

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Semakin kecilnya nilai nominal mata uang rupiah, hal itu berdampak pada semakin sedikitnya jumlah uang koin yang beredar di masyarakat. Memang di sini tidak sedang membahas masalah keekonomian uang pecahan koin, namun lebih menyoroti cadangan uang koin yang dimiliki pedagang.

Hubungannya trend saat ini, mayoritas pedagang, mulai skala kecil (minimarket) hingga hipermarket, sedang mengalami gejala kesulitan mempunyai stok uang koin dengan berbagai pecahan, yang identik dengan uang logam. Tidak pasti hal itu benar atau tidak terkait dengan semakin tidak berartinya nominal uang koin, hal itu berdampak semakin malasnya para pedagang kecil hingga kelas retail untuk menyediakan stok uang yang biasanya digunakan untuk uang kembalian.¹

Di sinilah letak permasalahannya. Pada kenyataannya banyak konsumen mengalami kejadian kurang menyenangkan terkait dengan uang koin jika berurusan dengan transaksi di minimarket. Hal itu terjadi pada konsumen harus membeli sesuatu, dan ternyata uang kembaliannya oleh penjual bukannya diberikan dalam uang koin. Melainkan diganti seenaknya sendiri dengan permen.

Tidak hanya identik uang koin seratus rupiah yang kemungkinan diganti dengan permen, kelipatannya hingga lima ratus pun pernah diganti dengan permen

¹<http://nariswari.wordpress.com/2007/08/27/fenomena-uang-kembalian-digantikan-permen-pembodohan-konsumen/> diakses tanggal 31 Mei 2011

sejumlah lima bungkus. Memang penjual ketika akan menyodorkan sisa uang kembalian juga sambil bilang bahwa uangnya diganti dengan permen. Namun yang jadi masalah adalah penjual seolah tidak memberikan kesempatan kepada pembeli untuk menolak opsi satu-satunya yang ditawarkan penjual. Karena hal itu meski dalam jumlah nominal terbilang sangat kecil, tetapi berdampak psikologis cukup besar bagi ketidaknyamanan dalam konsumen. Karena, berdasarkan pengalaman para konsumen yang tepatnya masyarakat yang berbelanja di minimarket daerah Indonesia, jika menolak dan tetap menginginkan uang kembalian dalam bentuk koin silver bergambar burung kakaktua, pasti si pihak minimarket akan menjawab tidak punya stok.²

Sehingga mau tidak mau, ikhlas tidak ikhlas konsumen wajib menerima uang kembalian berupa permen. Hasilnya, tawaran uang kembalian diganti dengan permen seperti sebuah tawaran paksaan yang mana konsumen tak mempunyai pilihan selain berkompromi dan menerima permen dengan lapang dada, meski sebenarnya tidak sedang membutuhkan permen untuk menyegarkan mulut. Tidak jarang konsumen sering mengeluh dengan keadaan itu. Bukan mengeluh tentang uang kembalian yang tidak seberapa besarnya jika konsumen menolak hal itu, melainkan lebih pada mental pihak minimarket yang kurang mampu menangkap beban psikologis konsumennya. Harus diakui terkadang hal ini karena kesalahan konsumen sendiri yang tak berani protes kadang konsumen menghindari untuk meributkan sesuatu yang kecil, namun tidak semestinya juga pihak minimarket mengabaikan hak konsumen yang ingin agar uang kembalian berbentuk uang

² <http://terselubung.cz.cc/2009/11/permen-tidak-boleh-menjadi-alat.html>, diakses tanggal 31 Mei 2011

tunai (koin), bukan permen. Keadaan itu juga pernah di alami beberapa konsumen ketika membeli barang dari salah satu minimarket ternama, di mana saat di kasir, ternyata uang kembalian konsumen ada tambahan permen. Bukan bonus, melainkan gantinya uang seratus yang kelihatannya di kasir persediaannya sudah habis.

Dengan adanya hal ini depkominfo (Departemen Komunikasi dan Informatika) menerangkan bahwa 80% konsumen sering menyiasatinya kondisi itu dengan membawa beberapa uang koin agar tak mengalami kejadian serupa. Dan menurut mereka juga bisa untuk jaga-jaga jika sewaktu-waktu bertemu dengan pengemis dan pengamen tanpa diduga. Dengan alasan karena konsumen yakin tidak akan ada pengemis maupun pengamen yang mau diberi permen oleh masyarakat, karena yang mereka butuhkan adalah uang, meskipun cuma senilai seratus rupiah. Hal itu pasti lebih baik daripada harus menerima pemberian permen dari orang lain. Dan tidak jarang konsumen yang mengeluh kembalian uang koin yang diganti permen itu sangat meresahkan karena mereka menganggap permen tidak ada gunanya.³

Di luar itu, kebiasaan pedagang yang memberi uang kembalian dengan diganti permen merupakan preseden buruk bagi terwujudnya perilaku dalam kehidupan bermasyarakat. Mental pedagang seperti itu setidaknya perlu dikritisi dan pemerintah berwenang wajib membina dengan memberikan pendidikan berupa sosialisasi secukupnya untuk menyadarkan dan membuka wawasannya. Karena jelas-jelas perbuatan kurang patut diikuti itu merugikan konsumen, dan

³<http://upsportveneto.org/lighting/500-retailers-bi-miscommunication-pelaksanaan-pengembalian-transaksi-dengan-uang-pecahan-kecil.html> diakses tanggal 31 Mei 2011

dalam skala besar jika dibiarkan akan menjadi sebuah budaya kurang konstruktif dalam lingkungan masyarakat.

Karena jika mengacu pada keadaan negara ini, bagaimana bisa maju sistem perekonomian Indonesia jika sebagian besar pedagang, mulai retail tingkat kecil hingga retail yang menjadi tulang punggung mengabaikan hal-hal kecil yang dapat merusak mental bangsa dengan contoh ketika memberi uang kembalian konsumen tiba-tiba langsung diberi permen tanpa pernah lebih dulu diberi opsi lain. Harusnya uang kembalian tak diganti permen begitu saja. Sudah semestinya perbuatan itu diperbaiki supaya tak menjadi masalah dikemudian hari, dengan menjadi budaya masyarakat akibat akumulatif kebiasaan buruk.

Dalam memutuskan tempat belanja yang akan di kunjungi konsumen mempertimbangkan keuntungan dan kerugiannya, ada beberapa konsumen yang menganggap uang koin tidak begitu berguna, tetapi banyak konsumen yang ingin mendapatkan uang koin mungkin dengan belanja di minimarket yang nantinya dia akan mendapatkan uang koin sebagai kembalian. Tapi justru oleh pihak perusahaan kembalian koin tersebut diganti dengan permen. Mungkin ada konsumen yang justru senang menerima permen sebagai gantinya uang koin, dengan alasan jika mendapatkan permen tidak perlu susah-susah membelikan anaknya permen dengan jumlah banyak, dan di sisi lain akan banyak konsumen yang kecewa dan merasa kurang puas dengan kembalian koin yang diganti permen dan berfikir kebijakan perusahaan ini akan mengurangi minat konsumen berbelanja di minimarket tersebut.⁴

⁴<http://ekohastuti-ayomenulis.blogspot.com/2010/11/perlunya-perlindungan-hukum-bagi-pengembalian-uang-koin.html>, diakses tanggal 31 Mei 2011

Salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih barang yang akan dikonsumsi atau tempat belanja yang akan dikunjungi adalah kualitas pelayanan atau kualitas dari layanan yang disediakan oleh minimarket itu sendiri apakah sesuai dengan keinginan konsumen, karena banyak hal yang menyebabkan konsumen merasa kurang puas atas pelayanan dari pihak perusahaan. Konsumen yang puas dan loyal terhadap sebuah perusahaan cenderung kembali mengunjungi minimarket tersebut. Hal ini disebabkan faktor kepercayaan telah terbentuk. Konsumen yakin bahwa perusahaan tidak akan bersikap oportunistik dan memanfaatkan mereka untuk kepentingan sesaat. Bentuk tanggung jawab dan respons positif terhadap pentingnya perlindungan konsumen. Ini mengingat banyak keluhan atau pengaduan konsumen terkait pengembalian sisa uang belanja transaksi dalam bentuk permen atau barang lain atau sumbangan yang tercantum dalam struk belanja.

Depkominfo (Departemen Komunikasi dan Informatika) juga menjelaskan bahwa Gubernur Bank Indonesia yang baru terpilih, Darmin Nasution, mengatakan keengganan masyarakat untuk menggunakan kembali uang logam disebabkan tidak ada media atau tempat untuk menyalurkan uang logam itu. Karena itu, BI, Kementerian Perdagangan, dan para pengusaha retail yang tergabung dalam Aprindo bekerja sama untuk menyosialisasikan gerakan peduli koin nasional.

Kerjasama itu ditandai dengan penandatanganan nota kesepahaman di antara ketiganya dalam penyediaan dan penukaran koin di gerai retail. Ribuan gerai retail modern, seperti *Alfamart*, *Indomaret*, *Hero*, *Carrefour*, *Irian*,

Carrefour, Ramayana, Hypermart, siap menerima penukaran uang logam. Retail modern ini juga berjanji mengembalikan sisa transaksi dengan uang tunai, bukan permen atau bentuk lainnya.⁵

Jumlah uang logam yang beredar di masyarakat senilai Rp 3,2 triliun per 30 Juni 2010 atau sebanyak 15,5 miliar keping dengan jumlah terbanyak pecahan Rp 100, yaitu 6,7 miliar keping. Pada 2010, BI berencana mencetak 1,6 miliar keping uang logam.⁶

Memuat Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen selanjutnya disebut dengan (UUPK) telah memberikan kekuatan hukum bahwa konsumen mempunyai kedudukan yang sama dengan pelaku usaha, karena sebelum ditetapkannya undang-undang ini kedudukan konsumen lebih lemah dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha. Dalam Pasal 4 UUPK menyebutkan pada huruf a bahwa konsumen mempunyai hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan /atau jasa. Artinya bahwa setiap konsumen itu punya hak-hak yang sepatutnya ia dapatkan dari suatu barang/jasa yang dikonsumsinya. Salah satu hak yang diutamakan dalam konsumen adalah hak untuk memilih barang serta mendapatkan barang-barang tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan, bahwa hak untuk itu adalah hak pokok dari konsumen, dan hal yang demikian diatur dalam Bab III Hak dan Kewajiban Konsumen Pasal 4 huruf b. Sedangkan dalam Pasal 4 huruf c ditegaskan bahwa konsumen punya hak atas informasi barang yang benar dan jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan atas barang

⁵ [www.googlesearch/kembalian diganti permen.com](http://www.googlesearch/kembalian_diganti_permen.com) diakses tanggal 31 Mei 2011

⁶ Sudikro Mertokusuma, *Penemuan Hukum terhadap uang kembalian konsumen*, Cetakan Pertama, (Yogyakarta : Liberty, 1996), hal 88.

dan/atau jasa yang dibelinya. Ketentuan ini dilanjutkan dengan ketentuan Pasal 7 huruf a bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, kemudian dilanjutkan dengan huruf b, bahwa kewajiban dari pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. Jadi antara kepentingan konsumen berhadapan dengan kewajiban dari pelaku usaha.

Dalam hal ini Penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai sistem pengembalian uang kembalian pelanggan dalam praktek industri retail departemen store. Untuk itu penulis akan mengadakan penelitian akan hal tersebut dan menuliskan hasilnya dalam bentuk karya ilmiah dengan judul **Tinjauan Yuridis Terhadap Sistem Pengembalian Uang Kembalian Pelanggan Pada Industri Retail Departemen Store Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.**

B. Perumusan Masalah

Permasalahan adalah merupakan kenyataan yang dihadapi dan harus diselesaikan oleh peneliti dalam penelitian. Dengan adanya perumusan masalah maka akan dapat ditelaah secara maksimal ruang lingkup penelitian sehingga tidak mengarah pada hal-hal diluar permasalahan.

Adapun permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaturan mata uang Rupiah sebagai alat pembayaran yang sah di wilayah Negara Republik Indonesia?

2. Bagaimana sistem pengembalian uang kembalian pelanggan pada industri retail departemen store ditinjau dari UU No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
3. Bagaimana tindakan hukum yang dilakukan oleh konsumen dalam pengembalian uang kembalian pada industri retail departemen store?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian skripsi yang akan penulis lakukan adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaturan mata uang rupiah sebagai alat pembayaran yang sah di wilayah Republik Indonesia.
- b. Untuk mengetahui sistem pengembalian uang kembalian pelanggan pada industri retail departemen store ditinjau dari UU No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- c. Untuk mengetahui tindakan hukum yang dilakukan oleh konsumen dalam pengembalian uang kembalian pada industri retail departemen store.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian skripsi yang akan penulis lakukan adalah:

- a. Sebagai bahan masukan teoritis bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan pemahaman hukum perbankan pada sistem pengembalian uang kembalian pelanggan.
- b. Untuk menerapkan pengetahuan penulis secara praktis agar masyarakat mengetahui bagaimana sistem pengembalian uang kembalian pelanggan

pada industri retail departemen store ditinjau dari UU No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

D. Keaslian Penelitian

Adapun judul tulisan ini adalah Tinjauan Yuridis Terhadap Sistem Pengembalian Uang Kembali Pelanggan Pada Industri Retail Departemen Store Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Judul skripsi ini belum pernah ditulis dan diteliti dalam bentuk yang sama khususnya di Industri Retail Departemen Store, sehingga tulisan ini asli, atau dengan kata lain tidak ada judul yang sama dengan mahasiswa fakultas hukum USU. Dengan demikian ini keaslian skripsi ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

E. Tinjauan Kepustakaan

Dalam sejarah perkembangan pola pemenuhan kebutuhan manusia yang saling interdependen, terdapat dua posisi yang saling berhadapan antara produsen dan konsumen. Pihak pembuat atau penghasil suatu barang disebut dengan produsen. Pihak yang membutuhkan sesuatu barang yang dihasilkan oleh produsen disebut 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 diperdagangkan⁷. Konsumen dalam pengertian tersebut merupakan konsumen akhir yang umumnya lemah dalam

⁷ Indonesia, *Undang Undang Tentang Perlindungan Konsumen*, UU No.8 tahun 1999, LN No.42 tahun 1999, ps.1 ayat 2.

bidang ekonomi, pendidikan dan daya tawar. Karena itu sangat dibutuhkan penyeimbangan daya tawar konsumen dan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen antara lain dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen dan menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Hukum konsumen belum dikenal sebagaimana kita mengenal cabang hukum pidana, hukum perdata, hukum administrasi, hukum internasional, hukum adat dan berbagai cabang hukum lainnya. Dalam hal ini juga belum ada kesepakatan hukum konsumen terletak dalam cabang hukum yang mana. Hal ini dikarenakan kajian masalah hukum konsumen tersebar dalam berbagai lingkungan hukum antara lain perdata, pidana, administrasi, dan konvensi internasional.⁸

Rachbini, memberikan batasan hukum konsumen yaitu: Keseluruhan kaidah-kaidah dan asas-asas yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak berkaitan dengan dengan barang dan atau jasa konsumen satu sama lain, di dalam pergaulan hidup.⁹

Sehubungan dengan itu maka perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materil maupun formil makin terasa sangat penting untuk dibahas. Upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan hal yang urgen dan mendesak dan segera harus dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang terjadi dimasyarakat. Kehadiran UUPK memang

⁸ Sudaryatmo, *Hukum dan Advokasi Konsumen*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1999), hal 73.

⁹ Rachbini, Didik, J., *Perlindungan Konsumen di dalam Sistem Ekonomi Modern*, dalam Zumrotin, *Penyambung Lidah Konsumen*, (Jakarta : Puspa Swara. 1996), hal 48.

dirasa sangat tepat dalam kerangka penguatan kelembagaan hukum perlindungan konsumen. Sebagaimana yang disampaikan oleh Didik. J. Rachbini dalam Zumrotin yaitu dengan kepastian hukum yang jelas dan tegas dapat dipastikan pihak pelaku usaha akan semakin berhati-hati dalam perkembangan uang, sehingga secara langsung memberikan perlindungan preventif terhadap konsumen.

Uang berkembang dan berevolusi mengikuti perkembangan sejarah. Dari perkembangan sejarah, uang dapat dikategorikan menjadi tiga jenis, yaitu :¹⁰

1. Uang barang (*commodity money*) : alat tukar yang memiliki nilai komoditas atau bisa diperjualbelikan apabila barang tersebut digunakan bukan sebagai uang. Namun tidak semua barang bisa menjadi uang, diperlukan tiga kondisi utama, agar suatu barang bisa dijadikan uang, antara lain:
 - a. Kelangkaan (*scarcity*), yaitu persediaan barang itu harus terbatas.
 - b. Daya tahan (*durability*), barang tersebut harus tahan lama.
 - c. Nilai tinggi, maksudnya barang yang dijadikan uang harus bernilai tinggi, sehingga tidak memerlukan jumlah yang banyak dalam melakukan transaksi.

Dalam sejarah, pemakaian uang barang juga pernah disyaratkan barang yang digunakan sebagai barang kebutuhan sehari-hari seperti garam. Namun kemudian uang komoditas atau uang barang ini dianggap mempunyai banyak kelemahan. Di antaranya, uang barang tidak memiliki pecahan, sulit untuk disimpan dan sulit untuk diangkut. Kemudian pilihan terhadap barang yang

¹⁰ Djakaria, *Ekonomi Uang dan Bank*, Edisi Revisi, (Jakarta : Penerbit Bina Aksara, 2005), hal 20.

bisa digunakan sebagai uang, jatuh pada logam-logam mulia, seperti emas dan perak. Ada sejumlah alasan mengapa emas dan perak dipilih sebagai uang. Kedua logam tersebut memiliki nilai tinggi, langka dan dapat diterima secara umum sebagai alat tukar. Kelebihan lainnya, emas dan perak dapat dipecah menjadi bagian-bagian yang kecil dengan tetap mempunyai nilai yang utuh. Selain itu logam mulia ini juga tidak mudah susut atau rusak

2. Uang tanda/kertas (*token money*), ketika uang logam masih digunakan sebagai uang resmi dunia, ada beberapa pihak yang melihat peluang meraih keuntungan dari kepemilikan mereka atas emas dan perak. Pihak-pihak ini adalah bank, orang yang meminjamkan uang dan pandai emas (*goldsmith*) atau toko-toko perhiasan. Mereka melihat bukti peminjaman, penyimpanan atau penitipan emas dan perak di tempat mereka juga bisa diterima di pasar. Kelebihan : biaya pembuatan rendah, pengirimannya mudah, penambahan dan pengurangan lebih mudah dan cepat, serta dapat dipecah-pecahkan dalam jumlah berapapun.

Kekurangan: ini tidak bisa dibawa dalam jumlah yang besar dan karena dibuat dari kertas, sangat mudah rusak.

3. Uang giral (*deposit money*), uang giral adalah uang yang dikeluarkan oleh bank-bank komersial melalui pengeluaran cek dan alat pembayaran giro lainnya. Uang giral ini merupakan simpanan nasabah di bank yang dapat diambil setiap saat dan dapat dipindahkan kepada orang lain untuk melakukan pembayaran. Artinya cek dan giro yang dikeluarkan oleh bank manapun bisa

digunakan sebagai alat pembayaran barang, jasa dan utang. Kelebihan uang giral sebagai alat pembayar adalah:¹¹

- a. Kalau hilang dapat dilacak kembali sehingga tidak bisa diuangkan oleh yang tidak berhak.
- b. Dapat dipindah tangankan dengan cepat dan ongkos yang rendah.
- c. Tidak diperlukan uang kembali sebab cek dapat ditulis sesuai dengan nilai transaksi.

Kekurangan uang giral : Namun di balik kelebihan sistem ini, sesungguhnya tersimpan bahaya besar. Kemudahan perbankan menciptakan uang giral ditambah dengan instrumen bunga bank membuka peluang terjadinya uang beredar yang lebih besar daripada transaksi riilnya. Inilah yang kemudian menjadi pertumbuhan ekonomi yang semu (*bubble economy*).¹²

Berkaitan dengan strategi bisnis yang digunakan oleh pelaku usaha, pada mulanya berkembang adagium *caveat emptor* (waspadalah konsumen), kemudian berkembang menjadi *caveat venditor* (waspadalah pelaku usaha). Ketika strategi bisnis berorientasi pada kemampuan menghasilkan produk (*production oriented*), maka di sini konsumen harus waspada dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang ditawarkan pelaku usaha. Pada masa ini konsumen tidak memiliki banyak peluang untuk memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsinya sesuai dengan selera, daya beli dan kebutuhan. Pelanggan/konsumen lebih banyak dalam posisi didikte oleh produsen. Pola konsumsi masyarakat justru banyak ditentukan oleh pelaku usaha dan bukan oleh

¹¹ *Ibid*

¹² Badan Pembina Pasar Uang dan Modal. *Kamus Khusus Pasar uang dan Modal*. (Jakarta: PT. Kualamas, 1994), hal 58.

konsumennya sendiri. Seiring dengan perkembangan IPTEK dan meningkatnya tingkat pendidikan, meningkat pula daya kritis masyarakat. Dalam masa yang demikian, pelaku usaha tidak mungkin lagi mempertahankan strategi bisnisnya yang lama, dengan resiko barang atau jasa yang ditawarkan tidak akan laku di pasaran. Pelaku usaha kemudian mengubah strategi bisnisnya ke arah pemenuhan kebutuhan, selera dan daya beli pasar (*market oriented*). Pada masa ini pelaku usahalah yang harus waspada dalam memenuhi barang atau jasa untuk konsumen. Dalam konteks ini pelaku usaha dituntut untuk menghasilkan barang-barang yang kompetitif terutama dari segi mutu, jumlah dan keamanan.¹³

Pengertian bisnis retail meliputi saluran aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen. Setiap organisasi yang melakukan penjualan langsung kepada konsumen baik produsen, grosir atau eceran berarti bertindak dalam proses usaha eceran. Pengelolaan bisnis eceran tidak hanya sekedar membuka toko dan mempersiapkan barang-barang yang lengkap, tetap lebih dari itu. Pengelolaan bisnis retail harus melihat dan mengikuti perkembangan teknologi pemasaran agar dapat berhasil dan mempunyai keunggulan kompetitif.¹⁴

Industri retail meliputi semua kegiatan yang berhubungan secara langsung dengan penjualan barang dan jasa kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi. Secara definitif dapat dikatakan bahwa “pengecer atau toko pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada

¹³ Johannes Gunawan, *Menuju Sistem Moneter yang Adil*, (Yogyakarta : Dana Bhakti Prima Yasa, 1999), hal 44.

¹⁴ Lucas, bush dan Gresham, *Perkembangan Industri Retail di Indonesia*, (Jakarta: PT. Kualamas, 1994), hal 8.

konsumen akhir untuk keperluan pribadi (non bisnis)". Dari definisi tersebut, dapat diketahui bahwa pengecer memberikan pelayanan sebagai titik penghubung antara konsumen akhir dengan saluran distribusi. Jadi, fungsi retail adalah memberikan pelayanan kepada konsumen agar pembeliannya dilakukan dengan cara yang semudah mungkin.¹⁵

Pengertian tentang industri retail yang hampir sama juga dikemukakan oleh Lucas, Bush dan Gresham sebagai "semua fungsi atau kegiatan yang melibatkan penjualan (atau sewa) barang dan jasa kepada pengguna akhir, yang termasuk rumah tangga, perorangan dan lainnya yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi akhir."¹⁶

Retail adalah tahapan terakhir dalam suatu saluran distribusi, yang membentuk bisnis dan orang-orang yang terlibat di dalam suatu pergerakan fisik dan transfer kepemilikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.¹⁷

Masing-masing golongan meliputi beberapa industri retail lagi sebagai berikut :¹⁸

a. Industri retail dalam toko:

1) Industri retail dengan servis penuh

Pada golongan ini, selain menjual barang, juga diperlukan kecakapan, demonstrasi atau penerangan dari penjual kepada konsumennya.

2) Industri retail supermarket

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ Gilbert, *Perdagangan Retail di Indonesia*, (Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2003), hal. 36

¹⁸ *Ibid*

Pada umumnya, barang yang diperdagangkan dalam supermarket berupa makanan dan minuman. Tetapi sekarang banyak pengecer supermarket yang menjual barang-barang lain seperti sabun mandi, sikat gigi, obat pembasmi serangga, kertas tisu dan sebagainya. Supermarket menarik para konsumennya pada basis harga yang murah. Daya tarik ini ditingkatkan dengan banyaknya jumlah dan jenis barang yang memungkinkan *one-stop shooping* untuk barang-barang keperluan rumah tangga. *Display self service* adalah feature penting supermarket dimana konsumen dan supermarket mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang dirasakan oleh konsumen melalui pilihan barang yang lebih cepat dan harga yang murah, sedangkan bagi pihak supermarket melalui sedikitnya satuan tenaga penjual dan biaya yang rendah.

3) Industri retail dengan potongan

b. Industri retail tanpa toko:

- 1) Penjualan melalui tenaga penjualan di luar toko.
- 2) Penjualan melalui pos.
- 3) Penjualan dengan mesin otomatis.

Beberapa pengertian tentang supermarket juga dikemukakan oleh beberapa penulis, antara lain : Supermarket diklasifikasi sebagai toko-toko barang terbatas yang memiliki seksi-seksi makanan yang terdepartementalisasi, yaitu produk-produk dari susu dan daging, produk hasil pertanian dan groceries, dan berbagai produk non makanan.

Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan manusia, oleh karenanya menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha dan pemerintah.¹⁹

Dalam perkembangannya, oleh organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union (IOCU)*, empat hak dasar tersebut ditambah dengan : hak untuk mendapatkan pendidikan, hak untuk mendapatkan ganti rugi, dan hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat. Di dalam Rancangan Akademik Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang disusun Universitas Indonesia tahun 1992, hak dasar konsumen tersebut dikembangkan dengan ditambah hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, dan hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum.²⁰

Pada prinsipnya ketentuan yang mengatur perlindungan hukum konsumen dalam aspek hukum perdata, diatur di dalam Pasal 1320 KUHPperdata dan Pasal 1365 KUHPperdata. Pasal 1320 KUHPperdata mengatur bahwa untuk sahnya perjanjian diperlukan empat syarat, yaitu :

1. Kata sepakat dari mereka yang mengikatkan dirinya (*toestemming van den genen die zich verbiden*);
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan (*de bekwaamheid om een verbintenis aan te gaan*);

¹⁹ Shidarta., *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta : Grasindo, 2000), hal 57.

²⁰ Prasetyo HP, "Tanggung jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Hukum Bisnis*, volume 8, 1999, hal 63.

3. Suatu hal tertentu (*een bepaald onderwerp*); dan
4. Suatu sebab yang halal (*een geloofde oorzaak*).

Sedangkan Pasal 1365 KUHPerdota mengatur syarat-syarat untuk menuntut ganti kerugian akibat perbuatan melanggar hukum yang menyatakan bahwa tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu mengganti kerugian tersebut.

Dari sisi kepentingan perlindungan konsumen, terutama untuk syarat 'kesepakatan' perlu mendapat perhatian, sebab banyak transaksi antara pelaku usaha dengan konsumen yang cenderung tidak *balance*. Banyak konsumen ketika melakukan transaksi berada pada posisi yang lemah. Suatu kesepakatan menjadi tidak sah apabila diberikan karena kekhilafan, paksaan, atau penipuan. Selanjutnya untuk mengikat diri secara sah menurut hukum ia harus cakap untuk berbuat menurut hukum, dan oleh karenanya maka ia bertanggung jawab atas apa yang dilakukan.²¹ Akibatnya apabila syarat-syarat atau salah satu syarat sebagaimana disebutkan di dalam Pasal 1320 KUHPerdota tersebut tidak dipenuhi, maka berakibat batalnya perikatan yang ada atau bahkan mengakibatkan tuntutan penggantian kerugian bagi pihak yang tidak memenuhi persyaratan tersebut.

Pada umumnya jual beli properti antara pelaku usaha (pengembang perumahan) dengan konsumen, didasarkan pada perjanjian yang telah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha (perjanjian baku/standar). Perjanjian tersebut

²¹ *Ibid*

mengandung ketentuan yang berlaku umum (massal) dan konsumen hanya memiliki dua pilihan: menyetujui atau menolak. Kekhawatiran yang muncul berkaitan dengan perjanjian baku dalam jual beli properti adalah karena dicantumkannya klausul eksonerasi (*exception clause*). Klausula eksonerasi adalah klausula yang mengandung kondisi membatasi atau bahkan menghapus sama sekali tanggung jawab yang seharusnya dibebankan kepada pelaku usaha. Di dalam Pasal 18 ayat (1) huruf a UUPK diatur mengenai larangan pencantuman klausula baku pada setiap dokumen atau perjanjian apabila menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha.

Masalah tanggung jawab hukum perdata (*civielrechtelijke aansprakelijkheid*) dapat dilihat dari formulasi Pasal 1365 KUHPerdara yang mengatur adanya pertanggungjawaban pribadi si pelaku atas perbuatan melawan hukum yang dilakukannya (*persoonlijke aansprakelijkheid*). Di samping itu, undang-undang mengenal pula pertanggungjawaban oleh bukan si pelaku perbuatan melawan hukum sebagaimana diatur di dalam Pasal 1367 KUHPerdara. Pasal ini menegaskan bahwa setiap orang tidak saja bertanggung jawab atas kerugian yang disebabkan oleh perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan oleh perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya, disebabkan oleh barang-barang yang berada di bawah pengawasannya. Dari pasal ini nampak adanya pertanggungjawaban seseorang dalam kualitas tertentu (*kwalitatieve aansprakelijkheid*)²².

²² Mariana Sutadi, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1999), hal 113.

Pada dasarnya kewajiban untuk memberikan ganti rugi hanya timbul bilamana ada unsur kesalahan pada si pelaku perbuatan melawan hukum dan perbuatan tersebut dapat dipertanggungjawabkan kepadanya. Jadi harus ada unsur kesalahan pada si pelaku dan perbuatan itu harus dapat dipertanggungjawabkan kepadanya (*schuld aansprakelijkheid*). Dari segi hukum perdata, tanggung jawab hukum tersebut dapat ditimbulkan karena wanprestasi, perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatige daad*), dan dapat juga karena kurang hati-hatinya mengakibatkan cacat badan (*het veroozaken van lichamelijke letsel*).²³

Di samping itu, di dalam UUPK juga telah diatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana tercantum di dalam Pasal 19. Menurut pasal ini pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Dengan demikian, secara normatif telah ada ketentuan yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha, sebagai upaya melindungi pihak konsumen.

F. Metode Penelitian

Dalam penulisan ilmiah terdapat beraneka ragam jenis penelitian. Dari berbagai jenis penelitian, khususnya penelitian hukum yang paling populer dikenal adalah :

1. Penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan dilakukan dengan cara meneliti bahan kepustakaan atau hanya menggunakan data sekunder belaka.

²³ *Ibid*

2. Penelitian hukum empiris yang dilakukan dengan cara terutama meneliti data primer yang diperoleh di lapangan selain juga meneliti data sekunder dari perpustakaan.

Pilihan metode suatu penelitian hukum tergantung pada tujuan penelitian itu sendiri. Sesuai dengan tujuan skripsi ini, maka penelitian hukum yang digunakan adalah penelitian hukum normatif atau disebut juga dengan studi kepustakaan (*library research*).

Dalam melaksanakan penelitian ini, perlu ditegaskan alat pengumpul data yang dipakai dalam penelitian. Dalam penelitian ini dipakai tiga alat pengumpul data, yaitu :

1. Bahan hukum primer yaitu ketentuan-ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang mempunyai kekuatan hukum mengikat, baik peraturan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Republik Indonesia maupun yang diterbitkan oleh negara lain dan badan-badan internasional seperti UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan UU No. 23 Tahun 1999 jo. UU No. 3 Tahun 2004 jo. UU No. 6 Tahun 2009 Tentang Bank Indonesia.
2. Bahan hukum sekunder yaitu bahan-bahan hukum yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisa dan memahami bahan hukum primer seperti seminar-seminar, jurnal-jurnal hukum, majalah-majalah, koran-koran, karya tulis ilmiah dan beberapa sumber internet yang berkaitan dengan persoalan diatas.

3. Bahan hukum tersier yaitu semua dokumen yang berisi konsep-konsep dan keterangan-keterangan yang mendukung bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, seperti kamus, ensiklopedia dan lain-lain.

G. Sistematika penulisan

Untuk memudahkan pemahaman terhadap materi dari skripsi ini dan agar tidak terjadinya kesimpangsiuran dalam penulisan skripsi ini, maka penulis membaginya dalam beberapa bab dan tiap bab dibagi lagi ke dalam beberapa sub-sub bab.

Adapun bab-bab yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- BAB I. PENDAHULUAN**, bab ini merupakan gambaran umum yang berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, keaslian penulisan, tinjauan kepustakaan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II. PENGATURAN MATA UANG RUPIAH SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN YANG SAH DI WILAYAH NEGARA REPUBLIK INDONESIA**. Bab ini berisikan tentang mata uang sebagai alat pembayaran yang sah, pengaturan mata uang Republik Indonesia, kejahatan mata uang dan penanggulangannya.
- BAB III. SISTEM PENGEMBALIAN UANG KEMBALIAN PELANGGAN PADA INDUSTRI RETAIL DEPARTEMEN STORE DITINJAU DARI UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**, Bab ini berisikan tentang perkembangan industri retail di Indonesia, hak, kewajiban dan tanggung jawab para pihak yang

terlibat dalam industri retail departemen store menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sistem pengembalian uang kembalian pelanggan di Indonesia, pelaksanaan sistem pengembalian uang kembalian pelanggan menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

BAB IV. TINDAKAN HUKUM YANG DILAKUKAN OLEH KONSUMEN DALAM PENGEMBALIAN UANG KEMBALIAN PADA INDUSTRI RETAIL DEPARTEMEN STORE. Bab ini berisi tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pengembalian uang kembalian pada industri retail departemen store, Pertanggungjawaban pelaku usaha atas pengembalian uang kembalian pada industri retail departemen store dan tindakan hukum yang dilakukan oleh konsumen yang menderita kerugian dalam pengembalian uang kembalian pada industri retail departemen store.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN. Bab ini adalah merupakan bab terakhir dari penulisan skripsi ini, dimana dalam bab V ini berisikan kesimpulan dan saran-saran dari penulis.