

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT HARGA MENU YANG TIDAK
DICANTUMKAN OLEH PELAKU USAHA *COFFEE SHOP*
(Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh
Sarjana Hukum**



Oleh :

**NAMA : ARIQ RIFQI MUZAKKY
NPM : 1701110102
PROGRAM STUDI : ILMU HUKUM
BAGIAN : HUKUM PERDATA**

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2021**

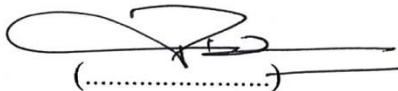

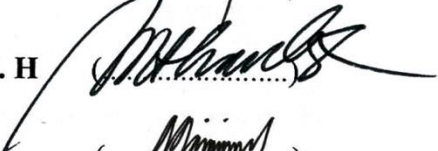


**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT HARGA MENU YANG TIDAK
DICANTUMKAN OLEH PELAKU USAHA *COFFEE SHOP*
(Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh)**

Oleh

Nama Mahasiswa : Ariq Rifqi Muzakky
No. Mahasiswa : 1701110102
Program Studi : Ilmu Hukum
Bagian : Hukum perdata

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji,
Pada Tanggal 15 Desember 2021
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

DEWAN PENGUJI

- | | | |
|--------------------------|---|---|
| 1. Ketua | : Dr.H. Rizanizarli, S.H.,M.H |  |
| 2. Sekretaris | : Mainita, S.H.,M.H.Kes. |  |
| 3. Pembimbing/Penguji I: | Dr. M.Thai b Zakaria, S.H., M. H |  |
| 4. Penguji II | : Mainita, S.H.,M.H.Kes. |  |
| 5. Penguji III | : Hj. Syukriah,S.H.,M.H |  |

Banda Aceh, 27 Desember 2021
Universitas Muhammadiyah Aceh
Dekan Fakultas Hukum


Dr. H. Rizanizarli, S.H.,M.H

Telah Disetujui

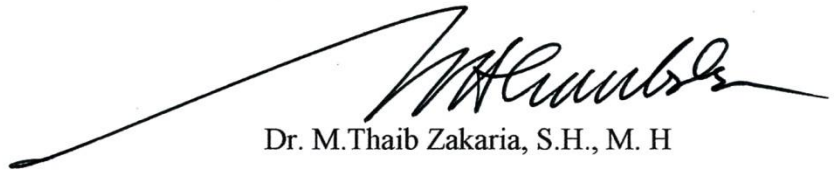
Untuk Diajukan Kepada Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh

Judul Skripsi

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT HARGA MENU YANG TIDAK
DICANTUMKAN OLEH PELAKU USAHA *COFFEE SHOP*
(Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh)**

Banda Aceh, 03 Desember 2021

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Thaib Zakaria', with a long horizontal stroke extending to the left.

Dr. M. Thaib Zakaria, S.H., M. H

ABSTRAK

ARIQ RIFQI MUZAKKY: PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT HARGA MENU YANG TIDAK DICANTUMKAN OLEH PELAKU USAHA *COFFEE SHOP* (Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh
2021
(iv. 50) PP.,bibl, app.

Dr. M. Thaib Zakaria, S.H., M. H

Berdasarkan Pasal 4 undang-undang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999 ayat (1) “hak atas kenyamanan konsumen, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa“. Merupakan kewajiban dari pelaku usaha. Namun meskipun aturan telah diatur demikian tetapi terhadap perlindungan konsumen dan hak-hak konsumen tidak pernah di terapkan sebagaimana yang telah di undang-undangkan sehingga posisi konsumen saat ini berada di posisi yang lemah, sebagai pihak yang dirugikan.

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan tanggung jawab pihak *coffee shop* dalam melindungi konsumen terkait harga menu yang tidak sesuai, hambatan yang dihadapi konsumen dalam mengadakan transaksi pelaku usaha *coffee shop* dan upaya dalam menanggulangi perlindungan konsumen terhadap harga menu yang tidak sesuai di *coffee shop*

Metode penelitian dalam penulisan ini digunakan metode yuridis empiris, data penelitian diperoleh melalui penelitian lapangan (*field research*) dengan mewawancarai langsung responden dan informan dan penelitian kepustakaan (*library research*) mengkaji buku-buku dan peraturan Perundang-Undangan.

Berdasarkan hasil penelitian Tanggung jawab pihak *coffee shop* dalam melindungi konsumen terkait harga menu yang tidak sesuai, kurang bertanggung jawab yang mana pihak pemilik *caffé shop* tetap ingin konsumen untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan harga yang mengalami perubahan, pihak *caffé shop* tidak berani mengambil resiko karena produk yang di beli oleh konsumen telah terinput dengan harga yang baru bukan harga yang lama, sehingga pihak *caffé shop* menginginkan pihak konsumen tetap melakukan transaksi dengan harga yang baru bukan harga yang lama. Hambatan yang dihadapi konsumen dalam mengadakan transaksi terkait harga menu yang tidak sesuai usaha *Coffe Shop*, Hambatan adalah suatu kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam melindungi konsumen, adapun yang menjadi hambatan kurangnya sikap disiplin karyawan *caffé shop*, kurangnya pemahaman dari pihak *caffé shop*. Upaya dalam menanggulangi perlindungan konsumen terkait harga menu yang tidak sesuai di *caffé shop*, Melakukan pemeriksaan harian, memberikan pemahaman mengenai *caffé shop* kepada konsumen

Disarankan kepada pelaku usaha agar dapat melakukan daftar menu yang benar dan konkrit agar tidak terjadi perselisihan harga pada saat melakukan transaksi pembayaran Dan diharapkan kepada konsumen untuk dapat mematuhi segala bentuk mekanisme yang berada di *caffé*, hal ini di harapkan agar dapat mengurangi permasalahan atau perdebatan yang terjadi Antara konsumen dan pelaku usaha.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT HARGA MENU YANG TIDAK DICANTUMKAN OLEH PELAKU USAHA *COFFEE SHOP***

(Suatu Penelitian Di Wilayah Kota Banda Aceh) dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada pangkuan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Selama penulisan skripsi ini banyak mengalami kesulitan dan hambatan. Sehingga penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak baik secara materil maupun non materil. Oleh karena itu dengan kerendahan hati diucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H.Rizanizarli, S.H.,M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Bapak Dr. M.Thajib Zakaria, S.H.,M.H, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta arahan tiada hentinya dari awal penulisan hingga selesai.
3. Ibu Mainita S.H.,M.H.Kes., selaku dosen wali yang telah banyak memberikan bimbingan akademik dan nasehat-nasehat dalam menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh.

4. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Kepada pihak responden dan informan yang sudi kiranya memberikan waktu informasi beserta data dalam penelitian skripsi ini.
6. Kepada sahabat Letting 2017 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh. Yang telah memberikan dorongan serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Yang tercinta Ayahanda Erizal, ibunda Ners. Yulinar.S.st.S.kep. tercinta yang telah membesarkan, serta mencurahkan kasih sayang, pengertian dan telah memberikan cinta yang begitu besar dan senantiasa memanjatkan do'a kepada penulis, yang membantu dan memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh. Serta pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. yang telah membantu dan memberikan motivasi sehingga dapat menyelesaikan studi pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Aceh.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan bagi yang membacanya. Disadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati diharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 10 Agustus 2021

Penulis

ARIO RIFQI MUZAKKY

NPM: 1701110102

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Ruang Lingkup dan Tujuan Penelitian.....	4
D. Metode Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN UMUM TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN	
A. Tinjauan umum pengertian jual beli	11
B. Pengertian konsumen	17
C. Pengertian pelaku usaha	21
D. Konsep harga	29
E. Tinjauan umum pengertian perbuatan melawan hukum dan pengertian sengketa	31
BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT HARGA MENU YANG TIDAK DICANTUMKAN PELAKU USAHA <i>COFFEE SHOP</i>	
A. Tanggung jawab pihak coffee shop dalam melindungi konsumen terkait harga menu yang tidak sesuai	40
B. Hambatan yang dihadapi konsumen dalam mengadakan transaksi pelaku usaha coffee shop	41
C. Penyelesaian sengketa terhadap harga menu yang tidak sesuai di coffee shop	44
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	46
B. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum kedai kopi adalah tempat yang menyediakan dan menjual minuman olahan dari biji kopi untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Kedai kopi adalah bangunan yang digunakan sebagai tempat berjualan makanan dan minuman. Kedai kopi terbentuk untuk memfasilitasi kebutuhan produsen dalam melangsungkan hidup dengan menjual minuman atau produk berupa kopi (juga makanan) selain didukung dan dibentuk oleh faktor lain seperti budaya masyarakat yang menyukai kopi dan menjadikan kedai kopi sebagai salah satu tempat untuk berinteraksi dengan sesama masyarakat.

Kedai kopi merupakan tempat yang menyediakan kopi beserta produk turunannya sebagai minuman utama dan berbagai jenis minuman (sampingan) lainnya seperti teh dan coklat, selain menyediakan jenis makanan ringan yang juga ditawarkan sebagai pendamping minum kopi. Kedai kopi juga merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau melakukan aktifitas (ringan) lainnya seperti diskusi atau obrolan, membaca media cetak, online atau buku, menyelesaikan beberapa tugas akademik atau non-akademik hingga bersenang-senang dengan hiburan yang ditawarkan.

Sedangkan pengertian konsumen merupakan sasaran utama yang perlu diperhatikan oleh produsen atau perusahaan karena setiap konsumen mempunyai persepsi dan sikap yang berbeda-beda atas suatu produk.

Perusahaan harus dapat memposisikan produknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar sasarnya, sehingga produknya dapat memberikan keputusan bagi konsumen dan begitu pula bagi produsen dapat menawarkan produk agar diterima oleh konsumen. Perbedaan persepsi konsumen harus disikapi dengan baik oleh perusahaan, salah satunya adalah dengan menciptakan citra perusahaan yang baik dimata konsumen. Kepercayaan pada sebuah perusahaan juga merupakan variabel yang mempengaruhi kepercayaan terhadap produk. Untuk meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan dapat dilakukan dengan memperkuat komunikasi yang berkaitan dalam sebuah *Company's Image*. Untuk suatu produk tertentu yang termasuk baru dalam pasar, loyalitas terhadap merek tersebut dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan citra perusahaan merek tersebut. Pengaruh globalisasi dalam dunia industri saat ini telah menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat dan kompetitif. Berdasarkan hal itu, maka perusahaan dituntut untuk dapat terus berkembang sehingga mampu menghadapi persaingan yang ada.

Terhadap perlindungan konsumen yang terjadi di *caffé shop*, yang mana permasalahan yang terjadi adalah ketika pihak konsumen *coffee shop* melakukan pemesanan makanan dengan menu yang harga lama, ketika konsumen melakukan transaksi pembayaran ke kasir terjadi kesalahan pahaman yaitu dimana pihak kasir menyampaikan bahwa terhadap makanan yang telah dipesan oleh konsumen mencapai harga Rp. 150.000,- yang berupa es kopi coklat 5 (lima) dengan harga 18.000.- makan mie goreng 5

(lima) dengan harga 10.000.- dan 2 (dua) air mineral dengan harga 5000.- sedangkan hasil perhitungan yang dilakukan oleh konsumen mencapai Rp. 110.000.-. es kopi coklat harga 10.000., air mineral 5000.- dan harga mie goreng 10.000.-

Data di atas diperoleh ketika saat penelitian yang dilakukan di *caffé shop Meniru caffè*, yang merupakan salah satu *caffé shop* yang berada di Banda Aceh. Dan terhadap kejadian tersebut melanggar Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen no 8 tahun 1999, konsumen atau pembeli properti memiliki hak antara lain kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk maupun jasa serta memilihnya sesuai dengan nilai tukar dan kondisi sesuai perjanjian. Sedangkan pasal 10 Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai huruf a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;

Dengan demikian yang menjadi tolak ukur pada penelitian ini adalah ingin melihat lebih jauh bagaimana pihak pelaku usaha dalam melindungi konsumen ketika terjadi kesalah pahaman, yang mana berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang diatur dalam Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 atau Undang Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). ketentuan UU Perlindungan Konsumen pasal 1 ayat (1) UU no 8 tahun 1999 definisi perlindungan konsumen meliputi seluruh upaya untuk memastikan kepastian hukum demi memberikan perlindungan kepada konsumen, dengan

kata lain perlindungan konsumen yang di berikan oleh pelaku usaha *coffe shop* kepada konsumen sangat penting sebagai mana telah di atur pada ketentuan undang-undang yang berlaku. Akan tetapi masih banyak pelaku usaha *coffe shop* yang masih melakukan kerugian yang merugikan konsumen sebagaimana yang di jelaskan pada pasal 19 ayat (1) pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen barang dan/atau jasa yang di hasilkan atau diperdagangkan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tanggung jawab pihak *coffee shop* dalam melindungi kosumen terkait harga menu yang tidak sesuai?
2. Apakah hambatan yang dihadapi konsumen dalam mengadakan transaksi pelaku usaha *coffee shop* ?
3. Bagaimanakah upaya dalam menanggulangi perlindungan konsumen terhadap harga menu yang tidak sesuai di *coffee shop*?

C. Ruang Lingkup Dan Tujuan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini di perlukan agar tidak terjadi perluasan mengenai hukum perdata. Adapun yang menjadi ruang lingkup terhadap perbuatan melawan hukum perlindungan konsumen terkait harga menu yang tidak dicantumkan oleh pelaku usaha *coffee shop* suatu penelitian di wilayah hukum Banda Aceh

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan tanggung jawab pihak *coffee shop* dalam melindungi konsumen terkait harga menu yang tidak sesuai
2. Untuk menjelaskan hambatan yang dihadapi konsumen dalam mengadakan transaksi pelaku usaha *coffee shop*
3. Untuk menjelaskan upaya dalam menanggulangi perlindungan konsumen terhadap harga menu yang tidak sesuai di *coffee shop*

D. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penulisan skripsi ini adalah metode yuridis empiris yaitu untuk memperoleh informasi serta penjelasan mengenai segala sesuatu dipelakukan pedoman penelitian atau metode penelitian, hal ini dikarenakan dengan menggunakan metode penelitian yang benar diperoleh validitas data serta dapat mempermudah dalam melakukan analisis masalah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Definisi Operasional Variabel

- a. 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”.

- b. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.
- c. 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.
- d. Secara umum kedai kopi adalah tempat yang menyediakan dan menjual minuman olahan dari biji kopi untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Kedai kopi adalah bangunan yang digunakan sebagai tempat berjualan makanan dan minuman. Kedai kopi terbentuk untuk memfasilitasi kebutuhan produsen dalam melangsungkan hidup dengan menjual minuman atau produk berupa kopi (juga makanan) selain didukung dan dibentuk oleh faktor lain seperti budaya masyarakat yang menyukai kopi dan menjadikan kedai kopi sebagai salah satu tempat

untuk berinteraksi dengan sesama masyarakat

- e. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan

2. Lokasi dan Populasi Penelitian

a. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di wilayah hukum Kota Banda Aceh hal ini karena kasus yang di dapatkan dalam wilayah hukum Kota Banda Aceh

b. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari : pemilik usaha *coffee shop*, karyawan *coffee shop*, konsumen *coffee shop* dan Akademisi

3. Cara pengambilan sampel

Dalam pengumpulan sampel penelitian menggunakan teknik secara "*purposive sampling*", dimana keseluruhan populasi dipilih beberapa responden dan informasi yang dianggap mengetahui masalah yang diteliti oleh penulis dan dapat mewakili keseluruhan populasi yang ada. Adapun sampel penelitian tersebut sebagai berikut:

a. Responden :

- 1) Pemilik *coffee shop* Meniru Caffee 1 orang
- 2) Karyawan *coffee shop* Aisy Caffee 1 orang
- 3) Karyawan *coffee shop* Meniru Caffee 1 orang
- 4) Konsumen *coffee shop* 1 orang

5) Kasir *coffee shop*

b. Informan :

1) Akademisi

4. Cara Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dipergunakan dalam penelitian ini, dilakukan dengan metode penelitian kepustakaan (*Library Research*) Dan penelitian lapangan (*Field research*).

- a. Penelitian Kepustakaan (*library research*) Penelitian kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan cara mempelajari peraturan perundang-undangan, literatur-literatur baik referensi umum seperti buku-buku, jurnal, hasil risalah rapat dan lainnya.
- b. Penelitian Lapangan (*field reseach*) Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data primer dengan melakukan wawancara dengan para responden dan informan yang berkaitan dengan kewenangan tugasnya dan fungsi.

Beberapa pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan undang-undang (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang ada sangkut pautnya dengan isu hukum yang sedang ditangani. Selanjutnya pendekatan konseptual beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.¹

¹Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Prenada Hukum, Jakarta, 2005, hlm. 93-95.

5. Cara menganalisa data

Dari data yang di dapatkan dalam penelitian baik itu dari penelitian kepustakaan maupun data yang di dapatkan dari hasil penelitian di lapangan. Setelah hasil penelitian lapangan dan kepustakaan di dapatkan maka data tersebut di padukan dan juga dianalisa permasalahan yang terjadi dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Pendekatan kualitatif digunakan untuk menghasilkan data deskriptif analistis terhadap data yang diperoleh dari responden dan informan, baik secara lisan maupun tulisan yang kemudian dipelajari serta diteliti sebagai suatu kesatuan yang utuh. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan analisis yang mampu menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan penulisan skripsi ini disusun dalam empat Bab yaitu :

Bab I Terdiri dari Pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang masalah, ruang lingkup, dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan umum terhadap perlindungan konsumen pengertian pelaku usaha, pengertian perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, konsep harga, tinjauan umum pengertian, perbuatan melawan hukum

Bab III Perlindungan konsumen terkait harga menu yang tidak dicantumkan pelaku usaha *coffee shop* tanggung jawab pihak *coffee shop* dalam melindungi konsumen terkait harga menu yang tidak sesuai, hambatan yang dihadapi konsumen dalam mengadakan transaksi pelaku usaha *coffee shop*, penyelesaian sengketa terhadap harga menu yang tidak sesuai di *coffee shop*.

Bab IV Terdiri dari penutup yang berisikan kesimpulan dan saran yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

TINJAUAN UMUM TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Pengertian umum pengertian jual beli

Jual beli menurut Kumpulan Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer) termasuk dalam Buku III tentang Perikatan. Perikatan oleh Buku III B.W itu, ialah: suatu hubungan hukum (mengenai kekayaan harta benda) antara dua orang yang memberihak pada yang satu untuk menuntut barang sesuatu dari yang lainnya, sedangkan orang yang lainnya ini diwajibkan memenuhi tuntutan itu. Menegenai sumber-sumber perikatan, oleh undang-undang diterangkan, bahwa suatu perikatan sapat lahir dari suatu persetujuan (perjanjian) atau dari undang-undang.

Perikatan yang lahir dari undang-undang dapat dibagi atas perikatan-perikatan yang lahir dari undang-undang saja dan yang lahir dari undang-undang karena suatu perbuatan orang. Yang belakangan ini, dapat dibagi atas perikatan-perikatan yang lahir dari suatu perbuatan yang diperbolehkan dan yang dari perbuatan yang berlawanan dengan hukum .¹

Jual-beli menurut KUHPer Pasal 1457 adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. (KUHPer. 499,1235 dst., 1332 dst., 1465., 1533.) Perkataan jual-beli menunjukkan bahawa dari satu pihak perbuatan dinamakan menjual, sedangkan dari pihak yang lain dinamakan pembeli. Istilah yang mencakup

¹ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta:Intermasa, 2003 , hlm. 123

dua perbuatan yang bertimbal balik itu adalah sesuai dengan istilah Belanda “*koop en verkoop*” yang juga mengandung pengertian bahwa pihak yang satu “*verkoop*” (menjual) sedang yang lainnya “*koop*” (membeli). Dalam bahasa Inggris jual beli hanya disebut dengan “*sale*” saja yang berarti “penjualan” (hanya dilihat dari sudutnya si pembeli), begitu pula dalam bahasa Perancis disebut hanya dengan “*vante*” yang juga berarti “penjualan”, sedangkan dalam bahasa Jerman dipakainya perkataan “*kauf*” yang berarti “pembelian”. Barang yang menjadi obyek perjanjian jual beli harus cukup tertentu, setidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat ia akan diserahkan hak miliknya kepada si pembeli.

KUHPer 1460. Jika barang yang dijual itu berupa barang yang sudah ditentukan, maka sejak saat pembelian itu menjadi tanggungan si pembeli, meskipun penyerahan barangnya belum dilakukan, dan si penjual berhak menuntut harganya. (KUHPer. 1237, 1266, 1444, 1462, 1481, 1513).

Bisnis dengan teknologi Internet disebut sebagai *electronic commerce* (*ecommerce*) dan saat ini dalam pengertian bahasa Indonesia telah dikenal dengan istilah “Perniagaan Elektronik”. Aktivitas *e-commerce* adalah suatu aktivitas perniagaan seperti layaknya perniagaan pada umumnya, hanya saja para pihak yang bertransaksi tidak bertemu secara fisik akan tetapi secara elektronik melalui media Internet.²

Jual beli menurut bahasa artinya pertukaran atau saling menukar. Jual beli adalah proses pemindahan hak milik/barang atau harta kepada pihak lain

² Gemala Dewi, dkk., (ed.), *Hukum Perikatan Islam di Indonesi*, Jakarta: Kencana, 2007, hlm. 195

dengan menggunakan uang sebagai alat tukarnya. Jual beli merupakan dua istilah yang saling berlawanan maknanya, tetapi di pakai secara bersamaan untuk menekankan fungsinya. Masing – masing pihak dalam proses ini dinamakan penjual dan pembeli.

Penjual adalah orang atau sekelompok orang yang mengeluarkan barang atau jasa untuk ditawarkan atau diperdagangkan, sedangkan pembeli adalah orang atau sekelompok orang yang berusaha menjadikan barang atau harta itu menjadi miliknya dengan cara membayar kepada pihak penjual.³

Berdasarkan hukum perdata, jual-beli (*koop en verkoop*) adalah suatu perjanjian dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan sesuatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.

Pengertian jual beli dalam kehidupan sehari-hari dapat diartikan suatu perbuatan dimana seseorang melepaskan uang untuk mendapatkan barang yang dikehendaki secara sukarela. Jual beli yang dianut di dalam Hukum Perdata hanya bersifat obligator, yang artinya bahwa perjanjian jual beli baru meletakkan hak dan kewajiban timbal balik antara kedua belah pihak, penjual dan pembeli, yaitu meletakkan kepada penjual kewajiban untuk menyerahkan hak milik atas barang yang dijualnya, sekaligus memberikan kepadanya hak untuk menyerahkan hak milik atas barang yang dijualnya, sekaligus memberikan kepadanya hak untuk menuntut pembayaran harga yang telah disetujui, dan disebelah lain meletakkan kewajiban kepada si

³ *Ibid*, hlm 200

pembeli untuk membayar harga barang sebagai imbalan haknya untuk menuntut penyerahan hak milik atas barang yang dibelinya. Atau dengan perkataan lain, bahwa jual beli yang dianut dalam Hukum Perdata, jual beli belum memindahkan hak milik.⁴

Dan disini dapat diartikan juga bahwa jual beli adalah suatu persetujuan kehendak, antara penjual/pembeli mengenai suatu barang dan harga. Karena tanpa barang yang akan dijual dan tanpa harga yang dapat disetujui antara dua belah pihak, tidak mungkin ada jual beli, atau jual beli tidak pernah ada.

Untuk terjadinya perjanjian jual beli sejak adanya kata sepakat mengenai barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar. Kata sepakat itu melahirkan adanya perjanjian tersebut. Kata sepakat ini biasanya diwujudkan dengan kata “setuju.”

Sifat konsensual dari jual beli ditegaskan dalam Pasal 1458 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang berbunyi: “Jual beli dianggap sudah terjadi antar kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.” Lahirnya kata “sepakat”, maka lahirlah perjanjian itu dan sekaligus pada saat itu menyebabkan timbulnya hak dan kewajiban, oleh karena itu maka perjanjian jual beli dikatakan juga sebagai perjanjian konsensual dan sering juga disebut “perjanjian obligatoir”⁵

⁴ Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2001, hlm. 43.

⁵ A. Qirom Meliala, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Yogyakarta, Liberty, 1985, hlm. 39.

Bagi pihak penjual ada dua kewajiban utama, yaitu : menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan dan menanggung kenikmatan tenteram atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat yang tersembunyi. Kewajiban menyerahkan hak milik meliputi segala perbuatan yang menurut hukum diperlukan untuk mengalihkan hak milik atas barang yang diperjual belikan itu dari si pembeli. Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, ada tiga macam penyerahan hak milik yang masing-masing berlaku untuk masing-masing macam barang itu diantaranya :⁶

1. Untuk barang bergerak cukup dengan penyerahan kekuasaan atas barang itu, sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 612 KUH Perdata yang berbunyi “penyerahan kebendaan bergerak, terkecuali yang tak bertubuh, dilakukan dengan penyerahan yang nyata akan kebendaan itu oleh atau atas nama pemilik, atau dengan penyerahan kunci-kunci dari bangunan dalam mana kebendaan itu berada”. Penyerahan tidak perlu dilakukan apabila kebendaan yang harus diserahkan dengan alasan hak lain telah dikuasai oleh orang yang hendak menerimanya. Dari ketentuan diatas dapat kita lihat adanya kemungkinan menyerahkan kunci saja kalau yang dijual adalah barang-barang yang berada dalam suatu gudang, hal mana merupakan suatu penyerahan kekuasaan secara simbolis, sedangkan apabila barangnya sudah berada dalam kekuasaan si pembeli, penyerahan cukup dilakukan dengan suatu penyerahan saja. Cara yang terakhir ini terkenal dengan nama “traditio brevi manu” (bahasa latin) yang berarti

⁶ *Ibid.*, hlm. 45

penyerahan tangan pendek.⁷

2. Untuk barang tetap (tidak bergerak) dengan perbuatan yang dinamakan “balik nama”, sebagaimana ketentuan dalam Pasal 616 KUHPerdara dihubungkan dengan Pasal 620 KUHPerdara. Segala sesuatu yang mengenai tanah, dengan mencabut semua ketentuan yang termuat dalam buku II KUHPerdara, sudah diatur dalam Undang-Undang Pokok Agraria (Undang-Undang No. 5 Tahun 1960). Menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi, menurut Pasal 1504 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dimaksudkan adalah cacat yang membuat barang itu tidak sanggup untuk dipakai sebagai yang dimaksudkan atau yang demikian mengurangi pemakaian itu, sehingga seandainya pihak pembeli mengetahui cacat itu ia sama sekali tidak akan membeli barang itu atau dengan membelinya dengan harga yang murah. Apabila terjadi cacat tersembunyi, Pembeli tidak boleh membatalkan perjanjian. Batas waktu untuk menuntut cacat tersembunyi yaitu tiga bulan dihitung sejak barang diterima oleh pembeli.

B. Pengertian Konsumen

Pengertian 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.⁸

Menurut pengertian Pasal 1 angka 2 UUPK, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat,

⁷ R. Subekti, *Aneka Perjanjian*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti 1995, hlm. 9.

⁸ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Daya Widya, Jakarta, 1999, hlm 15

baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”Amerika Serikat mengemukakan pengertian ”konsumen” yang berasal dari consumer berarti ” pemakai”, namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai ” korban pemakaian produk cacat”, baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai.⁹

1. Hak Konsumen

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, hlm 23

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.¹⁰

2. Kewajiban Konsumen

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen

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 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

¹⁰ Halim Barkatullah A, *Hak-Hak Konsumen*, PT Nusa Media, Bandung, 2010, hlm, 40

konsumen.

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.¹¹

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:¹²

1. Asas Manfaat Asas manfaat mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas Keadilan Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas Keseimbangan Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spritual.
4. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan,

¹¹ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visi Media, 2015, hlm.. 16

¹² R. I., Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, tentang “Perlindungan Konsumen”, Bab II, Pasal 2.

pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

5. Asas Kepastian Hukum Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Adapun tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat. Hak-Hak Konsumen jika dirugikan dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab.¹³ Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan :¹⁴

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada umumnya;
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;

C. Pengertian Pelaku Usaha

“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

¹³ Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Konsumen*, Bandung: RajaGrafindo Persada, 2015. hlm. 18

¹⁴ *Ibid*, hlm 19

perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Dalam penjelasan pasal tersebut dinyatakan bahwa termasuk dalam pengertian pelaku usaha adalah perusahaan, Badan Usaha Milik Negara, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain. Dari pengertian di atas mengandung makna bahwa yang termasuk pelaku usaha tidak hanya produsen pabrikan yang menghasilkan barang dan/atau jasa, tetapi juga para rekanan, termasuk para agen, distributor, serta jaringan-jaringan yang melaksanakan fungsi pendistribusian dan pemasaran barang dan/atau jasa kepada masyarakat luas selaku pemakai dan/atau pengguna barang dan/atau jasa.

Pelaku ekonomi atau pelaku usaha atau pelaku bisnis sebagaimana diuraikan di atas pada dasarnya terdiri atas kemungkinan-kemungkinan yaitu:

1. Pelaku ekonomi orang perorangan secara pribadi yang melakukan kegiatan ekonomi pada skala yang sangat kecil dengan kapasitas yang juga sangat terbatas dan terdiri atas para wirausahawan pada tingkat yang paling sederhana;
2. Pelaku ekonomi badan-badan usaha bukan badan hukum (Firma dan atau CV) dan badan-badan usaha badan hukum yang bergerak pada kegiatan ekonomi dengan skala usaha dan modal dengan fasilitas terbatas, pelaku ekonomi ini juga merupakan pelaku ekonomi dengan kapasitas terbatas, baik modal maupun teknologi;
3. Pelaku ekonomi badan-badan usaha badan hukum yang dapat meliputi

koperasi dan perseroan terbatas, pelaku ekonomi ini biasanya bergerak pada bidang usaha yang bersifat formal, sudah memiliki atau memenuhi persyaratan-persyaratan teknis dan non teknis yang lebih baik dari pada pelaku ekonomi bukan badan hukum;

4. Pelaku ekonomi badan usaha badan hukum dengan kualifikasi canggih dengan persyaratan teknis/non teknis, termasuk persyaratan kemampuan finansial yang cukup dan didukung dengan sumber daya manusia yang profesional sesuai dengan bidangnya.¹⁵

Menurut Sri Redjeki Hartono pelaku-pelaku ekonomi tersebut, jika distratifikasi sesuai dengan kemampuan permodalannya, kemampuan akses pasar dalam dan luar Negeri serta jumlah tenaga kerjanya dapat digambarkan seperti ragaan di bawah ini.

Larangan-larangan Terhadap Pelaku Usaha dalam Menawarkan Produk Teori *due care* tentang kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen²⁶ 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

¹⁵ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm 5

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.¹⁶

Adapun larangan-larangan terhadap pelaku usaha dalam menawarkan produk (barang dan/atau jasa) dapat dijumpai diberbagai peraturan perundang-undangan diataranya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan, Undang-undang Nomor 36 Tahun 2009 Perlindungan Kesehatan, Undang-undang Nomor 29 Tahun 2004 Praktik Kedokteran dan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1963 Tentang Farmasi. Berikut larangan-larangan yang termuat dalam Peraturan Perundang-undangan yang pada intinya:

1. Larangan memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai standar (Standar Nasional Indonesia atau SNI) dan/atau menyampaikan informasi yang tidak sesuai kondisi barang dan/atau jasa. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa, tidak ada pernyataan halal, tidak memsang label (merek), dan tidak ada petunjuk penggunaan barang dan/atau jasa dalam bahasa Indonesia (Pasal 8 Ayat (1) Huruf (a) samapai Huruf (j)
2. Larang mempromosikan atau mengiklankan barang dan/atau jasa disertai janji yang tidak benar atau iming-iming suatu hal yang belum pasti,

¹⁶ Husni Syawali dan Neni Sri. *Hukum Perlindungan Konsumen*. PT. Mandar Maju. Bandung. 2000, hlm 18

dan/atau pelaku usaha berniat hanya memenuhi sebagian dan/atau tidak sama sekali hal yang perjanjikan (Pasal 9 sampai dengan Pasal 14, dan 16 sampai dengan Pasal 17)

3. Larangan menawarkan produk dengan memaksa konsumen yang berakibat pada gangguan fisik maupun psikis (Pasal 15)
4. Larangan mencantumkan klausula eksonerasi
5. Larangan menimbun pangan pokok melebihi ketentuan yang telah diatur Pemerintah (Pasal 53)
6. Larangan mengedarkan pangan dengan menggunakan tambahan pangan yang dilarang untuk diedarkan dan/atau menggunakan tambahan pangan yang tidak sesuai ketentuan (Pasal 75)
7. Larangan mengedarkan Pangan hasil Rekayasa Genetik yang belum mendapatkan persetujuan Keamanan Pangan (Pasal 77)
8. Larangan menggunakan kemasan pangan yang membahayakan kesehatan dan/atau mengemas kembali kemasan untuk diperdagangkan (Pasal 83 dan 84)
9. Larangan memperdagangkan pangan yang tidak sesuai dengan keamanan dan mutu sebagaimana yang diinformasikan dan/atau membuat iklan yang menyesatkan (Pasal 89 dan 104). Larangan pengutamaan materi dalam pelayanan kesehatan (Pasal 23)
10. Larangan terhadap Fasilitas kesehatan apabila menolak dan/atau meminta uang muka kepada pasien dalam keadaan darurat dan 28 memperkerjakan tenaga kesehatan yang tidak sesuai peraturan (32 dan 34)

11. Larangan untuk tidak memberikan informasi yang mengecoh dalam memproduksi dan mempromosikan produk makanan dan minuman dan/atau memperdagangkan produk yang tidak sesuai standar persyaratan kesehatan. (Pasal 110 dan 111)
12. Larangan untuk tidak menggunakan identitas berupa gelar dan/atau menggunakan cara lain yang menimbulkan kesan seolah-olah yang bersangkutan adalah dokter atau dokter gigi (Pasal 73 Ayat 1 dan 2 UU Praktik Kedokteran)
13. Larangan memproduksi obat jika produsen tidak memiliki izin dari Menteri Kesehatan (Pasal 10 Ayat (1) UU Farmasi)

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 (*producer manufacturer*) 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.¹⁷

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(Pasal 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).

¹⁷ Khaerul Tanjung, “*Pelaku Usaha dan Tanggung Jawab*”, <http://www.blogster.com/khaerulhtanjung/pelaku-usaha-dan-tanggung-jawab>. Diakses pada tanggal 16 Juni 2017, pukul 09.27 WIB.

Teori *due care* tentang kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen²⁶ 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 sebagainya¹⁸

Menurut Pasal 7 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban pelaku usaha adalah:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

¹⁸ Husni Syawali dan Neni Sri. *Hukum Perlindungan Konsumen*. PT. Mandar Maju. Bandung. 2000 hlm 18

4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian

D. Konsep Harga

Menurut Philip Kotler, harga adalah elemen pemasaran campuran yang paling mudah untuk mengatur keistimewaan produk. Harga juga mengkomunikasikan pada pasar penempatan nilai produk atau merek yang dimaksud suatu perusahaan.¹⁹ Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian,

¹⁹ Philip Kotler, et. al, *Manajemen Pemasaran : Sudut Pandang Asia*, PT Indeks, Jakarta, 2005, hlm. 175.

maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan. Besarnya imbalan itu ditentukan oleh perbedaan antara nilai dari sesuatu yang diberikan dengan nilai dari sesuatu yang diterima. Harga merupakan nilai, yang dinyatakan dalam satuan mata uang atau alat tukar, terhadap sesuatu barang tertentu. Dalam kenyataannya besar kecilnya nilai atau harga itu tidak hanya ditentukan oleh faktor fisik saja yang diperhitungkan, akan tetapi faktor-faktor psikologis dan faktor-faktor lain berpengaruh pula terhadap harga. Dengan demikian dapatlah diartikan pula bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya.²⁰

Philip Kotler mengungkapkan bahwa harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Dapat dijelaskan dari pengertian di atas bahwa unsur-unsur bauran pemasaran yang dimaksud adalah harga, produk, saluran, dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place, dan Promotion*). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu Product (produk), *Place* (tempat) dan Promotion (Promosi)

²⁰ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta, 1984, hlm. 228

menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha atau badan usaha.²¹

Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya merupakan 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.²²

Dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Faktor yang tidak langsung namun erat hubungannya dalam penetapan harga adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan (discount) untuk para penyalur dan konsumen.

E. Tinjauan umum tentang perbuatan melawan hukum dan pengertian sengketa

Perbuatan melawan hukum sudah di kenal oleh manusia sejak manusia mulai mengenal hukum. Karena itu, tindakan dan karenanya

²¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, PT Indeks, Jakarta, 2004, hlm. 18.

²² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 202-203.

ketentuan hukum tertua di dunia ini, meskipun pengakuan tentang perbuatan melawan hukum sebagai suatu cabang hukum yang berdiri sendiri masih relative baru.

Bahkan, dalam Kitab Hukum tertua di dunia yang pernah diketahui dalam sejarah, yaitu Kitab Hukum Hammurabi, yang telah dibuat lebih dari 4.000 (empat ribu) tahun yang lalu, telah terdapat beberapa pasal di dalamnya yang mengatur akibat hukum seandainya seseorang melakukan perbuatan tertentu yang sebenarnya tergolong ke dalam perbuatan melawan hukum.

Pasal 1365 KUHPerdata menyatakan bahwa tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut. M.A. Moegni Djodiharjo berpendapat bahwa Pasal 1365 KUHPerdata, tidaklah memberikan perumusan, melainkan hanya mengatur bilakah, seseorang yang mengalami kerugian karena perbuatan hukum, yang dilakukan oleh orang lain terhadap dirinya, akan dapat mengajukan tuntutan ganti kerugian pada Pengadilan Negeri dengan sukses.

Hukum merupakan suatu norma yang berkembang dalam kehidupan bermasyarakat. Pada dasarnya norma ini harus dipatuhi dan mengikat bagi setiap individu dalam suatu wilayah tertentu. Dengan adanya norma, setiap orang dapat memperjuangkan kepentingannya dalam batasan-batasan yang tidak melanggar aturan dan tidak merugikan kepentingan orang lain.

Sehingga dengan demikian terciptalah kehidupan yang tertib, aman, tentram dapat terwujudkan. Menurut Satjipto Raharjo hukum merupakan :

kaedah yang memuat suatu penilaian mengenai perbuatan tertentu. Hal ini jelas tampak dalam bentuk perintah dan larangan. Kaedah diwujudkan dalam bentuk petunjuk bertingkah laku. Oleh karena itu kaedah hukum disebut petunjuk tingkah laku tentang apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan yang disertai dengan sanksi. Kaedah hukum tersebut bersumber dari masyarakat sendiri maupun dari sumber lain yang diakui keberlakuannya oleh otoritas tertinggi dalam masyarakat itu. Jika kaedah tersebut dilanggar akan memberikan kewenangan pada otoritas tertinggi untuk menjatuhkan sanksi. Agar dengan sanksi itu masyarakat diharapkan supaya selalu berada dalam koridor yang baik, serta menghindarkan diri dari perbuatan melanggar hukum, guna menciptakan kedamaian dalam masyarakat.²³

Kedudukan berarti status, baik untuk seseorang, tempat, maupun benda. Kamus Besar Bahasa Indonesia kedudukan sering dibedakan antara pengertian kedudukan (status) dan kedudukan sosial (sosial status). Kedudukan diartikan sebagai tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial, sedangkan kedudukan sosial adalah tempat seseorang dalam lingkungan pergaulannya, serta hak dan kewajiban. Kedua istilah tersebut memiliki arti yang sama serta digambarkan dengan kedudukan (status) saja. Kedudukan juga dapat diartikan sebagai posisi jabatan

²³ Satjipto Raharjo, 1996, Ilmu Hukum, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 33

seseorang dalam memiliki sebuah kekuasaan. Dimana orang yang memiliki kekuasaan dapat mempengaruhi kedudukan atau statusnya di tempat tinggalnya tersebut. Pada umumnya, kedudukan pada masyarakat memiliki tiga macam, yaitu sebagai berikut:

1. Ascribed status, kedudukan seseorang dalam masyarakat tanpa memperhatikan perbedaan rohaniah dan kemampuan. Kedudukan tersebut diperoleh karena kelahiran, misalnya kedudukan anak seorang bangsawan adalah bangsawan. Umumnya ascribed status dijumpai pada masyarakat dengan sistem lapisan yang tertutup, seperti masyarakat feodal, atau masyarakat tempat sistem lapisan bergantung pada perbedaan rasial.
2. Achieved status, kedudukan yang dicapai oleh seseorang dengan usaha yang disengaja. Misalnya, setiap orang dapat menjadi seorang guru asalkan memenuhi persyaratan tertentu. Persyaratan tersebut bergantung pada yang bersangkutan bisa atau tidak bisa menjalaninya. Apabila yang bersangkutan tidak dapat memenuhi persyaratan tersebut, ia tidak akan mendapatkan kedudukan yang diinginkan.²⁴
3. Assigned status, kedudukan yang diberikan pada seseorang. Kedudukan ini mempunyai hubungan yang erat dengan achieved status. Suatu kelompok atau golongan memberikan kedudukan yang lebih tinggi kepada seseorang yang berjasa yang telah memperjuangkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat.

²⁴ *Ibid*, hlm 34

Pengertian hukum di atas dapat diartikan bahwa hukum berfungsi sebagai mekanisme untuk melakukan integrasi terhadap berbagai kepentingan masyarakat yang berlaku baik ada konflik maupun tidak ada konflik. Akan tetapi harus diketahui bahwa dalam penyelesaian konflik-konflik dalam masyarakat, bukan hanya hukum satu-satunya norma dalam pengintegrasian, melainkan masih dapat terdapat sarana pengintegrasian lainnya seperti norma agama, norma kesusilaan, dan norma kesopanan.

Penerapan hukum ditujukan kepada manusia dan badan hukum di Negara Republik Indonesia ini, dimana kedua belah aspek tersebut dikatakan sebagai subjek hukum, yang mempunyai hak dan kewajiban yang harus dihormati dengan statusnya sebagai subjek hukum tersebut. Sehingga dapat dikatakan dengan statusnya itu, kedudukan hukum dari subjek hukum tercermin di dalam hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan dan harus dipenuhi terhadap subjek hukum dalam penerapan pengaturan hukum itu sendiri. Dari kedudukan hukum ini tentunya bertujuan untuk memberikan suatu keadilan, kepastian dan kegunaan atau kemanfaatan terhadap subjek hukum.

Menurut Salim dan Erlis mengenai kedudukan hukum menyampaikan bahwa masyarakat yang dianggap sebagai organisme tubuh manusia yang masing-masing mempunyai kedudukan dan fungsinya. Hukum

dikonsepsikan sebagai pola harmonisasi hubungan antara “anggota tubuh” masyarakat agar berjalan baik dan seimbang.²⁵

Hingga sekarang masih belum ada definisi yang positif dalam undang-undang tentang pengertian perbuatan melawan hukum, semua di serahkan kepada ilmu pengetahuan dan yurisprudensi.

Di dalam sistem *Common Law/Anglo Saxon*, perbuatan melawan hukum disebut dengan istilah *Tort* yang dipandang sebagai pranata untuk melindungi seseorang dari kebebasan individu, maksudnya kebebasan individu yang dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain harus dibatasi, dimana istilah *tort* ini diartikan sebagai kesalahan perdata yang dilakukan oleh seseorang yang mengakibatkan kerugian pada orang lain dengan melanggar hak dan kewajiban yang telah ditentukan oleh hukum bukan timbul dari wanprestasi kontrak atau *trust*, yang dapat dimintakan ganti rugi terhadap kerugian yang diakibatkannya.²⁶

Unsur-unsur yang harus dipenuhi agar seseorang dapat dikatakan telah melakukan perbuatan melawan hukum ialah :

1. Perbuatan itu harus melawan hukum (*onrechtmatig*).
2. Perbuatan itu harus menimbulkan kerugian.
3. Perbuatan itu harus dilakukan dengan kesalahan (kelalaian).
4. Antara perbuatan dan kerugian yang timbul harus ada hubungan kausal.

²⁵ Salim dan Erlies, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Disertasi dan Tesis*, Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2014, hlm. 76

²⁶ Munir Fuady, *Perbuatan Melawan Hukum: Pendekatan Kontemporer* (selanjutnya disebut Munir Fuady II), Cet. 2, Penerbit PT. Citra Aditya, Bandung, 2005, hlm. 33-37

Berbeda halnya dengan pendapat yang dikemukakan oleh R.

Suryatin, yang mengatakan :

Pasal 1365 memuat beberapa unsur yang harus dipenuhinya, agar supaya dapat menentukan adanya suatu perbuatan melanggar hukum. Unsur pertama adalah perbuatan itu harus melanggar undang-undangan. Perbuatan itu menimbulkan kerugian (unsur kedua), sehingga antara perbuatan dan akibat harus ada sebab musabab. Unsur ketiga ialah harus ada kesalahan di pihak yang berbuat.

Menurut pernyataan di atas unsur dari perbuatan melawan hukum itu adalah sebagai berikut :

- a. Perbuatan itu harus melanggar undang-undang.
- b. Perbuatan itu mengakibatkan kerugian, sehingga antara perbuatan dan akibat harus ada sebab musabab.
- c. Harus ada kesalahan di pihak yang berbuat.²⁷

1. Pengertian sengketa

Pengertian Sengketa dan Konflik saling berdekatan maknanya, maka untuk memperoleh pemahaman secara menyeluruh harus mengetahui arti dari istilah Sengketa dan Konflik. Menurut Kamus Besar Indonesia, Sengketa adalah segala sesuatu yang menyebabkan perbedaan pendapat, pertikaian, dan perbantahan. Sedangkan Konflik adalah percecokan atau perselisihan. Menurut Rachamadi Usman,²⁸ suatu konflik tidak akan berkembang menjadi suatu sengketa apabila pihak yang dirugikan hanya memendam perasaan tidak puas atau keprihatinannya. Sebuah Konflik akan berkembang menjadi sengketa bila

²⁷ Suryatin R, "*Hukum Perikatan*", Pradnya Paramita, Jakarta, 2001.hlm.82

²⁸ Rachmadi Usman, *Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*, Bandung, PT itra Aditya Bakti, 2003, hlm 1.

pihak yang merasa dirugikan telah menyatakan tidak puas atau keprihatinannya, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Sengketa merupakan pernyataan publik mengenai tuntutan yang tidak selaras (*Inconsistent*) terhadap sesuatu yang bernilai, sedangkan konflik merupakan pertentangan yang bersifat makro, misalnya pertentangan antara golongan atau kelompok. Dengan perkataan lain, bahwa dari prespektif antropologi hukum dikatakan sengketa tidak selalu bermakna negatif dalam kehidupan masyarakat, karena sengketa tidak selalu bermakna negatif dalam kehidupan masyarakat, karena sengketa juga mempunyai makna positif yang dapat memperkokoh integrasi dan kohesi hubungan sosial masyarakat, atau mengembalikan keseimbangan hubungan dan sendi – sendi kehidupan sosial. Jadi sesungguhnya sengketa yang terjadi dalam masyarakat mengandung arti yang konstruktif dan bersifat integrative, karena sengketa juga mempunyai kekuatan tersendiri untuk membentuk, mengembangkan, menerbitkan ulang suatu relasi sosial, Interaksi atau tatanan kehidupan yang sudah ada dalam masyarakat.

Pada dasarnya penyelesaian sengketa dapat dan biasanya dilakukan menggunakan dengan dua cara yaitu penyelesaian sengketa melalui Lembaga litigasi (melalui pengadilan) dan penyelesaian sengketa melalui non-litigasi (di luar pengadilan).

a. Penyelesaian Sengketa Secara Litigasi

Dalam peraturan perundang-undangan tidak ada yang memberikan definisi mengenai litigasi, namun dapat dilihat di dalam Pasal 6 ayat 1 UU 30/1999 tentang Arbitrase yang pada intinya mengatakan bahwa sengketa dalam bidang perdata dapat diselesaikan para pihak melalui alternatif penyelesaian sengketa yang dilandasi itikad baik dengan mengesampingkan penyelesaian secara litigasi di Pengadilan Negeri.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa litigasi merupakan proses menyelesaikan perselisihan hukum di pengadilan yang mana setiap pihak bersengketa memiliki hak dan kewajiban yang sama baik untuk mengajukan gugatan maupun membantah gugatan melalui jawaban.

Penyelesaian sengketa secara litigasi merupakan upaya penyelesaian sengketa melalui Lembaga pengadilan. Menurut Dr. Frans Hendra Winarta, S.H., M.H. dalam bukunya yang berjudul Hukum Penyelesaian Sengketa mengatakan bahwa litigasi merupakan penyelesaian sengketa secara konvensional dalam dunia bisnis seperti dalam bidang perdagangan, perbankan, proyek pertambangan, minyak dan gas, energi, infrastruktur, dan sebagainya. Proses litigasi menempatkan para pihak saling berlawanan satu sama lain. Selain itu, penyelesaian sengketa secara litigasi merupakan sarana akhir

(ultimum remedium) setelah upaya-upaya alternatif penyelesaian sengketa tidak membuahkan hasil.²⁹

Penyelesaian sengketa melalui litigasi memiliki kelebihan dan kekurangan. Proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan menghasilkan suatu keputusan yang bersifat adversarial yang belum mampu merangkul kepentingan bersama karena menghasilkan suatu putusan win-lose solution. Sehingga pasti akan ada pihak yang menang pihak satunya akan kalah, akibatnya ada yang merasa puas dan ada yang tidak sehingga dapat menimbulkan suatu persoalan baru di antara para pihak yang bersengketa. Belum lagi proses penyelesaian sengketa yang lambat, waktu yang lama dan biaya yang tidak tentu sehingga dapat relative lebih mahal. Proses yang lama tersebut selain karena banyaknya perkara yang harus diselesaikan tidak sebanding dengan jumlah pegawai dalam pengadilan, juga karena terdapat tingkatan upaya hukum yang bisa ditempuh para pihak sebagaimana dijamin oleh peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia yaitu mulai tingkat pertama di Pengadilan Negeri, Banding di Pengadilan Tinggi, Kasasi di Mahkamah Agung dan yang terakhir Peninjauan Kembali sebagai upaya hukum terakhir. Sehingga tidak tercapai asas pengadilan cepat, sederhana dan biaya ringan.

²⁹ Frans Hendra Winarta. *Hukum Penyelesaian Sengketa Arbitrase Nasional Indonesia dan Internasional*. Jakarta. Penerbit : Sinar Grafika. 2012. hlm. 1-2

b. Penyelesaian Sengketa Secara Non-Litigasi

Rachmadi Usman, S.H., M.H. mengatakan bahwa selain melalui litigasi (pengadilan), penyelesaian sengketa juga dapat diselesaikan melalui jalur non-litigasi (di luar pengadilan), yang biasanya disebut dengan Alternative Dispute Resolution (ADR) di Amerika, di Indonesia biasanya disebut dengan Alternatif Penyelesaian Sengketa (selanjutnya disebut APS).³⁰ Terhadap penyelesaian sengketa di luar pengadilan (di Indonesia dikenal dengan nama APS) telah memiliki landasan hukum yang diatur dalam UU 30/1999 tentang Arbitrase. Meskipun pada prakteknya penyelesaian sengketa di luar pengadilan merupakan nilai-nilai budaya, kebiasaan atau adat masyarakat Indonesia dan hal ini sejalan dengan cita-cita masyarakat Indonesia sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Dasar Tahun 1945. Cara penyelesaian tersebut adalah dengan musyawarah dan mufakat untuk mengambil keputusan. Misalnya dalam forum runggun adat yang menyelesaikan sengketa secara musyawarah dan kekeluargaan, dalam menyelesaikan suatu masalah yang dihadapi oleh masyarakat setempat dikenal adanya Lembaga hakim perdamaian yang secara umum berperan sebagai mediator dan konsiliator tepatnya di Batak Minangkabau. Oleh sebab itu, masuknya konsep ADR di Indonesia tentu saja dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat Indonesia.³¹

³⁰ Rachmadi Usmani. *Mediasi di Pengadilan : Dalam Teori dan Praktik*. Jakarta. Penerbit : Sinar Grafika. 2012. hlm. 8

³¹ Rika Lestari. *Perbandingan Hukum Penyelesaian Sengketa Secara Mediasi di Pengadilan dan di Luar Pengadilan di Indonesia*. Jurnal Ilmu Hukum. Vol. 3 No. 2. hlm. 219.

Asas-Asas Sengketa Pada umumnya, asas – asas yang berlaku pada penyelesaian sengketa sebagai berikut :

- a) Asas itikad baik, yakni keinginan dari para pihak untuk menentukan penyelesaian sengketa yang akan maupun sedang mereka hadapi.
- b) Asas Kontraktual, yakni adanya kesepakatan yang dituangkan dalam bentuk tertulis mengenai cara penyelesaian sengketa.
- c) Asas mengikat, yakni para pihak wajib untuk mematuhi apa yang telah disepakati.
- d) Asas kebebasan berkontrak, yakni para pihak dapat dengan bebas menentukan apa saja yang hendak diatur para pihak dalam perjanjian tersebut selama tidak bertentangan dengan Undang – undang dan kesusilaan. Hal ini berarti pula kesepakatan mengenai tempat dan jenis penyelesaian sengketa yang akan dipilih.

Asas kerahasiaan, yakni penyelesaian atas suatu sengketa tidak dapat disaksikan oleh orang lain karena hanya pihak yang bersengketa yang dapat menghadiri jalannya pemeriksaan atas suatu sengketa³²

³² Hadimulyo, “Mempertimbangkan ADR, Kajian Alternatif Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan” ELSAM : Jakarta. 1997. hlm 30

BAB III
PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT HARGA MENU YANG
TIDAK DICANTUMKAN PELAKU USAHA *COFFEE SHOP*

A. Tanggung jawab pihak *coffee shop* dalam melindungi kosumen terkait harga menu yang tidak sesuai

Tanggungjawab adalah suatu perwujudan kesadaran dan kewajiban bagi manusia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tanggung jawab adalah keadaan di mana wajib menanggung segala sesuatu sehingga kewajiban menanggung, memikul jawab, menanggung segala sesuatu yang menjadi akibat.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap tanggungjawab pihak pemilik *caffé shop* dalam melindungi konsumen terkait harga menu yang tidak sesuai, pihak *caffé shop* meniru kurang bertanggungjawab terhadap konsumennya yang mana hal ini terbukti ketika salah seorang kariawan *caffé shop* meniru Denis mengalami permasalahan harga menu yang tidak sesuai pihak *caffé shop* tetap menginginkan konsumen untuk tetap melakukan pembayaran dengan harga yang baru, dan pihak *caffé shop* tidak memberikan kompensasi kepada konsumen.¹

Hasil wawancara dengan salah satu *caffé shop* yang berada di Kota Banda Aceh, yaitu *caffé* meniru yang bernama Putra, pihak kasir mengatakan alasannya mengapa konsumen dikenakan harga yang mengalami perubahan, karena pihak kasir hanya sebagai pekerja dan semua produk yang dibeli oleh

¹ Putra, Kariwan *caffé shop* meniru, wawancara tanggal 19 Agustus 2021

konsumen terinput didalam aplikasi dan langsung disertai dengan harga produknya, jika pihak kasir menerima transaksi diluar harga produk yang dijual pihak kasir tidak berani memberikan, yang mana harga lama yaitu mencapai Rp. 110.000.-. dengan rincian es kopi coklat harga 10.000., air mineral 5000.- dan harga mie goreng 10.000.-

pihaknya juga tidak bisa menaggung terhadap kekurangan yang dialami dan juga hal tersebut akan beresiko kepada pekerjaan yang sedang dilakukan, apabila pemilik usaha caffe shop meniru mengetahui hal tersebut.

Oleh sebab itu pihak kasir Farhan hanya bisa meminta maaf kepada konsumen, bahwa pembayaran tetap harus dilakukan seperti seharusnya, pihak kasir juga menjelaskan bahwa dirinya juga seorang pekerja di caffe tersebut.²

Hal yang sama juga di ungkapkan oleh salah satu akademisi beliau Trio selaku dosen fakultas hukum muhammadiyah Aceh, mengungkapkan bahwa perlindungan konsumen untuk sekarang sangat lemah, sangat berbeda dengan amat undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yaitu pada pasal 4 terhadap hak-hak konsumen, bapak Trio juga menyampaikan bahwasannya hak-hak terhadap konsumen yang telah diatur seharusnya dapat dipenuhi, tetapi untuk saat ini hak tersebut tidak dapat di penuhi oleh pelaku usaha sehingga posisi konsumen untuk sekarang berada diposisi yang lemah.³

² Farhan, Kasir caffe shop, wawancara tanggal 19 Agustus 2021

³ Trio Yusandy akademisi fakultas hukum, universitas muhammadiyah Aceh, wawancara tanggal 18 Agustus 2021

B. Hambatan Yang Dihadapi Konsumen dalam mengadakan transaksi terkait harga menu yang tidak sesuai Usaha *Coffe Shop*

Hambatan adalah suatu kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam melindungi konsumen, adapun yang menjadi hambatan pada saat pelaksanaan perlindungan konsumen yang dilakukan oleh pemilik *caffe shop* adalah sebagai berikut :

1. Kurang disiplinnya kariawan *caffe shop*

Kurangnya sikap disiplin dari kariawan *caffe shop* adalah suatu hambatan bagi konsumen untuk mendapatkan kepuasan dalam menikmati produk yang di nikmati, hal ini terbukti ketika terjadi permasalahan di *caffe shop* meniru Putra, yang berada di Kota Banda Aceh, yang mana permasalahan yang terjadi adanya harga yang berbeda antara kertas menu dengan aplikasi kasir di *caffe shop* meniru.

Dari hasil penelitian dan wawancara yang telah dilakukan terhadap hambatan konsumen terkait harga yang tidak sesuai, pelaku usaha *caffe shop* yaitu saudara Irvan Maulana mengatakan bahwa, terhadap permasalahan harga yang tidak sesuai tersebut sebelum pelaku usaha telah memerintahkan kepada kariawannya untuk menggantikan segera kertas menu harga yang baru, hal ini agar tidak terjadi perdebatan antara konsumen dan kariawan, tetapi pihak kariawan tidak mengindahkan terhadap perintah yang diberikan, sehingga apa yang dikhawatirkan oleh pelaku usaha tersebut terjadi, yaitu terjadinya perdebatan antara kariawan dan konsumen terkait harga minuman dan makan yang telah di pesan berbeda harga antara kertas menu yang diperlihatkan oleh kariawan

kepada konsumen dengan harga yang dibayar konsumen di meja kasir, namun ketika permasalahan itu terjadi pelaku usaha tidak ada di tempat dan tidak bisa di hubungi sehingga kariawan tetap melakukan transaksi harga sesuai dengan aplikasi.⁴

Hal yang serupa juga pernah terjadi di caffe shop Aisy, namun di Aisy caffe sedikit berbeda yaitu ketika hal serupa tersebut terjadi pihak kariawan yang bernama wahyu dan pelaku usaha memintak maaf kepada konsumen terhadap kurangnya kenyamanan pelayanan yang diterima dan ketika konsumen melakukan transaksi terhadap pembayaran makan dan minuman yang dipesan pihak caffe shop Aisy tetap memberikan harga yang di lihat di kertas menu, yang berupa harga lama. Hal ini dilakukan oleh Aisy caffe guna melindungi konsumennya dalam menikmati produk yang di sajikan.⁵

2. Kurang pemahaman dari pihak caffe shop

Kurangnya pemahaman dari pihak caffe shop yang dimaksud adalah kurang mengertinya kariawan terhadap konsumen, yaitu dimana kariawan tidak mengerti terkadang konsumen yang dating ke caffe shop terkadang memesan sesuao uang yang dimilikinya, sehingga ketika terjadi perubahan harga atas menu yang telah di pesan membuat konsumen kekurang uang untuk membayaran pesan yang telah di pesan. Hal ini merupakan salah satu hambatan atau kendala bagi konsumen dalam mengadakan transaksi pembayaran terkait harga yang tidak sesuai antara

⁴ Irvan Maulana, Pelaku usaha caffe shop meniru, hasil wawancara, 19 Agustus 2021

⁵ Wahyu, Kariawan caffe Shop Aisy, hasil wawancara 19 Agustus 2021

menu yang dilihat dengan harga aplikasi kasir yang dimiliki oleh pihak *caffe shop*.

C. Upaya Dalam Menanggulangi Perlindungan Konsumen Terhadap Harga Menu Yang Tidak Sesuai Di *Coffee Shop*

Upaya adalah suatu usaha untuk dapat memecahkan permasalahan yang telah terjadi, adapun yang menjadi upaya dalam menanggulangi perlindungan konsumen terhadap harga menu yang tidak sesuai di *caffe shop* adalah sebagai berikut :

1. Melakukan control harian

Melakukan control harian adalah salah satu upaya yang harus dilakukan oleh pelaku usaha *caffe shop* dan usaha lainnya hal ini guna untuk meningkatkan kualitas serta kenyamanan dari para konsumen dalam menikmati hidangan yang diberikan di *caffe shop*, karena kepuasan konsumen merupakan faktor utama bagi pelaku usaha untuk meningkatkan usaha dan memenangkan pesaing diantara usaha *caffe shop* yang lain yang sejenis, meskipun tidak mudah untuk mewujudkan kepuasan konsumen secara menyeluruh, walaupun setiap pelaku usaha mengharapkan agar konsumen tidak ada yang merasa tidak puas. Namun setiap pelaku harus meminimalkan ketidakpuasan konsumen dengan memberikan sistem pelayanan dengan sebaik mungkin.⁶

⁶ Irvan Maulana, Pelaku usaha *caffe shop* meniru, hasil wawancara, 19 Agustus 2021

2. Memberikan pemahaman mengenai caffe shop kepada konsumen

Memberikan pemahaman mengenai caffe shop kepada konsumen adalah salah satu upaya yang penting hal ini guna untuk menambah wawasan para konsumen terhadap caffe shop, dengan diberikan pemahaman kepada konsumen, konsumen lebih mengerti dan puas terhadap pelayanan yang diberikan dan apabila ada permasalahan yang terjadi seperti bedanya harga antara kertas menu dan aplikasi kasir, konsumen tidak keberatan karena konsumen sudah mengerti bagaimana prosedur dari caffe shop, berbeda dengan warung kopi. Hal tersebut jelas terjadi perbedaan menurut bapak Lukman selaku akademisi, pemahaman yang telah diberikan kepada konsumen merupakan suatu kemudahan bagi para pelaku usaha, hal ini karena secara sejalan pemahaman konsumen dan dan pelaku usaha sudah sejalan, dan apabila terjadi perubahan system konsumen dengan mudah bisa mengerti dan memahaminya.⁷

Hasil wawancara dengan salah satu konsumen yang berada di caffe shop Meniru, yang mana konsumen tersebut menjelaskan awal mula menikmati caffe shop, konsumen tersebut juga mengungkapkan bahwa awalnya konsumen tersebut tidak mengerti bagaimana caffe shop, setelah konsumen tersebut menikmati kopi di caffe shop, para konsumen tersebut mengerti banyak hal mengenai kopi yang berada di caffe shop, prosedur yang jauh berbeda dengan warung kopi biasa.⁸

Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa perlunya pemahaman

⁷ Lukman, akademisi, hasil wawancara 21 Agustus 2021

⁸ Faisal, Konsumen caffe shop, hasil wawancara 20 Agustus 2021

bagi konsumen agar konsumen mengerti dan memahami dengan baik terhadap produk yang berada di caffe shop dan apabila terjadi permasalahan harga konsumen mengerti bahwa caffe shop akan mengalami perubahan harga seiring meningkatnya bahan baku yang dibutuhkan.

BAB IV

PENUTUPAN

A. KESIMPULAN

1. Tanggung jawab pihak *coffee shop* dalam melindungi konsumen terkait harga menu yang tidak sesuai, kurang bertanggung jawab yang mana pihak pemilik *caffé shop* tetap ingin konsumen untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan harga yang mengalami perubahan, pihak *caffé shop* tidak berani mengambil resiko karena produk yang di beli oleh konsumen telah terinput dengan harga yang baru bukan harga yang lama, sehingga pihak *caffé shop* menginginkan pihak consume tetap melakukan transaksi dengan harga yang baru bukan harga yang lama.
2. Hambatan yang dihadapi konsumen dalam mengadakan transaksi terkait harga menu yang tidak sesuai usaha *Coffe Shop*, Hambatan adalah suatu kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam melindungi konsumen, adapun yang menjadi hambatan kurangnya sikap disiplin karyawan *coffe shop*, kurangnya pemahaman dari pihak *coffe shop*.
3. Upaya dalam menanggulangi perlindungan konsumen terkait harga menu yang tidak sesuai di *coffe shop*, melakukan pemeriksaan harian , Memberikan pemahaman mengenai *coffe shop* kepada konsumen

B. SARAN

1. Disarankan dan diharapkan kepada pelaku usaha agar dapat melakukan list menu yang benar dan konkrit agar tidak terjadi perselisihan harga pada saat melakukan transaksi pembayaran
2. Di harapkan kepada konsumen untuk dapat mematuhi segala bentuk mekanisme yang berada di caffe, hal ini di harapkan agar dapat mengurangi permasalahan atau perdebatan yang terjadi Antara konsumen dan pelaku usaha.
3. Disarankan kepada seluruh pelaku usaha, agar dapat memberikan makanan atau minuman yang sesuai dengan yang dikasir.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Konsumen*, Bandung: RajaGrafindo Persada, 2015.

Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Daya Widya, Jakarta, 1999

Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2009, Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003

Frans Hendra Winarta. *Hukum Penyelesaian Sengketa Arbitrase Nasional Indonesia dan Internasional*. Jakarta. Penerbit : Sinar Grafika. 2012

Gemala Dewi, dkk., (ed.), *Hukum Perikatan Islam di Indonesi*, Jakarta: Kencana, 2007

Halim Barkatullah A, *Hak-Hak Konsumen*, PT Nusa Media, Bandung, 2010,

Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visi Media, 2015

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

Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta, 1984,

Mariam Darus Badruzaman dkk, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2001

Munir Fuady, *Perbuatan Melawan Hukum: Pendekatan Kontemporer* (selanjutnya disebut Munir Fuady II), Cet.2, Penerbit PT. Citra Aditya, Bandung, 2005

Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Prenada Hukum, Jakarta, 2005

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, PT Indeks, Jakarta, 2004,

Rachmadi Usmani. *Mediasi di Pengadilan : Dalam Teori dan Praktik*. Jakarta. Penerbit : Sinar Grafika. 2012

Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta:Intermasa, 2003

Suryatin R, "*Hukum Perikatan*", Pradnya Paramita, Jakarta, 2001

Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002

B. Peraturan Perundang-undangan

Undang Undang Dasar Republik Indonesia tahun 1945

Undang Nomor 8 Tahun 1999 atau Undang Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

Lampiran



(Wawancara Dengan Bapak Trio Yusandi, S.H,.M.Kn)