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai konsumen. Bahkan para konsumen dapat melakukan suatu reaksi yang dapat menjatuhkan nama baik pelaku usaha, apabil kewenangan harga tidak berada pada pelaku usaha malainkan berada pada kewajiban pemerintah, maka penetapan harga yang tidak diinginkan oleh pembeli (dalam hal ini adalah masyarakat) bisa mengakibatkan suatu rezki penolakan oleh banyak orang atau sebagian kalangan.

Tujuan Perlindungan Konsumen dalam Hukum UUPK adalah perlindungan konsumen di dalam UUPK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 yaitu:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkanya dari akses negatif, pemakaian barang dan juga jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi, serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produk barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Salah satu tujuan UUPK adalah untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen. Penerapan penyelesaian pada permasalahan perbedaan harga yang terdapat di Alfamart adalah dengan memberikan harga terendah sesuai dengan Permendag Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013. Dalam penyelesaian masalah tersebut pihak Alfamart juga menyelesaikan dengan secara Kekeluargaan.

2. Perlindungan Dan Pertanggungjawaban Konsumen

a. Pengertian Konsumen

Dalam definisi atau pengertian konsumen secara yuridis formal ditemukan pada pasal 1 angka 2 Undang-undang perlindungan konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik untuk kepentingan sendiri maupun orang lain.⁹ Adapun unsur-unsur definisi konsumen antara lain :

1. Setiap orang, diartikan bahwa setiap orang yang disebut sebagai konsumen adalah orang yang menggunakan barang dan/ atau jasa. Namun dalam istilah orang yang dapat menimbulkan keraguan, apakah hanya sebagai orang individual yang lazim disebut *natuurlijke person*

9 Mashdurohantun, Anis. (2019). Hukum Perlindungan Konsumen. Semarang: PT. Unussula Press, hlm. 30.

dan termasuk bahan hukum (*rechtspersoon*). Sebab itu konsumen harus mencakup juga bahan usaha dengan makna luas dari pada hukum.

2. Pemakai, dalam lingkup konsumen pemakai yang di kemukakan dengan bunyi pasal 1 angka 2 undang-undang perlindungan konsumen, “pemakai” konsumen adalah konsumen akhir (ultimate consumer) hal tersebut tepat digunakan dalam rumusan.
3. Barang dan/ atau jasa, Istilah barang atau jasa yang berkaitan dengan barang dan juga sebagai pengganti istilah tersebut digunakan kata produk.¹⁰ Undang-undang perlindungan konsumen mengartikan bahwa barang sebagai setiap benda, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dihabiskan maupun tidak dihabiskan untuk dapat diperdagangkan misalkan; dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
4. Bahwa dalam masyarakat tersebut terkait barang dan/ atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah seharusnya tersedia dipasaran dilihat juga bahwa di pasal 9 ayat 1 huruf e undang - undang perlindungan konsumen. di perdagangan yang semakin kompleks ini dan syarat itu tidak mutlak lagi untuk dituntut oleh konsumen.
5. Bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain. Dalam hal tersebut konsumen ditunjukkan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain. Kepentingan ini tidak sekedar ditunjukkan bagi diri sendiri dan keluarga.
6. Barang dan/ atau jasa, Barang dan/ atau jasa tidak untuk diperdagangkan akan tetapi pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu hanyalah bisa digunakan dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai Negara yang terasuk didalamnya, salah satunya bagian dari hukum konsumen ini adalah aspek perlindungan konsumen.

a. Hak-hak Konsumen *prespektif* UUPK

Dalam Undang-undang perlindungan konsumen telah menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut:¹¹

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa.
2. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan atau jasa 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 jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan oleh konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan dan 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 yang diperjanjikan dan sebagaimana semestinya.
9. Hak hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

10 Irianti, Budi Santoso dan Wuryandari, Sri Wulan. (2023). Keseimbangan Hukum Dan Ekonomi Sebagai Pendulum Dalam Tranaksi Jual Beli Online Di Indonesia. Jurnal Legal Reasoning, 6 (1), 74. Dikutip dari <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jlr/article/view/5695>.

11 Zulham. (2013). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group, hlm. 50.

Bidang perdagangan yang telah menghasilkan berbagai macam produk serta barang yang baik dan layak untuk dikonsumsi. Selain itu didukung juga dengan kemajuan teknologi yang sangat canggih sehingga mempermudah transaksi di dalam atau di luar negeri dan juga transaksi bisa juga dilakukan dengan cara *online dan offline*. Hal demikian tentunya memberikan pengaruh positif maupun negatif bagi konsumen atau pembeli. Seiring dengan kemajuan dari berbagai aspek tempat membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari juga semakin berkembang, pasar tradisional yang dulunya sangat dicari kini sudah mulai ditinggalkan dan beralih kepasar modern seperti Alfamart. Hal ini terjadi karena supermarket menjual barang-barang yang lebih lengkap, tatanan yang lebih rapi serta fasilitas yang nyaman jika dibandingkan dengan pasar tradisional. Selain itu Alfamart juga sering mengadakan promo dengan adanya potongan harga yang akhirnya membuat banyak konsumen datang untuk berbelanja. Cara ini dilakukan sebagai usaha untuk meningkatkan keuntungan dan mengurangi jumlah barang yang terlarak banyak numpuk di gudang penyimpanan. Namun di balik kelebihan-kelebihan tersebut Alfamart juga memiliki beberapa kekurangan diantaranya ada saja karyawan yang memberikan pelayanan yang kurang memuaskan serta adanya perbedaan harga label dan struk kasir, kesalahan ini seringkali terjadi dan menyebabkan kerugian bagi konsumen yang harus membayar dengan harga lebih dari total belanjaan yang harus di bayar serta tidak jarang menimbulkan kekecewaan maupun kemarahan dari konsumen.

Kasus perbedaan harga ini biasanya memang seringkali dianggap kurang penting, namun hal tersebut sebenarnya sangat merugikan dan telah melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Jika dikaitkan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 4 huruf (b) jelas disebutkan bahwa salah satu hak konsumen adalah hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa sesuai nilai tukar dan jaminan.

Pelaku usaha yang seharusnya mencantumkan harga dengan wajar yaitu melalui perhitungan yang teliti dan benar karena kedudukan sebagai pelaku usaha tidak dapat dijadikan alasan untuk menetapkan harga yang berbeda pada label dan pada struk kasir saat melakukan pembayaran dan ini akan berdampak pada konsumen.¹² Mengenai aturan pencantuman harga barang dan jasa yang akan dijual telah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013 tentang pencantuman harga barang dan tarif harga yang diperdagangkan. Pada dasarnya setiap pelaku usaha yang menjual barang baik secara eceran kepada konsumen mudah dilihat. Hal ini dapat dilihat pada Pasal 2 Ayat (1) Permendag 35/2013) akan tetapi ini tidak berlaku bagi pemilik usaha mikro.

Sementara pada Pasal 3 ayat (1) Permendag 35/2013 ditentukan bahwa harga pada barang tersebut diletakkan atau ditempelkan pada barang yang bersangkutan serta diletakkan dekat dengan barang dan disertai dengan jumlah barang satuan. **Perlindungan Dan Pertanggungjawaban Konsumen**

Menurut *inosentius syamsul*, hukum perlindungan konsumen terdiri dari beberapa peraturan perundang-undangan serta peraturan lainnya yakni keputusan yang dibuat oleh hakim tersendiri yang berisi keseluruhan pengaturan mengenai kebutuhan konsumen.¹³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang memiliki ketentuan dengan menyatakan bahwa semua undang-undang yang ada dan berkaitan dengan perlindungan konsumen yang tetap berlaku, apabila tidak bertentangan dengan yang

12 Andini, Izzatul Husna. (2019). Implementasi Permendag Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013 Dalam Penyelesaian Sengketa Tarif Pada Label Harga (Studi Kasus di *Alfamart* Sekampung Lampung Timur). (Skripsi). Di kutip dari <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2222/>.

13 *Op. Cit.*, Kristiyanti, Celina Tri Siwi, hlm. 47.

telah diatur khusus oleh undang-undang tersebut, oleh karena itu perlindungan konsumen dalam kaidah-kaidah hukum peraturan perundang-undangan umum yang mungkin akan dapat mengatur dan atau melindungi hubungan dengan masalah konsumen dengan penyedia barang atau jasa. Peraturan perundang-undangan umum adalah semua peraturan perundangan tertulis yang dikembangkan oleh badan-badan yang berwenang baik dipusat maupun di daerah-daerah.

Tujuan umum dari perlindungan konsumen ini adalah untuk menjamin adanya hak-hak bagi konsumen yang dirugikan agar bisa terlindungi dan adil dalam melakukan transaksi untuk produsen atau dengan pemberi layanan, konsumen saat ini penuh dengan perlakuan yang harus diperlukannya melalui pendekatan yang tepat agar tidak dapat menimbulkan permasalahan dengan mengarah pada tindakan negatif yang terjadi seperti informasi yang kurang jelas atau bahkan menyesatkan kualitas barang tersendiri yakni, pemalsuan, perbedaan harga barang, penjualan produk cacat dan lain sebagainya.¹⁴

Hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu yang bisa diartikan dalam hukum administrasi Negara, hukum pidana, hukum acara perdata dan /atau hukum *acara* pidana dan hukum internasional khususnya hukum perdata internasional. Segala kaidah hukum maupun asas-asas hukum kesemua cabang-cabang hukum publik agar berkaitan dalam hubungan hukum konsumen dan/ atau permasalahan untuk penyedia barang atau penyelenggara jasa dapat diperlakukan.

Dalam undang-undang perlindungan konsumen pasal 1 angka 2 UUPK menjelaskan bahwa “konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam lingkungan masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan” sebagai pengguna barang atau jasa, konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang tegas untuk memastikan kepuasan dan kualitas dalam mengkonsumsi barang atau jasa tersebut oleh konsumen.¹⁵ Hal lain juga harus diteliti bahwa cakupan konsumen dalam UUPK merupakan yang sempit. Sehingga dapat dikeluarkan sebagai konsumen sesungguhnya tidak hanya semata-mata dilihat terbatas pada subjek hukum yaitu disebut “orang”, akan tetapi masih ada subjek hukum lain yang diartikan sebagai konsumen akhir yaitu “badan hukum” yang mengonsumsi barang dan /atau jasa agar tidak diperdagangkan.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya dengan masih rendah, hal tersebut disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen.¹⁶ Oleh karena itu, undang-undang perlindungan konsumen dimaksudkan yang menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Dalam upaya pemberdayaan ini sangat penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi. Pelaku usaha adalah suatu mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan seminimal mungkin. Prinsip tersebut sangat merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang mendirikan dan berkedudukan dengan kegiatan disekitar wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik secara sendiri maupun bersama-sama dalam melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 88.

¹⁵ Miru, Ahmad & Yodo, Sutarman. (2004). Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 4.

¹⁶ Kansil, C.S.T & Christine. (2002). Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Diindonesia. Jakarta: PT. Sinar Grafika, hlm. 211.

ekonomi. Pelaku usaha juga diartikan sebagai perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, *importer*, pedagang, *distributor* dan lainnya. Dalam hukum dagang ini juga dijelaskan bahwa barang adalah sebuah barang atau benda berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak dan dapat dihabiskan maupun tidak dihabiskan untuk dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau bisa dimanfaatkan oleh konsumen. Sedangkan jasa merupakan setiap layanan yang dilakukan dengan berbentuk pekerjaan yang disediakan oleh masyarakat untuk di manfaatkan oleh konsumen.

Unsur –Unsur Tanggungjawab

Dalam Undang-Undang perlindungan konsumen beberapa unsur tanggungjawab yaitu :

a. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability based on fault*) adalah prinsip tanggungjawab berdasarkan unsur kesalahan prinsip yang cukup berlaku yang dimaksud adalah unsur kesalahan yang menyatakan bahwa seseorang dapat dimintakan pertanggungjawaban secara hukum apabila ada unsur kesalahan yang dilakukan.¹⁷ prinsip ini menyatakan bahwa, seseorang dapat dimintakan pertanggungjawaban secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukan dalam (pasal 1365 KUHPerdara), dimana ada 3 unsur pokok yaitu:

- a. Adanya perbuatan;
- b. Adanya unsur kesalahan;
- c. Adanya kerugian yang diderita.

Maka secara umum tanggungjawab akan dapat diterima jika bagi orang yang berbuat kesalahan untuk mengganti kerugian dari pihak korban, dengan hal tersebut diperlukan perlindungan konsumen agar diselesaikan dengan tuntas, baik dan benar.

a. Prinsip praduga untuk selalu bertanggungjawab

Prinsip ini menyatakan tergugat yang dianggap selalu bertanggungjawab (*presumption of liability principle*) merupakan tergugat selalu bertanggungjawab hingga dapat membuktikan ia tidak bersalah.

b. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab

Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggungjawab (*fault liability atau liability on fault*) adalah kebalikan dari prinsip kedua hanya dikenal dengan lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas dan biasanya dapat dibenarkan.¹⁸

c. Prinsip tanggung jawab mutlak

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) adalah prinsip yang menetapkan kesalahan yang tidak sebagai faktor yang menentukan, namun ada pengecualian-pengecualian yang kemungkinan tidak secara bebas dari tanggungjawab.

d. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability principle*) prinsip tersebut sangat diperlukan oleh pelaku usaha untuk menetapkan kesalahan dan tidak ada pengecualiannya.

Bentuk-bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain:

1. Contractual liability

Tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau

¹⁷ *Op.Cit.*, Kristiyanti, Celina Tri Siwi, hlm. 92.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 94

memanfaatkan jasa yang diberikannya.¹⁹ Dalam hal terdapat hubungan perjanjian (*privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen mengenai kesepakatan pada program investasi melalui internet, maka tanggung jawab pelaku usaha di sini didasarkan pada *contractual liability* (pertanggungjawaban kontraktual). Berkaitan dengan contoh kasus pada program investasi BCA-Bersama.com, bentuk tanggung jawabnya adalah melalui *contractual liability*.

2. Product liability

Tanggung jawab perdata terhadap produk adalah secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan. Pertanggungjawaban produk tersebut didasarkan pada perbuatan melawan hukum (*tortious liability*).²⁰ Unsur-unsur dalam *tortius liability* antara lain adalah unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian dan hubungan kasualitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul. Jadi, *Product liability* dalam hal tidak terdapat hubungan perjanjian (*no privity of contract*) antara pelaku usaha dengan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada *product liability* atau pertanggungjawaban produk.

3. Professional liability

Perjanjian (*privity contrac*) antara pelaku usaha dengan konsumen, dimana prestasi pelaku usaha dalam hal ini sebagai pemberi jasa tidak terukur sehingga merupakan perjanjian ikhtiar yang didasarkan pada iktikad baik, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada pertanggungjawaban profesional ini menggunakan tanggung jawab langsung (*strict liability*) dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang diberikannya. Sebaliknya ketika hubungan perjanjian (*privity of contract*) tersebut merupakan prestasi yang terukur sehingga merupakan perjanjian hasil, tanggung jawab pelaku usaha didasarkan pada pertanggungjawaban profesional yang menggunakan tanggung jawab perdata atas perjanjian/kontrak (*contractual liability*) dari pelaku usaha sebagai pengelola program investasi apabila timbul kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang diberikan.

4. Criminal Liability

Pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara. Dalam hal pembuktian, yang digunakan adalah pembuktian terbalik seperti yang diatur dalam Pasal 22 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa pembuktian terhadap ada atau tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian yang dialami konsumen merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha, tanpa menutup kemungkinan dalam melakukan pembuktian.²¹ Kedudukan tanggung jawab perlu diperhatikan, karena mempersoalkan kepentingan konsumen harus disertai pula analisis mengenai siapa yang semestinya dibebani tanggung jawab dan sampai batas mana pertanggungjawaban itu dibebankan kepadanya. Tanggung jawab atas suatu barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau industri, dalam pengertian yuridis lazim disebut sebagai *product liability*.

D. KESIMPULAN

Ada beberapa faktor penyebab terjadinya perbedaan harga label dan struk kasir antara lain: kelalaian dapat terjadi karena tidak fokusnya karyawan saat menempel harga pada label, harga

¹⁹ Eleanora, Frasiska Novita. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT. Madza Media, hlm. 34.

²⁰ *Ibid.*,

²¹ *Ibid.*,

terbaru yang telah siap ditempelkan untuk perubahan harga barang, karyawan kemungkinan malas untuk mengecek dan mengganti harga pada label sehingga harga barang yang seharusnya sudah tidak berlaku masih tertempel dan tidak diganti dengan harga yang baru karena kemalasan dari karyawan. Terbatasnya jumlah karyawan dan banyaknya pelanggan yang harus dilayani menyebabkan karyawan tidak sempat mengganti harga terbaru yang seharusnya diletakkan pada label. Sehingga timbulnya kecurangan dari pihak supermarket.

Pertanggungjawaban dari salah satu pegawai alfamart, yang mengakibatkan konsumen merasa dirugikan, karena tugas mereka untuk menata barang dan melayani konsumen serta memberi harga pada barang yang sesuai yang sudah ditentukan dari kantor. Faktor yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya dengan masih rendah, hal tersebut disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, undang-undang perlindungan konsumen dimaksudkan yang menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Dewi, Yessy Kusuma dan Sharon, Grace. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: sPT. Lembaga Fatimah Azzahrah.
- Eleanora, Frasiska Novita. (2023). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Madza Media.
- Emirzon, Joni. (2022). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Palembang: PT. Universitas Sriwijaya Kampus Unsri.
- Kansil, C.S.T & Christine. (2002). *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Diindonesia*. Jakarta: PT. Sinar Grafika.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Sinar Grafika.
- Mashdurohantun, Anis. (2019). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Semarang: PT. Unussula Press.
- Miru, Ahmad & Yodo, Sutarman. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhaimin. (2020). *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press.
- Zulham. (2013). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group.
- Peraturan Perundang Undangan
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 35/M-DAG/PER/7/2013.

Artikel Jurnal

- Irianti, Budi Santoso dan Wuryandari, Sri Wulan. (2023). Keseimbangan Hukum Dan Ekonomi Sebagai Pendulum Dalam Tranaksi Jual Beli Online Di Indonesia. *Jurnal Legal Reasoning*, 6 (1), 74. <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jlr/article/view/5695> .
- Widyawati, Agnes Maria Janni. (2018). Tanggung Jawab Produsen Terhadap Konsumen Atas Barang Yang Menimbulkan Kerugian. *Jurnal Spektrum Hukum*, XV(2), 258. <http://>

jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/SH/article/view/1120 .

Skripsi, Tesis dan Disertasi

Andini, Izzatul Husna. (2019). Implementasi Permendag Nomor 35/M- Dag/Per/7/2013 Dalam Penyelesaian Sengketa Tarif Pada Label Harga (Studi Kasus di *Alfamarat* Sekampung Lampung Timur). (Skripsi Sarjana, IAIN Metro). <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2222/> .

Wawancara

Wawancara dengan Kepala Toko, pada tanggal 4 Mei 2024.

Wawancara dengan Pegawai Indomaret, pada tanggal 4 Mei 2024.