

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERBEDAAN
HARGA DITINJAU DARI UNDANG -UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Study Di Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB)

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



**Oleh :
AGUNG MAHENDRA WINATA
2019F1A010**

Program Studi Ilmu Hukum

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

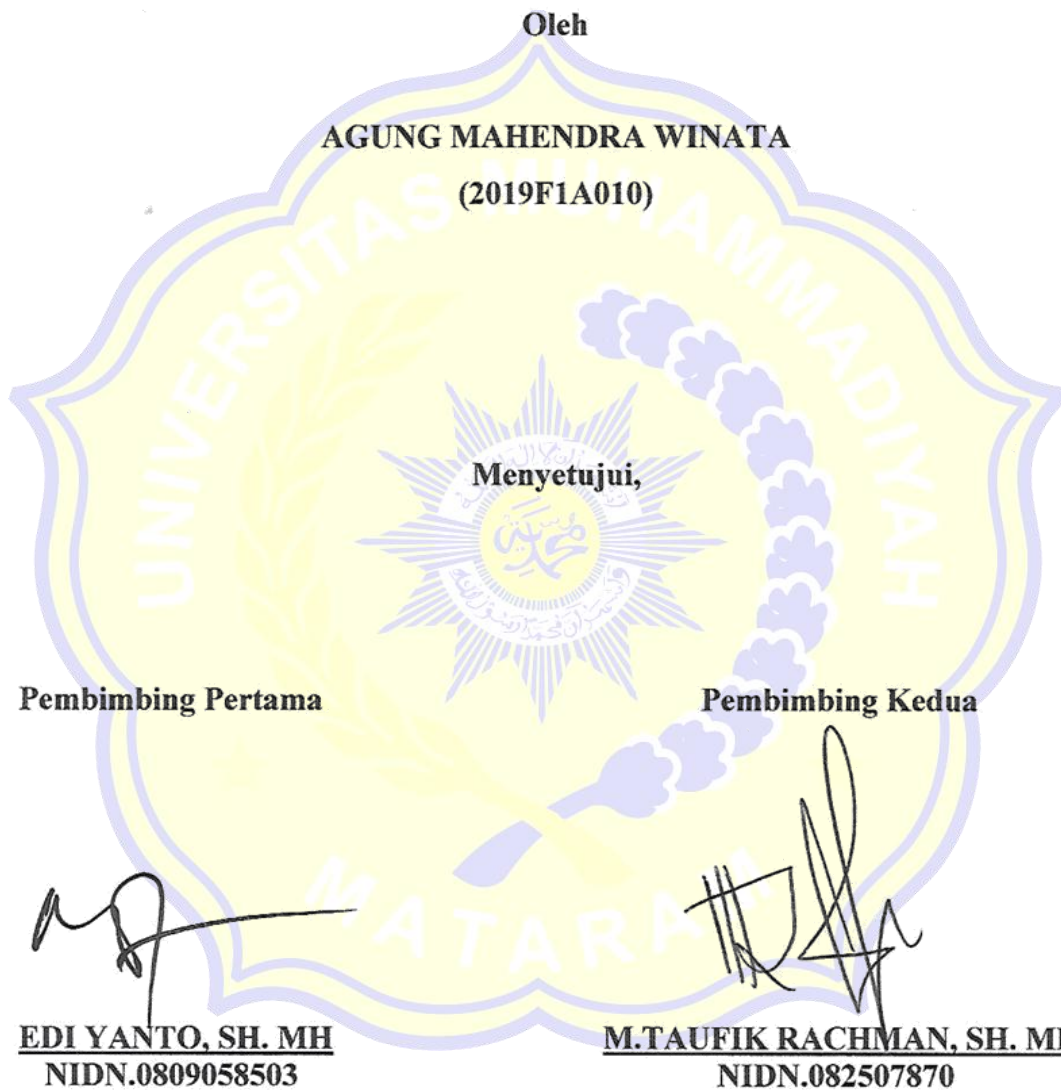
MATARAM

2022

**LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING
PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERBEDAAN HARGA
DITINJAU DARI UNDANG -UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN**


Oleh

**AGUNG MAHENDRA WINATA
(2019F1A010)**



Pembimbing Pertama

Pembimbing Kedua


EDI YANTO, SH. MH
NIDN.0809058503


M.TAUFIK RACHMAN, SH. MH
NIDN.082507870

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI
SKRIPSI INI TELAH DISEMINARKAN DAN DIUJI OLEH TIM
PENGUJI PADA TANGGAL,
Oleh
DEWAN PENGUJI

Ketua

Dr. Usman Munir, SH.MH


NIDN. 0804118201



Anggota I

Edi Yanto, SH. MH

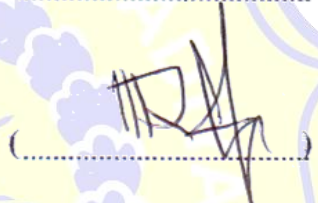
NIDN.0809058503



Anggota II

M. Taufik Rachman, SH.MH

NIDN.082507870



Mengetahui.

Fakultas Hukum

Universitas Muhammadiyah Mataram

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Hilman Syahril Haq, SH., L.LM

NIDN. 0822098301

PERYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi yang berjudul “**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERBEDAAN HARGA DITINJAU DARI UNDANG -UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**” ini, merupakan hasil karya tulis asli yang saya ajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Serjana Hukum pada Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan skripsi tersebut telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya saya tersebut bukan hasil karya tulis asli saya atau hasil jiplakan dari orang lain, maka saya bersedia menerima saksi yang berlaku di Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Mataram,.....

Yang membuat pernyataan



(Agung Mahendra Winata)

NIM .2019F1A010



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AGUNG MAHENDRA WINATA
 NIM : 2019F1A010
 Tempat/Tgl Lahir : AKEMEL 01 OKTOBER 1999
 Program Studi : ILMU HUKUM
 Fakultas : HUKUM
 No. Hp : 081883 422 096
 Email : agungmahendra.winata555@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERBEDAAN HARGA...
DITINJAU DARI UNDANG - UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. Agung

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milih orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 11 JULI 2023

Penulis



Agung Mahendra Winata
NIM. 2019F1A010

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AGUNG MAHENDRAWINATA
 NIM : 2019F1A010
 Tempat/Tgl Lahir : AIKMELO 01 OKTOBER 1999
 Program Studi : ILMU HUKUM
 Fakultas : HUKUM
 No. Hp/Email : 081883422096 / agung.mahendrawinata555@gmail.com
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERBEDAAN HARGA
DI TINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 11 JULI2023
 Penulis



Agung Mahendra Winata
 NIM. 2019F1A010

Mengetahui,
 Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
 NIDN. 0802048904

MOTTO HIDUP

“Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang merhasil, tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna.”

(Albert Einstein)

“Kebanyakan orang merasa sukses itu adalah jerih payah diri sendiri, tanpa campur tangan Tuhan. Mengingat Tuhan adalah sebagai ibadah vertical dan menolong sesama sebagai ibadah horizontal.”

(Bob Sadino)

“Nasib memang diserahkan kepada manusia untuk dianggap, tetapi takdir harus ditandatangani di atas materai dan tidak boleh di gugat kalau nanti terjadi apa-apa, baik atau buruk.”

(Prof. Dr. Sapardi Djoko Damono)

KATA PENGANTAR

Asalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan nikmat-Nya terutama nikmat kesempatan, kesehatan, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERBEDAAN HARGA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**

Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan alam, Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umat manusia dari alam kejahilan atau pembodohan, menuju alam terang benderang dan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, melalui kesempatan ini peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. **Drs. Abdul Wahab, MA** Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram, yang telah memberikan kesempatan kepada saya menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. **Assoc. Prof. Dr.Hilman Syahrial Haq, SH., L.LM.** Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram, yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh studi di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. **Edi Yanto, SH. MH.** Selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan Nasihat, Masukan, Saran Dan Motivasi serta Bimbingan dalam penyusunan Skripsi

4. **M.Taufik Rachmat, SH. MH.** Selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan Nasihat, Masukan, Saran Dan Motivasi serta Bimbingan dalam penyusunan Skripsi.
5. **Bapak Dr. Usman Munir, SH. M.H.** Selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dalam penyusunan Skripsi.
6. **Imawanto, SH. M.Sy.** Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan motivasi selama perkuliahan.
7. Bapak/ibu dosen pengantar, segenap Staf dan Tata Usaha Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah memberikan ilmu, motivasinya dan dengan sabar melayani administrasi selama menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan, penulis, oleh sebab itu penulis megharapkan pendapat, keritik dan saran yang bersifat membangun guna mencapai kesempurnaan pada masa yang akan datang.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Mataram,

Agung Mahendra Winata
NIM : 2019F1A010

ABSTRAK
**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERBEDAAN
HARGA DITINJAU DARI UNDANG -UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Agung Mahendra Winata
2019F12010

Kasus perbedaan harga yang kerap kali terjadi memang dianggap kurang penting. Namun hal tersebut jelas telah melanggar ketentuan yang berlaku yang ada dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen karena harga yang sah disepakati konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Normatif Empiris dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan sosiologis, sumber data primer dan sumber data sekunder serta analisis bahan hukum menggunakan Deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan Perlindungan hukum yang diberikan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang selisih harga pada label harga dengan pembayaran di kasir adalah perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan) dan represif (penyelesaian sengketa) diantaranya perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan) dapat ditemukan pada pasal 4 huruf (b) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, pasal 7 huruf (b) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, pasal 10 huruf (a) Undang- Undang No. 8 Tahun 1999. Perlindungan hukum yang bersifat represif (penyelesaian sengeta)) dapat ditemukan pada pasal 19 ayat (1) Undang- Undang No. 8 Tahun 1999, pasal 45 ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, pasal 47 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Selain itu juga adapun pengawasan dan sosialisasi dilakukan setiap tahunnya oleh bpsk dalam mengatasi permasalahan perbedaan harga serta meningkatkan kesadaran akan hak dan kewajiban sebagai konsumen yang SPMKB (Sadar, Paham, Mampu, Kritis, Berdaya Saing) yang melibatkan masyarakat, pelaku usaha, maupun mahasiswa. tujuan dilakukan sosialisasi yaitu meningkatkan keterbukaan dan kecerdasan konsumen dalam melakukan transaksi baik pada pasar modern. Sedangkan penyebab selisih harga pada Pasar Moderen (Alfamart/Indomaret), Terjadi Karna kelalaian pegawai dalam menempelkan harga terbaru yang telah dicetak pada produk, kesalahan pegawai dalam menggantikan harga barang yang lama dengan harga barang terbaru yang sudah tercetak, serta data harga barang bermasalah dari kantor

Kata Kunci:Perlindungan Hukum Konsumen, Perbedaan Harga.

**CONSUMER LEGAL PROTECTION DUE TO PRICE DIFFERENCES IN
VIEW OF LAW NUMBER 8 OF 1999 CONCERNING CONSUMER
PROTECTION**

Agung Mahendra Winata
2019F12010

ABSTRACT

Cases of frequent pricing discrepancies are viewed as being less significant. However, given that customers have agreed on the legal price, this clearly violates the pertinent clauses of Law Number 8 of 1999 about Consumer Protection. An empirical normative methodology, including a statutory and sociological approach, primary and secondary data sources, and descriptive analysis of legal texts, was used in this work. The outcomes of this study demonstrate that the legal protection provided by Law Number 8 of 1999 regarding the price discrepancy between the price tag and payment at the cashier is legal protection that is preventive (prevention) and repressive (dispute resolution), including preventive legal protection can be found in Article 4 Letter (b), Article 7 Letter (b), and Article 10 Letter (a) of Law No. 8 of 1999. Article 19 paragraph 1 of Law No. 8 of 1999, Article 45 paragraph 2 of Law No. 8 of 1999, and Article 47 of Law No. 8 of 1999 all deal with repressive legal protection (conflict settlement). Additionally, every year BPSK engages the community, actors, businesses, and students in supervision and socialization activities aimed at resolving the issue of price disparities and raising awareness of rights and obligations as consumers who are SPMKB (Aware, Understand, Capable, Critical, and Competitive). Increased consumer openness and intelligence in carrying out ethical transactions in the contemporary market are the goals of socialization. While employee mistakes in failing to attach the most recent prices that have been printed on the product, employee mistakes in failing to replace the old prices of goods with the most recent prices that have been printed, as well as problematic item price data from the office, are the main causes of price differences in modern markets (Alfamart/Indomaret).

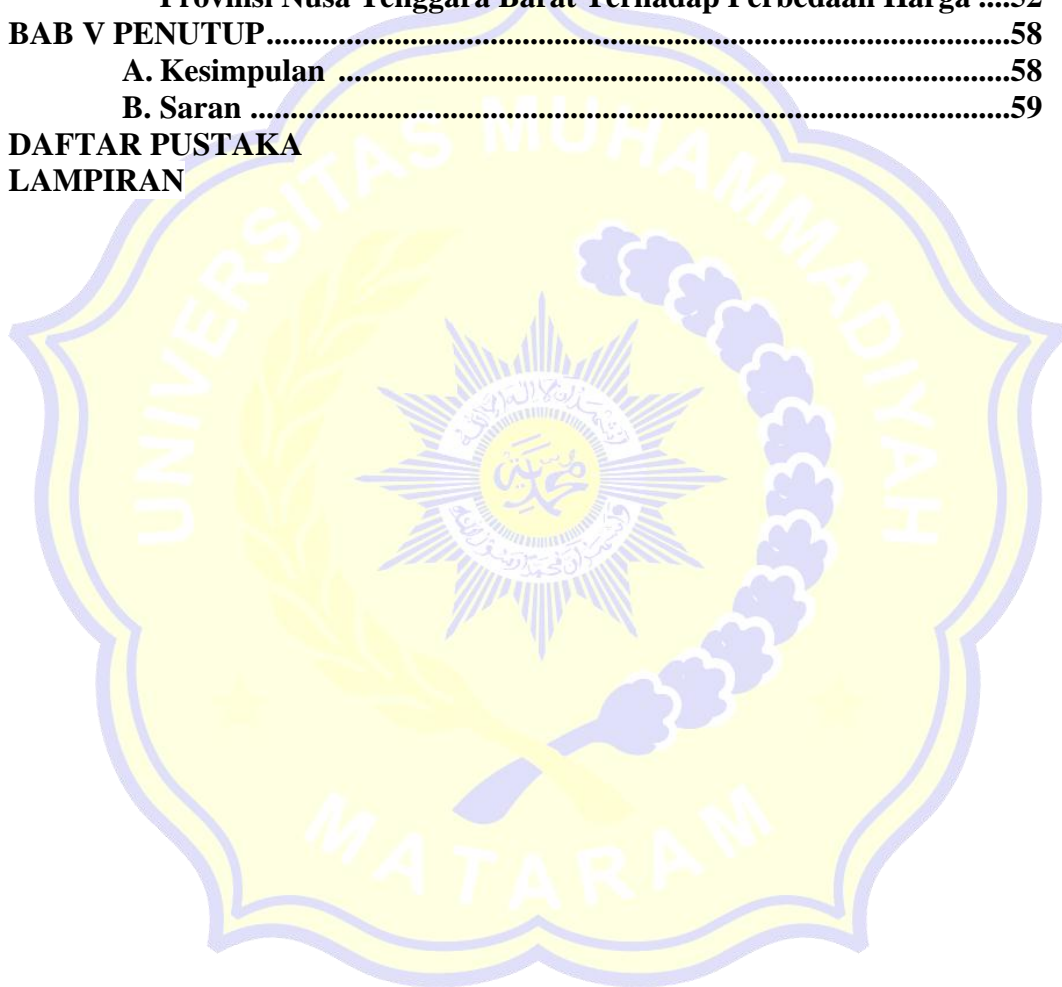
Keywords: Consumer Legal Protection, Price Differences.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
MOTTO HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Hasil Penelitian yang Relevan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen.....	10
1. Pengertian Perlindungan Konsumen	10
2. Pengertian konsumen.....	14
3. Asas dan tujuan perlindungan konsumen	14
4. Hak dan Kewajiban antara Konsumen dan Pelaku usaha	16
5. Pengertian Pelaku Usaha	18
6. Larangan bagi pelaku usaha	19
B. Tinjauan Umum tentang Label	20
1. Pengertian Label	20
2. Fungsi Label	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Metode Pendekatan	25
C. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	26
D. Jenis dan Sumber bahan Hukum	27
E. Teknik Pengumpulan bahan Hukum	27
F. Metode Pengolahan Bahan Hukum.....	28
G. Analisis Bahan Hukum	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat	30
1. Sejarah singkat Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat	30
2. Visi Dan Misi Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara.....	32

3. Tugas Dan Fungsi Bidang Standarisasi Dan Perlindungan Konsumen	33
4. Struktur Organisasi Dinas Perdagangan Propinsi Nusa Tenggara Barat Tahun 2023	36
5. Wawancara Konsumen Yang Sudah Mengalami Perbedaan Harga Antara Dirak Dengan Di Kasir	36
B. Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Perbedaan Harga Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	42
C. Bagaimana Bentuk Pengawasan Dari Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat Terhadap Perbedaan Harga	52
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Maraknya bisnis retail terjadi saat ini membutuhkan minat berbelanja dikalangan masyarakat.¹ Salah satunya yaitu bisnis retail dimana bisnis tersebut menyediakan berbagai macam produk sehari-hari dengan harga tertera pada produk, kesediaan pelayanan 24 jam, tempat yang bersih, lebih nyaman dan dilengkapi AC (*Air conditioning*) dan pemilihan serta pengambilan barang sendiri oleh konsumen sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli dan mendapatkan barang yang dibutuhkan. Terlepas dari manfaat yang disebutkan di atas, perusahaan ritel, khususnya supermarket dan minimarket, juga terkait dengan layanan yang kurang optimal yang mungkin tidak dapat memenuhi harapan pelanggan. Dalam konteks transaksi konsumen, permasalahan umum yang muncul adalah terjadinya ketidaksesuaian harga antara harga yang ditampilkan dengan harga sebenarnya yang dibayarkan di kasir. Perbedaan ini berpotensi mengakibatkan kerugian finansial bagi konsumen yang tidak siap membayar selisihnya. Dalam kasus seperti itu, konsumen dapat mencari klarifikasi dari karyawan toko, yang mungkin mengaitkan perbedaan tersebut dengan informasi harga yang sudah ketinggalan zaman. Akibatnya, mayoritas konsumen mengalami kerugian finansial.

¹Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013. 47-48.

Kesalahan pada label harga dengan daftar harga pada mesin pembayaran yang terdapat di meja kasir sering kali terjadi, dimana harga yang tercantum sebelumnya dan pada saat melakukan pembayaran terdapat perbedaan yang seringkali disebabkan pengawasan administrasi yang kurang teliti. Hal tersebut tentu saja menimbulkan kekecewaan kepada konsumen sebab jumlah yang harus dibayarkan memiliki jumlah di luar dari apa yang telah disiapkan oleh konsumen sebelumnya. Tentu saja hal ini dapat mengakibatkan batalnya pembelian yang dilakukan oleh konsumen serta akan menimbulkan ketegangan seperti perdebatan antara konsumen dengan pihak supermarket. Namun pilihan yang diberikan kepada konsumen adalah membayar dengan harga yang baru atau membatalkan transaksi yang hendak dilakukan.

Tidak adanya alternatif penyelesaian sengketa selisih harga tersebut tentu sangat merugikan bagi konsumen. Apabila mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 huruf (b) disebutkan bahwa salah satu hak konsumen adalah hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.² Selain itu juga pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, diwajibkan memberikan informasi yang benar, jelas

²Ahmad Muri dan Sutarman Yodo, 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 1.

dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.³

Kasus selisih harga sering dianggap kurang penting oleh sebagian besar pelaku usaha. Namun hal ini tentu saja sangat merugikan konsumen dan tentu saja melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen khususnya pada Pasal 4 dan Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimana pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur tentang Hak-Hak konsumen serta Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha dalam menjalankan usahanya tersebut. Sebab pada bagian Hak-Hak Konsumen pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen ialah konsumen berhak memilih dan mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi barang yang dijanjikan. Hak konsumen tersebut tentu saja tidak terpenuhi apabila konsumen dipaksa menerima selisih harga antara mesin kasir dan label harga yang dilihat oleh konsumen pada rak barang. Sebab kesepakatan harga antara konsumen dan penjual pada supermarket/minimarket adalah pada saat konsumen melihat label harga pada rak barang yang dijual, bukan harga pada mesin kasir pada saat akan melakukan pembayaran.

Sebagaimana contoh kasus di lapangan yang dialami langsung oleh Peneliti saat berbelanja di salah satu minimarket Alfamart di daerah aikmel Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Pada pukul 20:30 Wita. Peneliti membeli makanan dan minuman ringan, dimana saat itu total harga

³Susilowati S.Dajaan , Agus Swandono dkk, 2021, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama , Universitas Terbuka, Banten – Indonesia, hlm. 3. 10-3. 11.

setelah dihitung seharusnya Rp.25,300,- tetapi saat akan melakukan pembayaran di kasir dengan uang tunai pecahan Rp.30,000,- total yang harus dibayarkan adalah sebesar Rp.26,300,- Selain itu juga sepengetahuan Peneliti sebelumnya ada salah satu item makanan dengan harga yang didisplay adalah Rp.15,900,- tetapi setelah pembayaran dikasir harga tersebut menjadi Rp.16,900,-. Disini letak ketidak sesuaian antara harga display dan kasir, ketidak sesuaian tersebut relatif kecil, namun dari sudut pandang Peneliti sebagai konsumen tetap sudah merasa dirugikan dan kecewa karena tidak memberikan informasi secara benar.⁴ Selain itu peneliti juga melakukan wawancara pada salah satu konsumen minimarket Alfamart yakni Ibu Tanti Selaku bertetangga. Wawancara dengan Ibu Tanti mengungkapkan bahwa penggunaan label harga dalam transaksi komersial dapat memfasilitasi kesadaran konsumen terhadap harga pokok barang, sehingga meniadakan kebutuhan untuk bertanya langsung kepada karyawan atau manajer. Setelah memeriksa label harga, konsumen sudah mengetahui jumlah yang harus mereka bayarkan pada titik penjualan.

Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan larangan bagi badan usaha untuk melakukan tindakan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan palsu mengenai barang atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan.⁵

1. Harga atau tarif suatu barang/jasa.
2. Kegunaan suatu barang/jasa.
3. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.

⁴ Hari senin tgl 4 januari 2022. Pada pukul 20:30 Wita

⁵ Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

4. Promosi harga atau pemberian hadiah menarik yang ditawarkan.
5. Bahayanya penggunaan barang dan/atau jasa.

Contoh perbedaan harga yang sering muncul dianggap relatif tidak signifikan. Perbuatan tersebut di atas ternyata bertentangan dengan ketentuan terkait yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Pengamanan Kepentingan Konsumen, karena harga yang sah telah disepakati bersama oleh konsumen.

Pentingnya menjaga konsumen semakin diakui baik dalam hal berwujud maupun tidak berwujud, mengingat kemajuan pesat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi yang menjadi pendorong untuk meningkatkan produktivitas dan kemandirian produsen dalam mengirimkan barang dan jasa mereka untuk memenuhi tujuan bisnis. Dalam pengejaran ini, konsumen adalah pemangku kepentingan utama yang kemungkinan besar akan mengalami akibat yang dihasilkan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penyelenggaraan perlindungan konsumen menjadi tanggung jawab pemerintah, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK).

Saat ini, banyak minimarket tersebar di berbagai lokasi, sehingga menciptakan lingkungan yang sangat kompetitif. Persaingan ini muncul dari peningkatan daya beli dan evolusi preferensi konsumen. Fenomena ini menambah kendala bagi pemilih yang sering ke minimarket. Ada beberapa hal yang menarik untuk dikaji dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen . Dengan latar belakang ini maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian hukum dengan mengangkat masalah

mengenai. **PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN AKIBAT PERBEDAAN HARGA DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen akibat perbedaan harga ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana Bentuk Pengawasan dari Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat Terhadap perbedaan harga?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat perbedaan harga ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui Bentuk Pengawasan Dinas Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat Terhadap perbedaan harga.

D. Manfaat Penelitian

Adapun mampaat dari penelitian ini antara lain:

1. Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan ilmu hukum pada prodi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram.

2. Manfaat Teoritis

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan literatur ilmiah dan bahan referensi yang akan membantu kemajuan pengetahuan bagi masyarakat luas, khususnya Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Mataram.

3. Manfaat Praktis

1. Memberikan masukan kepada pemerintah dalam merumuskan kebijakan di bidang perlindungan konsumen.
2. Memberikan masukan kepada pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa.
3. Memberikan masukan kepada masyarakat sebagai konsumen sehingga dapat menjadi konsumen cerdas.

E. Hasil Penelitian Yang Relevan

1	Judul Penelitian
	Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Nurhalis (2015)
	Tujuan Penelitian
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui bagaimana prinsip yang melindungi konsumen pada jaman Nabi Muhammad Saw. 2. Untuk bisa mengetahui masala-masalah yang terkait pada Perlindungan Konsumen.
	Hasil Penelitian
	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menetapkan peraturan yang menangani masalah perlindungan konsumen dan mempromosikan keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan selain untuk memastikan kepastian hukum dalam transaksi komersial.

	Persaman
	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama meneliti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen.
	Perbedaan
	Dengan penelitian terdahulu yaitu dari penelitian berikut tidak terfokus pada persepektif hukum Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 saja, akan tetapi juga dari persepektif hukum islam sehingga gambaran tentang perlindungan konsumen yang dilihat dari perspektif Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 hanya tertera secara umum dan tidak mendetail. Sedangkan penelitian yg dilakukan oleh peneliti yaitu menganalisa seluruh aspek perlindungan konsumen yang di tinjau dari Undang-Undang Nomor 8 tahun akibat dari perbedaan harga antara dirak dengan di kasir.
2	Judul Penelitian
	Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Informasi Iklan Barang Dan Jasa Yang Menyesatkan, Adi Handono (2011)
	Tujuan Penelitian
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk bisa mengetahui informasi iklan barang dan jasa yg menyesatkan. 2. Untuk bisa mengetahui asas- asas dan aturan hukum.
	Hasil Penelitian
	Temuan studi tersebut menjelaskan bahwa pendekatan negara untuk melindungi konsumen dari informasi yang menipu dalam iklan produk dan layanan diwujudkan melalui putusan peradilan yang tidak memihak dan penerapan prinsip dan norma hukum. Selain merumuskan kebijakan melalui peraturan perundang-undangan, negara bertanggung jawab untuk memberikan arahan dan pengawasan dalam pelaksanaan upaya perlindungan konsumen yang meliputi pembinaan dan pengawasan usaha periklanan.
	Persaman
	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama sama membahas Tentang Perlindungan Konsumen yang sesuai dengan peraturan Perundang-Undangan.
	Perbedaan
	Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu dimana penelitian berikut menganalisa perlindungan hukum bagi konsumen terhadap informasi iklan barang dan jasa yang menyesatkan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu menganalisa perlindungan konsumen akibat perbedaan harga antara dirak di tinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

3	Judul Penelitian
	Perlindungan Konsumen Terhadap Hak Atas Informasi Harga Pada Menu Makanan, Wiji Saraspeni (2016)
	Tujuan Penelitian
	Untuk bisa mengetahui hak atas informasi harga pada menu makanan dalam perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
	Hasil Penelitian
	Temuan studi menjelaskan bahwa promosi yang bertentangan dengan undang-undang perlindungan konsumen, undang-undang informasi, dan peraturan transaksi elektronik, termasuk hak-hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, dan kegiatan yang dilarang terhadap hak-hak konsumen, tidak direkomendasikan. Penegasan tersebut dibuat bahwa hak-hak konsumen memiliki dampak yang merugikan bagi konsumen. Dengan demikian, sangat penting bahwa individu yang bertanggung jawab atas promosi dimintai pertanggungjawaban atas tindakan mereka. Jumlah kompensasi yang tepat tidak ditentukan secara eksplisit dalam UU Perlindungan Konsumen dan UU Informasi dan Transaksi Elektronik.
	Persaman
	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama sama membahas Perlindungan Konsumen.
	Perbedaan
	Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu dimana peneliti menganalisa perlindungan konsumen dengan ketidaksesuaian harga dalam proses diskon secara online, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu menganalisa perlindungan konsumen akibat perbedaan harga antara dirak dan dikasir, di tinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1) Pengertian Perlindungan Konsumen

Tindakan pembelian dan penjual melibatkan kontrak yang disepakati bersama yang memiliki validitas dan keberlakuan hukum setelah penjual dan pembeli mencapai konsensus mengenai komponen fundamental, seperti barang dan harga yang sesuai, bahkan dalam kasus di mana transaksi tersebut berkaitan dengan barang tidak bergerak. Transaksi elektronik mengacu pada proses digital pertukaran barang, jasa, dan informasi antara pihak yang terlibat dalam kegiatan jual beli. Pemanfaatan media transaksi elektronik dalam ranah perdagangan telah memberikan pengaruh yang signifikan bagi masyarakat global secara luas, khususnya warga negara Indonesia.⁶

Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) mendefinisikan “konsumen” sebagai orang perseorangan yang memanfaatkan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, untuk keperluan pribadi, keluarga, atau untuk kepentingan orang lain atau makhluk hidup, dan bukan untuk tujuan komersial.

Pasal 1 UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen meliputi segala upaya yang bertujuan untuk

⁶ *Ibid*, hlm. 15

menjamin kepastian hukum guna melindungi kepentingan konsumen. Undang-undang Perlindungan Konsumen dirancang untuk menjaga kesejahteraan konsumen selama bertransaksi, sekaligus menjadi tolok ukur bagi badan usaha untuk meningkatkan kualitas penawaran barang dagangan mereka. Konsumen dapat terdiri dari individu dan organisasi, dengan peran berbeda sebagai pemberi pengaruh, pemrakarsa, pembeli, pembayar, atau pengguna, bergantung pada produk yang dimaksud. Selanjutnya, konsumen dicakup oleh peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen yang terdiri dari asas, aturan, atau peraturan yang bersifat mengatur dan memiliki atribut yang menawarkan tindakan pengamanan bagi konsumen.⁷

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa konsumen adalah individu atau badan yang memanfaatkan atau memanfaatkan barang dan fasilitas secara efektif, baik untuk keuntungan pribadi maupun untuk kepentingan orang lain. Perlindungan konsumen mengacu pada langkah-langkah yang diambil oleh pemerintah untuk memastikan perlindungan konsumen.

Cakupan perlindungan konsumen dapat dibagi menjadi 2 (dua) aspek antara lain:

1. Tujuan utama perlindungan konsumen adalah untuk melindungi konsumen dari ketidaksesuaian barang yang dikirim dan untuk mencegah perlakuan tidak adil terhadap konsumen.

⁷ Pasal 1 Ayat, (1), (2) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

2. Pemberian kepastian hukum merupakan sarana perlindungan konsumen dengan meningkatkan harkat dan martabatnya serta mempermudah aksesnya terhadap informasi yang berkaitan dengan barang dan jasa. Selain itu, ini menumbuhkan budaya kejujuran dan akuntabilitas di antara entitas bisnis.⁸

Asal-usul hukum perlindungan konsumen adalah untuk mencegah kekosongan hukum di bidang perlindungan kepentingan konsumen dan untuk membentuk kerangka khusus untuk mengatur perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen mengacu pada perlindungan hukum yang ada untuk menegakkan hak-hak konsumen. Hak-hak ini diakui secara internasional dan telah mengalami empat tahap perkembangan mendasar.⁹

- 1) Hak konsumen untuk mendapatkan keamanan.
- 2) Hak konsumen dalam mendapatkan informasi.
- 3) Hak konsumen untuk memilih.
- 4) Hak untuk didengar.

Hukum adalah seperangkat peraturan komprehensif yang mengatur perilaku masyarakat, dan ditegakkan melalui penerapan hukuman. Dalam ranah perlindungan hak-hak konsumen, terdapat dua konsep hukum yang berbeda, yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Hukum konsumen mengacu pada seperangkat prinsip dan peraturan yang mengatur interaksi antara konsumen dan

⁸ Adrian Sutedi. 2008. *Tanggung Jawab Produk Perlindungan Konsumen*, Bogor Ghalia, Indonesia, hlm. 9.

⁹ Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenata Media Group:Jakarta, hlm. 47-48

penyedia, serta pemanfaatan produk konsumen dalam masyarakat. Hukum perlindungan konsumen berkaitan dengan prinsip-prinsip dasar dan peraturan yang mengatur dan melindungi konsumen dalam rangka penyediaan dan pemanfaatan barang dan jasa. Ini menyangkut interaksi antara penyedia dan pengguna barang dan jasa di bidang sosial.¹⁰

Hukum perlindungan konsumen adalah area yang berbeda dalam bidang hukum konsumen yang lebih luas. Hukum konsumen berkaitan dengan pengaturan interaksi dan urusan antara penyedia barang dan/atau jasa dan pelanggan mereka. Di sisi lain, hukum perlindungan konsumen terutama berkaitan dengan perlindungan hak dan kepentingan hukum konsumen.¹¹

Berbekal pemahaman tentang hukum konsumen dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen. Hukum perlindungan konsumen adalah aspek yang berbeda dari hukum konsumen yang dirancang untuk mengatur dan melindungi kepentingan konsumen sehubungan dengan barang dan/atau jasa dalam konteks masyarakat yang lebih luas. Undang-undang perlindungan konsumen menawarkan keuntungan bagi konsumen, terutama dalam hal kemudahan, karena penerapan undang-undang tersebut secara konsisten memastikan bahwa badan usaha yang bertindak sebagai produsen tetap memperhatikan risiko hukum.¹²

¹⁰ Nasution. 2002. *Perlindungan Konsumen*, Diadir Media, Jakarta, hlm. 74-75.

¹¹ Nasution, *Loc., Cit.*

¹² Ali Mansyur dan Irsan Rahman, 2015. *Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional*, Jurnal Pembaharuan Hukum, Vol.II No. 1 Januari –April. hlm. 232-233.

2) Pengertian Konsumen

Menurut ahli bahasa kata (*customer*) Inggris-Amerika, atau (konsumen) Belanda. Secara harfiah arti kata konsumen itu adalah lawan dari produsen, setiap orang yang menggunakan barang dan jasa.

Kamus Besar Bahasa Indonesia kata konsumen dapat diartikan sebagai pemakai barang hasil produksi berupa bahan makanan, pakaian, dan sebagainya. 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.”¹³

Dari pengertian konsumen tersebut, maka konsumen dapat dibagi menjadi tiga jenis konsumen berdasarkan fungsinya yaitu:¹⁴

1. Konsumen komersial, yaitu Konsumen yang memperoleh barang dan/atau jasa dengan maksud menggunakannya dalam produksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan.
2. Konsumen antara yaitu Individu yang memperoleh komoditas dan/atau fasilitas dengan maksud untuk menjualnya kembali.
3. Konsumen akhir yaitu Konsumen akhir atau penerima produk yang dimaksudkan untuk penggunaan pribadi oleh mereka sendiri dan rumah tangga mereka.

3. Asas dan tujuan perlindungan konsumen

Adapun asas-asas perlindungan konsumen berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen:

15

¹³ Shidarta. 2009. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta.hal.7.

¹⁴ Nasution, *Op., Cit.*13.

- a) Asas manfaat, yaitu segala bentuk upaya dalam dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha.
- b) Asas keadilan, yaitu seluruh rakyat ikut serta dalam mewujudkan dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha sehingga memperoleh hak serta kewajiban secara adil.
- c) Asas keseimbangan, yaitu dengan memberikan kepentingan dan keseimbangan antara pelaku usaha, konsumen dan pemerintah.
- d) Asas keselamatan dan keamanan konsumen yaitu memberikan kepastian yang dijamin oleh hukum atas keselamatan dan keamanan konsumen.
- e) Asas kepastian hukum, yaitu antara konsumen dan pelaku usaha dapat menaati hukum dan mendapatkan keadilan hukum dalam menjalankan perlindungan konsumen, serta pemerintah dapat memberikan jaminan buat pelaku usaha dan konsumen dalam kepastian hukum.

Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, juga menjelaskan tujuan dari Perlindungan Konsumen yaitu:¹⁶

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

Pencapaian tujuan tersebut secara optimal tidak terlepas dari dukungan menyeluruh dari sistem perlindungan sebagaimana diatur dalam

¹⁵Klinik hukum. 2022. Asas-Asas Hukum, Website <https://konsumencerdas.id/klinik-hukum/3:prinsip-dan-5-asas-hukum-perlindungan-konsumen/ulasan-lengkap>, di akses pada 12 januari 2023

¹⁶ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

peraturan perundang-undangan tersebut di atas, dengan tetap mempertimbangkan infrastruktur pendukung dan faktor kontekstual di masyarakat.

4. Hak dan Kewajiban antara Konsumen dan Pelaku Usaha

Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah menetapkan peraturan-peraturan yang mengatur tentang hak dan kewajiban badan usaha, serta larangan-larangan yang dimaksudkan untuk melindungi konsumen. Selanjutnya UU Perlindungan Konsumen berfungsi untuk mengatur baik hak maupun kewajiban konsumen.

Beberapa hak yang di berhak di dapat konsumen adalah:¹⁷

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan selama mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan komoditas dan/atau fasilitas yang sesuai dengan nilai tukar yang berlaku dan persyaratan serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang akurat, transparan, dan benar.
- d. Hak untuk mengungkapkan sudut pandang dan keluhan seseorang.
- e. Hak untuk mendapatkan perwakilan yang memadai, perlindungan, dan upaya penyelesaian konflik yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.
- f. Hak untuk mengakses bimbingan konsumen dan pendidikan.
- g. Hak untuk menerima perlakuan atau layanan yang adil dan tidak memihak tanpa segala bentuk diskriminasi adalah hak fundamental.
- h. Hak untuk menerima imbalan, kompensasi, dan/atau penggantian dalam hal barang dan/atau jasa yang diperoleh tidak sesuai dengan persyaratan yang disepakati atau tidak memenuhi standar yang diharapkan.
- i. Ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya mengatur tentang pengaturan hak. Hak untuk menerima imbalan dan/atau penggantian dalam hal barang dan/atau fasilitas yang dibeli tidak sesuai dengan ketentuan kontrak.

Pengamanan hak-hak konsumen dianggap perlu karena dirasakan adanya asimetri dalam dinamika kekuasaan antara konsumen

¹⁷ Pasal 4 Ayat Undang -Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

dan badan usaha. Dalam konteks sektor pendidikan, konsumen mungkin berada pada posisi yang tidak menguntungkan dalam hal daya tawar, sehingga rentan terhadap pengaruh superior pelaku usaha. Ketiadaan kesadaran dan pengetahuan konsumen dimanfaatkan oleh oknum pelaku usaha untuk mengejar keuntungan sebesar-besarnya melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia.¹⁸

Beberapa contoh kewajiban konsumen adalah:

- a. Disarankan untuk membaca dengan cermat dan mematuhi pedoman, arahan, dan protokol yang berkaitan dengan pemanfaatan komoditas dan/atau fasilitas, dengan tujuan untuk memastikan perlindungan dan kesejahteraannya.
- b. Dianjurkan untuk menjaga rasa kepercayaan dan integritas saat melakukan transaksi untuk pengadaan komoditas dan/atau fasilitas.
- c. Kompensasi sesuai dengan kurs konversi mata uang yang ditetapkan bersama.
- d. Terlibat dalam penyelesaian hukum yang tepat atas perselisihan yang terkait dengan perlindungan konsumen..

Sedangkan pelaku usaha memiliki hak yaitu:

- a. Hak untuk menerima pembayaran berdasarkan syarat dan nilai tukar yang ditentukan dalam perjanjian yang berkaitan dengan perdagangan barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk mencari jalan hukum terhadap tindakan konsumen yang dilakukan dengan niat jahat.
- c. Penyelesaian hukum sengketa konsumen memandang perlu untuk menggunakan hak pembelaan diri.
- d. Hak untuk memulihkan reputasi seseorang dalam hal secara hukum telah ditetapkan bahwa kerugian konsumen tidak berasal dari barang dan/atau fasilitas yang ditransaksikan.
- e. Ketentuan peraturan perundang-undangan lain mengatur hak yang bersangkutan.

Pelaku usaha juga memiliki kewajiban yaitu:

- a. Sangat penting untuk menjaga rasa itikad baik saat melakukan operasi bisnis.

¹⁸ Susilawati, *Op., Cit.* 2.18-2.19.

- b. Sangatlah penting untuk memberikan detail yang akurat, jelas, dan jujur terkait dengan syarat dan jaminan komoditas dan/atau fasilitas. Selain itu, penting untuk memberikan penjelasan tentang pemanfaatan, restorasi, dan pemeliharaan yang sama.
- c. Praktik etis dalam memberikan perlakuan yang adil dan setara kepada konsumen, tanpa diskriminasi, merupakan aspek mendasar dari perilaku bisnis.
- d. Sangat penting untuk menjaga itikad baik saat menjalankan operasi bisnis.
- e. Sangat penting untuk memberikan rincian yang akurat, jelas dan jujur mengenai syarat dan jaminan komoditas dan/atau fasilitas, dan untuk menjelaskan penggunaan, pemulihan dan pemeliharannya.
- f. Memberikan perlakuan yang adil dan setara kepada konsumen tanpa diskriminasi merupakan aspek mendasar dari praktik bisnis yang beretika.
- g. Memastikan kualitas komoditas dan/atau fasilitas yang diproduksi dan/atau dipertukarkan sesuai dengan standar kualitas yang relevan.
- h. Menawarkan kepada konsumen kesempatan untuk mencoba atau mencicipi produk dan/atau jasa tertentu, serta memberikan jaminan dan/atau jaminan atas barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan.
- i. Menawarkan remunerasi, kompensasi, atau penggantian untuk setiap kerugian yang timbul sebagai akibat konsumsi, penggunaan, atau pertukaran barang dan/atau jasa.
- j. Menawarkan imbalan, kompensasi, dan/atau penggantian dalam hal barang dan/atau jasa yang diperoleh atau digunakan tidak sesuai dengan ketentuan perjanjian.
- k. Dalam skenario ini, badan usaha memikul tanggung jawab untuk melindungi konsumen karena adanya hubungan bisnis-konsumen yang memerlukan pertanggungjawaban badan usaha jika terjadi pelanggaran.
- l. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, badan usaha wajib memberikan informasi yang akurat dan tidak ambigu, serta petunjuk tentang penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan barang dan jasa. Hal ini penting karena pemberian informasi yang tidak memadai dapat menyebabkan cacat produk yang berpotensi membahayakan kesejahteraan konsumen.

5. Pengertian Pelaku Usaha

Istilah "pelaku usaha" adalah interpretasi hukum dari konsep "produsen". Istilah "pelaku usaha" dapat didefinisikan secara tepat sesuai dengan Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Meliputi setiap orang perseorangan atau badan

hukum, tanpa memandang status hukumnya, yang didirikan dan beroperasi dalam wilayah yurisdiksi Negara Kesatuan Republik Indonesia. Orang atau badan tersebut dapat melakukan kegiatan usaha di berbagai sektor ekonomi, baik secara mandiri maupun bekerja sama dengan pihak lain melalui perjanjian kontraktual. Tujuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang entitas komersial. Pelaku usaha yang teridentifikasi terdiri dari produsen, distributor, dan badan periklanan.¹⁹

6. Larangan bagi pelaku usaha

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, secara jelas telah merinci jenis jenis perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha sebagai upaya perlindungan konsumen. Hal ini diatur dalam Pasal 8 s.d Pasal 17 UUPK. Adapun pada Pasal 10 dijelaskan pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditunjukkan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai antara lain:

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

¹⁹Mahendra Adhi Purwanta. 2008. *Pelanggaran Hukum Perlindungan Konsuemen Terhadap Penggunaan Produk Plastik Berbahaya Sebagai Kemasan Makanan dan Minuman*, Skripsi, Depok, Universitas Indonesia

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, perolehan informasi sangat penting bagi konsumen, karena memungkinkan mereka untuk menggunakan hak mereka secara efektif untuk membuat keputusan berdasarkan informasi. Hak dasar untuk berpartisipasi dalam proses pemilu melalui pemungutan suara adalah hak yang tidak dapat dicabut yang tidak dapat diganggu gugat dan tidak dapat dibatalkan oleh individu atau entitas mana pun.²⁰

B. Tinjauan Umum Tentang Label

1. Pengertian Label

Label harga adalah tempat biasa di mana harga barang biasanya dilampirkan. Pentingnya label harga di minimarket atau supermarket terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan harga barang dagangan kepada konsumen. Proses pelabelan tunduk pada berbagai pengaruh.²¹

- a. Harga unit (*unit pricing*), yaitu menyatakan harga perunit dari ukurstandar.
- b. Tanggal kadaluarsa (*open dating*), yaitu menyatakan berapa lama produk layak dikonsumsi.
- c. Label keterangan gizi (*nutritional labeling*), yaitu menyatakan nilai gizi dalam produk.

Menteri Perdagangan Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang dan/atau Jasa Yang Beredar. Pada paragraf kesembilan dari artikel pertama, penulis menyajikan pembahasan tentang topik tertentu. Label mengacu pada representasi tertulis atau bergambar atau bentuk informasi lain yang

²⁰Susilawati, *Op.*, *Cit.*. 3. 26-3. 27.

²¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2000), hlm. 234.

memberikan rincian tentang barang, pelaku usaha, dan hal-hal lain yang terkait dengan barang tersebut. Rincian ini dapat ditempelkan, disisipkan, dicetak pada, atau bagian dari kemasan barang.

Sesuai peraturan menteri perdagangan, dapat disimpulkan bahwa label mengacu pada penggambaran barang dagangan, harga, citra, isi tertulis yang mencakup rincian tentang komoditas, dan entitas komersial yang terkait dengan produk.

Sesuai dengan Ayat (3) Pasal 1, barang dan/atau jasa yang beredar adalah barang dan/atau jasa yang dimaksudkan untuk promosi, periklanan, perdagangan, dan pemanfaatan oleh konsumen di berbagai sarana perdagangan seperti pasar, pusat perbelanjaan, dan pasar swalayan, serta tempat penyimpanan di wilayah hukum negara Republik Indonesia. Komoditas dan/atau jasa tersebut dapat berasal dari produksi dalam negeri maupun impor.

Sesuai dengan Pasal 1 Ayat (9), label adalah segala bentuk informasi yang berkaitan dengan Barang, yang dapat berupa teks tertulis, representasi gambar, atau bentuk media lain yang memberikan rincian tentang Barang, serta deskripsi Pelaku Usaha. dan informasi relevan lainnya yang mungkin terkait dengan Barang. Label-label ini dapat dimasukkan ke dalam, ditempelkan atau ditempelkan pada Barang, dicetak pada Barang, atau dapat menjadi bagian dari kemasan Barang. Tindakan menjual mengacu pada upaya sengaja yang dilakukan oleh badan usaha untuk memasarkan, mengiklankan, dan menyebarkan produk mereka

kepada pelanggan potensial, dengan tujuan akhir menghasilkan pendapatan melalui pertukaran barang dan jasa.²²

Menteri Perdagangan Republik Indonesia menerbitkan Peraturan Nomor 35/MDag/Per/7/2013 pada tahun 2013 tentang penggabungan harga barang dan tarif atas jasa yang diperdagangkan. Menurut Pasal 2 Ayat (1), setiap badan usaha yang bergerak dalam perdagangan eceran barang dan/atau penyediaan jasa kepada konsumen wajib mencantumkan harga atau tarif yang sesuai.

Sesuai Pasal 3 Ayat (1) wajib membubuhkan atau melampirkan harga barang pada produk atau kemasannya. Harga harus sudah termasuk dan/atau ditempatkan di dekat barang, dan harus disertai dengan jumlah unit atau kuantitas tertentu. Dalam hal komoditi yang dipertukarkan dikenakan pungutan dan/atau pungutan tambahan, maka pernyataan harga harus mencakup rincian mengenai harga pokok barang, termasuk atau tidak termasuk pajak dan/atau pungutan lainnya.²³

Harga yang tercantum harus dalam mata uang Rupiah, menggunakan mata uang dan nilai nominal yang sesuai. Dalam hal harga komoditas termasuk denominasi nominal Rupiah yang tidak beredar, badan usaha dapat memilih untuk menyesuaikan harga komoditas tersebut dengan mempertimbangkan denominasi Rupiah yang sedang beredar. Konsumen diberitahu tentang pembulatan selama transaksi pembayaran.

²² Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa.

²³ Peraturan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan.

Sesuai dengan Pasal 9 Ayat (1), apabila pelaku usaha eceran tidak mencantumkan harga barang secara jelas dan mencolok atau menyatakan harga dalam Rupiah oleh pelaku usaha eceran dapat dikenakan sanksi administratif, termasuk pencabutan izin usaha perdagangan oleh pejabat yang berwenang. Perbuatan pencabutan izin usaha di bidang perdagangan dilakukan setelah dikeluarkannya pemberitahuan tertulis tiga kali secara terpisah selama tenggang waktu, yang masing-masing peringatan paling lama satu bulan. Sesuai Pasal 7 ayat (2), dalam hal terjadi perbedaan antara harga barang-barang tersebut dengan harga atau tarif yang dikenakan pada saat pembayaran, maka diperhitungkan harga atau tarif minimum.

Label Harga, juga dikenal sebagai Label Harga, mengacu pada harga cetak suatu barang yang ditempelkan di bagian depan produk. Ada dua jenis label harga yang berbeda, yaitu label harga reguler dan label harga promosi. Penerapan label harga berfungsi sebagai sarana yang nyaman bagi pelanggan untuk mengetahui dengan mudah biaya barang tertentu. Dengan hanya melihat sekilas produk, pelanggan dapat dengan mudah menemukan label harga yang sesuai yang ditempelkan di rak di bawah, sehingga meniadakan kebutuhan untuk menanyakan berulang kali kepada penjaga toko mengenai harga barang yang diinginkan.

Konsep harga mengacu pada nilai yang diberikan pada suatu barang atau jasa sebagai imbalan atas manfaat yang diberikannya kepada individu atau kelompok pada waktu dan lokasi tertentu. Nilai ini dapat

dinyatakan dalam bentuk uang atau barang lainnya. Harga suatu barang atau jasa mengacu pada nilai moneter yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh dan menggunakannya. Selain itu, memastikan paritas dalam kompensasi melalui penetapan harga yang sebanding merupakan aspek penting dalam menetapkan strategi penetapan harga.

2. Fungsi Label Harga

Fungsi label adalah sebagai berikut:²⁴

1. Label berfungsi untuk mengidentifikasi suatu produk atau merek.
2. Label mengidentifikasi kategori produk.
3. Label memberikan informasi tentang produsen produk, tempat pembuatan, tanggal pembuatan, isi, penggunaan yang tepat, dan tindakan pencegahan keselamatan.
4. Label mempromosikan produk melalui penggunaan berbagai gambar yang menarik.

Pemberian label dipengaruhi oleh penetapan, yaitu:

1. Harga satuan (pricing unit) untuk menunjukkan biaya per satuan ukuran standar.
2. Tanggal kedaluwarsa (open dating) untuk menunjukkan berapa lama produk tersebut dapat dikonsumsi.
3. Label nutrisi untuk menunjukkan nilai gizi produk.

²⁴Kementerian perdagangan. 2015. *Laporan Akhir Analisis Pencantuman Harga Pada Barang, Pusat Perdagangan Dalam Negeri Badan Pengkajian dan pengembangan kebijakan Perdagangan*. 2015.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif dan empiris. Penelitian normatif akan menjadi penelitian yang bersifat doktrin dan sebagai besar berasal dari sumber penelitian dari perpustakaan. Sebagian besar arah penelitian yang satu ini terhubung dengan peraturan-peraturan yang tertulis dan terhubung erat dengan kepustakaan.²⁵

Sedangkan penelitian empiris menggambarkan tentang sebuah penelitian hukum yang bertujuan untuk melihat hukum sebagai arti yang nyata. Asli dan meneliti mengenai cara kerjanya hukum di lingkungan masyarakat. Terkait ini melakukan penelitian individu yang berhubungan dengan kegiatan public dalam kehidupan bermasyarakat, sehingga tidak heran bila banyak yang menyebutnya sebagai hukum sosiologi.²⁶

B. Metode Pendekatan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua metode pendekatan antara lain:

a. Pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*) merupakan metodologi penelitian yang mengutamakan muatan hukum berupa peraturan perundang-undangan sebagai sumber utama dalam melakukan penelitian.

Pendekatan perundang-undangan (*Statutory Approach*) dilakukan dengan

²⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana Prenada, 2010, hal. 35.

²⁶ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, "*Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*", Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 280

menelaah semua undang-undang dan peraturan yang berlaku berkenaan dengan masalah hukum yang dihadapi. Pendekatan perundang-undangan ini, misalnya, dilakukan dengan menganalisis kesesuaian/konsistensi antara satu undang-undang dengan undang-undang lainnya.

b. Pendekatan sosiologis (*Sociological Approach*)

Pendekatan sosiologis adalah suatu pendekatan atau metode yang mendasarkan pembahasannya terhadap suatu objek pada masyarakat yang ikut serta dalam pembahasan tersebut. Metode pendekatan ini juga diterapkan pada perilaku hubungan interpersonal antara individu dan masyarakat. Agar suatu masyarakat, badan hukum, atau instansi pemerintah dapat menerima kenyataan yang ada.²⁷

C. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau wilayah tempat dilakukannya penelitian sehingga peneliti dapat memperoleh data penelitian yang akurat dan informasi yang aktual tentang apa yang diinginkan oleh peneliti. Kantor Perdagangan Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) beralamat di JL. Langko no. 61 di Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Adapun waktu penelitian dimulai sejak bulan Maret 2023 Sampai Mei 2023

²⁷ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta:PT.RajaGrafindo Persada, 2007, hal. 27-28. 2.

D. Jenis Dan Sumber Bahan Hukum.

Adapun bahan data yang digunakan penulis adalah :

a) Bahan Hukum Primer, diantaranya adalah:

1. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/MDag/Per/7/2013 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa

b) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder mengacu pada badan hukum yang menawarkan penjelasan tentang bahan hukum primer, biasanya dalam bentuk literatur hukum. Studi ini mencakup berbagai sumber sastra, seperti publikasi hukum yang ditulis oleh para profesional hukum, majalah hukum, hasil pencarian online, artikel surat kabar, dan makalah akademis.

c) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier mengacu pada sumber-sumber yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum, untuk mendapatkan data pendukung yang mendukung data sekunder yang berasal dari tinjauan pustaka.²⁸

E. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Adapun cara pengumpulan bahan hukum dalam penyidikan ini adalah sebagai berikut:

²⁸ Sri Mamudji, *Teknik Menyusun Karya Tulis Ilmiah*, (Jakarta: UI Press, 2006), hlm. 12.

1. Studi Pustaka

Investigasi ini menggunakan teknik perolehan data hukum normatif yang melibatkan peninjauan komprehensif terhadap sumber daya hukum, termasuk bahan hukum primer, sekunder, tersier, dan non-hukum.²⁹

2. Studi Lapangan

Pemanfaatan studi lapangan digunakan dalam penelitian ini. Wawancara adalah jenis wacana, khususnya komunikasi lisan, yang dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi. Namun demikian, wawancara sebagai instrumen penelitian menunjukkan tingkat organisasi metodologis yang lebih tinggi. Biasanya, cara komunikasi ini dilakukan secara langsung, meskipun dapat juga dilakukan melalui telepon. Dinamika wawancara biasanya menyerupai pertemuan antara pihak-pihak yang tidak dikenal. Namun, kewajiban pewawancara untuk membangun hubungan dengan orang yang diwawancarai untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.³⁰

F. Metode pengolahan Bahan Hukum

Tahap-tahap pengolahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:³¹

1) Pemeriksaan Data (*editing*)

Verifikasi data (*editing*) Perhatian utama berkaitan dengan validasi data yang diperoleh melalui tinjauan literatur dan studi lapangan, khususnya

²⁹ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, *Op.Cit.* hlm. 160

³⁰ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2016, hlm. 114.

³¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm. 134.

yang berkaitan dengan kelengkapan, relevansi, kejelasan, tidak adanya redundansi, dan akurasi.

2) Penandaan Data (*coding*)

Proses pemberian label pada data, yang mungkin melibatkan representasi numerik atau simbolik atau penggunaan terminologi khusus untuk menunjukkan kategori atau grup data.

3) Penyusunan/Sistematika Data (*constructing/systematizing*)

Proses pengorganisasian dan pengkategorian data yang diedit dan dianotasi ke dalam tabel yang mencakup nilai numerik dan persentase untuk data kuantitatif, dan pengelompokan data yang diedit dan dianotasi berdasarkan klasifikasi data dan urutan masalah untuk data kualitatif, disebut sebagai Struktur Data/Sistematika.

G. Analisis Bahan Hukum

Proses pengolahan data dalam suatu penelitian meliputi penjabaran penelitian untuk memperoleh dan selanjutnya menganalisis hasil penelitian dengan menggunakan metode deskriptif. Ini memerlukan pemilihan, kompilasi, dan secara teratur menarik kesimpulan dari semua data yang diperoleh, baik dari lapangan maupun dari literatur.

Data awal yang dikumpulkan berkaitan dengan peraturan-peraturan tertulis yang masih ada dan berlaku, sesuai dengan kajian penelitian, termasuk namun tidak terbatas pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kumpulan data kedua terdiri dari informasi yang

diambil dari sumber tertulis seperti buku, jurnal, dan laporan yang sejalan dengan pokok bahasan skripsi ini.



