

**PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN
TERHADAP KETIDAKSESUAIAN HARGA PADA RAK
DENGAN STRUK BELANJA DI ALFAMART**

SKRIPSI



PROGRAM STUDI HUKUM PROGRAM SARJANA

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023



**PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN TERHADAP
KETIDAKSESUAIAN HARGA PADA RAK DENGAN STRUK
BELANJA DI ALFAMART**

Telah diperiksa dan disetujui Dosen Pembimbing Tugas Akhir untuk diajukan
ke depan TIM Penguji dalam Ujian Tugas Akhir / Pendaran
pada tanggal 14 Desember 2023



Yogyakarta, 10 November 2023
Dosen Pembimbing Tugas Akhir,

Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum., Ph.D.



**PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN TERHADAP
KETIDAKSESUAIAN HARGA PADA RAK DENGAN STRUK
BELANJA DI ALFAMART**

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam
Ujian Tugas Akhir / Pendaran
pada tanggal dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 14 Desember 2023

Tim Penguji

1. Ketua : Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum., Ph.D.
2. Anggota : Umar Haris Sanjaya, S.H., M.H.
3. Anggota : Retno Wulansari, S.H., M.Hum.

Tanda Tangan

Mengetahui:

Universitas Islam Indonesia
Fakultas Hukum
Dekan,



Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.H.

NIK. 014100109

CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Warih Pengesti Kusuma Negara
2. Tempat Lahir : Ngawi
3. Tanggal Lahir : 24 November 2000
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Golongan Darah : A
6. Alamat Terakhir : JL.M.Duryat RT/RW 03/03, Ds.Grudo Kab.Ngawi
7. Alamat Asal : JL.M.Duryat RT/RW 03/03, Ds.Grudo Kab.Ngawi
8. Identitas Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Sumarsono
Pekerjaan Ayah : PNS
 - b. Nama Ibu : Endang Nuryati
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
9. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SDN Karangtengah 4 Ngawi
 - b. SLTP : SMPN 2 Ngawi
 - c. SLTA : SMAN 2 Ngawi
10. Organisasi : -
11. Prestasi : -
12. Hobi : Berenang, membaca.

MOTTO

“Jangan engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita.”

– QS. At Taubah 40

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

– QS Al-Insyirah: 5-6

“Sukses berjalan dari satu kegagalan ke kegagalan yang lain, tanpa kita kehilangan semangat.”

– Abraham Lincoln

SURAT PERNYATAAN
ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH TUGAS AKHIR MAHASISWA
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA



Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Warih Pangesti Kusuma Negara

Nomor Mahasiswa : 19410125

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah menempuh Karya Tulis Ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan judul: **PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN TERHADAP KETIDAKSESUAIAN HARGA PADA RAK DENGAN STRUK BELANJA DI ALFAMART.**

Karya Ilmiah ini akan saya ajukan kepada Tim Penguji dalam Ujian Pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini Saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar karya saya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika dan norma-norma penulisan sebuah karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini benar-benar asli (orisinil), bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan "penjiplakan karya ilmiah (plagiat)".
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada Perpustakaan Fakultas Hukum UII dan perpustakaan di lingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah saya tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan pernyataan di atas (terutama pernyataan pada butir no. 1 dan no. 2) saya sanggup menerima Sanksi baik sanksi administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut.

Saya juga akan bersifat kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya serta menandatangani berita acara terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya, di depan "Majelis" atau "Tim" Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan fakultas. Apabila tanda-tanda plagiat disinyalir ada atau terjadi pada karya ilmiah saya oleh pihak Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Demikian, Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan dalam kondisi sehat jasmani dan rohani dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apa pun dan oleh siapapun.



Yogyakarta, Juli 2023
Yang membuat Pernyataan,

Warih Pangesti Kusuma Negara
NIM. 19410125

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya yang selalu mengiringi kehidupan penulis hingga saat ini, yang tidak akan bisa terhitung dan terhenti sampai akhir hayat. Penulisan hukum ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang senantiasa memberikan perlindungan dan kemudahan dalam segala hal kepada hal kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Bagya Agung Prabawa, S.H., M.Hum, Ph.D selaku dosen pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, di tengah-tengah kesibukannya dan penuh kesabaran serta ketulusan membimbing maupun memberikan pengarahan penulisan hukum hingga penulisan dengan baik.
4. Orang tua yang tersayang, Ayah Sumarsono dan Mama Endang Nuryati Terima kasih atas segala kasih sayang, perjuangan serta didikannya kepada penulis hingga saat ini. Doa dari mama dan motivasi dari ayah sejak dahulu sudah mendukung segala tumbuh kembang penulis di masa perkuliahan ini. Penulisan hukum ini penulis persembahkan untuk ayah serta mama tercinta.

5. Mas Yusuf Efendi dan saudara yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selama ini selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada Allah SWT sehingga penulis mencapai keberhasilan dalam menyelesaikan studi ini.
6. Sahabat Penulis Mas Yusuf Efendi, Nurul Etri, Harungi, Hilangla, Saikul Fiqri yang selalu ada dan selalu banyak menyakinkan menempuh kuliah ini hingga menyelesaikan tugas akhir.
7. Semua Pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan seluruh pihak yang telah membantu penulis dengan segala balasan yang baik Allahuma Amin.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya, skripsi saya berjudul, “PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN TERHADAP KETIDAKSESUAIAN HARGA PADA RAK DENGAN STRUK BELANJA DI ALFAMART” selesai sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Adapun skripsi ini diselesaikan tidak terlepas dari bantuan, dukungan maupun doa dari banyak pihak. Maka dari itu, besar terima kasih saya sampaikan sebanyak-banyaknya kepada:

1. Allah Swt Swt atas segala rahmat, hidayah, dan nikmat yang tiada pernah berhenti bagi umat-Nya.
2. Nabi Muhammad Saw, sosok yang membawa peradaban ilmu pengetahuan menjadi lebih baik.
3. Ayah dan Ibu yang telah mendoakan, mendukung serta membiayai.
4. Prof. Dr. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
5. Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa bersabar dan mendukung penuh saya untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.

6. Seluruh Sivitas Akademika Universitas Islam Indonesia, yang telah berjasa selama pelaksanaan kuliah sehingga sampai pada tahap ini.
7. Teman-teman almamater yang tidak dapat disebutkan satu-satu, terima kasih atas segala bantuan dan kenangan bersama. Sukses selalu bagi kalian.

Meskipun skripsi ini belum dikatakan sempurna karena terbatasnya pengalaman maupun pengetahuan yang dimiliki Penulis, maka dari itu kritik serta saran yang membangun sangat Penulis tunggu. Akhir kata, Penulis memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan skripsi ini, dan sangat diharapkan skripsi ini berguna bagi banyak pihak dan dapat dimanfaatkan sesuai peruntukannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Yogyakarta, Mei 2023

Warid Pangesti Kusuma Negara

NIM 19410125

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di Alfamart. Jenis penelitian ini merupakan hukum normatif, tujuan penelitian yakni untuk menganalisa bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di pelaku usaha dan untuk menganalisa bagaimana tanggungjawab pelaku usaha sebagai pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja. Metode pendekatan yang digunakan adalah undang-undang. Sumber data yang diperoleh melalui bahan hukum berupa data primer yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui basis studi kepustakaan. Hasil penelitian ini adalah *pertama*, hak atas informasi belum terpenuhi karena pelaku usaha masih cenderung mengabaikan kewajibannya dalam memenuhi hak-hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, dan jelas sesuai dengan kondisi barang yang diperjual-belikan sesuai pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Kedua*, pelaku usaha mengabaikan hak konsumen di mana Ketika terdapat perbedaan harga yang tertera pada rak dan pada struk belanja yang diberlakukan adalah harga pada struk belanja yang lebih mahal sesuai pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata kunci: Hak atas Informasi, Perlindungan Konsumen, Tanggung Jawab Pelaku Usaha



DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
CURRICULUM VITAE	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka dan Orisinalitas Penelitian	11
F. Definisi Operasional	16
G. Metode Penelitian	17
H. Kerangka Skripsi	21
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN, HAK ATAS INFORMASI, TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA, DAN PERJANJIAN JUAL BELI	
A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen	23
B. Tinjauan Umum tentang Hak Atas Informasi Konsumen	29
C. Tinjauan Umum tentang Tanggungjawab Pelaku Usaha	33
D. Tinjauan Umum tentang Jual Beli	36
BAB III PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN TERHADAP KETIDAKSESUAIAN HARGA PADA RAK DENGAN STRUK BELANJA DI ALFAMART	

A. Pemenuhan Hak Atas Informasi Konsumen terhadap Ketidaksesuaian Harga Pada Rak dengan Struk Belanja di Alfamart	42
B. Tanggung Jawab Alfamart sebagai Pelaku Usaha Atas Kerugian Konsumen akibat Ketidaksesuaian Harga Pada Rak dengan Struk Belanja	55
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan perekonomian membuat kegiatan bisnis para pelaku usaha semakin berkembang. Sebagaimana dalam kehidupan sehari-hari manusia pada zaman sekarang sudah disugahi berbagai macam pilihan fasilitas dalam memenuhi kebutuhan berbelanjanya. Mulai dari pasar tradisional, toko-toko grosir, swalayan, hingga super market yang mudah dijangkau oleh masyarakat masa kini. Konsumen sudah tidak kesulitan dalam hal pemenuhan kebutuhan harian, mereka dengan mudah memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara membelinya di swalayan terdekat. Salah satu unsur penting yang diperhatikan oleh konsumen pada saat berbelanja adalah harga. Harga menjadi salah satu pertimbangan seorang konsumen untuk membeli suatu barang tersebut atau tidak.¹

Harga juga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian pada produk. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting, karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat

¹ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Depok, RajaGrafindo Persada, 2017, hlm. 154.

menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah atas suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.²

Label harga menurut bahasa terbagi menjadi dua kata yaitu label dan harga. Pengertian label berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 69 Tahun 1999 berarti setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau bagian kemasan pangan. Sedangkan harga adalah jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal. Jadi dapat disimpulkan label harga adalah suatu keterangan yang berbentuk gambar, tulisan, atau kombinasi keduanya yang ada pada bagian produk dan di dalamnya membawa informasi atas suatu nilai produk barang atau jasa.³

Harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan

² Yusuf Sofi, *Pelaku Usaha dan Konsumen*, Galia Indonesia, Jakarta, 2002, hlm. 13.

³ Firdaus dan Afdillah. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Efa Artha Utama Pekanbaru, *Jurnal Fisip*. Vol. 4, No. 1. 2017.

atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan salah satu unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.⁴

Contoh kasus Mini market Alfamart di jalan H lias depan perumahan palem kampung Ceger diduga mengelabui konsumen, di kelurahan Jakamulya kecamatan Bekasi Selatan kota bekasi. Disaat konsumen (dadu red) membeli sejumlah barang, Rabu 7 November 2018 di minimarket Alfamart di jalan H lias dengan membeli makanan keju bermerek yang sedang promo di toko minimarket Alfamart jalan H lias tidak sesuai harga yang sedang dipromosikan atau harga yang ditempelkan pada rak barang makanan keju bermerek. Ia mengatakan harga promo yang ditempelkan dirak Rp 7300,- dan mendapatkan satu botol air mineral gratis, tetapi disaat membayar di kasir harganya Rp 14700,- saya protes, lanjutnya kata pegawai kasir promonya

⁴ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Erlangga, 2017, hlm. 7.

tidak ada di komputer. Tegur konsumen. Saat dikonfirmasi pegawai kasir. Promonya tidak ada di komputer. Kata kasirnya.

Kemudian di minimarket tersebut, Bambang, Rabu 7 November, saat dikonfirmasi sebagai kepala toko minimarket Alfamart, ia membenarkan adanya pembelian makanan keju yang tidak sesuai dengan harga promo, ada pegawai minimarket yang lalai menurutnya. Ia juga mengatakan, makanan yang dibelinya, mengacu pada aturan SOP yang berlaku di toko minimarket Alfamart, makanannya harus dibayar sesuai harga yang ditempel yang dikatakan kepala tokonya. ia menambahkan, kalo ada kelalaian seperti ini bukan unsur kesengajaan dari kami, mungkin lengah saja. Kalo sudah terjadi kami minta maaf atas kerugian konsumen. Kita akan ganti kerugian konsumen kata kepala minimarketnya. Sementara menurut pengakuan konsumen Rabu 7 November, tidak ada ganti rugi sampai saat ini dari kepala minimarketnya. Kepala tokonya tidak sesuai dengan perkataan mau ganti rugi, tetapi kenyataannya tidak ada ganti rugi. Dari penjelasan konsumen.⁵

Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga adalah bagian penting yang tidak terpisahkan dari *the marketing mix*. Karena juga tidak dapat dipisahkan dari ketiga komponen *the marketing mix* yang lain yaitu produk, distribusi dan promosi penjualan. Menyusun strategi harga

⁵ <https://teroboshukum.co.id/2018/11/28/salah-satu-harga-barang-di-rak-alfamart-diduga-tidak-eesuai-di-kasir/>. Diakses terakhir tanggal 7 Juli 2023.

perusahaan tidak dapat mengabaikan kebijaksanaan pemasaran jangka pendek dan menengah yang telah digariskan maupun strategi produk, distribusi dan promosi penjualan. Pemasaran strategi harga perlu memperhitungkan persepsi konsumen sasaran kepada siapa strategi itu ditujukan dan perkembangan lingkungan bisnis.⁶

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa Pasal 1 ayat 9 label adalah setiap keterangan mengenai barang yang berbentuk tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang barang dan keterangan pelaku usaha serta informasi lainnya yang disertakan pada barang, dimasukkan kedalam, ditempelkan atau melekat pada barang, tercetak pada barang, dan/atau merupakan bagian kemasan barang.⁷

Sebagaimana Peraturan Menteri Perdagangan tersebut, dapat dipahami bahwa label merupakan keterangan mengenai barang, harga, gambar, tulisan yang berisi informasi tentang barang maupun pelaku usaha yang melekat pada barang. Label *Price* atau *Price Tag* adalah harga suatu yang tertera di depan barang, ada 2 macam label *price* yaitu label *price* regular dan label *price promo*. Label *price* berguna untuk mempermudah pelanggan dalam melihat harga, pelanggan hanya tinggal melihat barang dan di bawah pas di tempel

⁶ Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*, Cetakan Ke-3. Jakarta, PT. Buku Seru, 2019, hlm. 15.

⁷ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa.

pada raknya ada harganya, jadi pelanggan tidak perlu bertanya lagi kepada penjaga toko jika ingin membeli barang yang dibutuhkan.⁸

Label merupakan salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas.⁹

Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen dapat diwujudkan melalui segala upaya yang dapat menjamin adanya kepastian hukum terhadap konsumen.¹⁰ Pasal 4 undang-undang perlindungan konsumen yang jelas menyatakan bahwa hak konsumen antara lain seperti hak untuk menerima informasi yang benar, jelas dan jujur sesuai dengan keadaan barang/jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha serta hak untuk mendapat advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Perlindungan konsumen bertujuan agar dapat melindungi konsumen di dalam melakukan kegiatan usaha antara pelaku usaha dan konsumen dengan memperhatikan kepentingan konsumen, di mana

⁸ Anonimus, *Label Price*, diunduh dalam website <https://brainly.co.id/tugas/21421795>, diakses tanggal 22 Maret 2023.

⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke13. Bandung, Alfabeta, 2020, hlm 33.

¹⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

hal ini harus sesuai dengan pengaturannya dalam undang-undang perlindungan konsumen.¹¹

Idealitanya pemenuhan hak atas informasi konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 huruf (b) diatur bahwa salah satu hak dari 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. Sebagaimana deskripsi dan/atau informasi serta kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan sesuai Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Realitanya pemenuhan hak atas informasi konsumen dalam masyarakat Kelurahan Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau pada saat belanja di *Alfamart* tidak terpenuhi. Hal ini disebabkan harga barang yang terpampang pada rak tidak sesuai dengan harga di saat pembayaran di kasir.¹² Pelaku usaha cenderung mengabaikan kewajibannya untuk memenuhi hak-hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan harga yang tertera pada rak belanja di *Alfamart*.

¹¹ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika di rugikan*, Transmedia Pustaka, Jakarta, 2008, hlm. 4.

¹² <https://www.aktualdetik.com/berita/9720/harga-tertera-barang-tidak-sesuai-dengan-struk-pembayaran-di-alfamart-sorek-1.html>, diakses terakhir tanggal 2 Mei 2023 pukul 08.02 WIB.

Idealitanya, tanggung jawab pelaku usaha menurut Pasal 7 ayat (2) Permendag 35/2013 yaitu dalam hal terdapat perbedaan antara harga barang atau tarif jasa yang dicantumkan dengan harga atau tarif yang dikenakan pada saat pembayaran yang berlaku adalah harga atau tarif yang terendah. Sehingga jika harga barang tidak sesuai dengan yang ada di rak dan di kasir, maka harga yang dikenakan konsumen pada saat pembayaran adalah harga atau tarif yang terendah. Hal ini mengingat bahwa pelaku usaha yang memperdagangkan barang secara eceran dan/atau jasa bertanggung jawab atas kebenaran harga barang dan/atau tarif jasa yang dicantumkan. Serta pelaku usaha dilarang menawarkan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga barang dan/atau jasa sesuai pasal 10 huruf a Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal ini berkaitan dengan pemenuhan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Realitanya tanggungjawab *Alfamart* dalam masyarakat Kelurahan Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau sebagai pelaku usaha tidak sesuai karena setelah melakukan pembayaran dan dilihat lagi antara harga pada rak belanja dengan struk terdapat ketidaksesuaian. Hal tersebut mengakibatkan konsumen menanggung sendiri kerugian yang timbul akibat jual beli tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di *Alfamart*?
2. Bagaimana tanggung jawab *Alfamart* sebagai pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan mempunyai berbagai tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di *Alfamart*.
2. Untuk menganalisa bagaimana tanggungjawab *Alfamart* sebagai pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja.

D. Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat untuk kepentingan akademis maupun praktis yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dalam hal atau bidang hukum khususnya hukum perdata tentang

perlindungan konsumen terkait diskon harga pada rak yang tidak diterapkan di struk belanja *Alfamart*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Dapat menjadi acuan bagi pemerintah dalam membentuk berbagai kebijakan maupun langkah-langkah untuk memberi kebijakan terkait perlindungan konsumen di masa depan.

b. Bagi konsumen

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya adalah hubungan antar perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang menguntungkan bagi perusahaan.¹³

c. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau pertimbangan kepada para pelaku UMKM, yang berkaitan dengan perilaku pelaku usaha dan modal usaha untuk lebih mengembangkan usahanya.

¹³ Bilson, Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011, hlm. 11.

d. Bagi Kepolisian

Menjadi evaluasi dan masukan terhadap perlindungan konsumen terkait pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga rak dengan struk belanja di *Alfamart*.

e. Bagi Masyarakat

Menjadi referensi bagi masyarakat umum dalam menghadapi berbagai fenomena ketidaksesuaian terkait pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di *Alfamart*.

E. Tinjauan Pustaka dan Orisinalitas Penelitian

Penulis melakukan penelusuran terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang terdapat persamaan dan perbedaan sebagai berikut:

No	Penulis	Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Ahmad Syarifuddin	Jual beli tanpa label harga perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan	2019	Membahas bagaimana konsep perlindungan konsumen.	Memiliki fokus kajian terkait perbedaan harga pada rak di

		Hukum Islam			<i>Alfamart.</i>
2.	Tri Widodo	Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Indomie.	2020	Membahas mengenai harga yang tertera pada pembelian konsumen	Memiliki fokus kajian terkait dengan pemenuhan hak terhadap konsumen di <i>Alfamart.</i>
3.	M. Agung Nugroho	Tinjauan Hukum Islam terhadap Selisih Harga yang Terjadi di <i>Alfamart</i> Ngaliyan Semarang	2020	Pada objek penelitian sama-sama meneliti pada <i>Alfamart</i>	Memiliki fokus kajian terkait label rak harga pada <i>Alfamart.</i>
4.	Ade Nurmasnya h	Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Pengalihan Uang	2020	Objek penelitian membahas mengenai konsumen	Pada objek penelitian membahas mengenai

		Kembalian oleh Pelaku Usaha Indomaret di Kabupaten Tegal.			indomaret
5.	Dewi Nabila	Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Selisih Harga Produk pada Label Harga dengan Pembayaran di Kasir menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Hukum Islam.	2021	Mengkaji tentang perlindungan konsumen	Memiliki fokus kajian terkait perbedaan harga rak dengan struk belanja di <i>Alfamart</i>

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang terdapat persamaan perbedaan dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah orisinal.

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen memberikan penjelasan yang lebih terhadap konsumen mengenai hal-hal yang harus diperhatikan oleh konsumen dalam melakukan hubungan hukum dengan pelaku usaha. Hubungan hukum yang tercipta antara konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan hukum yang memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Secara umum konsumen haruslah dapat mengetahui tentang definisi seorang konsumen, pelaku usaha, dan hak-hak yang dimiliki oleh konsumen dan pelaku usaha tersebut. Menurut pendapat Az. Nasution bahwa perlindungan hukum konsumen adalah hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.¹⁴

Perlindungan konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.¹⁵

Undang-Undang yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen sekaligus sebagai dasar hukum dari perlindungan konsumen di Indonesia termuat dalam UUPK Menurut ketentuan yang

¹⁴ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Harapan, Jakarta, 2018, hlm. 72.

¹⁵ Erman Rajagukguk, et al, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2017, hlm. 8

diatur dalam Pasal 1 angka 1 UUPK menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁶ Konsumen menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 UUPK 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.¹⁷

2. Pengertian Tanggungjawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab dalam bahasa Inggris diterjemahkan dari kata *responsibility* atau *liability*, sedangkan dalam bahasa Belanda, yaitu *vereentwoodelijk* atau *aansparrkelijheid*. Tanggung jawab adalah wajib, menanggung, wajib memikul beban, wajib memenuhi segala akibat yang timbul dari perbuatan, rela mengabdikan, dan rela berkorban untuk kepentingan pihak lain. Pelaku usaha harus dapat dimintakan pertanggung jawabannya, yaitu jika perbuatan telah melanggar hak-hak dan kepentingan konsumen, menimbulkan kerugian, atau kesehatan konsumen terganggu. Tanggung jawab produk adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan hukum yang menghasilkan suatu produk (produser manufacture) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembler*)

¹⁶ Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, tentang Perlindungan Konsumen,

¹⁷ *Ibid*, Pasal 1 angka (2)

atau dari orang atau badan yang menjual atau yang mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut.

F. Definisi Operasional

1. Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. Konsumen dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “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”.
3. Pelaku usaha merupakan pengertian secara yuridis dari istilah produsen. Pengertian pelaku usaha dapat juga dirumuskan secara khusus dalam Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu “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.”

4. Label harga adalah bagian dari sebuah produk yang memberikan informasi berbentuk komunikasi secara tertulis kepada konsumen tentang suatu produk atau penjualannya. Menurut Tjiptono label adalah bagian dari produk yang memberikan informasi tentang produk yang dijual. Label bagian dari kemasan yang merupakan tanda pengenal yang dicantumkan pada produk.¹⁸

G. Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Muhammad Nazir merupakan cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diteliti.¹⁹ Metode penelitian juga dapat diartikan dengan cara penelitian. Penelitian merupakan sarana yang digunakan oleh seseorang untuk memperkuat, membina serta mengembangkan suatu ilmu pengetahuan.²⁰ Penelitian dilakukan dalam rangka suatu kegiatan ilmiah yaitu seseorang berusaha untuk mencari kebenaran dari temuan orang yang dianggap ahli dan dihormati.²¹ Pada penelitian ini penulis menggunakan metode :

1. Jenis penelitian

Penelitian ini berjenis normatif, yaitu penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara *in*

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Prinsip, Penerapan, Penelitian, Yogyakarta, Andi, 2014, hlm. 12.

¹⁹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, PT Grafindo, Jakarta, 2014, hlm. 32.

²⁰ Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Penerbit Universitas Indonesia (UI Press), Jakarta, 2014, hlm. 3.

²¹ *Ibid*, hlm. 9.

action pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.

2. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan yang dilakukan penelitian ini adalah pendekatan sosiologis yang merupakan pendekatan atau suatu metode yang pembahasannya atas suatu objek yang dilandaskan pada masyarakat yang ada pada pembahasan tersebut. Berdasarkan perkembangan ilmu pengetahuan kontemporer, ilmu ini digunakan sebagai salah satu metode dalam rangka memahami dan mengkaji tentang masalah yang diteliti.

3. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini berisi hal-hal yang menjadi kajian dalam rumusuan masalah penelitian. Objek dalam penelitian ini yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di *Alfamart*.²²

²² Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 22.

4. Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian normatif, yaitu penelitian dengan menggunakan literatur atau (kepuustakaan). Penelitian normatif ini terdiri dari:²³

- a. Data primer merupakan bahan yang tidak mempunyai kekuatan mengikat secara yuridis, seperti: rancangan peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, literatur, dan jurnal.
- b. Data sekunder berupa bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, yang di antaranya adalah :
 - 1) Bahan Hukum Primer, yaitu bahan hukum berupa perundang-undangan yang berupa:²⁴
 - a) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
 - b) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
 - c) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/MDAG/PER/7/2013 tentang pencantuman harga barang dan tarif jasa yang diperdagangkan.

²³ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2013, hlm. 13.

²⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan .6, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2005, hlm. 3.

d) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 06/MDAG/PER/2/2017 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai hal-hal yang telah dikaji. Penulis dalam hal ini mengambil buku-buku tentang perlindungan konsumen dan KUHPdata.

3) Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, yaitu, Kamus Besar Bahasa Indonesia.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian yaitu:

a. Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara mencari rancangan peraturan perundang-undangan, literatur, dan jurnal.

b. Studi dokumen merupakan merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, hasil karya, maupun elektronik. Dokumen yang diperoleh kemudian dianalisis, dibandingkan dan dipadukan (sintesis) membentuk satu kajian yang sistematis, terpadu dan utuh.

c. Studi Pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.

6. Metode Analisis Data

Teknik pengumpulan data sekunder merupakan pengumpulan data yang dilakukan melalui basis studi kepustakaan dan studi dokumen.

Pada penelitian ini, pengumpulan data dilaksanakan berbasis studi kepustakaan.²⁵

H. Kerangka Skripsi

Penulisan Skripsi disusun dalam 4 (empat) BAB penulisan yang disusun secara sistematis, yaitu :

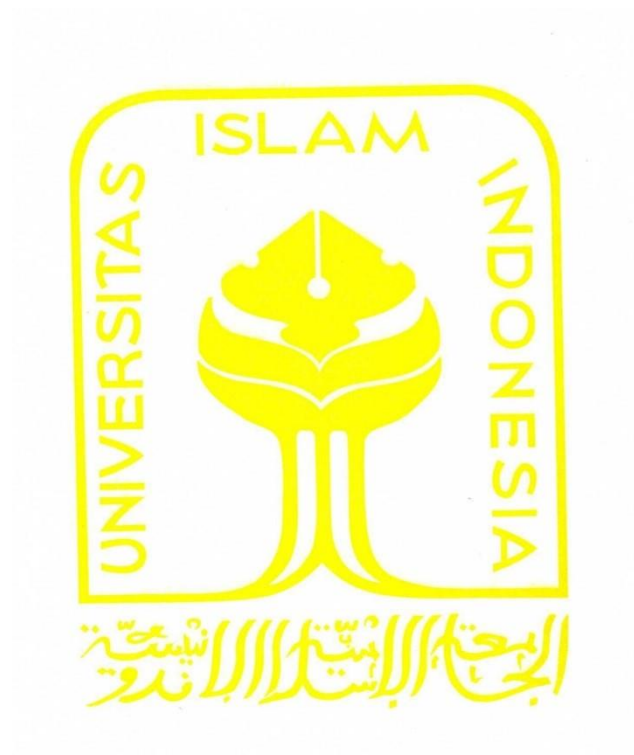
BAB 1 berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, orisinalitas penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II membahas mengenai tinjauan pustaka terdiri atas perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha.

BAB III membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri atas bagaimana pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di *Alfamart* dan bagaimana tanggung jawab *Alfamart* sebagai pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja.

²⁵ *Ibid.*

BAB IV berisikan penutup pembahasan skripsi yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari kedua tinjauan pustaka dan rumusan masalah yang dituangkan dalam pembahasan BAB II dan BAB III.



BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN, HAK ATAS INFORMASI, TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA, DAN PERJANJIAN JUAL BELI DALAM ISLAM

A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen

Kata konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yakni *consumer*, atau dalam bahasa Belanda "*consument*", konsumen secara harfiah adalah orang yang memerlukan membelanjakan atau menggunakan, memakai atau pembutuh. Pengertian tentang konsumen secara yuridis telah diletakan dalam pelbagai peraturan perundang-undangan, seperti UU No 8 Tahun 1999 Tentang UUPK pasal 1 merumuskan sebagai berikut: "Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan / atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan."²⁶

Pasal 1 angka 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan: "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk perlindungan kepada konsumen". Arti perlindungan konsumen yang diatur dalam Pasal 1 ayat (1) Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen

²⁶ Pasal 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut.²⁷

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang No. 8 13 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Menurut Happy Sutanto, kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui Undang-Undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.²⁸

Perlindungan konsumen dalam UU Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya. Tujuan hukum perlindungan konsumen adalah meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan

²⁷ Janus Sibadolok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2010, hlm. 7.

²⁸ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta, Visimedia, 2008, hlm. 4.

kemandirian konsumen untuk melindungi diri dan menimbulkan rasa tanggung jawab pelaku. UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 di Indonesia mengatur secara khusus mengenai perlindungan konsumen. Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibentuk untuk mengembangkan upaya perlindungan konsumen. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi menyebarkan informasi, memberikan nasehat, bekerjasama dengan instansi terkait, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, dan melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Macam-macam perlindungan konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, yaitu

1. Perlindungan atas keamanan konsumen

Perlindungan atas keamanan konsumen merupakan salah satu jenis perlindungan yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Berikut ini adalah penjelasan mengenai perlindungan atas keamanan konsumen:

- a. Perlindungan atas keamanan konsumen bertujuan untuk menjamin adanya kepastian hukum yang menghormati dan melindungi hak-hak konsumen dalam usaha
- b. Hukum ini mencakup asas perlindungan konsumen, yang meliputi manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan kewajiban

- c. Dalam hal ini, perlindungan konsumen melibatkan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen
- d. Perlindungan atas keamanan konsumen mencakup pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan hukum yang mengatur perlindungan konsumen.

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen, pemerintah dan masyarakat berkoordinasi untuk membentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional, yang bertugas mengembangkan perlindungan konsumen, meningkatkan kesadaran dan kemandirian konsumen, dan melindungi diri mereka dari pelanggan yang tidak sah

2. Perlindungan atas hak konsumen untuk mendapatkan informasi

Perlindungan atas hak konsumen untuk mendapatkan informasi merupakan bagian penting dari UU Perlindungan Konsumen. Hal ini mencakup berbagai aspek, seperti kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan benar mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, serta hak konsumen untuk memperoleh informasi yang diperlukan sebelum melakukan transaksi. Menurut UU Perlindungan Konsumen, konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa yang akan dibelinya, termasuk informasi mengenai kualitas, manfaat, cara penggunaan, dan risiko yang mungkin timbul. Dengan demikian, perlindungan atas hak konsumen

untuk mendapatkan informasi bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak jujur atau menyesatkan.

3. Perlindungan atas hak konsumen untuk didengar

Perlindungan atas hak konsumen untuk didengar merupakan salah satu aspek penting dalam UU Perlindungan Konsumen. Hal ini mencakup hak konsumen untuk menyampaikan keluhan, saran, atau masukan terkait produk atau layanan yang mereka gunakan. Dengan adanya perlindungan ini, konsumen memiliki jaminan bahwa suara dan masukan mereka akan didengar dan dipertimbangkan oleh pihak-pihak terkait, sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan serta memberikan keadilan bagi konsumen. Perlindungan ini juga bertujuan untuk mendorong transparansi dan akuntabilitas dari pihak-pihak yang menyediakan produk atau layanan terhadap konsumen.

4. Perlindungan atas hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian yang diberikan dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis

atau setara, perawatan kesehatan, atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan. Pelaku usaha harus memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang yang diperdagangkan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Dalam hal ini, perlindungan atas hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak jujur atau merugikan konsumen

Selain itu, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibentuk untuk mengembangkan upaya perlindungan konsumen, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki tugas seperti menyebarkan informasi, memberikan nasehat, membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, dan melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen

Adapun tujuan perlindungan dari perlindungan konsumen terdapat dalam UUPK Pasal 3 yaitu:²⁹

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri

²⁹ Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta, Pantai Rei, 2015, hlm 22-24

2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan hak-haknya sebagai konsumen
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
5. Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa dan keselamatan konsumen.

B. Tinjauan Umum tentang Hak Atas Informasi Konsumen

Hukum perlindungan merupakan cabang hukum yang baru, namun bercorak universal. Sebagaimana perangkatnya diwarnai hukum asing. Perkembangan hukum konsumen di dunia bermula dari adanya gerakan perlindungan konsumen (*consumers movement*) di Amerika Serikat. Pada tahun 1898 di Amerika dibentuk Liga Konsumen Nasional (*the national consumer's league*) dan kemudia pada 1914 dibentuk komisi yang bergerak dibidang konsumen yaitu *Federal Trade Commission*.³⁰

Presiden John F. Kenedy mengemukakan ada empat hak konsumen yang harus dilindungi yaitu:³¹

³⁰ Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama. . 2019, Hlm. 12-13.

³¹ Zulham, *Op.cit*, Hlm. 45.

1. Hak memperoleh kewanan, (*the right of safety*) Aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan/atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Pada posisi ini, intervensi, tanggung jawab pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan dan keamanan konsumen sangat penting.
2. Hak Memilih (*the right to choose*) Bagi konsumen, hak memilih merupakan hak prerogatif konsumen apakah ia akan kembali membeli atau tidak membeli suatu barang dan/atau jasa. Oleh karena itu tanpa, tanpa ditunjang oleh hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, tingkat pendidikan yang patut, dan penghasilan yang memadai, maka hak ini tidak akan banyak artinya.
3. Hak mendapatkan 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 suatu barang yang akan dibelinya atau akan mengikat dirinya, haruslah diberikan selengkap mungkin dan dengan penuh kejujuran.
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 keluhnya dan harapannya dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dipasarkan oleh produsen atau pelaku usaha.

Hak konsumen dalam pasal 4 adalah:³²

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.

³² Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Disamping ada hak-hak konsumen yang harus diwujudkan, terdapat juga kewajiban konsumen yang harus diperhatikan oleh konsumen agar konsumen dapat terhindar dari kerugian akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang telah termuat dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Adanya kewajiban konsumen untuk membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan, merupakan hal yang penting mendapat pengaturan.

Banyak konsumen yang menderita kerugian akibat penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikarenakan konsumen tidak membaca petunjuk informasi dan prosedur pemakaian yang disampaikan oleh pelaku usaha pada label produk.

C. Tinjauan Umum tentang Tanggung jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab dalam bahasa Inggris diterjemahkan dari kata “*responsibility*” atau “*liability*”, sedangkan dalam bahasa Belanda, yaitu “*vereentwoodelijk*” atau “*aansparrkelijheid*”. Tanggung jawab adalah wajib, menanggung, wajib memikul beban, wajib memenuhi segala akibat yang timbul dari perbuatan, rela mengabdikan, dan rela berkorban untuk kepentingan pihak lain. Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha harus dapat dimintakan pertanggung jawabannya, yaitu jika perbuatan telah melanggar hak-hak dan kepentingan konsumen, menimbulkan kerugian, atau kesehatan konsumen terganggu. Tanggung jawab produk adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan hukum yang menghasilkan suatu produk atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk (*processor assembler*) atau dari orang atau badan yang menjual atau yang mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut.³³

Terdapat beberapa prinsip tanggung jawab pelaku usaha, seperti prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan, prinsip praduga selalu bertanggung jawab, prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab, prinsip tanggung jawab mutlak, dan prinsip tanggung jawab dengan pembatasan. Selain itu, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk

³³ Khaerul Tanjung, “Pelaku Usaha dan Tanggung Jawab”, <http://www.blogster.com/khaerulhtanjung/pelaku-usaha-dan-tanggung-jawab>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2023, pukul 09.27 WIB.

memperhatikan hak-hak konsumen, seperti hak untuk mendapatkan informasi, didengar, dan mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Selain itu, pelaku usaha juga memiliki kewajiban untuk memperhatikan hak-hak konsumen, seperti hak untuk mendapatkan informasi, didengar, dan mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pelaku usaha juga dilarang melakukan tindakan yang merugikan konsumen, seperti memberikan informasi yang menyesatkan, menipu, atau memanipulasi harga. Jika pelaku usaha melanggar ketentuan hukum perlindungan konsumen, maka konsumen berhak untuk meminta pertanggungjawaban dan ganti rugi dari pelaku usaha.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bab VI mulai dari Pasal 19 sampai dengan Pasal 28, mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen apabila konsumen mengalami kerugian akibat pelaku usaha. Adapun tanggung jawab pelaku usaha yang dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang pada intinya:

1. Tanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan (Pasal 19 Ayat (1))
2. Tanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan iklan tersebut Pasal 20
3. Tanggung jawab sebagai pembuat barang (importir) dan/atau penyedia jasa yang diimpor apabila importasi barang dan/atau jasa tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan luar negeri(Passal 29 ayat (1) dan (2),
4. Pelaku usaha 1 yang menjual produk kepada pelaku usaha 2, berkewajiban memenuhi ganti rugi konsumen apabila produk yang diperoleh dari pelaku usaha 2 (tidak merubah produk) merugikan konsumen (Pasal 24)
5. Pelaku usaha berkewajiban menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual apabila pemanfaatan barang lebih dari 1 tahun (Pasal 25).

Teori *due care* tentang kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen didasarkan pada gagasan, bahwa pembeli dan konsumen tidak saling sejajar, oleh karena itu kepentingan konsumen sangat rentan terhadap tujuan perusahaan yang memiliki pengetahuan dan keahlian yang tidak dimiliki konsumen. Sebab itu, kehadiran Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sebagai payung hukum utama dalam

melindungi kepentingan konsumen, juga Undang-undang lainnya yang bertautan, diharapkan mampu memfasilitasi kepentingan konsumen dan kemudian mensejajarkan kedudukan kedua belah pihak. Menurut Nurmadjito, larangan tersebut pada dasarnya untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar dimasyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal-usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.³⁴

D. Tinjauan Umum tentang Jual Beli dalam Hukum Islam

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut *al-ba'I* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Kata *al-Ba.i* dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *alSyira* (beli). Kata *al-ba'I* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli. Sedangkan menurut istilah adalah tukar menukar atau peralihan kepemilikan dengan cara pergantian menurut bentuk yang diperbolehkan oleh syara' atau menukarkan barang dengan barang atau barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak milik dari seseorang terhadap orang lainnya atas kerelaan kedua belah pihak.³⁵ Di dalam hukum islam jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan, sebagaimana firman Allah dalam surat Al-baqarah ayat 275 yaitu:

الرِّبَا وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ

³⁴ Husni Syawali dan Neni Sri, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Mandar Maju, Bandung, 2020, hlm. 18.

³⁵ Al-Zuhaily Wahbah, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Damaskus, 2005, juz 4.

Artinya:“Dan Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba....”

Berbisnis merupakan aktivitas yang sangat di anjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan, Rasulullah SAW sendiri pun telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang (AlHadits).

﴿الحربى إبراهيم رواه﴾ لرزقة ١ من وعشرة فيها تسعة فان بالتجارة عليكم

Artinya: ” Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan Sembilan dari sepuluh pintu rezeki” (H.R Ibrahim Al-Harbi).

Berdasarkan hadist di atas menyatakan bahwa melalui jalan perdagangan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar dari padanya. Pengertian jual beli secara syara’ adalah tukar menukar harta dengan harta untuk memiliki dan memberi kepemilikan.

Dalam hukum Islam, terdapat beberapa macam jual beli yang diatur, antara lain:

1. Jual Beli (*Al-Bai'*): Merujuk pada pertukaran harta dengan harta untuk keperluan pengelolaan. Jual beli ini mencakup berbagai jenis transaksi, seperti jual beli tunai, kredit, salam, dan lainnya.
2. Ijarah: Jenis transaksi jual beli yang melibatkan penyewaan atau penggunaan barang. Dalam ijarah, penyewa (pembeli) membayar sewa kepada pemilik (penjual) untuk menggunakan barang yang disewakan, misalnya sewa kendaraan, rumah, atau mesin.

3. Khiyar: Dalam jual beli, terdapat konsep khiyar yang mengacu pada diperbolehkannya memilih apakah jual itu diteruskan atau dibatalkan karena suatu hal.
4. Musawamah: Transaksi jual beli yang dilakukan secara umum tanpa menyebutkan harga secara rinci.

Hukum Islam mengatur berbagai aspek jual beli, termasuk dasar hukumnya, syarat-syarat, serta prinsip-prinsip yang harus dipatuhi dalam setiap transaksi. Hal ini bertujuan untuk memberikan pedoman yang jelas bagi umat Islam dalam menjalankan aktivitas jual beli sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Rukun jual beli dalam Islam adalah unsur-unsur yang harus dipenuhi dalam setiap transaksi jual beli agar dianggap sah dan sesuai dengan syariat Islam. Berikut adalah rukun jual beli dalam Islam:

1. Penjual: Adanya penjual yang memiliki hak untuk menjual barang atau jasa yang ditawarkan.
2. Pembeli: Adanya pembeli yang memiliki hak untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan.
3. Barang: Adanya barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual.
4. Ijab dan Qabul: Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai harga dan syarat-syarat lainnya.

Dalam Islam, jual beli harus dilakukan dengan transparansi, tanpa paksaan, jujur, jelas nilai transaksi, jumlah, dan beratnya sehingga kedua

belah pihak merasa adil. Selain itu, dalam jual beli Islam, terdapat konsep khiyar yang mengacu pada diperbolehkannya memilih apakah jual itu diteruskan atau dibatalkan karena suatu hal. Hal ini bertujuan untuk memberikan pedoman yang jelas bagi umat Islam dalam menjalankan aktivitas jual beli sesuai dengan prinsip-prinsip syariah

Sebagaimana dalam kandungan ayat-ayat Al-quran dan sabda-sabda Rasul di atas, para ulama fiqh mengatakan bahwa hukum asal dari jual beli yaitu mubah (boleh). Akan tetapi, pada situasi-situasi tertentu. Menurut Imam al-Syathibi, hukumnya boleh berubah menjadi wajib. Imam al-Syathibi memberi contoh ketika terjadi praktik ihtikar atau penimbunan barang sehingga stok hilang dari pasar dan harga melonjak naik. Apabila seorang melakukan ihtikar dan mengakibatkan melonjaknya harga barang yang ditimbun dan disimpan itu, maka menurutnya, pihak pemerintah boleh memaksa pedagang untuk menjual barangnya itu sesuai dengan harga sebelum terjadinya pelonjakan harga. Menurutnya, pedagang itu wajib menjual barangnya sesuai dengan ketentuan pemerintah. Hal ini sama prinsipnya dengan al-Syathibi bahwa yang mubah itu apabila ditinggalkan secara total, maka hukumnya boleh menjadi wajib. Apabila sekelompok pedagang besar melakukan boikot tidak mau menjual beras lagi, pihak pemerintah boleh

memaksa mereka untuk berdagang beras dan pedagang ini wajib melaksanakannya. Demikian pula, pada kondisi-kondisi lainnya.³⁶

Syarat jual beli dalam Islam meliputi beberapa aspek yang harus dipenuhi agar transaksi dianggap sah dan sesuai dengan syariat Islam. Berikut adalah beberapa syarat jual beli dalam Islam yang umumnya diakui:

1. Rida dari kedua belah pihak: Kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli dalam Islam harus saling ridha atas barang atau jasa yang diperdagangkan. Tanpa adanya ridha dari kedua belah pihak, transaksi jual beli tersebut dianggap batal.
2. Pelaku jual-beli adalah orang yang dibolehkan untuk bertransaksi: Kedua pelaku jual beli, baik penjual maupun pembeli, haruslah baligh dan berakal sehat. Apabila pelakunya adalah anak kecil, orang yang tidak berakal sehat, atau orang yang tidak diperbolehkan untuk bertransaksi, maka transaksi jual beli tersebut dianggap tidak sah.
3. Adanya akad alias kesepakatan jual beli kedua belah pihak: Transaksi jual beli harus didasari oleh kesepakatan antara penjual dan pembeli mengenai harga, barang, dan syarat-syarat lainnya.
4. Barang yang diperjual belikan adalah dimiliki sepenuhnya oleh penjual: Barang yang diperdagangkan harus dimiliki sepenuhnya oleh penjual dan bukan barang yang sebagian atau seluruhnya adalah milik orang lain.

³⁶ Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2017, hlm. 26.

5. Objek yang diperjual belikan bukanlah barang yang terlarang atau haram: Barang yang diperdagangkan haruslah halal dan tidak terlarang dalam Islam.
6. Harga jual beli harus jelas dan transparan: Penjual dan pembeli harus jujur dengan harga jual yang disepakati. Harga jual beli haruslah jelas dan transparan.

Dengan memenuhi syarat-syarat tersebut, transaksi jual beli dianggap sah dalam Islam dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.



BAB III

**PEMENUHAN HAK ATAS INFORMASI KONSUMEN TERHADAP
KETIDAKSESUAIAN HARGA PADA RAK DENGAN STRUK BELANJA DI
ALFAMART**

**A. Pemenuhan Hak atas Informasi Konsumen terhadap Ketidaksesuaian
Harga pada Rak dengan Struk Belanja di Alfamart**

kemajuan perekonomian membuat kegiatan bisnis para pelaku usaha semakin berkembang. Sebagaimana dalam kehidupan sehari-hari manusia pada zaman sekarang sudah disugahi berbagai macam pilihan fasilitas dalam memenuhi kebutuhan berbelanjanya. Mulai dari pasar tradisional, toko-toko grosir, swalayan, hingga super market yang mudah di jangkau oleh masyarakat masa kini. Konsumen sudah tidak kesulitan dalam hal pemenuhan kebutuhan harian, mereka dengan mudah memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara membelinya di swalayan terdekat.³⁷ Salah satu unsur penting yang diperhatikan oleh konsumen pada saat berbelanja adalah harga. Harga menjadi salah satu pertimbangan seorang konsumen untuk membeli suatu barang tersebut atau tidak. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) merumuskan sejumlah hak penting konsumen, menurut pasal 4 ada sembilan hak dari konsumen, delapan di antaranya hak eksplisit diatur dalam Undang-

³⁷ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Depok, Raja Grafindo Persada, 2017, hlm. 154.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan satu hak lainnya diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Hak-hak tersebut adalah:³⁸

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan jasa
2. Hak untuk memilih barang dan jasa
3. Hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang dan jasa
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya
5. Hak untuk mendapatkan bantuan hukum (advokasi), perlindungan dan penyelesaian sengketa
6. Hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen
7. Hak untuk diperlakukan dengan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi atas barang atau jasa yang merugikan
9. Hak-hak yang ditentukan dalam perundang-undangan lain.

Kewajiban para konsumen di antaranya meliputi:

1. Membaca dan mengikuti petunjuk informasi atau prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa atau demi keamanan dan keselamatan
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang jasa
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

³⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hlm. 39.

Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen menjamin hak konsumen atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disebutkan dalam Pasal 1 ayat (1) bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:³⁹

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepekat
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen. Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup.

Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 UUPK lebih luas dari pada hak-hak dasar konsumen sebagaimana pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J.F.Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yaitu:⁴⁰

1. Hak Memperoleh Keamanan (*the right to safety*)
2. Hak Memilih (*the right to choose*)
3. Hak Mendapat Informasi (*the right to be informed*)

³⁹ *Ibid*, hlm 47.

⁴⁰ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta, Universitas Indonesia, 2018, hlm. 7.

4. Hak Untuk Didengar (*the right to be heard*)

Organisasi Konsumen Sedunia (*International Organization of Consumers Union – IOCU*) menambahkan empat hak dasar konsumen lainnya yang harus dilindungi, yaitu:⁴¹

1. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup
2. Hak untuk memperoleh ganti rugi
3. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen
4. Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat

Disamping itu, Masyarakat Eropa (*Europese Economische Gemeenschap* atau EEG) juga telah menyepakati lima hak dasar konsumen yang perlu mendapat perlindungan, yaitu:⁴²

1. Hak perlindungan kesehatan dan keamanan (*recht op bescherming van zijn gezondheid en veiligheid*)
2. Hak perlindungan kepentingan ekonomi (*recht op bescherming van zijn economische belangen*)
3. Hak mendapat ganti rugi (*recht op schadevergoeding*)
4. Hak atas penerangan (*recht op voorlichting en vorming*)
5. Hak untuk didengar (*recht om te worden goherd*)

⁴¹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Rajawali Pers, 2014, hlm. 39.

⁴² Mariam Darus Badrul Zaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, Bandung, Alumni, 2017, hlm. 53.

Hak atas keamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang dan jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengonsumsi suatu produk.

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan atau sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk. Informasi yang merupakan hak konsumen tersebut di antaranya adalah mengenai manfaat kegunaan produk, efek samping atas penggunaan produk, tanggal kadaluarsa, serta identitas produsen dari produk tersebut. Informasi tersebut dapat disampaikan baik secara lisan, maupun secara tertulis, baik yang dilakukan dengan mencantumkan pada label yang melekat pada kemasan produk, maupun melalui media cetak maupun media elektronik. Informasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiiaannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang

memenuhi kebutuhannya. Pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik konsumen maupun produsen.⁴³

Bagaimana ragamnya rumusan hak-hak konsumen yang telah dikemukakan, namun secara garis besar dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu *pertama*, Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan *kedua*, hak untuk memperoleh barang jasa dengan harga yang wajar dan *ketiga*, hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi. Hak/prinsip dasar tersebut merupakan himpunan beberapa hak konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK, maka hal tersebut sangat esensial bagi konsumen, sehingga dapat dijadikan/merupakan prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia. Apabila konsumen benarbenar akan dilindungi, maka hak-hak konsumen yang disebutkan di atas harus dipenuhi, baik oleh pemerintah maupun oleh produsen, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek.⁴⁴

Konsumen masih banyak yang berada dalam posisi yang lemah. Dalam hal ini, yang dimaksud dengan asas-asas perlindungan konsumen adalah:⁴⁵

⁴³ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2011, hlm. 62-63.

⁴⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, PT. Grafindo, hlm. 41-46.

⁴⁵ M.Sadar Dkk, *Asas-asas Perlindungan Konsumen*, Jakaerta, Sinar Grafika, hlm. 19.

1. Asas manfaat yakni dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan ini harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan
2. Asas keadilan yakni dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil
3. Asas keseimbangan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual
4. Asas keamanan dan Keselamatan Konsumen yakni untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang jasa yang dikonsumsi atau digunakan
5. Asas kepastian Hukum yakni dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

Untuk memenuhi hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di Alfamart, konsumen dapat melakukan beberapa cara, antara lain:

1. Memperhatikan harga yang tertera pada rak dan membandingkannya dengan harga yang tertera pada struk belanja. Jika terdapat perbedaan harga, konsumen dapat meminta penjelasan kepada pihak Alfamart.
2. Meminta struk belanja setelah melakukan pembelian dan memeriksa kembali harga yang tertera pada struk belanja. Jika terdapat ketidaksesuaian harga, konsumen dapat meminta penjelasan dan meminta pengembalian uang atau penggantian barang jika diperlukan.
3. Mengajukan keluhan atau pengaduan kepada pihak Alfamart jika terdapat ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja.

Selain itu, konsumen juga memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh Alfamart. Jika terdapat ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja, konsumen dapat meminta penjelasan dan memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku. Konsumen umumnya dapat memeriksa harga yang tercetak pada struk belanja dan membandingkannya dengan harga yang tercetak pada rak jika ada perbedaan. Jika terdapat ketidaksesuaian harga, konsumen dapat meminta penjelasan dan meminta pengembalian uang atau penggantian barang jika diperlukan.

Untuk mengatasi ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di Alfamart, Anda dapat mengikuti langkah-langkah berikut:

Memeriksa harga pada rak: Perhatikan harga yang tercetak pada rak dan bandingkan dengan harga yang tercetak pada struk belanja. Jika terdapat perbedaan harga, siap persiapkan penjelasan dan pengembalian uang atau penggantian barang jika diperlukan.

1. Meminta struk belanja: Jika Anda melihat perbedaan harga antara rak dan struk belanja, minta struk belanja kepada kasir Alfamart untuk memeriksa kembali harga yang tercetak pada struk.
2. Mengajukan keluhan atau pengaduan: Jika Anda menemukan ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja, ajukan keluhan atau pengaduan kepada kasir Alfamart. Informasikan tentang perbedaan harga yang Anda temukan dan berikan bukti apa struk belanja Anda.
3. Mendaftar menjadi member Alfamart: Anda dapat mendaftar menjadi member Alfamart untuk mendapatkan berbagai informasi tentang promo, diskon, dan voucher yang tersedia di Alfamart
4. Dengan bermasukan sebagai member, Anda akan mendapatkan informasi lebih baik tentang kebijakan harga dan promo yang tersedia di Alfamart.
5. Menggunakan aplikasi Alfagift: Anda dapat mengunduh aplikasi Alfagift yang tersedia di Google Playstore untuk mendapatkan informasi tentang diskon, promo, dan voucher yang ada di Alfamart. Dengan menggunakan aplikasi ini, Anda akan dapat mengatasi ketidaksesuaian harga dan mendapatkan lebih banyak keuntungan saat berbelanja di Alfamart.

Dengan mengikuti langkah-langkah ini, Anda dapat mengatasi ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di Alfamart dan memastikan mendapatkan harga yang sesuai.

Contoh kasus Mini market Alfamart di jalan H lias depan perumahan palem kampung Ceger diduga mengelabui konsumen, di kelurahan Jakamulya kecamatan Bekasi Selatan kota bekasi. Disaat konsumen (dadu red) membeli sejumlah barang, Rabu 7 November 2018 di minimarket Alfamart di jalan H lias dengan membeli makanan keju bermerek yang sedang promo di toko minimarket Alfamart jalan H lias tidak sesuai harga yang sedang dipromosikan atau harga yang ditempelkan pada rak barang makanan keju bermerek. Ia mengatakan harga promo yang ditempelkan dirak Rp 7300,- dan mendapatkan satu botol air mineral gratis, tetapi disaat membayar di kasir harganya Rp 14700,- saya protes, lanjutnya kata pegawai kasir promonya tidak ada di komputer. Tuter konsumen. Saat dikonfirmasi pegawai kasir. Promonya tidak ada di komputer. Kata kasirnya.

Kemudian di minimarket tersebut, Bambang, Rabu 7 November, saat dikonfirmasi sebagai kepala toko minimarket Alfamart, ia membenarkan adanya pembelian makanan keju yang tidak sesuai dengan harga promo, ada pegawai minimarket yang lalai menurutnya. Ia juga mengatakan, makanan yang dibelinya, mengacu pada aturan SOP yang berlaku di toko minimarket Alfamart, makanannya harus dibayar sesuai harga yang ditempel yang dikatakan kepala tokonya. ia menambahkan, kalo ada kelalaian seperti ini

bukan unsur kesengajaan dari kami, mungkin lengah saja. Kalo sudah terjadi kami minta maaf atas kerugian konsumen. Kita akan ganti kerugian konsumen kata kepala minimarketnya. Sementara menurut pengakuan konsumen Rabu 7 November, tidak ada ganti rugi sampai saat ini dari kepala minimarketnya. Kepala tokonya tidak sesuai dengan perkataan mau ganti rugi, tetapi kenyataannya tidak ada ganti rugi. Dari penjelasan konsumen.

Pada dasarnya 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. Namun, kewajiban ini tidak berlaku bagi pelaku usaha mikro. Harga barang tersebut harus dilekatkan/ditempelkan pada barang atau kemasan, disertakan, dan/atau ditempatkan dekat dengan barang serta dilengkapi jumlah satuan atau jumlah tertentu. Jika barang yang diperdagangkan dikenakan pajak dan/atau biaya-biaya lainnya, pencantuman harga harus memuat informasi harga barang sudah termasuk atau belum termasuk pajak dan/atau biaya-biaya lainnya.

Dengan demikian, harga barang di rak yang ditempatkan dekat dengan barang harus dicantumkan secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat oleh konsumen, termasuk informasi apakah harga barang sudah termasuk atau belum termasuk pajak dan/atau biaya lainnya. Harga yang dicantumkan harus dalam rupiah, dengan menggunakan mata uang dan nominal rupiah yang berlaku. Jika harga barang memuat pecahan nominal rupiah yang tidak

beredar, pelaku usaha dapat membulatkan harga barang dengan memperhatikan nominal rupiah yang beredar. Pembulatan tersebut diinformasikan kepada konsumen pada saat transaksi pembayaran. Jika pelaku usaha tidak mencantumkan harga barang secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat atau tidak menetapkan harga barang dengan rupiah, ia dapat dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha di bidang perdagangan oleh pejabat yang berwenang. Pencabutan izin usaha di bidang perdagangan tersebut dilakukan setelah pelaku usaha diberi peringatan secara tertulis sebanyak tiga kali dalam tenggang waktu masing-masing peringatan paling lama satu bulan.

Kemudian, bagaimana jika harga barang tidak sesuai dengan yang ada di rak dan di kasir? Jika harga barang di rak dengan harga barang di kasir berbeda, maka harga yang dikenakan pada konsumen saat pembayaran adalah merujuk pada Pasal 7 ayat (2) Permendag 35/2013 yaitu:

Dalam hal terdapat perbedaan antara harga barang atau tarif jasa yang dicantumkan dengan harga atau tarif yang dikenakan pada saat pembayaran yang berlaku adalah harga atau tarif yang terendah.

Jadi jika harga barang tidak sesuai dengan yang ada di rak dan di kasir, maka harga yang dikenakan konsumen pada saat pembayaran adalah harga atau tarif yang terendah. Hal ini mengingat bahwa pelaku usaha yang memperdagangkan barang secara eceran dan/atau jasa bertanggung jawab atas kebenaran harga barang dan/atau tarif jasa yang dicantumkan. Di sisi lain,

dalam UU Perlindungan Konsumen diatur bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga barang dan/atau jasa.⁴⁶

Pelanggaran terhadap larangan menawarkan atau membuat pernyataan tidak benar atau menyesatkan tentang harga barang tersebut, pelaku usaha diancam dipidana penjara paling lama 5 tahun atau pidana denda paling banyak Rp2 miliar.⁴⁷

Dalam hal konsumen dirugikan akibat harga barang di rak dan harga barang di kasir berbeda, misalnya terjadi selisih yang cukup signifikan dan konsumen dibebankan harga yang mahal melebihi harga barang di rak, konsumen bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui peradilan di bawah lingkungan peradilan umum.⁴⁸

Jika terjadi ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di Alfamart dan konsumen tidak dapat menyelesaikan masalah tersebut dengan pihak Alfamart, konsumen dapat mengambil langkah hukum dengan mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri. Namun, sebelum mengambil langkah hukum, disarankan untuk mencoba menyelesaikan masalah secara damai dengan pihak Alfamart terlebih dahulu. Jika masalah tidak dapat

⁴⁶ Pasal 10 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
⁴⁷ Pasal 62 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
⁴⁸ Pasal 45 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

diselesaikan secara damai, konsumen dapat mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri dengan membawa bukti-bukti yang cukup, seperti struk belanja, bukti pembayaran, dan bukti-bukti lainnya yang dapat mendukung gugatan. Dalam hal ini, konsumen dapat meminta pengembalian uang atau penggantian barang yang sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku.

B. Tanggung Jawab Alfamart sebagai Pelaku Usaha Atas Kerugian

Konsumen akibat Ketidaksesuaian Harga Pada Rak dengan Struk

Belanja

Istilah produsen berasal dari bahasa Belanda yakni *producent*, dalam bahasa Inggris, *producer* yang artinya adalah penghasil. Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, *leveransir*, dan pengecer profesional, yaitu setiap orang/ badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Produsen tidak hanya diartikan sebagai pihak pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen.⁴⁹

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak menggunakan istilah produsen melainkan menggunakan istilah pelaku usaha. Pasal 3 angka 1 disebutkan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan

⁴⁹ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen, dan Tanggung Jawab Produk*, Panta Rei, Jakarta, hlm. 26.

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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁵⁰

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak menggunakan istilah produsen melainkan menggunakan istilah pelaku usaha. Dalam Pasal 3 angka 1 disebutkan bahwa 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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pengertian pelaku usaha yang bermakna luas tersebut, akan memudahkan konsumen menuntut ganti kerugian. Konsumen yang dirugikan akibat penggunaan produk tidak begitu kesulitan dalam menemukan kepada siapa tuntutan diajukan karena banyak pihak yang dapat digugat, namun akan lebih baik lagi seandainya Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan rincian sebagaimana dalam Directive.⁵¹

Pasal 3 Directive ditentukan bahwa:⁵²

1. Produsen berarti pembuat produk akhir, produsen dari setiap bahan mentah, atau pembuat dari suatu suku cadang dan setiap orang yang

⁵⁰ Janus Sidabalok, *Op.Cit*, hlm. 16

⁵¹ Pasal 3 ayat (1), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁵² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 9.

memasang nama, mereknya atau suatu tanda pembedaan yang lain pada produk, menjadikan dirinya sebagai produsen

2. Tanpa mengurangi tanggung gugat produsen, maka setiap orang yang mengimpor suatu produk untuk dijual, dipersewakan, atau untuk leasing, atau setiap bentuk pengedaran dalam usaha peredarannya dalam masyarakat Eropa, akan dipandang sebagai produsen dalam arti Directive ini, dan akan bertanggung gugat sebagai produsen
3. Produsen dalam hal suatu produk tidak dikenal identitasnya, maka setiap leveransir/supplier akan bertanggung gugat sebagai produsen, kecuali ia memberitahukan orang yang menderita kerugian dalam waktu yang tidak terlalu lama mengenai identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya. Hal yang sama akan berlaku dalam kasus barang/produk yang diimpor, jika produk yang bersangkutan tidak menunjukkan identitas impor sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (2), sekalipun nama produsen dicantumkan.

Istilah pelaku usaha adalah istilah yang digunakan oleh pembuat undang-undang yang pada umumnya lebih dikenal dengan istilah pengusaha. Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) menyebut empat kelompok besar kalangan pelaku ekonomi, tiga di antaranya termasuk kelompok pengusaha

(pelaku usaha, baik privat maupun publik). Ketiga kelompok pelaku usaha tersebut adalah sebagai berikut:⁵³

1. Kalangan investor, yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan, seperti perbankan, usaha leasing, tengkulak, penyedia dana lainnya, dan sebagainya
2. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang jasa dari barang-barang jasa-jasa lain (bahan baku, bahan tambahan/penolong, dan bahan-bahan lainnya).
3. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang jasa tersebut kepada masyarakat.

Pelaku usaha sebagai penyelenggara kegiatan usaha merupakan pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negatif berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga, yaitu konsumen, sama seperti seorang produsen. Meskipun demikian konsumen dan pelaku usaha ibarat sekeping mata uang dengan dua sisinya yang berbeda. Hak Pelaku Usaha Dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha mempunyai hak sebagai berikut:⁵⁴

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang jasa yang diperdagangkan

⁵³ Adrian Sutedi, *Op.Cit*, hlm. 11

⁵⁴ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2015. hlm. 21.

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 jasa yang diperdagangkan
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya. Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang jasa yang sama.

Sebagaimana dalam praktik yang biasa terjadi, suatu barang jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.⁵⁵

Kewajiban Pelaku Usaha Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak hanya mengatur hak pelaku usaha saja, tetapi juga mengatur mengenai kewajiban pelaku usaha.

⁵⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 51.

Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen kewajiban pelaku usaha, antara lain:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang 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 diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang jasa yang berlaku
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat yang diperdagangkan
6. Memberi kompensasi, ganti rugi penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang jasa.⁵⁶

⁵⁶ *Ibid*, hlm. 54.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan pada saat transaksi dengan produsen.

Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha mempunyai tanggung jawab, yaitu:⁵⁷

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi

⁵⁷ Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi *pertama*, tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan, *kedua* tanggung jawab kerugian atas pencemaran, *ketiga*, Tanggung jawab kerugian atas kerugian konsumen. Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.

Tanggung jawab Alfamart sebagai pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja dapat dianalisis dari perspektif hukum konsumen dan perlindungan konsumen. Tanggung jawab Alfamart dapat dipahami sebagai berikut:

1. Kewajiban tepat harga yakni Alfamart memiliki kewajiban untuk menampilkan harga barang dengan jelas dan akurat pada rak produk yang dijual. Ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja adalah masalah serius dan dapat merugikan konsumen. Alfamart harus

memastikan bahwa harga yang tertera pada produk sesuai dengan harga yang diberikan kepada konsumen pada saat pembayaran berupa:

a. Kewajiban untuk Menyajikan Informasi yang Jelas: Alfamart memiliki kewajiban untuk menyajikan informasi yang jelas, termasuk harga produk, di tempat-tempat yang mudah diakses oleh konsumen, seperti rak dan label harga.

b. Tanggung Jawab atas Kesalahan Harga: Jika terjadi kesalahan harga pada rak yang menyebabkan ketidaksesuaian dengan struk belanja, Alfamart dapat dianggap bertanggung jawab untuk mengoreksi kesalahan tersebut dan memberikan kompensasi yang sesuai kepada konsumen.

2. Transparansi harga yakni Alfamart harus memberikan informasi yang jelas dan transparan kepada konsumen terkait harga-harga produk yang dijual. Ini mencakup menampilkan harga yang benar pada rak, serta memastikan bahwa perangkat kasir dan struk belanja mencantumkan harga yang sesuai berupa:

a. Transparansi Harga: Alfamart diharapkan untuk menjaga transparansi dalam menetapkan harga dan menghindari praktik-praktik yang dapat menyesatkan konsumen.

b. Pemberian Informasi yang Benar: Pemberian informasi yang benar dan akurat tentang harga di rak dan pada struk belanja adalah kunci dalam membangun kepercayaan konsumen.

3. Kewajiban memperbaiki kesalahan apabila jika terjadi ketidaksesuaian harga, Alfamart memiliki kewajiban untuk mengatasi masalah ini dengan cepat dan dengan cara yang memuaskan konsumen. Ini mungkin melibatkan penyesuaian harga atau pengembalian uang kepada konsumen jika mereka telah membayar lebih dari yang seharusnya.
4. Pengawasan internal yakni Alfamart juga memiliki kewajiban untuk mengimplementasikan kontrol internal yang efektif untuk mencegah kesalahan seperti ketidaksesuaian harga terjadi. Ini bisa mencakup pelatihan karyawan, pemantauan rutin, dan peninjauan sistem harga.
5. Kompensasi bagi konsumen yang merugi apabila konsumen telah merugi akibat ketidaksesuaian harga, Alfamart harus memberikan kompensasi yang layak. Ini dapat mencakup pengembalian dana, diskon berikutnya, atau bentuk kompensasi lainnya.
6. Pengawasan regulasi yakni pemerintah atau lembaga pengawas konsumen dapat memiliki peran dalam memantau dan mengawasi kepatuhan Alfamart terhadap peraturan perlindungan konsumen. Pelanggaran berulang dapat mengakibatkan sanksi dan tindakan hukum.
7. Kewajiban Hukum berupa:
 - a. Kepatuhan Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen:
Alfamart diharapkan untuk patuh terhadap undang-undang perlindungan konsumen yang berlaku di wilayahnya. Ini mencakup

ketentuan-ketentuan terkait informasi yang diberikan kepada konsumen dan hak-hak konsumen.

- b. Penanganan Keluhan dan Sengketa: Alfamart seharusnya memiliki mekanisme yang efektif untuk menanggapi keluhan konsumen terkait dengan masalah harga, dan jika terjadi sengketa, harus mematuhi prosedur penyelesaian sengketa yang diatur oleh undang-undang.

8. Pelaksanaan Sanksi:

Pelaksanaan Sanksi Hukum: Jika terbukti bahwa kesalahan harga disengaja atau sebagai hasil dari kelalaian yang serius, Alfamart dapat dikenakan sanksi hukum sesuai dengan peraturan perlindungan konsumen yang berlaku dengan:

- a. Investigasi dan Penyelidikan yakni otoritas pengawas perlindungan konsumen dapat melakukan penyelidikan terhadap laporan atau temuan terkait ketidaksesuaian harga. Ini bisa melibatkan pengumpulan bukti, wawancara dengan pihak terkait, dan analisis informasi.
- b. Pemeriksaan Kepatuhan yakni alfamart dapat diperiksa untuk memastikan bahwa mereka telah mematuhi ketentuan-ketentuan perlindungan konsumen. Pemeriksaan ini dapat mencakup pengecekan terhadap praktik harga, penanganan keluhan konsumen, dan kepatuhan terhadap ketentuan-ketentuan hukum lainnya.

- c. Sanksi Administratif jika terdapat pelanggaran yang cukup serius, otoritas pengawas dapat memberlakukan sanksi administratif. Sanksi ini dapat berupa denda keuangan, peringatan resmi, atau pembekuan sementara kegiatan bisnis yang terkait.
- d. Pemberian Peringatan atau Teguran ini terjadi sebelum memberlakukan sanksi yang lebih berat, otoritas pengawas mungkin memberikan peringatan atau teguran kepada Alfamart. Tujuannya adalah memberikan kesempatan bagi Alfamart untuk memperbaiki kesalahan dan mematuhi peraturan.
- e. Restitusi kepada Konsumen yakni selain sanksi administratif, Alfamart mungkin diwajibkan untuk memberikan restitusi kepada konsumen yang terkena dampak kerugian akibat kesalahan harga. Ini dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang.
- f. Penghentian atau Pembatasan Kegiatan Bisnis jika pelanggaran yang dilakukan oleh Alfamart sangat serius dan berkelanjutan, otoritas pengawas dapat memutuskan untuk menghentikan atau membatasi sementara kegiatan bisnis Alfamart hingga masalah tersebut terselesaikan.
- g. Tindakan Hukum yakni otoritas pengawas dapat mengambil tindakan hukum terhadap Alfamart jika ditemukan adanya pelanggaran hukum yang jelas. Ini bisa melibatkan pengadilan dan pemberian sanksi

hukum yang lebih berat, termasuk denda yang lebih besar atau sanksi pidana.

Dalam menjalankan bisnisnya, Alfamart diharapkan untuk menjunjung tinggi prinsip-prinsip perlindungan konsumen, keterbukaan, dan tanggung jawab hukum untuk memastikan keadilan bagi konsumen yang menjadi pelanggannya.

Tanggung jawab Alfamart sebagai pelaku usaha dalam hal ini adalah untuk memastikan bahwa konsumen tidak mengalami kerugian akibat kesalahan harga. Mereka harus menjalankan praktik bisnis yang etis dan mematuhi peraturan perlindungan konsumen yang berlaku di wilayah mereka. Kesalahan harga dapat merugikan citra bisnis dan kepercayaan konsumen, sehingga penting untuk menangani masalah ini dengan serius dan bertanggung jawab.

Konsep tanggung jawab hukum merupakan bagian dari konsep kewajiban hukum. Prinsip tentang tanggung jawab merupakan bagian yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait.⁵⁸ Sebagaimana dalam hukum, setiap tuntutan pertanggungjawaban harus mempunyai dasar, yaitu hal yang

⁵⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, 2009, hlm. 41.

menyebabkan seseorang harus (wajib) bertanggung jawab. Dasar pertanggungjawaban itu menurut hukum perdata adalah kesalahan dan risiko yang ada dalam setiap peristiwa hukum. Keduanya menimbulkan akibat dan konsekuensi hukum yang jauh berbeda di dalam pemenuhan tanggung jawab berikut hal-hal yang berkaitan dengan prosedur penuntutannya. Tidak adanya atau kurangnya kesadaran akan tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha akan berakibat fatal dan menghadapi risiko bagi kelangsungan hidup/kredibilitas usahanya.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pemenuhan hak atas informasi konsumen terhadap ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja di *Alfamart* tidak terpenuhi karena pelaku usaha masih cenderung mengabaikan kewajibannya dalam memenuhi hak-hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, dan jelas sesuai dengan kondisi barang yang diperjual-belikan sesuai pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Tanggung jawab *Alfamart* sebagai pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian harga pada rak dengan struk belanja tidak terpenuhi karena pelaku usaha mengabaikan hak konsumen dimana ketika terdapat perbedaan harga yang tertera pada rak dan pada struk belanja yang diberlakukan adalah harga pada struk belanja yang lebih mahal sesuai pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

B. Saran

1. Seharusnya konsumen diberikan pemenuhan hak atas informasi konsumen yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan harga pada rak dan pemeliharaan sesuai pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga jika harga barang tidak

sesuai dengan yang ada di rak dan di kasir, maka harga yang dikenakan konsumen pada saat pembayaran adalah harga atau tarif yang terendah sesuai Pasal 7 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2013 jika ternyata berbeda harga pada rak tersebut.

2. Seharusnya pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas ketika terdapat perbedaan harga yang tertera pada rak dan pada struk belanja yang diberlakukan adalah harga pada struk belanja yang lebih mahal sesuai pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adrian, Tanggung Jawab Produk Perlindungan Konsumen, Bogor: Ghalia Indonesia. Tjiptono, Fandy, 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, 2016. Surabaya: Permata Press. 2008.
- Amiruddin, Zainal Asikin, Pengantar Metode Penelitian Hukum, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Arifin, Johan, Etika Bisnis Islami, Bandung: Walisongo Press, 2018.
- Az. Nasution, Konsumen dan Hukum, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 2015.
- Bakry, Naadzar. Problematikan Pelaksanaan Fiqh Islam, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Bambang Sunggono, Metodologi Penelitian Hukum, suatu pengantar, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Barkatullah, Abdul Halim, Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Nusa Media, 2018.
- Basori, Khabib, Muamalat. Yogyakarta: Pustaka Insan Mandiri. Chair, Waisul, "Riba dalam Perspektif Islam dan Sejarah", Iqtishadia, Vol 1 No. 1 Juni 2014.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta, 2018.

- CST Kansil, Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Indonesia, Jakarta, Balai Pustaka, 2011.
- Djamal, Paradigma Penelitian Kualitatif, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Djazuli, Kaidah-kaidah Fikih, Jakarta: Kencana, 2016.
- Emzir, Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data, Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada. 2014.
- Hadjon, Philipus M., Perlindungan bagi Rakyat di Indonesia, Surabaya: PT. Bina Ilmu Handono, 2016.
- Husnaldi Usman DKK. Metodologi Penelitian Sosial, Jakarta:PT.Bumi Askara, 2016.
- Husni Syawali, Hukum Perlindungan Konsumen. Bandung: Mandar Maju, 2008.
- Kansil, Christine S.T, Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia, cet. II, Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Kementerian Perdagangan, “Laporan Akhir Analisis Penerapan pencantuman Harga Pada Barang”, Pusat Kebijakan Perdagangan dalam Negeri Badan pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan, 2015.
- Mahendra Adhi, 2008. “Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Penggunaan Produk Plastik Berbahaya Sebagai Kemasan Makanan dan Minuman”. Skripsi, Depok, Universitas Indonesia, Quran Karim dan Terjemahan Artinya. 2014. Cet. XI. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta.

Muhammad, Alimin, Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam, Yogyakarta: BPFE, 2014.

Mukti Fajar ND, Yulianto Achmad, Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris, Cetakan 1. Yogyakarta, Pustaka Fajar, 2010.

Muri Ahmadi, Sutarman Yodo., Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Muslich Ahmad Wardi, Fikih Muamalah, Jakarta: Amzah, 2010.

Nasution, Az, Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar, Jakarta: Diadit Media, 2012.

Nurlailli, Rizky, 2018. "Tinjauan Hukum Pidana terhadap Peredaran Produk Makanan Yang Tidak Sesuai dengan Informasi Pada Kemasan", Skripsi, Yogyakarta: UII. Purwanta.

Rosmawati, Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen, Depok: Prenadamedia Group, 2018.

Suhedi, Hendi, Fiqh Muamalah, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018.

Susanto, Happy, Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan. cet. I. Jakarta: Transmedia Pustaka, Sutedi, 2010.

Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Jurnal

Adi, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Informasi Iklan Barang dan yang Menyesatkan", Jember: Universitas Jember. Hoson,

- Nadrattuzaman. "Analisis Bentuk Gharar dalam Transaksi Ekonomi".
Allqishad, vol. I no. 1 Januari (2009).
- Basori, Khabib, Muamalat. Yogyakarta: Pustaka Insan Mandiri. Chair,
Waisul, "Riba dalam Perspektif Islam dan Sejarah", Iqtishadia, Vol 1
No. 1 Juni 2014.
- Ja'far, H. A. Khumedi, "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum
Bisnis Islam", Jurnal Hukum, Vol. 6 No. 1 Januari 2014.
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Prenhallindo. Mansyur, Ali,
Irsan Rahman., "Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai
Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional", Jurnal Pembaharuan
Hukum, Vol. II No. 1 Januari – April 2015.
- Maulidizen, Ahmad, "Riba, Gharar dan Moral Ekonomi Islam dalam
Perspektif Sejarah Da Komparatif: Satu Sorotan Literatur",
Islamicomic Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 7 No. 2 Juli – Desember
2016.
- Nurhalis, "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan
UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999," Jurnal IUS, Vol. III Nomor 9
Desember (2015).
- Rahman, Taufiq. 2017. "Tinjauan Yuridis terhadap Penerapan Sertifikasi
Halal Suatu Produk di Indonesia". Skripsi, Makassar: UIN Alauddin
Makassar.

Raytiaputri, Resa, 2013. “Implementasi Pasal 7 Huruf B Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Terkait Pemberian Informasi 71 Kepada Konsumen dalam Perjanjian Pembiayaan Konsumen”, Jurnal Ilmiah, Malang: Universitas Brawijaya.

Saraspeni, Wiji, “Perlindungan Konsumen Terhadap Hak Atas Informasi Harga Pada Menu Makanan, dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016.

Setyawati Desy, Ary, dkk. “Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggungjawab Pelaku Usaha dalam Perjanjian Transaksi Elektronik”, Syiah Kuala, Law Journal, Vol. 1 No. 3 Desember (2017),

Shavira Andriasari, Rinitami Njatrijani, Bambang Eko Turisno.2019 “Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Rak dengan Struk Kasir di Indomaret Semarang”.Diponegoro, Law Journal, Volume 8, Nomor 4 Tahun 2019.

Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta: Grasindo, Shobirin, ”Jual Beli dalam Pandangan Islam.” Jurnal Beli dalam Pandangan Islam, Vol. 3 No. 2 Desember (2015).

Siswadi, “Jual Beli dalam Perspektif Islam”, Jurnal Ummul Quran, Vol. 2 Agustus (2013).

Sitepu, Yeminan Br., “Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen terhadap Promosi yang Tidak Benar Ditinjau dari Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail),” JOM Fakultas Hukum, Vol. III Nomor 2, Oktober (2016).

Yanti, Illy dan Rafidah, “Ekonomi Islam dalam Sistem Ekonomi Indonesia”, Kontekstualita, Vol. 25 No. 1 Juli (2009).

Yemima Br. Sitepu. 2016 “Pertanggungjawaban Pelaku Usaha kepada Konsumen terhadap Promosi yang tidak benar ditinjau dari UndangUndang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail)”. JOM Fakultas Hukum Volome III Nomor 2, Oktober 2016.

Yunus, Muhammad, dkk. “Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Akad Jual Beli dalam Transaksi Online Pada Aplikasi Go-Food”, Amwaluna, Vol. 2 No. 1 (2018). 72 Zaman, Mariam Darus Badrul, 1981. Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya, Bandung: Alumni.

Undang-undang

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor
06/MDAG/PER/2/2017 Tentang Badan Penyelesaian Sengketa
Konsumen.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor
35/MDAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif
yang diperdagangkan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 59 Tahun 2001 tentang
Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

