

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA TENTANG KEPASTIAN HUKUM, PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HARGA

A. Negara Hukum

1. Pengertian Negara Hukum

Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengatur bahwa “Negara Indonesia adalah negara hukum”. Pasal ini berimplikasi bahwa segala aspek penyelenggara negara harus berdasarkan hukum (*Rechtstaat*), bukan berdasarkan kekuasaan (*Machtstaat*). Istilah lain dari *Rechtstaat* yang digunakan adalah *The Rule of Law*, yang juga digunakan untuk maksud “negara hukum.” Negara hukum artinya bahwa segala hal yang dilakukan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara harus sesuai dengan kaidah hukum yang berlaku di Indonesia.

Gagasan negara hukum selain yang terkait dengan konsep *Rechtsaat* dan *the Rule of Law*, juga berkaitan dengan konsep *Nomocracy* yang berasal dari perkataan *Nomos* dan *Cratos*, perkataan Nomokrasi itu dapat dibandingkan dengan *demos* dan *cratos* atau *kratein* dalam demokrasi. *Nomos* adalah norma sedangkan *Cratos* adalah kekuasaan. Yang menjadi faktor penentu dalam penyelenggaraan kekuasaan adalah norma atau hukum. Karena itu,

istilah Nomokrasi berkaitan erat dengan ide kadaulatan hukum atau prinsip hukum sebagai kekuasaan tertinggi (Anshar, 2019, hal. 238).

Wirjono Projadikoro mengartikan negara hukum sebagai suatu negara yang di wilayahnya : (1) semua alat-alat pelengkapan dari negara, khususnya dari pemerintahan dalam tindakannya terhadap warga negara maupun dalam saling berhubungan masing-masing tidak boleh sewenang-wenang, melainkan harus memperhatikan peraturan-peraturan hukum yang berlaku, (2) semua orang dalam hubungan kemasyarakatan harus tunduk pada peraturan-peraturan yang berlaku (Hakim, 2011, hal. 9). Adapun tujuan dari negara hukum menurut Emanuel Kant adalah menegakkan hak-hak dan kebebasan-kebebasan warganya.

Selanjutnya konsep mengenai negara hukum juga dikemukakan oleh ahli hukum lainnya, yaitu R. Kranenburg. Menurut beliau negara harus berlandaskan hukum agar dapat berfungsi selain menjaga ketertiban dan keadilan, juga dapat berfungsi untuk mewujudkan kesejahteraan bagi warga negaranya. Konsep negara hukum dari R. Kranenburg ini oleh para ahli hukum disebut sebagai konsep *negara kesejahteraan (Welfare State)* atau *negara hukum dalam arti luas*. Konsep ini sekarang dianut oleh banyak negara di dunia.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa negara hukum itu adalah negara yang

penyelenggaraannya berlandaskan pada hukum (bukan pada kekuasaan), yang memiliki fungsi menjaga ketertiban dan keadilan, juga mewujudkan kesejahteraan warga negara.

2. Prinsip Negara Hukum

Menurut Zul Afdi Ardian dan Achmad Roestandi dalam suatu negara hukum terdapat beberapa prinsip hukum, yaitu (Ardian & Roestandi, 1996, hal. 69-70) :

- a. Semua orang mempunyai kedudukan yang sama di hadapan hukum. Prinsip ini mengandung makna bahwa hukum tidak membedakan latar belakang, status social maupun kekayaan seseorang, semuanya akan mendapat perlakuan yang sama oleh hukum.
- b. Badan peradilan harus bebas dan merdeka dari pengaruh kekuasaan lain. Untuk menegakkan keadilan dalam suatu negara maka hakim dalam mengambil keputusannya harus berdasarkan dengan hukum yang berlaku, bukan karena adanya pengaruh dari kekuasaan lain.
- c. Negara/pemerintah berlandaskan hukum. Hal ini bertujuan untuk membatasi kekuasaan negara yang sangat luas, maka perlu dibentuk Konstitusi (Undang-Undang Dasar) sebagai landasan dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Untuk melaksanakannya, kemudian dikeluarkanlah peraturan

perundang-undangan yang lain sebagai peraturan pelaksanaannya.

- d. Adanya pemilihan umum. Pelaksanaan pemilihan umum sangat diperlukan untuk negara hukum, karena rakyat dapat turut serta dalam penyelenggaraan pemerintahan. Dengan dipilihnya wakil-wakil rakyat, maka mereka dapat mengawasi jalannya roda pemerintahan, dan membatasi kekuasaan pemerintah.
- e. Mengutamakan kepentingan umum. Dalam negara hukum kepentingan umum mendapatkan prioritas utama dalam penyelenggaraan pemerintahan. Oleh karena itu dalam menetapkan kebijakan pemerintah harus melihat kepentingan umum.

B. Teori Kepastian Hukum

1. Pengertian Teori Kepastian Hukum

Secara normatif, kepastian hukum dapat diartikan sebagai sebuah peraturan perundang-undangan yang dibuat serta diundangkan dengan pasti (Asikin, 2014, hal. 46-47). Hal tersebut disebabkan kepastian hukum dapat mengatur dengan jelas sehingga tidak akan menimbulkan keraguan apabila ada multitafsir. Sehingga tidak akan berbenturan yang menimbulkan konflik dalam norma dalam masyarakat. Kepastian hukum juga dapat disimpulkan sebagai kepastian aturan hukum serta bukan kepastian Tindakan terhadap Tindakan yang sesuai dengan aturan hukum.

Pendapat Gustav Radburch yang disitir oleh Sudikno Mertokusumo mengenai kepastian hukum tersebut didasarkan pada pandangannya mengenai kepastian hukum. Gustav Radburch mengemukakan bahwa, “kepastian hukum adalah salah satu produk dari hukum atau lebih khususnya lagi merupakan produk dari perundang-undangan”. Sudikno Mertokusumo juga mengungkapkan bahwa “kepastian hukum adalah sebuah jaminan agar hukum dapat berjalan dengan semestinya, artinya dengan kepastian hukum, individu memiliki hak adalah yang telah mendapatkan putusan dari keputusan hukum itu sendiri” (Mertokusumo et al., 2021).

Menurut Maria S. W. Sumardjono, kepastian hukum memiliki dua aspek utama: (1) Secara normatif, dibutuhkan adanya rangkaian peraturan perundang-undangan yang tidak hanya jelas, tetapi juga mampu dijalankan secara nyata di lapangan; (2) Secara empiris, peraturan tersebut harus diterapkan secara konsisten dan konsekuen oleh para pelaku hukum sebagai penerapan atas sumber daya manusia pendukungnya (Manan & Magnar, 2017, hal. 12).

2. Tujuan Teori Kepastian Hukum

Teori kepastian hukum merupakan salah satu tujuan hukum dan dapat dikatakan bahwa kepastian hukum merupakan bagian dari upaya untuk dapat mewujudkan keadilan. Bentuk nyata kepastian hukum yaitu pelaksanaan maupun penegakan hukum terhadap suatu tindakan yang tidak memandang siapa individu yang melakukannya.

Melalui kepastian hukum, setiap orang mampu memperkirakan apa yang akan dialami apabila ia melakukan suatu tindakan hukum tertentu.

Dengan kepastian hukum, dapat menjamin perilaku seseorang sesuai dengan ketentuan dalam hukum yang berlaku dan begitu pula sebaliknya. Tanpa adanya kepastian hukum, maka masyarakat tidak dapat memiliki batasan dalam bertindak.

C. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang menyatakan bahwa, perlindungan berasal dari kata “lindung” yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan, dan membentengi. Pada sisi lainnya, perlindungan juga dapat diartikan sebagai konservasi, pemeliharaan, penjagaan, asylum, dan bunker (Dr. Maryanto, S.H., M.H., 2019, hal. 3).

Perlindungan sangatlah dibutuhkan oleh individu sebagai subjek hukum karena dalam interaksi antar individu akan selalu menimbulkan hak dan kewajiban. Setiap individu juga memiliki kepentingan yang berbeda-beda, baik yang berhubungan maupun berlawanan. Pada dasarnya, sifat dari perlindungan adalah mengatur dan melindungi kepentingan-kepentingan tersebut dan hal ini disebut juga dengan “perlindungan hukum”.

perlindungan hukum adalah suatu perlindungan yang diberikan terhadap subjek hukum dalam bentuk perangkat hukum, baik yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif, baik yang tertulis maupun tidak tertulis. Dengan kata lain, perlindungan hukum sebagai suatu gambaran dari fungsi hukum, yaitu konsep dimana hukum dapat memberikan suatu keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan dan kedamaian.

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang dipakai untuk memberikan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam kegiatan pemenuhan kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Karena posisi konsumen yang lemah dimata pelaku usaha menjadikan alasan harus adanya hukum yang dibuat secara khusus untuk melindungi konsumen. Salah satu sifat, sekaligus tujuan hukum itu adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat (Shidarta, 2006, hal. 1). Perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat penting dalam sebuah pelayanan, dan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan tersebut akan menjadi hal yang paling utama. Kepercayaan yang timbul ini diharapkan akan meminimalisir terjadinya hal yang dapat merugikan konsumen maupun pelaku usaha dikemudian hari.

Hadirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi sejarah awal perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Undang-undang tersebut

bukanlah yang pertama dan terakhir, karena sebelumnya telah ada beberapa peraturan perundang-undangan yang membahas tentang konsumen didalamnya. Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai kebijakan perlindungan konsumen, baik secara materiil maupun secara formil mengenai penyelesaian sengketa konsumen (Barkatulah, 2008, hal. 20).

Dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Rumus pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut cukup memadai. Kalimat “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan dapat menjadi benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha, begitu pula sebaliknya untuk menjamin kepastian hukum bagi konsumen.

Maksud dari “kepastian hukum” dalam pasal tersebut diatas juga untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggungjawab (Sutedi, 2008, hal. 8). Dalam suatu transaksi konsumen berada di posisi paling lemah jika

dibandingkan dengan pelaku usaha, sehingga konsumen sering mengalami kerugian. Maka dari itu, adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen akan menjamin kepastian hukum dengan memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen di Indonesia.

Az. Nasution berpendapat bahwa, hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur hubungan dan masalah yang terjadi antara para pihak, berkaitan dengan barang atau jasa konsumen (Shidarta, 2006, hal. 3). Hukum perlindungan konsumen memiliki unsur-unsur yang terbentuk dari pola hubungan perlindungan konsumen, unsur yang dimaksud adalah konsumen, pelaku usaha, dan barang dan/atau jasa.

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut. Cakupan tersebut memiliki dua aspek yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Sidabalok, 2014, hal. 8) :

- 1) Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan perundang-undangan. Hal ini berkaitan dengan persoalan mengenai penggunaan bahan

baku, proses produksi, proses distribusim, desain produk dan sebagainya, apakah sesuai dengan standar 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. Hal ini berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya, seperti persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan penjual, dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, pengertian dari perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa, hingga ke akibat dari pemakaian barang dan jasa tersebut.

Perlindungan Konsusmen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan/atau jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk bisa mendapatkan barang dan/atau jasa sampai adanya akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Cakupan tersebut dibedakan dalam dua aspek, yaitu :

1. Perlindungan konsumen terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Terdapat beberapa asas-asas dalam perlindungan konsumen yang dimaksud dengan asas-asas hukum ialah prinsip-prinsip yang dianggap dasar atau fundament hukum. Asas-asas dapat disebut juga dengan pengertian dan nilai nilai yang menjadi titik tolak berpikir tentang hukum. Asas-asas juga merupakan titik tolak juga bagi pembentukan undang-undang (Huijbers, 2007, hal. 81). Pada hakikatnya segala peraturan perundang-undangan yang ada didasari oleh sejumlah asas serta prinsip-prinsip hukum.

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa : “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.” Berdasarkan isi pasal tersebut, dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen terdapat asas-asas yang akan dijelaskan secara rinci, sebagai berikut (Dewi, 2015, hal. 11):

- 1) Asas manfaat adalah asas yang memandatkan bahwa segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen, harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan, sehingga tidak akan ada pihak yang merasa adanya diskriminasi;
- 2) Asas keadilan adalah asas yang bertujuan agar diantara konsumen dan produsen dapat berlaku adil melalui perolehan hak maupun pelaksanaan kewajibannya, oleh karena itulah UUPK mengatur secara jelas mengenai hak dan kewajiban yang dimiliki oleh konsumen maupun pelaku usaha;
- 3) Asas keseimbangan adalah asas yang menghendaki keseimbangan terhadap perolehan manfaat dari pengaturan perlindungan konsumen antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah;
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen adalah asas yang memberikan jaminan atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Asas kepastian hukum adalah asas yang memiliki tujuan baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi

konsumen, dimana negara dalam hal ini turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.

Terdapat pula tujuan dari perlindungan hukum bagi konsumen yang telah diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi 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 bertanggungjawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Tujuan dari penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, serta tidak langsung mendorong pelaku usaha di dalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan penuh rasa tanggungjawab (Barkatulah, 2010, hal. 27).

Berdasarkan 5 lima asas dan 6 tujuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen bertujuan untuk melindungi konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhan sebagai konsumen dan sebagai pengingat terhadap pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Upaya untuk melindungi konsumen sangatlah penting karena prinsip pelaku usaha adalah melakukan usaha yang seminimal mungkin dan mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin sehingga hal ini bisa saja berdampak merugikan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

D. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari Bahasa Inggris-Amerika, yakni *Consumer* atau *Consument*. Konsumen secara harfiah dapat diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang” (Barkatulah,

2008, hal. 7). Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa :

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

Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk lainnya.

Menyikapi kedua kriteria konsumen tersebut, Hondius, pakar masalah konsumen di Belanda menyimpulkan bahwa para ahli hukum pada umumnya telah sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa. Dengan rumusan tersebut, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai akhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai akhir. Pengertian konsumen yang dimaksud dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir.

Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah “konsumen” yang mengaburkan dari maksud yang sesungguhnya, Az. Nasution menegaskan mengenai batasan pengertian konsumen, yaitu (Nasution, 1999, hal. 13) :

- 1) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
- 2) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/atau jasa lain atau untuk diperdagangkan (komersial).
- 3) Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarga dan/atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).

2. Hak Konsumen

Untuk meningkatkan pengetahuan konsumen harus diawali dengan memahami hak-hak konsumen yang dapat dijadikan landasan perjuangan untuk melindungi hak-hak konsumen tersebut. Sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan beberapa hak konsumen yang harus diperhatikan, antara lain sebagai berikut :

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Disamping hak-hak yang terdapat di dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga terdapat hak yang diatur dalam pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban dan hak merupakan antimononi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen.

Hak konsumen sebagaimana disebutkan di atas lebih luas daripada hak-hak dasar konsumen yang pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat J.F. Kennedy di depan Kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yang terdiri dari (Miru & Yodo, 2015, hal 39):

- 1) Hak memperoleh keamanan;

- 2) Hak memilih;
- 3) Hak mendapat informasi;
- 4) Hak untuk didengar.

Keempat hak tersebut merupakan bagian dari Deklarasi Hak Asasi Manusia yang dicanangkan PBB pada tanggal 10 Desember 1948, masing-masing pada Pasal 3, 8, 19, 21, dan Pasal 26, yang oleh Organisasi Konsumen Sedunia (*Organization of Consumer Union – IOCU*) ditambah dengan empat hak dasar konsumen lainnya, yaitu (D & Sularsi, 1995, hal 22) :

- 1) Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup;
- 2) Hak untuk memperoleh ganti rugi;
- 3) Hak untuk memperoleh Pendidikan konsumen;
- 4) Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Memperhatikan hak-hak yang disebutkan di atas, maka secara keseluruhan pada dasarnya dikenal sepuluh hak konsumen, yaitu :

- 1) Hak atas keamanan dan keselamatan;
- 2) Hak untuk memperoleh informasi;
- 3) Hak untuk memilih;
- 4) Hak untuk didengar;
- 5) Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup;
- 6) Hak untuk memperoleh ganti rugi;
- 7) Hak untuk memperoleh Pendidikan konsumen;

- 8) Hak untuk memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat;
- 9) Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan;
- 10) Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut.

Sepuluh hak konsumen tersebut di atas merupakan himpunan dari berbagai pendapat, Hampir semuanya sama dengan hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Bagaimanapun ragam rumusan hak-hak konsumen yang telah dikemukakan, tetap secara garis besar dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu (Miru, 2000, hal. 140) :

- 1) Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
- 2) Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga yang wajar; dan
- 3) Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Ketiga hak/prinsip dasar tersebut merupakan himpunan beberapa hak konsumen sebagaimana diatur dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen, maka hal tersebut sangatlah esensial bagi konsumen, sehingga dapat dijadikan/merupakan prinsip perlindungan

konsumen di Indonesia. Apabila konsumen benar benar dilindungi, maka hak hak tersebut di atas harus dipenuhi, baik oleh pemerintah maupun oleh pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi konsumen dari kerugian di beberapa aspek.

E. Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Hubungan hukum lahir dari adanya hubungan antara dua subjek hukum. Dengan lahirnya hubungan hukum maka akan ada hak dan kewajiban di satu pihak yang berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak lain. Dalam hal ini konsumen memiliki hubungan hukum dengan pelaku usaha sebagai pihak yang menyediakan barang dan/atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Pengertian pelaku usaha telah tertuang pada Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan :

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

Berdasarkan pada penjelasan pasal tersebut, pengertian pelaku usaha tersebut juga termasuk perusahaan, korporasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), koperasi, importer, pedagang, distributor dan lainnya, termasuk UMKM.

Dengan demikian, pelaku usaha dapat diartikan sebagai perorangan atau badan usaha yang merupakan penghasil atau menghasilkan, mengadakan atau menyelenggarakan barang dan/atau jasa untuk dijual dan diperdagangkan kembali dengan tujuan memperoleh keuntungan finansial.

Sebagai penyelenggara kegiatan usaha, pelaku usaha merupakan pihak yang bertanggung jawab atas akibat-akibat negatif berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga, yaitu konsumen.

2. Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha juga mempunyai kewajiban yang harus dilakukan dan diindahkan ketika sedang menjalankan usahanya. Kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain sebagai berikut :

- 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;

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

Berdasarkan pasal diatas, pelaku usaha berkewajiban untuk mengedepankan itikad baik sebagai kewajiban utama dan pertama dalam menjalankan usahanya. Kewajiban melakukan itikad baik dalam melakukan suatu kegiatan usaha juga merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian dimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdara. Apabila dilihat dari sudut pandang Undang-Undang Perlindungan Konsumen, itikad baik lebih ditekankan kepada para pelaku usaha, dikarenakan dalam suatu itikad baik tentu akan meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usaha yang dimulai sejak barang itu diproduksi hingga diperjualkan kepada konsumen (Miru &

Yodo, 2015, hal. 54). Itikad baik dalam kegiatan usaha tersebut diatas salah satunya adalah dengan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang atau jasa yang diperjualkan.

Kewajiban memberikan informasi adalah pelaku usaha wajib memberikan informasi lengkap kepada konsumen atas produknya. Pelaku usaha juga diwajibkan memberikan informasi harga pada barang dan/atau produk yang diperjual belikan. Hal tersebut agar mempermudah konsumen untuk menentukan nominal dan/atau jumlah harga yang harus dibayarkan, dengan harapan tidak adanya kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

3. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha selain harus memperhatikan hak dan kewajiban dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga harus memperhatikan mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang diatur dalam pasal 8 sampai dengan pasal 17 yang pada intinya pasal-pasal tersebut merupakan bentuk larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha, yang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa.

Larangan terhadap pelaku usaha tersebut dalam UUPK, membawa akibat bahwa pelanggaran atas larangan tersebut dikualifikasi sebagai perbuatan melanggar hukum. Tujuan dari pengaturan ini menurut Nurmadjito adalah untuk mengupayakan terciptanya tertib perdagangan dalam rangka menciptakan iklim usaha

yang sehat. Ketertiban tersebut adalah sebagai bentuk perlindungan konsumen karena larangan itu untuk memastikan bahwa produk yang diperjualbelikan dalam masyarakat dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum (Miru & Yodo, 2015, hal. 93).

Dalam pemasalahan yang penulis angkat mengenai tidak dicantumkannya harga secara jelas dan jujur yang dituangkan dalam buku menu tersebut merupakan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha karena dengan tidak dicantumkannya informasi harga maka konsumen akan dilanggar haknya dan pelaku usaha juga berpotensi untuk melakukan kecurangan dengan melebihkan total harga dari yang seharusnya.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha menurut Pasal 10 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut :

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditunjukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :

- a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;

- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal tersebut diatas berkaitan dengan representasi dimana pelaku usaha wajib memberikan representasi yang benar terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya. Hal tersebut penting karena merupakan salah satu penyebab terjadinya kerugian konsumen apabila sampai terjadi misrepresentasi terhadap barang dan/jasa tertentu.

4. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab merupakan kewajiban yang diindahkan oleh para pelaku usaha untuk menanggung segala sesuatunya apabila terjadi hal-hal yang merugikan, pelaku usaha dapat dituntut, dipersalahkan, dan diperkarakan sesuai dengan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Dalam kamus hukum, tanggung jawab adalah suatu kescharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya (Hamzah, 2005, hal. 48).

Tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berisi :

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Pembelian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Lingkup tanggung jawab ganti rugi oleh pelaku usaha dapat berdasarkan :

- 1) Wanprestasi

Ganti kerugian berdasarkan wanprestasi dimulai dari tergugat dengan penggugat (produsen dan konsumen) terikat dengan suatu perjanjian. Dengan demikian, pihak ketiga (bukan sebagai pihak dalam perjanjian) yang dirugikan tidak dapat menuntut ganti kerugian dengan alasan wanprestasi (Miru & Yodo, 2015, hal. 131).

2) Perbuatan melawan hukum

Ganti kerugian berdasarkan perbuatan melawan hukum tidak perlu didahului oleh setiap pihak perjanjian antara produsen dan konsumen, sehingga tuntutan ganti kerugian dapat dilakukan oleh setiap pihak yang dirugikan, walaupun tidak pernah terdapat hubungan perjanjian antara produsen dengan konsumen. Dengan demikian pihak ketiga dapat menuntut ganti kerugian (Miru & Yodo, 2015, hal. 133).

Adapun prinsip pertanggung jawaban pelaku usaha dari beberapa sumber hukum formal, yakni:

1) Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*)

Prinsip ini sering diidentikan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Meskipun demikian, pada dasarnya *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Namun, terdapat pengecualian-pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan seperti keadaan *force majeure*. Sebaliknya, *absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya. Selain itu, perbedaan keduanya pada ada atau tidak adanya hubungan kausalitas antara subjek yang bertanggung jawab dan kesalahannya. Pada *strict liability*, hubungan tersebut harus ada, sementara pada *absolute liability*,

hubungan tersebut tidak selalu ada. Biasanya prinsip *strict liability* ini diterapkan karena:

- a. Konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks.
- b. Produsen lebih dapat mengantisipasi jika sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya.
- c. Asas ini dapat memaksa produsen lebih hati-hati.

Dalam penerapan tanggung jawab mutlak terletak pada *risk liability*, yang mana kewajiban mengganti rugi dibebankan kepada pihak yang menimbulkan resiko adanya kerugian itu. Namun, konsumen tetap diberikan beban pembuktian, walaupun tidak sebesar pelaku usaha (Wulandari & Tadjuddin, 2018, hlm. 44-45).

2) Prinsip Tanggung Jawab Kontraktual (*Contractual Liability*)

Contractual Liability atau pertanggungjawaban kontraktual yaitu tanggung jawab perdata berdasarkan perjanjian atau kontrak antara pelaku usaha, baik barang maupun jasa atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan atau memanfaatkan jasa yang disediakan. Dengan kata lain, dalam hubungan kontraktual ini terdapat kesepakatan langsung

antara pelaku usaha dengan konsumen (Hans & Somardi, 2007, hlm. 81)

3) Prinsip Tanggung Jawab Produk (*Product Liability*)

Product Liability atau tanggung jawab terhadap produk, yaitu tanggung jawab terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan produk yang dihasilkan. Pertanggungjawaban tersebut didasarkan pada Perbuatan Melawan Hukum (PMH). Unsur-unsur dalam PMH antara lain adalah adanya perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian dan hubungan kausalitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul. Dengan demikian, dalam kasus tidak adanya hubungan perjanjian (*no privity of contract*) antara pelaku usaha dan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha akan didasarkan pada *product liability* atau tanggung jawab terhadap produk (Hans & Somardi, 2007, hlm. 81).

4) Prinsip Tanggung Jawab Profesional (*Profecional Liability*)

Tanggung jawab profesional (*professional liability*) adalah tanggung jawab hukum yang berkaitan dengan layanan profesional yang diberikan kepada konsumen oleh pelaku usaha. Seperti halnya tanggung jawab produk, tanggung jawab profesional muncul karena penyedia jasa profesional (pelaku usaha) gagal memenuhi perjanjian yang telah disepakati dengan

konsumen atau karena kelalaiannya yang menyebabkan kerugian atau perbuatan yang melanggar hukum. Jenis jasa yang diberikan dalam hubungan profesional dapat dibedakan dalam beberapa hal (Mamengko, 2016, hlm. 4) :

- a. Jasa yang diperjanjikan menghasilkan sesuatu (*resultaat verbintenis*). Contohnya jasa pada profesional dokter gigi, bertanggung jawab atas hasil kerja yang diminta pasiennya;
- b. Jasa mengupayakan sesuatu (*inspannings verbintenis*), jasa seorang advokat yang sedang menangani perkara secara etik dilarang menjanjikan hasil kemenangan dalam menangani perkara di pengadilan. Dalam konteks ini, tanggung jawab profesional hanya mengupayakan agar kepentingan hukum kliennya dapat dilindungi seoptimal mungkin.

5) Prinsip Tanggung Jawab Pidana (*Criminal Liability*)

Criminal Liability atau pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha berkaitan dengan hubungan antara pelaku usaha dan negara. Dalam konteks pembuktian terbalik, pelaku usaha memikul beban dan tanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Penting untuk memperhatikan kedudukan tanggung jawab tersebut, karena ketika membahas kepentingan konsumen, perlu dilakukan analisis mengenai pihak yang

seharusnya memikul tanggung jawab dan sejauh mana tanggung jawab itu harus dibebankan kepadanya (Pengata, 2018).

F. Harga yang Wajar

Harga merupakan nilai uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Pengertian harga dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan pada Pasal 1 angka 1, adalah nilai barang dalam jumlah satuan atau jumlah tertentu yang dinyatakan dengan Rupiah.

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong, harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan untuk produk atau jasa atau jumlah dari seluruh nilai yang di tukarkan konsumen untuk memiliki atau menggunakan manfaat dari suatu barang dan jasa. Harga yang dimaksud disini adalah harga yang dihasilkan dari harga pokok dan margin yang disepakati kedua belah pihak (Kotler & Amstrong, 2001, hal. 14). Selain itu harga adalah salah satu faktor penting bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak.

Dari pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa, unsur-unsur bauran pemasaran yang dimaksud adalah harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah 4P (*Price, Product, Place* dan *Promotion*). Harga bagi suatu usaha atau badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*). Jika ditinjau dari sisi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau

pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen tersebut. Bagi pelaku usaha, *price* (harga) paling mudah atau cepat disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan *product*, *place* dan *promotion* memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.

Dalam kegiatan jual beli perlu adanya kebijakan untuk menentukan nilai/harga dari produk dan jasa yang ditawarkan. Harga akhir dari suatu barang atau jasa ditentukan oleh biaya yang dikeluarkan seperti biaya produksi, biaya pemasaran (*marketing*), biaya operasional, keuntungan yang diinginkan, dan sesuatu hal yang lainnya untuk memuaskan keinginan konsumen. Dengan kata lain, harga yang ditetapkan merupakan keinginan, kebutuhan dan daya beli konsumen.

Konsumen dalam mengambil keputusan pembelian satu barang atau jasa dipengaruhi oleh *Price Awareness* dan *Price Consciousness*. Adapun yang dimaksud dengan *Price Awareness* adalah kemampuan konsumen untuk mengingat harga baik harga produk itu sendiri maupun harga produk competitor untuk dijadikan referensi. Sedangkan pengertian dari *Price Consciousness* adalah kecenderungan konsumen untuk mencari perbedaan harga. Konsumen yang dikatakan *Price Consciousness* adalah konsumen yang cenderung untuk membeli dengan harga yang relatif lebih murah.

G. Upaya Penyelesaian Sengketa Konsumen

Sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengonsumsi barang dan atau memanfaatkan jasa. Pada pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur ketentuan penyelesaian sengketa konsumen yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggungjawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Berdasarkan ketentuan pada pasal 45 yang telah disebutkan diatas menjelaskan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui

upaya pengadilan atau upaya di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela antara para pihak yang bersengketa. Konsumen dapat menggugat pelaku usaha di peradilan umum secara perorangan atau secara berkelompok (*class action*). Gugatan terhadap pelaku usaha tersebut juga dapat diajukan oleh lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dan pemerintah dan atau instansi terkait apabila barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan atau korban yang tidak sedikit. Selain melalui pengadilan, alternatif penyelesaian sengketa konsumen adalah melalui jalur di luar pengadilan, yaitu melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) yang tugas dan wewenangnya adalah untuk melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara konsiliasi, mediasi dan arbitrase dan memberikan konsultasi perlindungan konsumen (Dr. Maryanto, 2019, hal. 14).

Pada dasarnya konsumen dapat langsung menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha, namun apabila pelaku usaha yang bersengketa dengannya menolak atau tidak memberi tanggapan atas tuntutan ganti rugi tersebut maka konsumen dapat menggugat pelaku usaha yang bersangkutan ditempat kedudukan konsumen. Jika konsumen memilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.