

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dalam menjalankan kehidupannya tidak terlepas dari kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Hal ini tidak terlepas adanya hubungan saling ketergantungan antara produsen dan konsumen akan kebutuhan tersebut. Hubungan saling ketergantungan berlangsung secara terus-menerus sesuai dengan tingkat ketergantungan kebutuhan tersebut.

Selain pasar tradisional, pasar modern umumnya juga menyediakan barang-barang dan/atau jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen bebas memilih barang atau produk mana yang akan dibeli. Penjual dan pembeli di pasar modern tidak bertransaksi secara langsung seperti halnya pasar tradisional, melainkan pembeli memilih barang dan melihat label harga yang tercantum atau tertera pada barang atau produk yang disediakan. Selain itu konsumen juga mendapatkan pelayanan yang dilayani oleh pramuniaga.

Eksistensi pasar modern di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Menurut data yang diperoleh dari Euromonitor (2004) hypermarket merupakan peritel dengan tingkat pertumbuhan paling tinggi (25%), koperasi (14,2%), minimarket/*convenience stores* (12,5%), *independent grocers* (8,5%) dan supermarket (3,5%). Selain mengalami pertumbuhan dari sisi jumlah dan angka penjualan, peritel modern mengalami pertumbuhan pangsa pasar sebesar 24% pertahun terhadap pasar

tradisional. Berdasarkan survey AC Nielsen (2006) menunjukkan bahwa pangsa pasar dari pasar modern meningkat sebesar 11,8% selama lima tahun terakhir. Jika pangsa pasar dari pasar modern pada tahun 2001 adalah 24,8% maka pangsa pasar tersebut menjadi 32,4% tahun 2005. Hal ini berarti bahwa dalam periode 2001–2006, sebanyak 11,8% konsumen ritel Indonesia telah meninggalkan pasar tradisional dan beralih ke pasar modern¹.

Pada situasi ekonomi global dan menuju era perdagangan bebas, upaya mempertahankan pelanggan atau konsumen untuk mempertahankan pasar atau memperoleh kawasan pasar baru yang lebih luas, merupakan dambaan bagi setiap produsen, mengingat makin ketatnya persaingan untuk berusaha. Persaingan yang makin ketat ini juga dapat memberikan dampak negatif terhadap konsumen seperti produsen atau pelaku usaha mencari keuntungan yang setinggi-tingginya.

Setiap orang pada suatu waktu dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu. Keadaan yang universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang “aman”. Oleh karena itu, secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang sifatnya universal. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang

¹ Akadsolo, “Pasar Tradisional vs Pasar Modern”, <http://titik.dagdigdug.com>, diakses tanggal 12 Januari 2012.

relatif lebih kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu penting untuk dikaji ulang².

Menjamurnya pasar modern (dalam hal ini supermarket atau pasar swalayan) di beberapa kota besar telah banyak mengabaikan hak-hak konsumen yang dilindungi Undang-Undang yakni Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dimana dalam hal ini pelaku usaha di pasar modern sering membuat kebijakan sendiri. Seperti terlihat dalam menetapkan harga yang tertera pada label suatu produk atau barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku lagi.

Undang-Undang Perlindungan konsumen menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”³. Konsumen dilindungi dari setiap tindakan produsen barang atau jasa, importer, distributor penjual dan setiap pihak yang berada dalam jalur perdagangan barang atau jasa ini, yang pada umumnya disebut dengan nama pelaku usaha⁴.

Di Indonesia, uang pecahan Rp. 10,- (sepuluh rupiah) Seri Sukarno Irian Barat mulai diedarkan tanggal 1 Mei 1963 sebagai pengganti uang Guelden Netherlands Nieuw Guinea emisi 8 Desember 1954, ini termasuk uang rupiah lama. Setelah Penetapan Presiden No. 27 Tahun 1965 tentang pengeluaran uang rupiah baru yang berlaku sebagai alat pembayaran yang sah bagi seluruh wilayah Republik Indonesia dan penarikan uang rupiah lama dari peredaran dikeluarkan maka diterbitkanlah uang rupiah

² Sri Redjeki Hartono, *Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Tinjauan Makro), Mimbar Hukum Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Edisi Khusus No. 39/X/2001, hlm. 147, (dikutip dari Buku, Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen, (Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran)*, (Bandung: Nusa Media, 2008), hlm.19.

³ Lihat Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 1

⁴ Achmad Saerozi, “Perlindungan Hukum di Indonesia”, <http://achmadsaerozi.wordpress.com/2011/01/02/perlindungan-konsumen-di-indonesia/>, diakses tanggal 29 Februari 2012.

baru yang sejenisnya. Pecahan Rp.100 kebawah (1958, 59, 63 dan 64), uang kertas Pemerintah 1 dan 2,5 rupiah (1960, 1961) berikut semua uang logam pecahan 1, 5, 10, 25 dan 50 sen (sampai dengan 1961) dinyatakan tidak berlaku pada tanggal 13 Juni 1966 atau tepatnya 6 bulan setelah Penetapan Presiden No. 27 Tahun 1965 dikeluarkan⁵.

Dengan tidak berlakunya uang pecahan rupiah tersebut di atas, jelas bertentangan dengan tindakan pelaku usaha yang menetapkan harga barang yang tidak sesuai dengan nilai mata uang yang berlaku, sehingga hak konsumen untuk memilih atau mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar rupiah yang berlaku dirugikan. Hal ini terdapat dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf b dengan tegas disebutkan bahwa “hak konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”. Misalnya saja, dengan menetapkan harga suatu barang sebesar Rp. 1.210,- (seribu dua ratus sepuluh rupiah), sementara uang pecahan dengan nominal Rp.10,- (sepuluh rupiah) sudah tidak berlaku lagi sebagai alat pembayaran yang sah. Kondisi seperti itu tentu merugikan konsumen, nilainya memang tidak seberapa pertransaksi tetapi sangat menjengkelkan. Namun hal ini jika berulang terus menerus terlebih jika diakumulasi untuk seluruh konsumen nilainya besar juga. Ditambah lagi hal ini menjadi kendala dalam upaya untuk tetap mempertahankan rupiah sebagai mata uang resmi negara Republik Indonesia.

Penetapan harga suatu produk atau barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku yang pada akhirnya sisa uang pengembalian belanja yang tidak

⁵ Arifin, “Uang Kuno”, <http://www.uang-kuno.com/>, diakses tanggal 13 Januari 2012.

dikembalikan kepada konsumen selain bertentangan dengan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga bertentangan dengan :

Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia,

Pasal 2 ayat (1) yang berbunyi :

“Satuan mata uang negara Republik Indonesia adalah rupiah dengan singkatan Rp”.

Pasal 2 ayat (2), yang berbunyi :

“Uang rupiah adalah alat pembayaran yang sah di wilayah Negara Republik Indonesia”.

Kemudian ayat (3) berbunyi :

“Setiap perbuatan yang menggunakan uang atau mempunyai tujuan pembayaran atau kewajiban yang harus dipenuhi dengan uang jika dilakukan di wilayah negara Republik Indonesia wajib menggunakan uang rupiah, kecuali apabila ditetapkan lain dengan Peraturan Bank Indonesia”.

Pasar modern seperti Carrefour dan Maju Bersama merupakan perusahaan yang berusaha memberikan standar pelayan terbaik dalam industri ritel di Indonesia. Carrefour dan Maju Bersama memberikan alternatif belanja kepada konsumen, sehingga konsumen dapat dengan mudah mendapatkan kebutuhan sehari-hari yang diinginkan.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menitikberatkan kepada perlindungan konsumen terhadap penetapan harga suatu produk atau barang berdasarkan Undang-Undang Perlindungan konsumen. Persoalan penetapan harga suatu produk atau barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku di pasar modern Carrefour dan Maju Bersama Medan, menjadi dasar pemikiran penulis untuk melakukan penelitian di Carrefour Plaza Medan Fair Jalan Gatot Subroto dan Maju Bersama KL. Yos Sudarso (Glugur) Medan. Penulisan ini yang berjudul : “Penetapan Harga Barang Yang Tidak

Berdasarkan Nilai Mata Uang Yang Berlaku Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi di Carrefour dan Maju Bersama Medan)''.

B. Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penetapan harga barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana perilaku konsumen terhadap sisa pengembalian uang pecahan yang tidak dikembalikan kepada konsumen ?
3. Bagaimana peranan pemerintah dalam melindungi konsumen terhadap penetapan harga barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Terkait dengan judul dan permasalahan yang dikemukakan, maka penelitian ini menitikberatkan kepada perlindungan terhadap konsumen berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui serta menjelaskan penetapan harga barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku yang dilakukan oleh pelaku usaha berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

2. Untuk mengetahui dan menjelaskan perilaku konsumen terhadap uang pecahan sisa pengembalian yang tidak dikembalikan kepada konsumen.
3. Untuk mengetahui peranan pemerintah terhadap penetapan harga barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik yang bersifat praktis maupun teoritis.

Dari segi teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran serta pemahaman dan pandangan baru serta dapat menjadi bahan kajian lebih lanjut untuk melahirkan konsep-konsep ilmiah yang ada. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya pemahaman akademisi dibidang ilmu hukum, khususnya hukum konsumen.

Manfaat dari segi praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pemerintah sehingga menjadi masukan dalam hal penanganan dan penyelesaian masalah perlindungan konsumen. Serta para pelaku usaha lebih mengutamakan hak-hak konsumen.

Manfaat penelitian ini, antara lain :

1. Bagi konsumen

Diketahui apa yang menjadi hak konsumen dalam peraturan perundang-undangan khususnya perlindungan konsumen.

2. Bagi pelaku usaha

Sebagai informasi dan masukan bagi pelaku usaha untuk dapat dijadikan landasan khususnya dalam menetapkan harga barang berdasarkan nilai mata uang yang berlaku.

3. Bagi pemerintah

Sebagai bahan masukan dalam melakukan pengawasan terhadap jalannya peraturan perundang-undangan di bidang konsumen bagi pelaku usaha khususnya sektor usaha ritel.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian baru. Berdasarkan pengamatan dan penelusuran kepustakaan yang dilakukan di perpustakaan Universitas Sumatera Utara, bahwa penelitian mengenai “Penetapan Harga Barang yang Tidak Berdasarkan Nilai Mata Uang yang berlaku Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi di Carrefour dan Maju Bersama Medan)”, belum pernah dilakukan. Walaupun telah ada beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan berkaitan dengan konsumen, namun aspek yang dibahas berbeda. Penelitian ini dilakukan dengan nuansa keilmuan, kejujuran, rasional, objektif, terbuka dan dapat dipertanggungjawabkan secara keilmuan akademis.

Peneliti bertanggungjawab apabila dikemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiat dalam penelitian ini.

F. Kerangka Teori dan Konsep

1. Kerangka Teori

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera di cari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang⁶.

Di Indonesia, dasar hukum yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan adalah:

1. Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33.
2. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 No. 42 Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821).
3. Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2009), hlm 31.

4. Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
5. Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
6. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 Tentang Penangan Pengaduan Konsumen yang ditujukan kepada seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota.
7. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen⁷.

Permasalahan yang dihadapi konsumen Indonesia, seperti juga yang dialami konsumen di negara-negara berkembang lainnya tidak hanya sekadar bagaimana memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks dari itu yaitu menyangkut pada penyadaran semua pihak, baik itu pengusaha, pemerintah maupun konsumen sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Pengusaha menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsumen, memproduksi barang dan jasa yang berkualitas, aman dimakan/digunakan, mengikuti standar yang berlaku dengan harga yang sesuai (*reasonable*). Pemerintah menyadari bahwa diperlukan Undang-Undang serta peraturan-peraturan di segala sektor yang berkaitan dengan berpindahnya barang dan jasa dari

⁷ Vania Putri Rahmanto, *Tugas Aspek Hukum Dalam Ekonomi (Perlindungan Konsumen)*, (Universitas Gunadarma, Jakarta, 2011), hlm. 2, <http://vaniaputriajah.blogspot.com/>, diakses tanggal 10 Januari 2012.

pengusaha ke konsumen. Pemerintah juga bertugas untuk mengawasi berjalannya peraturan serta Undang-Undang tersebut dengan baik⁸.

Perlunya Undang-Undang perlindungan konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen. Proses sampai hasil produksi barang atau jasa dilakukan tanpa campur tangan konsumen sedikitpun. Tujuan hukum perlindungan secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung, hukum ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab. Namun semua tujuan tersebut hanya dapat dicapai bila hukum perlindungan konsumen dapat diterapkan secara konsekuen⁹.

Terkait dengan tipe penelitian empiris, maka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori efektifitas hukum. Efektivikasi hukum merupakan proses yang bertujuan agar supaya hukum berlaku efektif¹⁰. Bila membicarakan efektifitas hukum dalam masyarakat berarti membicarakan daya kerja hukum itu dalam mengatur dan/atau memaksa masyarakat untuk taat terhadap hukum. Efektifitas hukum yang dimaksud berarti mengkaji kembali hukum yang harus memenuhi syarat; yaitu berlaku secara yuridis, berlaku secara sosiologis dan berlaku secara filosofis. Oleh karena itu faktor-faktor yang dapat mempengaruhi hukum itu berfungsi dalam masyarakat, yaitu¹¹ :

1. Kaidah hukum

⁸ Abdul Halim Barkatullah, *op.cit*, hlm. 17-18

⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *op.cit*, hlm.10

¹⁰ Tahegga Alfath, "Efektivitas Hukum dalam Masyarakat (Prespektif Sosiologi Hukum)", <http://taheggaalfath.blogspot.com/2011/09/efektifitas-hukum-dalam-masyarakat.html>, diakses tanggal 13 Februari 2012.

¹¹ Dinatropika's Blog, "Eksistensi Penegakan Hukum dan Masyarakat dalam Efektifitas Hukum di Indonesia", <http://dinatropika.wordpress.com/2010/07/21/eksistensi-penegakan-hukum-dan-masyarakat-dalam-efektivitas-hukum-di-indonesia/>, diakses tanggal 13 Februari 2012.

Dalam teori Ilmu hukum dapat dibedakan tiga macam hal mengenai berlakunya hukum sebagai kaidah. Hal itu diungkapkan sebagai berikut:

- a. Kaidah hukum berlaku secara yuridis apabila penentuannya didasarkan pada kaidah yang lebih tinggi tingkatannya atau terbentuk atas dasar yang telah ditetapkan.
- b. Kaidah hukum berlaku secara sosiologis apabila kaidah tersebut efektif artinya kaidah dimaksud dapat dipaksakan berlakunya oleh penguasa walaupun tidak diterima oleh warga masyarakat (teori kekuasaan). Atau kaidah itu berlaku karena adanya pengakuan dari masyarakat.
- c. Kaidah hukum berlaku secara filosofis yaitu sesuai dengan cita hukum sebagai nilai positif yang tertinggi.

2. Penegak hukum

Dalam hal ini akan dilihat apakah para penegak hukum sudah betul-betul melaksanakan tugas dan kewajibannya dengan baik, sehingga dengan demikian hukum akan berlaku secara efektif dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya para penegak hukum tentu saja harus berpedoman pada peraturan tertulis, yang dapat berupa peraturan perundang-undangan, peraturan pemerintah dalam aturan-aturan lainnya yang sifatnya mengatur, sehingga masyarakat mau atau tidak mau, suka atau tidak suka harus patuh pada aturan-aturan yang dijalankan oleh para penegak hukum karena berdasarkan pada aturan hukum yang jelas. Namun dalam kasus-kasus tertentu, penegak hukum dapat melaksanakan kebijakan-kebijakan yang mungkin tidak sesuai dengan peraturan-peraturan yang ada dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu sehingga aturan yang

berlaku di nilai bersifat fleksibel dan tidak terlalu bersifat mengikat dengan tidak menyimpang dari aturan–aturan yang telah ditetapkan.

3. Masyarakat

Kesadaran hukum dalam masyarakat belumlah merupakan proses sekali jadi, melainkan merupakan suatu rangkaian proses yang terjadi tahap demi tahap kesadaran hukum masyarakat sangat berpengaruh terhadap kepatuhan hukum, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam masyarakat maju orang yang patuh pada hukum karena memang jiwanya sadar bahwa mereka membutuhkan hukum dan hukum itu bertujuan baik untuk mengatur masyarakat secara baik, benar dan adil. Sebaliknya dalam masyarakat tradisional kesadaran hukum masyarakat berpengaruh secara tidak langsung pada kepatuhan hukum. Dalam hal ini mereka patuh pada hukum bukan karena keyakinannya secara langsung bahwa hukum itu baik atau karena mereka memang membutuhkan hukum melainkan mereka patuh pada hukum lebih karena dimintakan, bahkan dipaksakan oleh para pemimpinnya (formal atau informal) atau karena perintah agama atau kepercayaannya. Jadi dalam hal pengaruh tidak langsung ini kesadaran hukum dari masyarakat lebih untuk patuh kepada pemimpin, agama, kepercayaannya dan sebagainya.

Menurut Syamsuddin Pasamai dalam bukunya Sosiologi dan Sosiologi Hukum, persoalan efektifitas hukum mempunyai hubungan yang sangat erat dengan persoalan penerapan, pelaksanaan dan penegakan hukum dalam masyarakat demi tercapainya tujuan hukum. Artinya hukum benar-benar berlaku secara filosofis, yuridis dan

sosiologis¹². Keadaan tersebut dapat ditinjau atas dasar beberapa tolok ukur efektivitas.

Menurut Soerjono Soekanto bahwa faktor tersebut ada lima, yaitu¹³ :

1. Hukumnya sendiri.
2. Penegak hukum.
3. Sarana dan fasilitas.
4. Masyarakat.
5. Kebudayaan.

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen terdapat prinsip-prinsip yang berlaku dalam bidang hukum. Prinsip itu ada yang masih berlaku sampai sekarang tetapi ada pula yang ditinggalkan seiring dengan tuntutan kesadaran hukum masyarakat yang terus meningkat. Prinsip-prinsip yang muncul tentang kedudukan konsumen dalam hubungan dengan pelaku usaha berangkat dari doktrin atau teori yang dikenal dalam perjalanan sejarah hukum perlindungan konsumen, termasuk dalam kelompok ini adalah¹⁴ :

a. *Let the buyer beware (caveat emptor)*

Asas ini berasumsi pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang sangat seimbang sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi konsumen. Tentu saja dalam perkembangannya konsumen tidak mendapat akses informasi yang sama terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi, ketidakmampuan itu bisa karena keterbatasan

¹² *Ibid*

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Shidarta, *op.cit*, hlm. 63

pengetahuan konsumen, tetapi terlebih-lebih lagi banyak disebabkan oleh ketidak terbukaan pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkan.

b. *The due care theory*

Doktrin ini menyatakan si pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasyarakatkan produk baik barang maupun jasa. Selama kehati-hatian dengan produknya, ia tidak dapat dipersalahkan. Jika ditafsirkan secara *a contrario*, maka untuk mempersalahkan si pelaku usaha seseorang harus dapat membuktikan pelaku usaha itu melanggar prinsip kehati-hatian.

c. *The privity of contact*

Doktrin ini menyatakan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan atas hal-hal di luar yang diperjanjikan. Artinya konsumen boleh menggugat berdasarkan wanprestasi (*contractual liability*). Walaupun secara yuridis sering dinyatakan, antara pelaku usaha dan konsumen berkedudukan sama, tetapi faktanya konsumen adalah pihak yang selalu didikte menurut kemauan si pelaku usaha.

d. Prinsip kontrak bukan merupakan syarat

Seiring dengan bertambah kompleksnya transaksi konsumen, prinsip *the privity of contract* tidak mungkin lagi dipertahankan secara mutlak untuk mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Jadi kontrak bukan lagi merupakan syarat untuk menetapkan eksistensi suatu hubungan hukum.

Namun dalam perkembangannya, di dalam masyarakat terjadi akibat faktor-faktor tertentu menyebabkan masyarakat kurang percaya terhadap hukum yang ada.

Salah satunya adalah karena faktor penegak hukum yang menjadikan hukum atau aturan sebagai alasan untuk melakukan tindakan-tindakan yang dianggap oleh masyarakat mengganggu bahkan tidak kurang masyarakat yang merasa telah dirugikan oleh oknum-oknum penegak hukum. Ditambah lagi masih banyak masyarakat yang awam tentang masalah hukum sehingga dengan mudah dapat dimanfaatkan sebagai objek penderita.

Oleh karena itu di dalam teori ini akan menjelaskan bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen diterapkan di dalam masyarakat. Sehingga dengan teori ini akan diketahui mengenai hambatan diterapkannya peraturan perundangan mengenai konsumen berlaku.

2. Kerangka Konsep

Dalam berbagai literatur banyak mempunyai pandangan tentang penulisan di dalam penelitian ini. Oleh karena itu agar terdapat persepsi yang sama dalam membaca dan memahami penulisan di dalam penelitian ini, maka perlu untuk dijelaskan beberapa kerangka konseptual sebagaimana yang terdapat di bawah ini:

- a. Perlindungan Konsumen yaitu segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
- b. Penetapan harga barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang adalah harga suatu barang yang ditetapkan tidak berdasar kepada nilai mata uang yang sedang berlaku di negara Republik Indonesia.
- c. Nilai mata uang yang berlaku adalah nilai nominal yang tercantum pada setiap pecahan rupiah yang dikeluarkan oleh negara Republik Indonesia.

- d. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.
- e. 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.
- f. Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mal, plaza, dan tempat-tempat modern lainnya.
- g. Perilaku Konsumen adalah [proses](#) dan [aktivitas](#) ketika seseorang berhubungan dengan [pencarian](#), [pemilihan](#), [pembelian](#), [penggunaan](#), serta [pengevaluasian produk](#) dan [jasa](#) demi memenuhi [kebutuhan](#) dan [keinginan](#). Akan tetapi perilaku konsumen yang dimaksud disini adalah sikap atau perilaku konsumen terhadap harga barang yang tidak sesuai dengan nilai mata uang yang berlaku yang ditetapkan oleh pelaku usaha.
- h. Peranan Pemerintah adalah upaya yang dilakukan pemerintah terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen khususnya bagi konsumen agar mendapatkan hak-haknya.
- i. Kerugian Konsumen yang dimaksud disini adalah pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menetapkan harga barang yang tidak berdasarkan nilai mata uang yang berlaku.

G. Metode Penelitian

1. Jenis, Sifat dan Pendekatan Penelitian

Masalah perlindungan konsumen tidak bisa hanya dijelaskan berdasarkan sudut pandang normatif saja, melainkan harus juga memahami situasi dan kondisi sosial masyarakat yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen itu sendiri.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum Empiris (Sosiologis)¹⁵. Penelitian hukum empiris (sosiologis) adalah penelitian yang diperoleh dari masyarakat yang berkaitan dengan masalah “Penetapan Harga Barang Yang Tidak Berdasarkan Nilai Mata Uang Yang Berlaku Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi di Carrefour dan Maju Bersama Medan)”.

Sifat penelitian dalam penulisan ini adalah deskriptif analitis, yakni hasil penelitiannya akan menggunakan analisa normatif sehingga akan menggambarkan (mendeskripsikan) fakta-fakta empiris dilapangan yang berkaitan dengan permasalahan perlindungan konsumen.

Jenis penelitian yang kedua digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Penelitian ini bukan mengkaji mengenai sistem norma dalam aturan perundangan, namun mengamati bagaimana reaksi dan interaksi Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut berlaku di dalam masyarakat.

Penelitian ini juga sering disebut sebagai penelitian bekerjanya hukum (*law in action*) yang mendasarkan pada doktrin para realis Amerika seperti Holmes, yaitu bahwa

¹⁵ Menurut Soerjono Soekanto, penelitian hukum empiris (sosiologis), yaitu yang mencakup penelitian terhadap identifikasi hukum (tidak tertulis) dan penelitian terhadap efektivitas hukum.

Soerjono Soekanto dalam bukunya berjudul Pengantar Penelitian Hukum, menyebutkan : ada 2 (dua) jenis penelitian hukum yaitu penelitian hukum normatif dan penelitian hukum empiris (sosiologis).

“law is not just been logic but experience” atau dari Roscou Pound tentang *“law as a social engineering”* dan bukan seperti pandangan positivis bahwa hukum adalah *“... law as it is written in books”* yang melihat hukum hanya pada aturan sistem norma perundang-undangan¹⁶.

2. Lokasi Penelitian dan Sampel

a. Lokasi Penelitian

Carrefour sudah beroperasi tersebar di beberapa Kota/Kabupaten di Indonesia, salah satunya adalah di Kota Medan. Meskipun Maju Bersama hanya tersebar di beberapa tempat di Kota Medan, namun merupakan alternatif belanja yang menawarkan tempat dan produk beragam pilihan yang dipilih konsumen untuk berbelanja dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, penelitian dalam penulisan ini akan dilakukan pada Carrefour Plaza Medan Fair Jalan Gatot Subroto dan Maju Bersama Jalan KL. Yos Sudarso (Glugur) Medan.

b. Sampel

Penelitian dalam penulisan ini dilakukan pada bulan Maret 2012. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang berbelanja di Carrefour Plaza Medan Fair Gatot Subroto dan Maju Bersama Glugur Medan. Akan tetapi dalam melaksanakan penelitian, penulis kesulitan untuk mengadakan penelitian di tempat yang dimaksud dikarenakan tidak mendapat izin dari pelaku usaha yang bersangkutan. Oleh karena itu penulis mengambil sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang konsumen, yaitu 25

¹⁶ Mukti Fajar, dkk, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2010), hlm 47.

orang konsumen Carrefour dan 25 orang konsumen Maju Bersama Medan. Dimana setiap konsumen mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

3. Sumber Data dan Bahan Hukum

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penelitian empiris yakni data yang diperoleh dari lapangan atau data yang diperoleh langsung di dalam masyarakat. Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) di lokasi penelitian. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari bahan pustaka atau literatur yang berkaitan dengan materi penelitian.

Data primer dalam penelitian hukum dapat dilihat sebagai data yang merupakan perilaku hukum warga masyarakat. Soerjono Soekanto mengatakan bahwa¹⁷:

“Hukum merupakan bagian dari pergaulan hidup manusia, yang terwujud dalam perilaku manusia maupun di dalam perangkat kaidah-kaidah yang sebenarnya juga merupakan abstraksi dari perilaku manusia. Dengan demikian, maka perilaku manusia dan ciri-cirinya yang mencakup perilaku verbal dan perilaku nyata (termasuk), seperti peninggalan fisik, bahan-bahan tertulis dan data hasil simulasi merupakan data yang penting dalam penelitian hukum”.

Penelitian ini juga menggunakan bahan-bahan yang bersumber dari perpustakaan dan dokumen pemerintah. Adapun sumber dan bahan hukum yang dimaksud diperoleh dari:

- a. Bahan hukum primer, terdiri dari:
 - 1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - 2) Undang-Undang No. 7 Tahun 2011 tentang Mata Uang;
 - 3) Undang-undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia;

¹⁷ *Ibid*

- 4) Peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen.
- b. Bahan hukum sekunder, seperti hasil penelitian, artikel, hasil seminar atau pertemuan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan hukum;
 - c. Bahan hukum tersier atau bahan hukum penunjang yang mencakup bahan yang memberi petunjuk-petunjuk maupun penjelasan terhadap hukum primer dan sekunder, misalnya berupa kamus, ensiklopedia dan lain-lain.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian hukum empiris atau lapangan yaitu wawancara, angket atau kuesioner dan observasi¹⁸. Sedangkan teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan teknik yang digunakan dengan mengumpulkan data dengan cara menyebarkan atau membagi beberapa pertanyaan yang telah dibuat oleh peneliti yang akan diberikan kepada responden atau narasumber. Angket ini bersifat tertutup, sehingga responden dapat dengan mudah menjawab pertanyaan-pertanyaan yang di dalamnya sudah ada pilihan jawaban.

Selain itu, bahan penelitian diperoleh dengan penelitian kepustakaan. Bahan-bahan dikumpulkan dan dicatat menjadi kutipan langsung, ikhtisar dan analisis yang berhubungan dengan penelitian. Bahan dokumen diperoleh dengan cara menginventarisasi dan mengoleksi semua peraturan perundang-undangan serta dokumen-dokumen lainnya yang berkaitan dengan konsumen.

¹⁸ Mukti Fajar, dkk., *loc.cit*

5. Analisis Data

Pengolahan data dalam penelitian hukum empiris selain pengolahan data sebagaimana yang dilakukan dalam penelitian studi kepustakaan, aturan perundang-undangan, dan artikel, kemudian diuraikan dan dihubungkan sedemikian rupa sehingga dapat disajikan dalam penulisan yang lebih sistematis, guna menjawab permasalahan yang dirumuskan.

Analisis data primer yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Analisis data dalam penulisan ini digunakan data kualitatif, metode kualitatif ini digunakan agar penulis dapat mengerti dan memahami gejala yang ditelitinya¹⁹. Penelitian ini bukan hanya melihat data primer secara kualitatif saja, akan tetapi juga menganalisis hal-hal yang lebih mendalam dari data kualitatif yang diperoleh.

6. Metode Penarikan Kesimpulan

Metode yang digunakan dalam penarikan kesimpulan dilakukan dengan menggunakan logika berfikir deduktif-induktif, yaitu teori yang digunakan dijadikan sebagai patokan dalam melakukan penelitian. Deduktif artinya menggunakan teori sebagai alat, ukuran dan bahkan instrumen sehingga secara tidak langsung akan menggunakan teori sebagai pisau analisis dalam melihat masalah penetapan harga yang tidak berdasarkan nilai mata uang dan peranan pemerintah dalam melindungi konsumen akan hak-haknya. Teorisasi induktif adalah menggunakan data sebagai awal pijakan melakukan penelitian. Maka deduktif-induktif adalah penarikan kesimpulan di dasarkan

¹⁹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta : Universitas Indonesia (UI-Press), 2007), hlm 21.

pada teori yang digunakan pada awal penelitian dan data-data yang didapat sebagai tunjangan pembuktian teori tersebut.