

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Manusia merupakan bagian dari masyarakat yang hidup saling berdampingan. Untuk itu seringkali terjadi hubungan antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Seiring dengan berkembangnya zaman, kemudian dikenal istilah konsumen dan pelaku usaha yang merupakan hasil interaksi manusia yang terus berkembang. Sejak semula, hingga saat ini, kedudukan konsumen tetap berada pada pihak yang sangat lemah dan membutuhkan suatu perlindungan terhadap kepentingannya. Hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha yang terus berkembang membutuhkan sebuah aturan yang memberikan kepastian terhadap tanggung jawab, hak dan kewajiban dari masing-masing pihak.

Perkembangan perekonomian meningkatkan produktivitas industri baik dalam bentuk barang maupun jasa. Namun perkembangan produktivitas tersebut harus memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Karena perlindungan konsumen merupakan konsekuensi dari kemajuan teknologi dan industri yang berhubungan erat dengan globalisasi ekonomi. Maka, perlindungan konsumen sejatinya merupakan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate responsibility*), dengan memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen tentu saja pelaku usahan akan mendapatkan kepercayaan konsumen (masyarakat),

yang berujung pada pemetikan keuntungan melalui kepercayaan konsumen tersebut.

Perlindungan terhadap hak-hak konsumen dimulai dari perlindungan terhadap barang dan/atau jasa yang berkualitas rendah, membahayakan konsumen, hingga pada izin, administrasi, sertifikasi produk dan informasi produk secara lengkap. Namun masih banyak masyarakat Indonesia yang tidak mengenal dan mengetahui hak-haknya sebagai konsumen, sehingga mudah dikelabui dengan promosi, iklan, dan reklame produk. Semangat konsumtif masyarakat Indonesia yang berlebihan akan memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memasarkan produknya dengan cara-cara yang tidak sehat.

Gerakan perlindungan konsumen sudah berkembang sejak ratusan tahun yang lalu. Indonesia sendiri merupakan Negara yang telah berhasil membuat suatu aturan yang melindungi kepentingan konsumen. Aturan tersebut adalah Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat menjadi UUPK). Undang-Undang ini terdiri dari 15 bab dan 65 pasal yang mengatur mengenai perlindungan konsumen di mana adanya jaminan terhadap hak-hak konsumen. Undang-Undang ini berlaku setahun sejak disahkan tepatnya pada tanggal 20 April 2000.¹ Segala kepentingan konsumen berusaha untuk diberi payung hukum oleh UU ini agar kepentingan konsumen dapat terlindungi secara nyata dan pasti.

¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, cet ke-3, Diadit media, Jakarta, 2007, hlm. 46.

Indonesia melalui UUPK menetapkan hak-hak konsumen sebagai berikut :²

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 mendapat 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.

Selain konsumen ada pula pihak lain yang juga memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi yaitu pelaku usaha. Hak pelaku usaha adalah :³

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.

² Pasal 4 UUPK

³ Pasal 6 UUPK

Kewajiban pelaku usaha adalah :⁴

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

Perlindungan terhadap hak-hak konsumen dan pelaku usaha tidak semata-mata hanya berupa perlindungan secara preventif saja tapi juga yang bersifat represif dalam rangka penegakan hukum termasuk di dalamnya adalah disediakan akses dalam rangka penyelesaian permasalahan atau sengketa di bidang perdagangan dalam hal ini perlindungan konsumen bagi masyarakat.

Kementerian Perdagangan berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan diberikan tugas dan/kewenangan membantu presiden dalam mengawal kegiatan perdagangan di Indonesia melalui Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Menteri.⁵ Direktorat Jenderal

⁴ Pasal 7 UUPK

⁵ Pasal 11 Ayat (1) Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan.

Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dipimpin oleh Direktur Jendral.⁶ Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga mempunyai tugas menyelenggarakan perumusan dan pelaksanaan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan/atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan.⁷

Pada pelaksanaan tugasnya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan, Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga menyelenggarakan Fungsi :⁸

1. Perumusan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan/atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan;
2. Pelaksanaan kebijakan di bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan/atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan;
3. Penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria di bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan/atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan;
4. Pelaksanaan pemberian bimbingan teknis dan supervisi di bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan pengawasan barang beredar dan/atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan;
5. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang pemberdayaan konsumen, standarisasi perdagangan dan pengendalian mutu barang, tertib ukur, dan

⁶ Pasal 11 Ayat (2) Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan.

⁷ Pasal 12 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan.

⁸ Pasal 13 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan.

- pengawasan barang beredar dan/atau jasa di pasar, serta pengawasan kegiatan perdagangan;
6. Pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga; dan
 7. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh Menteri.

Berdasarkan Pasal 13 butir e Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2015 tentang Kementerian Perdagangan, Kementerian Perdagangan mempunyai kewenangan pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang pemberdayaan konsumen berupa sengketa konsumen.

Menurut Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan yaitu Surat Keputusan Nomor: 350/MPP/Kep/12/2001 tanggal 10 Desember 2001, dimana yang dimaksud dengan sengketa konsumen adalah :

“Sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa”.

Pengaduan konsumen mengenai perbedaan harga yaitu pada tanggal 1 Juli 2016 dan 29 Juli 2016. Pada tanggal 1 Juli 2016 konsumen merasa telah dilanggar dan tidak diindahkan hak-haknya oleh pelaku usaha rumah makan. Hal ini berkaitan dengan ketidakbenaran informasi yang didapat oleh konsumen atas harga yang tercantum di dalam menu. Harga yang tercantum dalam menu yaitu 1 Iga Penyet seharga Rp. 40.000,- sedangkan yang tertera dalam *struk* pembayaran senilai Rp. 42.000,- dan 2 *Mix Juice* seharga Rp. 36.000,- menjadi Rp. 44.000,-. Akibatnya, konsumen membayar dengan harga yang lebih mahal dari yang tercantum dalam daftar menu. Kemudian, pada tanggal 29 Juli 2016 kembali

masuk pengaduan konsumen atas perbedaan harga juga dilakukan oleh pelaku usaha yang merupakan sebuah toko buku, ada ketidaksesuaian antara harga yang tertera pada buku (Rp. 290.000,-) dengan harga yang dibayarkan di kasir (Rp. 319.000,-). Konsumen sempat menanyakan harga tersebut kepada kasir akan tetapi penjelasan yang diterima hanyalah harga tersebut sudah dinaikkan.⁹

Berdasarkan pengaduan di atas, dapat dilihat bahwa jumlah kerugian yang dialami oleh konsumen merupakan sengketa konsumen dengan jumlah kerugian rendah. Banyak konsumen tidak melaporkan hal tersebut karena di pandang kerugian rendah tidak bisa diselesaikan oleh pemerintah. Instansi penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi memang tidak tidak direkomendasikan untuk jenis sengketa dengan jumlah kerugian rendah ini, karena prosedur pengaduan dan penyelesaian sengketa yang panjang dan memerlukan waktu yang relatif lama. Adapun alternatif penyelesaian sengketa yang lain adalah melalui jalur non litigasi, jalur non litigasi yang paling cepat dan efisien adalah melalui unsur pemerintah. Unsur pemerintah disini melalui Kementerian Perdagangan.

Data tersebut mendeskripsikan bahwa Kementerian Perdagangan telah menyelesaikan kasus mengenai sengketa konsumen tentang perbedaan harga pada tahun 2016 ini, hal tersebut menggambarkan bahwa Kementerian Perdagangan mempunyai kewenangan untuk menyelesaikan sengketa yang merupakan bagian dari evaluasi terhadap pelaporan konsumen yang merasa dirugikan atas hal yang diberlakukan oleh pelaku usaha, walaupun berdasarkan data di atas sengketa yang

⁹ Daftar Pengaduan Konsumen Terkait Perbedaan Harga yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Kementerian Perdagangan Republik Indonesia Tahun 2016.

diselesaikan melalui Kementerian Perdagangan. Bisa dilihat bahwa sengketa yang diselesaikan oleh Kementerian Perdagangan dalam hal ini sengketa konsumen mengenai perbedaan harga barang yang diperdagangkan dengan pembayaran merupakan sengketa dengan nominal kerugian yang kecil, akan tetapi hal ini merupakan langkah represif yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan dalam hal pemberdayaan konsumen.

Langkah represif berupa penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan dalam hal ini Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga merupakan bagian dari pelaksanaan evaluasi di bidang pemberdayaan konsumen untuk menjawab pelaporan dan/atau pengaduan-pengaduan masyarakat perihal perlindungan konsumen dengan berdasarkan asas kekeluargaan, cepat, tepat, dan menghemat biaya. Karena masyarakat sering kali dibuat bingung kepada instansi manakah mereka bisa menyelesaikan sengketa konsumen dengan nilai kerugian kecil dan diselesaikan dengan solusi yang terbaik atas kesepakatan kedua belah pihak. Kemudian Kementerian Perdagangan memfasilitasi dengan jalur penyelesaian melalui mediasi yang dilakukan oleh mediator bersertifikasi dan ditunjuk langsung oleh Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan.

Berbeda dengan jalur penyelesaian non litigasi yang lain (BPSK, YLKI, dsb) yang diatur secara jelas mengenai jangka waktu penyelesaian sengketa dan diatur secara formal melalui jalur semi peradilan, yang pada akhirnya menggunakan teknis pengaduan yang berbelit dan penyelesaiannya yang relatif memakan waktu yang tidak sebentar khususnya untuk sengketa-sengketa dengan

kerugian rendah dan menuntut agar dengan segera perilaku melanggar dari pelaku usaha ditindak lanjuti, kementerian perdagangan yang berpegang pada asas kekeluargaan merupakan salah satu solusi guna menghasilkan putusan yang tepat, cepat, efisien mengenai sengketa konsumen dengan kerugian yang relatif rendah.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang masalah di atas dengan mengambil judul sebagai berikut : “Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui Kementerian Perdagangan Atas Perbedaan Harga Barang Yang Diperdagangkan Dengan Pembayaran Dihubungkan Dengan Pasal 13 Butir E Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2015 Tentang Kementerian Perdagangan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka di buat rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana mekanisme penyelesaian sengketa konsumen oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia terhadap perbedaan harga barang yang diperdagangkan dengan pembayaran yang dilakukan oleh pelaku usaha?
2. Bagaimana kendala terhadap pelaksanaan penyelesaian sengketa konsumen oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia terkait perbedaan harga barang yang diperdagangkan dengan pembayaran yang dilakukan oleh pelaku usaha?
3. Bagaimana upaya terhadap kendala pelaksanaan penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia terkait

perbedaan harga barang yang diperdagangkan dengan pembayaran yang dilakukan oleh pelaku usaha?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui mekanisme penyelesaian sengketa konsumen oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia terkait perbedaan harga barang yang diperdagangkan dengan pembayaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.
2. Untuk mengetahui kendala terhadap pelaksanaan penyelesaian sengketa konsumen oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia terkait perbedaan harga barang yang diperdagangkan dengan pembayaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.
3. Untuk mengetahui upaya terhadap kendala pelaksanaan penyelesaian sengketa yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia terkait perbedaan harga barang yang diperdagangkan dengan pembayaran yang dilakukan oleh pelaku usaha.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini ada 2 (dua) macam yaitu, kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bidang hukum, khususnya hukum perlindungan konsumen dalam masalah penyelesaian sengketa konsumen melalui kementerian perdagangan atas perbedaan harga barang yang diperdagangkan dengan pembayaran dihubungkan dengan pasal 13 butir e Peraturan Presiden Nomor 48 Tahun 2015 Tentang Kementerian Perdagangan.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan atau pengetahuan tentang hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Bagi Pelaku Usaha, penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya agar sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maupun Peraturan Perundang-Undangan yang lainnya.
- c. Bagi Pemerintah (Kementerian Perdagangan), menjadi bahan evaluasi pemerintah dalam melindungi dan menyelesaikan sengketa tentang hak-hak konsumen dalam masyarakat dengan didasari dasar hukum yang jelas dan mengikat.

E. Kerangka Pemikiran

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa kata *consumer*, secara *harfiah* arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang.¹⁰ Begitu pula kamus Bahasa Inggris-Indonesia yang memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.¹¹ Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan dari produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya.¹²

Menurut UUPK yang dimaksud dengan konsumen adalah :

“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.”

Pasal 1 angka 2 UUPK menjelaskan di dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya.

¹⁰ A.S Hornby, Gen. Ed, *Oxford Advance Learner's Dictionary of Current English*, Oxford University Press, Oxford, 1987, hlm. 183.

¹¹ Jhon M. Echols dan Hasan Sadily, *Kamus inggris-Indonesia*, Gramedia, Jakarta, 1995, hlm. 124.

¹² WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, Jakarta, 1976, hlm. 521.

Presiden Jhon F. Kennedy mengemukakan 4 (empat) hak konsumen yang harus di lindungi, yaitu:¹³

1. Hak memperoleh keamanan (*the right to safety*)

Aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Pada posisi ini, intervensi, tanggung jawab dan peranan pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan dan kemandirian konsumen sangat penting. Oleh karena itu, pengaturan dan regulasi perlindungan konsumen sangat dibutuhkan untuk menjaga konsumen dari perilaku produsen yang nantinya dapat merugikan dan membahayakan keselamatan konsumen.

2. Hak memilih (*the right to choose*)

Bagi konsumen, hak memilih merupakan hak *prerogatif* konsumen apakah ia akan membeli atau tidak membeli suatu barang dan/atau jasa. Oleh karena itu, tanpa ditunjang oleh hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, tingkat pendidikan yang patut, dan penghasilan yang memadai, maka hak ini tidak akan banyak artinya. Apalagi dengan meningkatkannya teknik penggunaan pasar, terutama lewat iklan, maka hak untuk memilih ini lebih banyak ditentukan oleh faktor-faktor di luar diri konsumen.

3. Hak mendapat informasi (*the right to be informed*)

Hak ini mempunyai arti yang sangat fundamental bagi konsumen bila dilihat dari sudut kepentingan dan kehidupan ekonominya. Setiap keterangan mengenai

¹³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013, hlm. 47-48.

sesuatu barang yang akan dibelinya atau akan mengikat dirinya, haruslah diberikan selengkap mungkin dan dengan penuh kejujuran. Informasi baik secara langsung maupun secara umum melalui berbagai media komunikasi seharusnya disepakati bersama agar tidak menyesatkan konsumen.

4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa kepentingannya harus diperhatikan dan tercermin dalam kebijaksanaan pemerintah, termasuk turut didengar dalam pembentukan kebijaksanaan tersebut. Selain itu, konsumen juga harus didengar setiap keluhannya dan harapannya dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dipasarkan produsen.

PBB melalui Resolusi Nomor A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 tentang Perlindungan Konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*) merumuskan 6 (enam) kepentingan konsumen yang harus dilindungi, meliputi:¹⁴

1. Perlindungan konsumen dari bahaya – bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya.
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi social konsumen.
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi.
4. Pendidikan konsumen.
5. Tersedianya ganti rugi yang efektif.

¹⁴ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia, Jakarta, 2003, hlm. 27-28.

6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarkan pendapatnya dalam pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa konsumen memiliki hak-hak yang harus dilindungi antara lain :

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 mendapat 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.

Berdasarkan pemaparan tentang hak-hak konsumen di atas, hak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur adalah suatu hal yang penting dalam penelitian ini, diantaranya mengenai harga barang. Kejelasan informasi mengenai penetapan harga merupakan sesuatu yang harus diperhatikan, karena menjadi hal pokok dalam penukaran barang dan/jasa tersebut.

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang 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.¹⁵

Hak pelaku usaha adalah :¹⁶

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 pelaku usaha adalah :¹⁷

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

¹⁵ Pasal 1 Ayat (3) UUPK

¹⁶ Pasal 6 UUPK

¹⁷ Pasal 7 UUPK

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, antara lain :¹⁸

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3. (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

¹⁸ Pasal 8 UUPK

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan :¹⁹

1. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu.
2. Menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi.
3. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain.
4. Tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain.
5. Tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain.
6. Menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Ada 4 hal yang menjadi tujuan penetapan harga, yaitu :²⁰

1. Tujuan berorientasi pada laba. Ini didasarkan pada asumsi teori ekonomi klasik yang menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba yang maksimum. Dalam kondisi persaingan yang ketat dan serba kompleks penerapannya sangat sulit untuk dilakukan.
2. Tujuan berorientasi pada volume. Tujuan ini berorientasi pada volume, dimana harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan, ataupun untuk menguasai pangsa pasar. Misalnya: biaya operasional pemasangan jalur telepon untuk satu rumah tidak berbeda jauh dengan biaya pemasangan untuk 5 (lima) rumah.
3. Tujuan berorientasi pada citra. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra perusahaan. Sebaliknya, harga rendah dapat dipergunakan untuk membentuk citra nilai tertentu.

¹⁹ Pasal 11 UUPK

²⁰ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, Jilid II, Edisi Indonesia, Edisi Milenium, Edisi Kesepuluh*, PT. Prenhallindo, Jakarta, 2002, hlm. 215.

4. Tujuan stabilisasi harga. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.
5. Tujuan-tujuan lainnya. Penetapan harga dapat juga bertujuan untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

Untuk melindungi konsumen mengenai penetapan harga barang dan/atau jasa, Pemerintah dalam hal ini Menteri Perdagangan Republik Indonesia menetapkan peraturan Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 Tahun 2013 tentang pencantuman harga barang dan tarif jasa yang diperdagangkan. Penjelasan Pasal 2 Ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2013, berbunyi sebagai berikut :

“Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang secara eceran dan/atau Jasa kepada Konsumen wajib mencantumkan Harga Barang atau Tarif Jasa secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat”

Pasal 3 Ayat (1), berbunyi sebagai berikut :

“Harga Barang sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 harus dilekatkan/ditempelkan pada Barang atau Kemasan, disertakan, dan/atau ditempatkan dekat dengan Barang serta dilengkapi jumlah satuan atau jumlah tertentu”.

Pasal 6 Ayat (2), berbunyi sebagai berikut :

“Penetapan harga barang dan/atau tarif jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus menggunakan mata uang dan nominal Rupiah yang berlaku”.

Pasal 6 Ayat (3), berbunyi sebagai berikut :

“Dalam hal harga barang dan/atau tarif jasa memuat pecahan nominal rupiah yang tidak beredar, pelaku usaha dapat membulatkan harga Barang dan/atau Tarif jasa dengan memperhatikan nominal rupiah yang beredar”.

Pasal 7 Ayat (2). Berbunyi sebagai berikut :

“Dalam hal terdapat perbedaan antara Harga Barang dan/atau Tarif Jasa yang dicantumkan dengan Harga atau Tarif yang dikenakan pada saat pembayaran yang berlaku adalah Harga atau Tarif terendah”.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa pendekatan yuridis empiris. Menurut Ronny Hanitijo Soemitro pendekatan yuridis empiris adalah pendekatan kepustakaan yang berpedoman pada peraturan-peraturan, buku-buku atau literature-literatur hukum serta bahan-bahan yang mempunyai hubungan permasalahan dan pembahasan dalam penulisan skripsi ini dan pengambilan data langsung pada objek penelitian yang berkaitan dengan pelaksanaan penyelesaian sengketa konsumen mengenai perbedaan harga melalui Kementerian Perdagangan.²¹

²¹ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2001, hlm. 10.

2. Jenis Data

a. Jenis Data Primer

Jenis Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat yang dilakukan melalui *interview* (wawancara), observasi maupun alat lainnya.²² Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi dan wawancara yang dilakukan langsung dengan Direktorat Jendral Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.

b. Jenis Data Sekunder

Jenis Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu literatur dan perundang-undangan.

c. Jenis Data Tersier

Jenis Data Tersier adalah suatu kumpulan dari data primer dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, kamus, internet, dan lain-lain.

3. Penentuan Sumber Data

Pada pengumpulan data, penulis menggunakan serangkaian data-data sebagai berikut :²³

a. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat dan berupa peraturan perundang-undangan, yaitu :

²² P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Cetakan kelima, Rineka Cipta, Jakarta, 2008, hlm. 87.

²³ Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2010, hlm. 3.

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- 2) Peraturan Presiden Nomor 48 Tahun 2015 Tentang Kementerian Perdagangan.
- 3) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder merupakan Bahan pengkajian seperti buku-buku, literatur, hasil penelitian, data-data, tulisan, kajian, situs internet dan data-data sekunder lainnya yang bersifat melengkapi.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier merupakan bahan hukum yang akan memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder misalnya kamus hukum, artikel, Koran, dan penjelasan yang ada pada akhir buku (indeks kumulatif).

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

Yaitu dengan mempelajari buku-buku, dokumen-dokumen tertulis seperti makalah, artikel, serta literatur lain yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

b. Studi Lapangan

1) Pengamatan atau Observasi

Pengamatan atau observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan observasi secara langsung, artinya penulis langsung mendatangi instansi tempat konsumen mengadukan kerugian yang dialaminya dalam hal ini Kementerian Perdagangan.

2) Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan Bapak Ephram J.K. Caraen, S.H., M.Hum. selaku Kepala Seksi Konsultasi pada Direktorat Pemberdayaan Konsumen Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga dan Ibu Irni Febriyanti, S.H. selaku Pemberi Konsultasi Bantuan Hukum pada Direktorat Pemberdayaan Konsumen Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan terkait pengaduan yang dilakukan konsumen dan penyelesaian sengketa melalui Kementerian Perdagangan.

5. Metode Analisis Data

Metode Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu data yang dikumpulkan berupa data deskriptif, seperti kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.²⁴ Pada penelitian ini data yang dihasilkan adalah kata-kata atau pengamatan dari pihak yang telah

²⁴ Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. RemajaRosdakarya, Bandung, 2004, hlm. 4.

menyelesaikan sengketa atas pengaduan konsumen yang selanjutnya dianalisis secara kualitatif.

6. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian akan dilakukan. Pada penulisan skripsi ini penulis melakukan penelitian Antara lain pada :

- a. Direktorat Pemberdayaan Konsumen Direktorat Jendral Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan Gedung II Lantai 10 Jl. M.I. Ridwan Rais No.5 Jakarta – 10110.
- b. Perpustakaan Umum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Gedung Ahmad Djatnika Jalan A.H. Nasution No.105 Bandung.
- c. Perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Gedung Kuliah Fakultas Syari'ah dan Hukum Jalan A.H. Nasution No.105 Bandung.
- d. Perpustakaan Umum Universitas Indonesia Gedung *Crystal of Knowledge* Kampus UI, Pd. Cina, Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424.
- e. Badan Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Jawa Barat Jalan Kawalayaan Indah II No. 4 Bandung.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN ; Bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN KEPUSTAKAAN ; Bab tinjauan kepustakaan ini berisi tentang landasan teori yang menjabarkan tentang teori yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen, Peraturan-peraturan mengenai pencantuman harga barang dan jasa, dan Peraturan mengenai Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga Kementerian Perdagangan.

BAB III : PEMBAHASAN ; Bab analisis ini merupakan analisis jawaban dari rumusan masalah yang dikaitkan dengan teori-teori yang ada pada Bab tinjauan kepustakaan.

BAB IV : PENUTUP ; Bab penutup ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian.