

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya dibidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Disamping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.¹

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Disisi lain, kondisi dan fenomena tersebut diatas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah.²

Secara umum dan mendasar, hubungan antara produsen dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai

¹Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hal. 1

²*Ibid*

tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan usahanya. Sebaliknya, konsumen kebutuhannya sangat bergantung dari hasil produksi produsen.³

Saling ketergantungan karena kebutuhan tersebut dapat menciptakan suatu hubungan yang terus-menerus dan berkesinambungan sepanjang masa, sesuai dengan tingkat ketergantungan akan kebutuhan yang tidak terputus-putus. Hubungan antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejauh proses produksi, distribusi pada pemasaran dan penawaran. Rangkaian kegiatan tersebut merupakan rangkaian perbuatan dan perbuatan hukum yang tidak mempunyai akibat hukum dan yang mempunyai akibat hukum baik terhadap semua pihak maupun hanya terhadap pihak tertentu saja.⁴

Hal tersebut secara sistematis dimanfaatkan oleh produsen dalam suatu sistem distribusi dan pemasaran produk barang guna mencapai tingkat produktivitas dan efektivitas dalam rangka mencapai sasaran usaha. Sampai pada tahapan hubungan penyaluran atau distribusi tersebut menghasilkan suatu hubungan yang sifatnya massal, yakni adanya permintaan yang meningkat dan masyarakat sehingga produsen dituntut untuk meningkatkan produktivitasnya. Karena sifatnya yang massal tersebut, maka peran negara sangat dibutuhkan dalam rangka melindungi kepentingan konsumen pada umumnya.⁵

³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit sinar Grafika, Jakarta, 2017, hal. 9

⁴*Ibid*, hal. 10

⁵*Ibid*

Keadaan konsumen yang berada pada posisi lemah ini dimaknai sebagai bagian dari ketidakmampuan konsumen dalam memahami hak dan kewajiban yang dimilikinya, pandangan ini lahir dikarenakan tidak setiap konsumen memiliki pengetahuan dan pemahaman yang sama mengenai hak dan kewajiban yang berada dalam hukum perlindungan konsumen. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Pembangunan yang dilakukan membawa pula akibat sampingan yang semakin kompleks yang memerlukan penanganan serius, khususnya masalah perlindungan konsumen.⁶Kurangnya pengetahuan dan pemahaman inilah yang menyebabkan konsumen menjadi objek bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha.

Tujuan dalam berniaga adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan cara yang adil, sesuai dengan aturan-aturan hukum dagang, dan tidak melanggar hukum persaingan usaha. Dengan terciptanya persaingan usaha yang sehat maka akan menimbulkan daya tarik dan minat yang tinggi bagi para konsumen untuk menggunakan produk yang didagangkan oleh para produsen.⁷

Dalam hal ini konsumen berharap agar terhindar dari penipuan maupun dari hal-hal lain yang bersifat merugikan para konsumen. Kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen tersebut dapat timbul sebagai akibat dari adanya hubungan

⁶Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hal. 31

⁷Cut Mutia, dkk., Desember 2020, "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Meningkatkan Harga Gas LPG 3KG (Studi Penelitian di Kota Langsa)*", Meukuta Alam, Volume 2, No.2., <https://jim.unsam.ac.id/index.php/Meukutaalam/article/view/75/pdf>, Desember 2020. Diakses pada tanggal 06 Mei 2021 pukul 22.37 WIB

hukum perjanjian antara produsen dengan konsumen, maupun akibat dari adanya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh produsen.⁸

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Traditional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern Pasal 1 angka 1, pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Dapat diketahui bahwa pengertian pasar yaitu untuk transaksi jual dan beli. Pada dasarnya, aktivitas jual beli yang terjadi di pasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing. Persaingan tersebut terjadi baik diantara konsumen maupun pelaku usaha. Pelaku usaha memiliki kebebasan untuk memutuskan barang dan/atau jasa apa yang akan di distribusikan. Sedangkan konsumen mempunyai kebebasan untuk memilih dan membeli barang dan/atau jasa yang akan dibeli sesuai dengan tingkat daya belinya.

Karena sering terjadi ketidakstabilan harga pasar dan kurangnya pengetahuan konsumen tentang bagaimana metode menentukan harga, kondisi tersebut bisa saja dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak mengenal nilai kemanusiaan, yang hanya memikirkan keuntungan materi dan menonjolkan keegoisannya tanpa melihat lingkungan sekitar hingga akhirnya konsumen dirugikan.⁹

⁸Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Rajawali Pers, Jakarta, 2011, hal. 1

⁹Tita Novita, dkk, Agustus 2020, “Analisis Penetapan Harga Menurut Fikih Muamalah terhadap Harga Jual Kopi di Kecamatan Gedung Suryan Kabupaten Lampung Barat”, Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, Volume 6, No.2.,

Persaingan dalam kegiatan usaha senafas dengan kegiatan usaha itu sendiri. Pada prinsipnya, setiap orang berhak menjual atau membeli barang atau jasa “apa”, “dengan siapa”, “berapa banyak” serta “bagaimana cara” produksi, inilah apa yang disebut dengan ekonomi pasar. Sejalan dnegan itu, perilaku dan struktur pasar terkadang tidak dapat diprediksi, sehingga tidak jarang pelaku usaha menimbulkan kecurangan, pembatasan yang menyebabkan sebagian atau beberapa pelaku usaha merugi bahkan mati.¹⁰

Pada dasarnya persaingan dalam dunia usaha merupakan syarat mutlak (*condition sine qua non*) bagi terselenggaranya suatu perekonomian yang berorientasi pasar (*market economy*). Peranan hukum dalam persaingan usaha adalah agar terselenggaranya suatu persaingan yang sehat dan adil (*fair competition*), sekaligus mencegah munculnya persaingan yang tidak sehat (*unfair competition*), karena persaingan yang tidak sehat hanya akan bermuara pada matinya persaingan usaha yang pada gilirannya akan melahirkan monopoli.¹¹

Dalam dunia usaha sekarang ini, sesungguhnya banyak ditemukan perjanjian dan kegiatan usaha yang mengandung unsur-unsur yang kurang adil terhadap pihak yang ekonomi atau sosialnya lebih lemah dengan dalih pemeliharaan persaingan usaha yang sehat. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa di balik praktik bisnis itu adanya berbagai macam persaingan, misalnya: ada persaingan yang sehat dan adil (*fair competition*) artnya persaingan

http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/hukum_ekonomi_syariah/article/view/22668, Agustus 2020. Diakses pada tanggal 24 Juni 2021 pukul 22.37 WIB

¹⁰Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, PT Raja Grafindo, Jakarta, 2012, hal. 1

¹¹Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Kencana, Jakarta, 2012, hal. 107

hanya ditujukan untuk memperoleh laba dalam batas-batas yang wajar¹², ada persaingan yang tidak sehat (*unfair competition*), bahkan ada persaingan yang destruktif (*destructive competition*), seperti *predatory price*. Tentu saja, perilaku anti-persaingan seperti persaingan usaha yang tidak sehat dan destruktif tersebut dapat mengakibatkan inefisiensi perekonomian berupa hilangnya kesejahteraan (*economic welfare*), bahkan mengakibatkan keadilan ekonomi dalam masyarakat pun terganggu dan timbulnya akibat-akibat ekonomi dan sosial yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban, maupun kepentingan umum.¹³

Untuk mencegah timbulnya persaingan usaha yang tidak sehat, telah ditentukan secara jelas dan terstruktur mengenai perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi yang dominan. Disadari oleh pembentuk undang-undang bahwa sebagian besar transaksi bisnis memang didasarkan pada perjanjian antara pelaku usaha. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli melarang beberapa perjanjian, beberapa kegiatan dan penyalahgunaan posisi dominan.¹⁴

Memperhatikan situasi dan kondisi tersebut, kurangnya pengetahuan dan pemahaman dari konsumen menyebabkan konsumen menjadi objek bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha. Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan seperangkat aturan hukum. Oleh karena itu, diperlukan adanya campur tangan negara melalui penetapan sistem

¹²Hirmawaty Fanny Tampubolon, Maret 2021, “*Etika Bisnis Pelaku Usaha Yang Merugikan Konsumen Dalam Hukum Persaingan Usaha*”, Dharmasisya, Volume 1 No. 1., <https://scholarhub.ui.ac.id/dharmasisya/vol1/iss1/36>, Maret 2021. Diakses pada tanggal 3 Juli 2021 pukul 22.45 WIB

¹³*Ibid*, hal. 108

¹⁴Susanti Adi Nugroho, Op.cit., hal. 108

perlindungan hukum bagi konsumen. Berkaitan dengan itu telah disahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan dari penjelasan diatas, hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk mengangkat dan meneliti lebih lanjut dalam bentuk skripsi yang berjudul “PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN TERHADAP PENETAPAN HARGA IKAN TERI (Studi Kasus Pada Pasar Sambu)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penulisan skripsi ini, maka masalah yang akan menjadi bahasan dalam penulisan adalah :

1. Bagaimanakah tindakan penetapan harga ikan teri yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen (studi kasus pada pasar sambu)?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penetapan harga ikan teri?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan pembahasan dalam skripsi ini berdasarkan uraian diatas adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimanakah tindakan penetapan harga ikan teri yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen (studi kasus pada pasar sambu)
2. Untuk mengetahui bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penetapan harga ikan teri

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang diuraikan, maka manfaat dari penelitian saya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, yaitu penelitian terhadap masalah ini dapat memberikan pemahaman dan pandangan-pandangan baru mengenai perlindungan konsumen dan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penetapan harga ikan teri pada pasar sambu serta dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi para pembaca.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, yaitu penelitian ini diharapkan hasilnya dapat bermanfaat bagi penulis dan masyarakat. Selain itu juga dapat memberikan sumbangan yuridis yang berkaitan dengan pelaksanaan perlindungan konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha.

3. Manfaat Penulis

Secara Individu, yaitu sebagai syarat kelulusan penulis secara pribadi sebagai mahasiswa di Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen Jurusan Hukum Bisnis. Dan penelitian ini, diharapkan hasilnya dapat bermanfaat untuk penulis agar lebih mengetahui lagi apa itu perlindungan konsumen dan apa sajakah perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penetapan harga ikan teri pada pasar sambu.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Hukum

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan kepada subjek hukum ke dalam bentuk perangkat baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang lisan maupun yang tertulis. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa perlindungan hukum sebagai suatu gambaran tersendiri dari fungsi hukum itu sendiri, yang memiliki konsep bahwa hukum memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.¹⁵

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.¹⁶

¹⁵Wahyu Simon Tampubolon, Maret 2016, “Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen”, Jurnal Ilmiah “Advokasi”, Volume 04., No. 01, <https://media.neliti.com/media/publications/323388-upaya-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-d-29f8f187.pdf>, Maret 2016. Diakses pada tanggal 13 Juni 2021 pukul 16.09 WIB

¹⁶Dyah Permata Budi Asri, Agustus 2018, “Perlindungan Hukum Preventif Terhadap Ekspresi Budaya Tradisioal Di Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 tentang Hak Cipta”, Journal of Intellectual Property (JIPRO), Volume 1., No. 1, <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwi51KHqqZTxAhUWb30KHTthXC9IQfjABegQIAxAD&url=https%3A%2F%2Fjournal.iii.ac.id%2FJIPRO%2Farticle%2Fdownload%2F11142%2F8509&usg=AOvVaw0Wk6Jefxv6UxT6oRIXII9E>, Agustus 2018. Diakses pada tanggal 13 juni 2021 pukul 16.14 WIB.

UUD 1945 menyatakan secara tegas bahwa “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Kaidah ini mengandung makna bahwa hukum di negara ini ditempatkan pada posisi yang strategis di dalam konstelasi ketatanegaraan.¹⁷ Dengan demikian negara menjamin hak-hak hukum warga negaranya dengan memberikan perlindungan hukum dan perlindungan hukum akan menjadi hak bagi setiap warga negara.

Ada beberapa pengertian terkait perlindungan hukum menurut para ahli, antara lain :¹⁸

- 1) Menurut Satjipto Raharjo, Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman kepadahak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.
- 2) Menurut Philipus M. Hadjon, Perlindungan Hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Nerkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.
- 3) Menurut CST Kansil, Perlindungan Hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa

¹⁷Salamia dan Muthia Septarina, September-Desember 2016, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Maraknya Makanan Siap Saji di Banjarmasin*”, Al’Adl, Volume VIII., No. 03, <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/aldli/article/view/680/596>, September-Desember 2016. Diakses pada tanggal 13 Juni 2021 pukul 16.20 WIB

¹⁸Glosarium, April 2014, “*Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli*”, <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/>. Diakses pada tanggal 13 juni 2021 pukul 16.24 WIB.

aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

- 4) Menurut Muktie, A. Fadjar, Perlindungan Hukum adalah peyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subjek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subjek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.

Dari pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum adalah upaya hukum dan peraturan hukum yang melindungi hak asasi manusia serta hak dan kewajiban yang terjadi karena adanya hubungan hukum antar sesama manusia sebagai subjek hukum.

2. Sarana Perlindungan Hukum

Dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum dibutuhkan suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya yang sering disebut dengan sarana perlindungan hukum. Sarana perlindungan hukum dibagi menjadi dua macam yang dapat dipahami, yaitu sarana Perlindungan Hukum Preventif dan sarana Perlindungan Hukum Represif.

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan hukum preventif subjek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Tujuannya adalah mencegah terjadinya sengketa.

Perlindungan hukum preventif artinya bagi tindak pemerintah yang didasarkan pada kebebasan bertindak karena dengan adanya perlindungan hukum yang preventif pemerintah terdorong untuk bersifat hati-hati dalam mengambil keputusan yang didasarkan pada diskresi. Di Indonesia belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif.¹⁹

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan hukum represif mempunyai tujuan untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh Pengadilan Umum dan pengadilan Administrasi di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum ini. Prinsip perlindungan hukum terhadap tindakan pemerintah bertumpu dan bersumber dari konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia karena menurut sejarah dari barat, lahirnya konsep-konsep tentang pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia diarahkan kepada peletakan kewajiban masyarakat dan pemerintah.

Prinsip kedua yang mendasari perlindungan hukum terhadap tindak pemerintahan adalah prinsip negara hukum. Dikaitkan dengan pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia, pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia mendapat tempat utama dan dapat dikaitkan dengan tujuan dari negara hukum.²⁰

¹⁹Wahyu Simon Tampubolon, Maret 2016, "*Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*", Jurnal Ilmiah "Advokasi", Volume 04., No. 01, <https://media.neliti.com/media/publications/323388-upaya-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-d-29f8f187.pdf>, Maret 2016. Diakses pada tanggal 13 Juni 2021 pukul 16.37 WIB

²⁰Wahyu Simon Tampubolon, Maret 2016, "*Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*", Jurnal Ilmiah "Advokasi", Volume 04., No. 01, <https://media.neliti.com/media/publications/323388-upaya-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-d-29f8f187.pdf>, Maret 2016. Diakses pada tanggal 13 Juni 2021 pukul 16.45 WIB

B. Tinjauan Umum Mengenai Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.²¹ Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa, Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan bagi konsumen.”

Karena itu, berbicara tentang perlindungan konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen.²² Dan dengan adanya hukum yang mengatur tentang perlindungan hukum terhadap konsumen seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta peraturan-peraturan hukum lainnya dapat membuat hak dan posisi konsumen seimbang dengan pelaku usaha. Dengan kepastian hukum yang melindungi konsumen, maka konsumen dapat menuntut dan menggugat pelaku usaha jika ternyata hak-hak konsumen telah dirugikan. Kepastian hukum yang melindungi konsumen ada bukanlah untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi untuk dapat mendorong usaha yang sehat dalam menghadapi persaingan yang kuat yang menghasilkan produk-produk yang berkualitas.

²¹Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT CITRA ADITYA BAKTI, Bandung, 2014, hal.8

²²*Ibid*

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat-akibat dari pemakaian barang dan jasa itu. Cakupan perlindungan konsumen dalam dua aspeknya yaitu, dapat dijelaskan sebagai berikut :²³

1. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk, dan sebagainya, apakah telah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen atau tidak. Juga, persoalan tentang bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengonsumsi produk yang tidak sesuai.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan-persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purnajual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.²⁴

Berbicara tentang perlindungan konsumen dalam bisnis maka berbicara pula tentang harga. Bagi pelaku usaha (produsen) semestinya harga yang diterapkan haruslah wajar. Artinya, melalui perhitungan yang matang, benar atas seluruh biaya yang dikeluarkan dan dari seluruh keuntungan yang akan diperoleh.

²³*Ibid*

²⁴Janus Sidabalok, op.cit., hal. 8

Kedudukan sebagai satu-satunya pelaku usaha/produsen tidak dapat dijadikan sebagai alasan untuk menetapkan harga setinggi mungkin. Produk dan harga harus mempunyai nilai yang sama, sehingga pelaku usaha sama beruntung dan tidak dirugikan.²⁵

2. Asas- Asas Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait, masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah berdasarkan 5 (lima) asas, yang menurut Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini adalah :

1) Asas manfaat

Asas manfaat mengamanfkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara kesulitan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak pihak, produsen-pelaku usaha an konsumen, apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.²⁶

²⁵Muhammad Erwin Munthe, Maret 2018, “Kemaslahatan Dalam Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dan Pelaku Usaha Melalui Mekanisme Penetapan Harga Oleh Negara”, Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah, Volume 09., No. 02, <https://media.neliti.com/media/publications/323388-upaya-perlindungan-hukum-bagi-konsumen-d-29f8f187.pdf>, Maret 2016. Diakses pada tanggal 13 Juni 2021 pukul 16.45 WIB

²⁶Janus Sidabalok, op.cit., hal. 26

2) Asas keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Asas ini menghendaki bahwa melalui pengaturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan produsen-pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan kewajiban secara seimbang. Oleh karena itu, undang-undang ini mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen dan produsen-pelaku usaha.²⁷

3) Asas keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, produsen-pelaku usaha, dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, produsen-pelaku usaha, dan pemerintah diatur dan harus diwujudkan secara seimbang sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan atas kepentingannya yang lebih besar dari pada pihak lain.²⁸

4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam

²⁷*Ibid*

²⁸*Ibid*, hal. 26

penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau diunakan. Asas ini menghendaki adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselaatan jiwa dan harta bendanya. Oleh karena itu, undang-undang ini membebankan sejumlah kewajiban yang harus dipenuhi oleh produsen-pelaku usaha dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.²⁹

5) Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menajmin kepastian hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, negara bertugas menjamin terlaksananya undnag-undang ini sesuai dengan benyunyinya.³⁰

3. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan tujuan dan sekaligus usaha yang akan dicapai atau keadaan yang akan diwujudkan. Tujuan yang ingin dicapai melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini sebagaimana disebut dalam Pasal 3, yaitu :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;

²⁹*Ibid*

³⁰*Ibid*, hal. 26

- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

C. Tinjauan Umum Mengenai Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Sebagai suatu konsep, “konsumen” telah diperkenalkan beberapa puluh tahun lalu di berbagai negara dan sampai saat ini sudah puluhan negara memiliki undang-undang atau peraturan khusus yang memberikan perlindungan kepada konsumen termasuk penyediaan sarana peradilanannya. Sejalan dengan perkembangan itu, berbagai negara telah pula menetapkan hak-hak konsumen yang digunakan sebagai landasan pengaturan perlindungan kepada konsumen.³¹

³¹Celina Tri siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta, 2017, hal. 22

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu bergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harafiah pengertian arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula Kamus Besar Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.³²

Pengertian “konsumen” di Amerika Serikat dan MEE, kata “konsumen” yang berasal dari *consumer* sebenarnya berarti “pemakai”. Namun, di Amerika Serikat kata ini dapat diartikan lebih luas lagi sebagai “korban pemakai produk yang cacat”, baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan juga korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula bukan oleh korban yang bukan pemakai.³³

Dalam Pasal 1 huruf (o) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disebutkan pengertian konsumen adalah :

“Konsumen adalah setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan pihak lain.”

Az. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni :

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;

³²*Ibid*

³³*Ibid.*, hal. 23

- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial);
- c. Konsumen akhir, adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangga dan tidak diperdagangkan kembali (nonkomersial).³⁴

Pengertian konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) yakni :“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Unsur-unsur definisi konsumen :

a. Setiap Orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa.³⁵

b. Pemakai

Sesuai dengan bunyi Penjelasan Pasal 1 angka (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kata “pemakai” menekankan, konsumen adalah konsumen akhir (*ultimate consumer*). Mengartikan konsumen secara sempit, seperti hanya sebagai orang yang mempunyai hubungan kontraktual pribadi (*in privacy of contract*) dengan produsen atau penjual adalah cara pendefinisian konsumen yang paling

³⁴Celina Tri Siwi Kristiyanti, op.cit., hal. 25

³⁵Celina Tri Siwi Kristiyanti, op.cit hal. 27

sederhana. Di Amerika Serikat cara pandang seperti itu telah ditinggalkan, walaupun baru dilakukan pada awal abad ke-20. Konsumen tidak lagi diartikan sebagai pembeli dari suatu barang dan/atau jasa, tetapi termasuk bukan pemakai langsung asalkan ia memang dirugikan akibat penggunaan suatu produk.³⁶

c. Barang dan/atau Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti terminologi tersebut digunakan kata produk. Saat ini “produk” sudah berkonotasi barang atau jasa. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.³⁷

d. Yang Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran.³⁸

e. Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lain

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain. Oleh sebab itu, penguraian unsur itu tidak menambah makna apa-apa karena pada dasarnya tindakan memakai suatu barang dan/atau jasa (terlepas ditujukan untuk siapa dan makhluk hidup lain), juga tidak terlepas dari kepentingan pribadi.³⁹

³⁶*Ibid*

³⁷*Ibid*

³⁸*Ibid*

³⁹*Ibid*, hal. 30

f. Barang dan/atau Jasa itu tidak untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir.⁴⁰

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

a. Hak Konsumen

Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekadar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen.⁴¹

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu :

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*);
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).⁴²

Empat hak dasar ini diakui secara internasional. Dalam perkembangannya organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The Internasional Organization of Consumer Union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.⁴³

⁴⁰*Ibid*

⁴¹*Ibid*

⁴²*Ibid*

⁴³*Ibid*, hal. 31

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, empat hak dasar yang dikemukakan oleh John. F. Kennedy tersebut juga diakomodasikan. Hak konsumen untuk mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat, tidak dimasukkan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara khusus mengecualikan hak-hak atas kekayaan intelektual (HAKI) dan di bidang pengelolaan lingkungan.⁴⁴

Langkah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen harus diawali dengan upaya untuk memahami hak-hak pokok konsumen, yang dapat dijadikan sebagai landasan perjuangan untuk mewujudkan hak-hak tersebut.⁴⁵ Hak Konsumen sebagaimana terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatandalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

⁴⁴*Ibid*

⁴⁵*Ibid*

- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

b. Kewajiban Konsumen

Adapun mengenai kewajiban konsumen dijelaskan dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, adalah :

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

D. Tinjauan Umum Mengenai Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha atau produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer profesional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen.⁴⁶

Dengan demikian, produsen atau pelaku usaha tidak hanya diartikan sebagai pelaku usaha pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan perkataan lain, dalam konteks perlindungan konsumen, produsen diartikan secara luas.⁴⁷

Dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa :

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan 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.”

Dalam pengertian ini, termasuklah perusahaan; (korporasi) dalam segala bentuk dan bidang usahanya, seperti BUMN, koperasi, dan perusahaan swasta, baik berupa pabrikan, importir, pedagang eceran, distributor; dan lain-lain. Sebagai

⁴⁶Janus Sidabalok, op.cit., hal. 13

⁴⁷*Ibid*

penyelenggara kegiatan usaha pelaku usaha adalah pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat-akibat negatif berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga, yaitu konsumen, sama seperti seorang produsen.⁴⁸

Dalam Pasal 1 huruf (e) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disebutkan bahwa:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.”

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam kegiatan menjalankan usaha, undang-undang memberikan sejumlah hak dan membebaskan sejumlah kewajiban dan larangan kepada produsen-pelaku usaha. Pengaturan tentang hak, kewajiban, dan larangan itu dimaksudkan untuk menciptakan hubungan yang sehat antara produsen-pelaku usaha dan konsumennya, sekaligus menciptakan iklim berusaha yang kondusif bagi perkembangan usaha dan perekonomian nasional pada umumnya. Di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen digunakan istilah pelaku usaha bagi pihak-pihak yang menghasilkan dan

⁴⁸*Ibid*

memperdagangkan produk, yaitu mereka yang terlibat di dalam penyediaan produk hingga sampai ke tangan konsumen.⁴⁹

a. Hak Pelaku Usaha

Yang menjadi hak-hak dari produsen-pelaku usaha itu menurut Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut :

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundangan-undangan lainnya.

Tampaknya bahwa pokok-pokok hak dari produsen-pelaku usaha adalah :

a. Menerima pembayaran

Hak menerima pembayaran berarti produsen-pelaku usaha berhak menerima sejumlah uang sebagai pembayaran atas produk yang dihasilkan dan diserahkan kepada pembeli.

⁴⁹*Ibid*, hal. 71

b. Mendapat perlindungan hukum

Hak mendapat perlindungan hukum berarti produsen-pelaku usaha berhak memperoleh perlindungan hukum jika ada tindakan pihak lain, yaitu konsumen, yang dengan iktikad tidak baik menimbulkan kerugian baginya.

c. Membela diri

Hak membela diri berarti produsen-pelaku usaha berhak membela diri dan membela hak-haknya dalam proses hukum apabila ada pihak lain yang mempersalahkan atau merugikan haknya.

d. Rehabilitasi

Hak rehabilitasi, artinya produsen-pelaku usaha berhak memperoleh rehabilitasi atas nama baiknya (dipulihkan nama baiknya) sebagai produsen-pelaku usaha jikakarena suatu tuntutan akhirnya terbukti bahwa produsen-pelaku usaha ternyata bertindak benar menurut hukum.⁵⁰

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban produsen-pelaku usaha menurut Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah :

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

⁵⁰*Ibid*, hal. 72

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

Dengan demikian, pokok-pokok kewajiban produsen-pelaku usaha adalah :⁵¹

a. Beritikad baik

Kewajiban beritikad baik berarti produsen-pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya wajib melakukannya dengan itikad baik, yaitu secara berhati-hati, mematuhi dengan aturan-aturan, serta dengan penuh tanggung jawab.

b. Memberi informasi

Kewajiban memberi informasi berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi informasi kepada masyarakat konsumen atas produk dan segala hal sesuai mengenai produk yang dibutuhkan konsumen. Informasi itu adalah informasi yang benar, jelas, dan jujur.

⁵¹*Ibid*, hal. 73-74

c. Melayani dengan cara yang sama

Kewajiban melayani berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi pelayanan kepada konsumen secara benar dan jujur serta tidak membeda-bedakan cara ataupun kualitas pelayanan secara diskriminatif.

d. Memberi jaminan;

e. Memberi kesempatan mencoba

Kewajiban memberi kesempatan berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba produk tertentu sebelum konsumen memutuskan membeli atau tidak membeli, dengan maksud agar konsumen memperoleh keyakinan akan kesesuaian produk dengan kebutuhannya.

f. Memberi kompensasi

Kewajiban memberi kompensasi berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian kerugian akibat tidak atau kurang bergunanya produk untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan fungsinya dan karena tidak sesuainya produk yang diterima dengan yang diperjanjikan.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tampak bahwa beritikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai

pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.⁵²

Tentang kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi disamping merupakan hak konsumen, juga karena ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen.⁵³

3. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan perekonomian nasional secara keseluruhan. Karena itu, kepada produsen-pelaku usaha dibebankan tanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma-norma hukum, kepatutan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku di kalangan dunia usaha.⁵⁴

Persoalan mengenai tanggung jawab pelaku usaha merupakan persoalan yang berkaitan langsung dengan hukum perlindungan konsumen. Dalam lalu lintas perdagangan barang dan/atau jasa, tujuan utama dari pelaku usaha adalah

⁵²Celina Tri Siwi Kristiyanti, *op.cit.*, hal. 44

⁵³*Ibid.*

⁵⁴Janus Sidabalok, *op.cit.*, hal. 80

mendapatkan keuntungan (yang berlaku sebagai hak). Pemenuhan hak pelaku usaha yang berbentuk keuntungan/laba (*profit*) diwujudkan dalam kewajiban konsumen untuk membayar sejumlah harga tertentu kepada pelaku usaha. Sejalan dengan itu, konsumen memiliki hak untuk memperoleh kenikmatan atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Bentuk kenikmatan atas konsumsi barang dan/atau jasa oleh konsumen antara lain rasa aman dan rasa selamat.⁵⁵

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tidak lain dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Jaminan atas keamanan dan keselamatan ini merupakan hak konsumen, jaminan tersebut diberikan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dengan cara merumuskan sejumlah pasal yang berisi tentang tanggung jawab pelaku usaha apabila dikemudian hari terbukti bahwa hak konsumen atas keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa tidak terpenuhi.⁵⁶

Secara umum, tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai pertanggungjawaban produsen, yang disebut dengan pelaku usaha, pada Bab VI dengan judul Tanggung Jawab Pelaku Usaha, Pasal 19 ayat (1) dan Pasal 24. Ketentuan pasal-pasal tersebut adalah sebagai berikut :

⁵⁵Andika Wijaya, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta Timur, 2016, hal. 113

⁵⁶*Ibid*

a. Tanggung jawab pelaku usaha pada umumnya

Pasal 19 menentukan :

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

b. Tanggung jawab pedagang perantara

Pasal 24 ayat (1) menentukan :

“Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila :

- a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut;
- b. Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.”

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi :

- 1) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- 2) Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran; dan
- 3) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti

bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen.⁵⁷

4. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Untuk melindungi pihak konsumen dari ketidakadilan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah menentukan larangan-larangan kepada pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Larangan-larangan tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen :

Pasal 8 menentukan :

- 1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

⁵⁷Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004, hal. 126

- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
 - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- 2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- 3) pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

- 4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pada intinya substansi pasal ini tertuju pada dua hal, yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud. Larangan-larangan yang dimaksudkan ini, hakikatnya menurut Nurmadjito yaitu untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar dimasyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal-usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.⁵⁸

E. Tinjauan Umum Mengenai Penetapan Harga

1. Pengertian Penetapan Harga

Menurut Fandy Tjiptono dkk, pengertian penetapan harga adalah pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap tingkat harga para pesaing. Umumnya konsumen dalam melakukan pembelian, faktor harga merupakan faktor yang lebih dulu diperhatikan, kemudian disesuaikan dengan kemampuannya sendiri. Jika harga yang ditawarkan cukup menarik dan sesuai dengan kemampuan membeli konsumen, maka kemungkinan konsumen akan memutuskan pembelian sangat besar.⁵⁹

⁵⁸*Ibid*, hal. 65

⁵⁹Rosa Lemana, Oktober 2017, “*Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*”, Jurnal Pemasaran Kompetitif, Volume 1., No. 1, <https://core.ac.uk/reader/337610370>, Oktober 2017. Diakses pada tanggal 13 Juni 2021 Pukul 17.30 WIB

Pada literatur ilmu ekonomi, perilaku penetapan harga (*price fixing*) antara pelaku usaha yang sedang bersaing di pasar merupakan salah satu dari bentuk kolusi. Kolusi merujuk pada situasi di mana perusahaan-perusahaan yang ada di pasar melakukan koordinasi atas tindakan-tindakan mereka yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Koordinasi di dalam kolusi tersebut digunakan untuk menyepakati beberapa hal, di antaranya :

- 1) Kesepakatan penetapan harga tertentu yang lebih tinggi dari harga yang diperoleh melalui mekanisme persaingan.
- 2) Kesepakatan penetapan kuantitas tertentu yang lebih rendah dari kuantitas dalam situasi persaingan.
- 3) Kesepakatan pembagian pasar.⁶⁰

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama. Perjanjian penetapan harga ini dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli, karena penetapan harga secara bersama-sama ini akan menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari adanya penawaran dan permintaan, sebab perjanjian seperti itu akan meniadakan pesaing usaha di antara pelaku usaha yang mengadakan perjanjian tersebut.⁶¹

⁶⁰Susanti Adi Nugroho, *op.cit.*, hal. 136

⁶¹*Ibid*

Penetapan harga secara horizontal adalah penetapan harga yang dilakukan pelaku usaha yang memproduksi atau menjual produk atau jasa yang sama baik dalam menaikkan harga, mengatur, mematok harga dari barang-barang atau jasa. Dalam Pasal 6 disebutkan “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang atau jasa yang sama.” Pasal tersebut secara tegas dan jelas menyatakan larangan melakukan penetapan harga-harga horizontal tanpa melihat efek negatif dari perjanjian tersebut terhadap persaingan, apakah harga yang ditetapkan itu tinggi atau rendah tidak menjadi persoalan.⁶²

2. Pengaturan Penetapan Harga

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli mengatur batas-batas para pelaku usaha dalam bertindak. Salah satunya adalah dilarangnya perjanjian-perjanjian yang dianggap dapat menimbulkan persaingan tidak sehat antar pelaku usaha dan yang dapat merugikan konsumen. Perjanjian penetapan harga horizontal (*price fixing*) diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat melarang pelaku usaha untuk mengadakan perjanjian dengan pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar konsumen atau pelanggannya.

Dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa :

⁶²Mustafa Kamal Rokan, Op.cit., hal. 75

- 1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaing untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama.
- 2) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi :
 - a) Suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan; atau
 - b) Suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku

Berdasarkan ketentuan Pasal 5 ayat (1) ini, pelaku usaha dilarang mengadakan perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya guna menetapkan suatu barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan pada pasar yang bersangkutan, sebab perjanjian seperti itu akan meniadakan pesaingnya guna menetapkan suatu harga tertentu atas suatu barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan pada pasar yang bersangkutan, sebab perjanjian seperti itu akan meniadakan persaingan usaha di antara pelaku usaha yang mengadakan perjanjian tersebut.⁶³

Untuk perjanjian tertentu seperti yang disebut dalam Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, tidak ada larangan *price fixing*, sepanjang hal tersebut tidak menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dengan pesaing-pesaing bisnisnya.⁶⁴

3. Jenis Tindakan Yang Disebut Sebagai Penetapan Harga

Perjanjian penetapan harga dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli yang terbagi atas perjanjian penetapan harga (*Price Fixing Agreement*) diatur dalam Pasal 5, diskriminasi harga (*Price*

⁶³Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004, hal. 44

⁶⁴Rachmadi Usman, *op.cit.*, hal. 44

Discrimination) diatur dalam Pasal 6, perjanjian jual rugi (*predatory Pricing*) diatur dalam Pasal 7, dan pengaturan harga jual kembali (*Resale Price Maintenance*) diatur dalam Pasal 8.⁶⁵ Berikut adalah penjelasan keempat jenis perjanjian harga tersebut :

a. Perjanjian Penetapan Harga Antar Pelaku Usaha(Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli)

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli melarang perjanjian antar produsen atau pelaku usaha dimana produsen/pelaku usaha menetapkan harga yang harus dibayar pembeli untuk barang dan/atau jasa yang diperdagangkan di pasar bersangkutan yang sama dari segi faktual dan geografis. Perjanjian harga akan menjadikan harga menjadi tinggi.⁶⁶

Karenanya, penetapan harga merupakan tindakan yang mencederai persaingan. Tindakan tersebut akan merugikan konsumen dengan bentuk harga yang lebih tinggi dan jumlah barang yang lebih sedikit tersedia. Larangan melakukan perjanjian penetapan harga karena menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari penawaran dan permintaan (*supply and demand*).⁶⁷

Pasal 5 Ayat 1 berbunyi : “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan.” Pihak yang melakukan perjanjian harus saling bersaing, berarti pelaku usaha

⁶⁵*Ibid.*, hal. 96

⁶⁶*Ibid*

⁶⁷*Ibid*

tersebut berada pada pasar bersangkutan faktual yang sama baik secara vertikal maupun horizontal. Perjanjian dapat dilakukan dengan tertulis maupun lisan.⁶⁸

Perjanjian penentuan harga, baik yang bersifat terbuka maupun yang disamarkan, pada dasarnya merupakan tindakan yang mencederai asas persaingan. Tindakan tersebut akan merugikan konsumen dengan bentuk harga yang lebih tinggi dan jumlah barang yang lebih sedikit tersedia.⁶⁹

Harga adalah pembayaran untuk barang dan jasa yang tidak hanya meliputi biaya pokok, tetapi juga mencakup biaya tambahan seperti diskon atau penundaan pembayaran. Hal ini menegaskan bahwa setiap penjual “bebas” menetapkan sendiri harga penjualannya.⁷⁰

Menurut Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 (penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli, secara umum bentuk-bentuk penetapan harga yang termasuk ke dalam aturan pelarangan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli adalah sebagai berikut :

- 1) Kesepakatan menaikkan atau menurunkan harga.
- 2) Kesepakatan memakai suatu formula standart sebagai dasar perhitungan harga.
- 3) Kesepakatan memelihara suatu perbandingan tetap antara harga yang dipersaingkan dengan suatu perbandingan tetap antara harga yang dipersaingkan dengan suatu produk tertentu.
- 4) Kesepakatan meniadakan diskon atau membuat keseragaman diskon.
- 5) Kesepakatan persyaratan pemberian kredit kepada konsumen.

⁶⁸*Ibid.*, hal. 97

⁶⁹Susanti Adi Nugroho, *op.cit.*, hal. 145

⁷⁰Mustafa Kamal Rokan, *op.cit.*, hal. 97

- 6) Kesepakatan meniadakan produk yang ditawarkan dengan harga murah di pasar, sehingga membatasi pasokan dan memelihara harga tinggi.
- 7) Persetujuan kepatuhan pada harga yang diumumkan.
- 8) Kesepakatan tidak menjual bila harga yang disetujui tidak dipenuhi.
- 9) Kesepakatan menggunakan harga yang seragam sebagai langkah awal untuk negoisasi.

b. Penetapan Harga Yang Berbeda Terhadap Barang Dan/Atau Jasa Yang Sama (*Price Discrimination*) (Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli)

Penetapan harga merupakan salah satu bentuk kegiatan yang banyak dilaporkan dan diputus KPPU. Ketentuan ini diatur dalam Pasal 5 sampai Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Namun, perkara yang banyak ditangani KPPU adalah perkara penetapan harga yang terkait dengan pelanggaran pasal 6. Perjanjian yang berisikan penetapan harga yang berbeda (*price discrimination*) terhadap barang dan/atau jasa yang sama dilarang oleh Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dalam hal ini yang dilarang adalah membuat perjanjian yang memberlakukan diskriminasi terhadap kedudukan konsumen yang satu dengan konsumen lainnya, dengan jalan memberikan harga yang berbeda-beda terhadap barang atau jasa yang sama.⁷¹

Adapun menurut Kamus Lengkap Ekonomi yang disusun Christopher Pass dan Bryan Lowes, yang dimaksud dengan *price discrimination* adalah kemampuan seorang pemasok untuk menjual produk yang sama pada sejumlah

⁷¹Susanti Adi Nugroho, op.cit., hal. 145

pasar yang terpisah dengan harga-harga yang berbeda. Dasar diskriminasi harga yang banyak diterapkan oleh pelaku usaha adalah dengan cara melihat kepada siapa konsumennya (elastisitas permintaannya).⁷²

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama.” Berdasarkan ketentuan Pasal 6 tersebut, diskriminasi harga dilarang apabila pelaku usaha membuat suatu perjanjian dengan pelaku usaha lain yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar harga yang tidak sama atau berbeda dengan harga yang harus dibayar pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama, karena hal ini dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat di kalangan pelaku usaha atau dapat merusak persaingan usaha.⁷³

Hal yang dilarang pada Pasal ini adalah membuat perjanjian yang memberlakukan diskriminasi terhadap kedudukan konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya, dengan cara memberikan harga yang berbeda-beda terhadap barang atau jasa yang sama. Namun demikian, dapat saja terjadi harga yang berbeda antara konsumen satu dengan yang lain disebabkan perbedaan biaya seperti promosi dan lain-lain.⁷⁴

⁷²*Ibid*, hal. 146

⁷³*Ibid*

⁷⁴Mustafa Kamal Rokan, op.cit., hal. 104

c. Penetapan Harga Di Bawah Harga Pasar (*Predatory Pricing*) (Pasal 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli)

Penetapan harga di bawah harga pasar atau kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan/atau jasa dengan cara jual rugi yang bertujuan untuk mematikan pesaingnya. Berdasarkan sudut pandang ekonomi *predatory pricing* ini dapat dilakukan dengan menetapkan harga yang tidak wajar. Di mana harga lebih rendah dari pada biaya variabel rata-rata.⁷⁵

Mengenai perjanjian yang menetapkan harga di bawah harga pasar (*predatory pricing*) diatur dalam pasal 7 dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli, yaitu :

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat.”

d. Perjanjian Penetapan Harga Jual Kembali (*Resale Price Maintenance*) (Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli)

Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain, yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan/atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan/atau jasa yang telah diterimananya dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah dijanjikan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

⁷⁵Susanti Adi Nugroho, op.cit., hal. 152

Pasal ini dirumuskan secara rule of reason, sehingga dapat diartikan pelaku usaha diperbolehkan membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima produk tidak akan menjual atau memasok kembali produk yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah dari pada harga yang telah diperjanjikan asalkan tidak mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.⁷⁶

⁷⁶*Ibid*, hal. 158

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian hukum ini, perlu ditegaskan mengenai batasan atau ruang lingkup penelitian. Ruang lingkup penelitian ini bertujuan untuk membatasi sejauh mana masalah yang akan dibahas, agar penelitian ini lebih terarah pada sasaran dan tidak mengambang dari permasalahan yang diangkat dalam penulisan ini.

Adapun ruang lingkup yang akan dibahas adalah bagaimanakah tindakan penetapan harga ikan teri yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen (studi kasus pada pasar sambu) dan bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penetapan harga ikan teri.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian hukum ini termasuk penelitian yuridis normatif yaitu yang dilakukan dengan cara meneliti isu-isu hukum dan meninjau fungsi dari suatu hukum atau aturannya dalam penerapannya di ruang lingkup masyarakat. Dalam penelitian yuridis normatif, hal yang diteliti terutama adalah data primer dan didukung dengan data sekunder yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti meliputi ketentuan perundang-undangan dan literatur-literatur yang berhubungan dengan pokok pembahasan.

C. Metode Pendekatan Masalah

Sesuai dengan jenis penelitian yang bersifat yuridis normatif maka pendekatan yang digunakan di dalam penelitian hukum ini, sebagai berikut :

1. Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*)

Yaitu dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan bagi paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.⁷⁷

2. Pendekatan Historis (*Historical Approach*)

Yaitu dilakukan dengan menelaah latar belakang apa yang dipelajari dan perkembangan pengaturan mengenai isu yang dihadapi. Telaah demikian diperlukan oleh peneliti manakala peneliti memang ingin mengungkap filosofis dan pola pikir yang melahirkan sesuatu yang sedang dipelajari.⁷⁸

Pendekatan historis ini dilakukan dalam kerangka pelacakan sejarah lembaga hukum dari waktu ke waktu. Pendekatan ini sangat membantu peneliti untuk memahami filosofi dari aturan hukum dari waktu ke waktu. Di samping itu, melalui pendekatan demikian peneliti juga dapat memahami perubahan-perubahan dan perkembangan filosofi yang melandasi aturan hukum tersebut.⁷⁹

D. Sumber Bahan Hukum

Sumber hukum yang digunakan adalah bahan hukum primer dan didukung bahan hukum sekunder yaitu dengan melakukan penelitian lapangan dan pustaka kemudian mengkaji bahan-bahan hukum yang telah di peroleh. Bahan hukum

⁷⁷Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kenca , Jakarta, 2005, hal. 133

⁷⁸*Ibid*, hal. 134

⁷⁹*Ibid*, hal. 166

tersebut meliputi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yakni sebagai berikut :

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.⁸⁰ Adapun yang menjadi sumber bahan hukum primer yang akan dipergunakan dalam mengkaji setiap permasalahan dalam penulisan penelitian ini, yaitu :

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- b. Undang-Undang Nomor Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- c. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 (Penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monpoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- d. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang memberi penjelasan mengenai bahan hukum primer dan dapat membantu dalam proses penelitian.

⁸⁰*Ibid*, hal. 181

Adapun bahan-bahan sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.⁸¹ Kegunaan bahan hukum sekunder adalah memberikan kepada peneliti semacam “petunjuk” ke arah mana peneliti melangkah.⁸²

3. Bahan Tersier

Bahan hukum tersier yaitu berupa dokumen yang berisi konsep-konsep keterangan yang merupakan petunjuk atau penjelasan bermakna yang mendukung bahan hukum primer dan sekunder, Karya Ilmiah, Literatur-literatur, Wawancara, dan sebagainya. Wawancara memang bukan merupakan bahan hukum, tetapi dapat dimasukkan sebagai bahan nonhukum dan ada baiknya bila peneliti menyusun beberapa pertanyaan atau mengemukakan isu hukum secara tertulis sehingga yang di wawancarai dapat memberikan pendapatnya secara tertulis. Dalam penulisan ini terdiri dari hasil wawancara yang penulis tinjau dari pelaku usaha ikan teri Rudi, Along, Johan, Agus, Asiong pada pasar sambu.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian yuridis normatif dan *field research* atau penelitian lapangan. Yuridis normatif yaitu prosedur yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data-data primer terlebih dahulu yang

⁸¹*Ibid*

⁸²*Ibid*, hal. 196

digunakan adalah peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang Nomor Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan didukung data-data sekunder yang berupa publikasi tentang hukum, berbagai literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti serta mengutip beberapa pendapat sarjana kemudian menyusunnya secara sistematis untuk menjawab permasalahan pada perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penetapan harga ikan teri pada pasar sambu. Sementara *field research* atau penelitian lapangan yang biasanya terdiri dari :

1. Observasi

Metode pengumpulan data dengan pencarian dan pengamatan langsung terhadap tempat yang dijadikan obyek penelitian, yaitu Pasar Sambu Medan.

2. Wawancara

Wawancara memang bukan merupakan bahan hukum, akan tetapi dapat dimasukkan sebagai bahan non-hukum dan ada baiknya kalau peneliti menyusun beberapa pertanyaan atau mengemukakan isu hukum secara tertulis sehingga yang di wawancarai dapat memberikan pendapatnya secara tertulis.⁸³ Dalam penulisan ini terdiri dari hasil wawancara dengan pelaku usaha ikan teri pada pasar sambu yaitu, Rudi, Along, Johan, Agus, dan Asiong.

⁸³*Ibid*, hal. 206

F. Analisis Data

Analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis data secara kualitatif. Penggunaan metode analisis kualitatif dalam penelitian adalah pengolahan bahan hukum yang diperoleh baik dari penelitian pustaka yang dengan cara mengumpulkan buku-buku yang terkait dengan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap penetapan harga ikan teri pada pasar sambu dan menelaah hasil wawancara terhadap pelaku usaha dan konsumen ikan teri pada pasar sambu. Bahan hukum sekunder yang di dapat dari perpustakaan yang berupa buku-buku teks dipilih dan disusun secara sistematis, sehingga dapat dijadikan acuan dalam pengerjaan penelitian ini. Dalam menganalisis permasalahan dalam penelitian ini juga menggunakan Undang-Undang sebagai acuan yang akan digunakan sebagai pelengkap buku-buku teks dalam mengerjakan penelitian ini.

