

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Relevan

Dalam memudahkan penulis untuk mendapatkan gambaran umum terkait penerapan pembulatan harga, maka perlu adanya kajian relevan untuk mendapatkan gambaran yang memiliki hubungan dengan topik pembahasan yang sejenis, hampir mirip atau memiliki keterkaitan terhadap objek pembahasan agar tidak terjadi pengulangan, duplikasi ataupun plagiasi.

Dalam menentukan kajian relevan ini, penulis menemukan beberapa penelitian yang memiliki topik pembahasan yang hampir sejenis yaitu :

- a. Nila Nurazmi, (2022). *“Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Pembulatan Harga dalam Pengembalian Sisa Pembelian BBM di SPBU Al-Razak Kecamatan Balai Jaya”*. Hasil Penelitian bahwa proses pembulatan harga dalam pengembalian sisa pembelian BBM di SPBU Al-Razak Kecamatan Balai Jaya bahwa pembulatan harga yang terjadi didalamnya terdapat hak orang lain meskipun hanya Rp 1,- harus dikembalikan. Karena proses dalam muamalah apabila terdapat kekurangan, jual belinya tidak sah begitu sebaliknya apabila terjadi kelebihan, jual belinya juga tidak sah hendaknya dalam jual beli dilakukan dengan jelas. Kecuali, mengandung unsur rela antara orang yang melakukannya dan pembulatan tersebut masih dibatas yang wajar. Maka jual belinya sah dan diperbolehkan. Menurut peneliti praktik pembulatan harga dalam pengembalian sisa pembelian BBM di SPBU Al-Razak Kecamatan Balai Jaya sudah memenuhi setiap rukun dan syarat jual beli

dan tidak melupakan unsur rela diantara penjual dan pembeli. Selain itu, untuk menghilangkan kesulitan antara kedua belah pihak yang bertransaksi. Jika ada pihak yang tidak rela, maka jual beli yang dilakukan tersebut tidak sah atau *fasid*.

Adapun Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-sama membahas tentang pembulatan harga, dan perbedaanya terletak pada masalah yang akan diteliti dan lokasi penelitian. Pada skripsi Nila Rurazmi mengkaji dan meneliti permasalahan tentang Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik Pembulatan Harga dalam Pengembalian Sisa Pembelian BBM Di SPBU Al Razak Kecamatan Balai Jaya. Sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan yaitu lebih difokuskan pada Penerapan Pembulatan Harga di Pusat Perbelanjaan Ditinjau Dalam Hukum Islam dan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- b. Egawati,(2020). Dalam skripsi berjudul "*Pembulatan Timbangan pada Jasa Pengiriman Barang PT Jalur Nugraha ekakurir (JNE) Perspektif Fiqh dan Hukum Perlindungan Konsumen*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tinjauan hukum Islam tentang pembulatan timbangan jasa pengiriman barang pada PT.Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) adalah tidak diperbolehkan atau batal. Karena tidak sesuai dengan perintah Al-Qur'an surah Hud ayat 85 bahwa disyariatkan untuk memenuhi timbangan, dan bertentangan dengan konsep perjanjian dalam Islam, kemudian tidak memenuhi syarat *ijarah* yaitu kerelaan kedua belah pihak, selanjutnya bertentangan dengan prinsip muamalah. Melihat pembulatan timbangan

pada JNE hanya menguntungkan satu pihak saja yaitu pihak JNE dan menzalimi pihak yang lain (konsumen). Pembulatan yang dipraktikkan oleh JNE melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 yang terdapat pada Pasal 8 butir c.

Adapun Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-sama membahas tentang pembulatan, serta tinjauannya menggunakan hukum perlindungan konsumen dan perbedaannya terletak pada masalah yang akan diteliti dan lokasi penelitian. Pada skripsi Egawati mengkaji dan meneliti permasalahan tentang Pembulatan Timbangan pada Jasa Pengiriman Barang PT Jalur Nugraha ekakulir (JNE) Perspektif Fiqh dan Hukum Perlindungan Konsumen. Sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan yaitu lebih difokuskan pada Penerapan Pembulatan Harga di Pusat Perbelanjaan Ditinjau Dalam Hukum Islam dan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- c. Edo Sari, (2020). Dalam skripsi yang berjudul “*Pemasaran Syariah Terhadap Strategi Odd Price Atau Harga Ganjil di Minimarket NRL Kota Bengkulu*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan strategi *odd price* atau harga ganjil pada sebagian produk, diberlakukan sejak awal berdirinya minimarket tersebut dengan alasan untuk menarik minat konsumen dan dirasa cukup efektif. Tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan, merebut pangsa pasar, dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. penetapan strategi *odd price* atau harga ganjil oleh minimarket NRL sudah sesuai dengan pemasaran syariah dengan selalu

mengedepankan kejujuran dalam menyampaikan harga produknya, melakukan transaksi yang adil, tidak melakukan kecurangan yang menimbulkan *mudharat* bagi orang lain.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu sama-sama membahas tentang harga, dan perbedaannya terletak pada masalah yang akan diteliti dan lokasi penelitian. Pada skripsi Edo Sari mengkaji dan meneliti permasalahan tentang strategi *odd price* atau harga ganjil dalam pemasaran syariah. Sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan yaitu lebih difokuskan pada Penerapan Pembulatan Harga di Pusat Perbelanjaan Ditinjau Dalam UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- d. Muhammad Hadriyani, (2021). Dalam skripsi yang berjudul “*Mekanisme Pengalihan Uang Kembalian ke Bentuk Donasi pada Transaksi di Alfamart Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru ditinjau dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*”. Hasil penelitian bahwa mekanisme Pengalihan Uang Kembalian dalam bentuk donasi pada transaksi jual beli dengan harga barang tertentu yang memiliki nominal ganjil di Alfamart Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru, sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam asalkan dana yang dihimpun dari donasi orang Islam tersebut dipisahkan dengan donasi dari umat agama lain, sehingga jangan sampai ada donasi dari orang Islam disalurkan untuk membangun rumah ibadah.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penyusun lakukan yaitu mempunyai keterkaitan masalah mengenai pembulatan harga. Sedangkan perbedaanya terletak pada masalah yang akan diteliti, pada skripsi Muhammad Hadriyani mengkaji dan meneliti permasalahan tentang Mekanisme Pengalihan Uang Kembalian ke Bentuk Donasi pada Transaksi di Alfamart Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru ditinjau dari Perspektif Hukum Ekonomi Syariah, Sedangkan pada penelitian yang akan penyusun lakukan yaitu lebih difokuskan kepada Penerapan pembulatan Harga di pusat Perbelanjaan Ditinjau Dalam Hukum Islam dan UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

## **2.2 Tinjauan Umum Tentang Pembulatan Harga**

### **2.2.1 Pengertian Pembulatan Harga**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) kata pembulatan berasal dari kata bulat yang artinya tidak terpecah, utuh. Sedangkan dalam istilah matematika pembulatan artinya mengurangi cacah bilangan namun nilainya hampir sama (<https://blogspot.com/2011/>). Hasil yang diperoleh menjadi kurang akurat, tetapi akan lebih mudah digunakan. Pembulatan seringkali diperlukan untuk mempermudah ketika menghitung atau menuliskan data. Pembulatan juga mempunyai arti yaitu mengurangi atau menyederhanakan nilai bilangan ke nilai bilangan yang lebih sederhana dan paling mendekati. Pembulatan ini memang akan mengurangi akurasi perhitungan, akan tetapi ini akan sangat memudahkan penghitungan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pembulatan merupakan menyederhanakan bilangan-bilangan atau angka yang terpecah atau ganjil menjadi bilangan atau angka bulat atau genap agar mudah dalam membaca suatu angka atau bilangan. Misalnya, Rp 2.700. digenapkan menjadi Rp.3000.

### **2.2.2 Fungsi Pembulatan Harga**

Sesuai dengan pengertian pembulatan harga di atas, secara sederhana fungsi pembulatan harga adalah memudahkan proses transaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa. Adapun lebih detail mengenai fungsinya secara umum sebagaimana dijelaskan oleh Hariani, (2008) yakni:

- a) Menjadi acuan dalam memperhitungkan nilai jual suatu barang atau jasa.
- b) Untuk membantu aktivitas transaksi, dimana harga yang sudah terbentuk akan mempermudah proses jual-beli.
- c) Penetapan harga yang tepat akan memberikan keuntungan bagi penjual atau produsen.
- d) Menjadi salah satu acuan bagi konsumen dalam menilai kualitas suatu barang atau jasa.
- e) Membantu konsumen dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan manfaat produk dan daya beli konsumen.

Terkait dengan praktek pembulatan harga ini sudah ada Peraturan Pemerintah yang mengatur yaitu, mengacu pada Pasal 6 ayat (3) dan (4) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan. Praktek pembulatan harga memang diperbolehkan jika mengacu pada Pasal 6 ayat (3), akan tetapi pembulatan harga hanya boleh dilakukan pada nilai nominal pecahan yang tidak beredar. Kemudian pada Pasal yang sama ayat (4) mengatur bahwa pembulatan harga harus dengan menginformasikan kepada konsumen. Namun pada kenyataannya pembulatan



harga tersebut lebih sering dilakukan sepihak oleh pelaku usaha, dan tanpa mengkonfirmasi kepada konsumen saat transaksi pembayaran, tentu hal ini jelas sudah menyalahi peraturan tersebut.

## 2.3 Tinjauan Umum Jual Beli Menurut Hukum Islam

### 2.2.1 Pengertian Jual Beli

Secara etimologi, jual beli berarti pertukaran mutlak. Kata *albai'* (jual beli) penggunaannya disamakan antara keduanya. Dua kata tersebut masing-masing mempunyai pengertian lafal yang sama dan pengertian yang berbeda. Dalam syari'at Islam, jual beli adalah pertukaran harta tertentu dengan harta lain berdasarkan keridhaan antara keduanya. Atau dengan persetujuan dan hitungan materi (Sabiq, 2006).

Sedangkan menurut pengertian dan istilah jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu (*akad*). Pengertian sebenarnya dari kata "*bai'un*" (jual) itu ialah pemilikan harta dengan harta (barang dengan barang) dan agama menambahkan persyaratan saling rela (suka sama suka). Ada yang mengatakan bahwa "jual" itu ialah *ijab qabul* (penyerahan dan penerimaan dalam transaksi). Sebagian ulama mendefinisikan jual beli secara syar'i sebagai akad yang mengandung sifat menukar satu harta dengan harta yang lain dengan cara khusus. Ada juga yang menyebutkan kata akad untuk terjalannya satu akad atau hak milik yang lahir sari suatu akad seperti dalam ucapan seseorang "*fasakhtu al-bai'a*" artinya jika akad yang sudah terjadi tidak bisa dibatalkan lagi, walaupun maksud yang sebenarnya adalah membatalkan hal-hal yang menjadi akibat dari akad (Azam, 2014).

Bedasarkan definisi-desinisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa jual beli adalah sebutan untuk tamlik dan akad, dan juga untuk menukar suatu benda dengan benda lain secara mutlak, dan yang terakhir untuk istilah syira' (membeli) yang merupakan tamalluk (menjadi hak milik).

## 2.2.2 Dasar Hukum Jual Beli

### a. Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah sumber utama pengetahuan sekaligus sumber hukum yang memberi inspirasi pengaturan segala aspek kehidupan. Adapun dalil al-Qur'an yang membahas tentang jual beli antara lain :

1) Firman Allah dalam surah an-Nisa /4: 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ  
تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.”  
(Qs. an-Nisa/4 : 29).

Ayat di atas mengidentifikasi bahwa Allah Swt melarang kaum muslimin memakan harta orang lain secara bathil dalam konteks memiliki arti yang sangat luas diantaranya, melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara“, seperti halnya melakukan transaksi berbasis bunga (riba), transaksi yang bersifat spekulatif judi (maisir), ataupun transaksi yang mengandung unsur gharar (adanya resiko dalam transaksi) serta hal-hal lain



yang bisa dipersamakan dengan itu. Jadi, sudah sangat jelas antara yang dihalalkan dan diharamkan.

b. Sunnah

Adapun dasar hukum jual beli berdasarkan sunnah Rasulullah Saw. di antaranya yaitu:

حدثنا مُحَمَّد بن حاتم الجرجرائي قال مروان الفزاري أخبرنا عن يحيى بن أيوب قال كان أبو زرعة إذا بايع رجلا خيره قال ثم يقول خيرني ويقول سمعت أبا هريرة يقول قال رسول الله ﷺ لا يفترقن اثنان إلا عن تراض

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Hatim Al Jarjarai, ia berkata; Marwan Al Fazari telah mengabarkan kepada kami, dari Yahya bin Ayyub, ia berkata; Abu Zur'ah apabila melakukan jual beli dengan seseorang maka ia memberinya kebebasan memilih. Kemudian ia berkata; berilah aku kebebasan memilih! Dan ia berkata; aku mendengar Abu Hurairah berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Janganlah dua orang berpisah kecuali dengan saling rela”( Hr. Abu Dawud).

c. *Ijma*

*Ijma'* adalah kesepakatan para ulama dalam menetapkan suatu hukum dalam agama berdasarkan al-Qur'an dan Hadis dalam suatu perkara yang terjadi. Ulama telah bersepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan sendiri, tanpa transaksi dengan orang lain. Dengan kemudian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkan tersebut harus diganti dengan barang lain yang sesuai (Huda, 2011).

Dengan demikian *Ijma* dibolehkannya jual beli tentu menjadi jalan untuk mempermudah manusia dalam rangka memenuhi kebutuhannya dengan bantuan orang lain.

### 2.2.3 Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli merupakan suatu akad, dan dipandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual beli. Menurut jumhur ulama sebagaimana yang dijelaskan oleh Hasan, (2004) mengenai rukun dan syarat jual beli terdiri dari empat bagian yaitu:

- a. Orang yang berakad ( penjual dan pembeli)
- b. *Sighat* (lafal *ijab* dan *kabul*)
- c. Ada barang yang diperjual belikan
- d. Ada nilai tukar pengganti barang

Menurut ulama Hanafiyah, orang yang berakad, barang yang dibeli, dan nilai tukar barang termasuk kedalam syarat-syarat jual beli, bukan rukun jual beli (Huda, 2011). Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan oleh jumhur ulama sebagai berikut:

- a. Syarat orang yang berakad

Para ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa orang yang melakukan akad jual beli harus memenuhi syarat :

- 1) Berakal

Jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal dan orang gila hukumnya tidak sah. Adapun anak kecil yang *mumayyiz*, menurut ulama Hanafiyah, apabila akad yang dilakukan membawa keuntungan bagi dirinya, seperti menerima hibah, wasiat dan sedekah maka akadnya sah.

- 2) Orang melakukan akad orang yang berbeda.

Artinya, seorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus pembeli.

b. Syarat yang terkait dengan *ijab qabul*

*Ijab* dan *kabul* perlu diungkapkan secara jelas dalam transaksi-transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak, seperti akad jual beli, akad sewa menyewa, dan akad nikah. Terhadap transaksi yang bersifat mengikat salah satu pihak. Seperti wasiat, hibah dan wakaf, tidak perlu *qabul*, karena akad seperti itu cukup dengan *ijab* saja. Apabila *ijab* telah diucapkan dalam akad jual beli, maka kepemilikan barang atau uang telah berpindah tangan dari pemilik semula. Adapun barang yang dibeli seorang pembeli telah menjadi milik sipembeli dan sebaliknya. Untuk itu, para ulama fiqh mengemukakan bahwa syarat *ijab* dan *kabul* adalah sebagai berikut :

- 1) Orang yang mengucapkan telah *baligh* dan berakal, menurut jumhur ulama, atau telah berakal menurut ulama Hanafiyah, sesuai dengan perbedaan mereka dalam syarat-syarat orang yang melakukan akad.
- 2) *Qabul* sesuai dengan *ijab*, misalnya penjual mengatakan: “Saya jual buku ini Rp 25.000.” lalu pembeli menjawab: “Saya beli buku ini dengan harga Rp 25.000”. Apabila antara *ijab* dan *kabul* tidak sesuai maka jual beli tidak sah.
- 3) *Ijab kabul* dilakukan dalam satu majelis. Artinya, kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir pada waktu dan tempat yang sama.

Namun seiring dengan perkembangan zaman *modern*, perwujudan *ijab* dan *qabul* tidak lagi diungkapkan melalui ucapan, tetapi dilakukan dengan sikap pembeli mengambil barang, kemudian menyerahkan uangnya kepada kasir sebagaimana yang lazim disaksikan di pasar swalayan. Dalam fiqh Islam, praktik semacam ini disebut dengan *ba'i al-mu'athah* yaitu masing-masing kedua belah pihak (penjual dan pembeli) memberikan sesuatu yang menunjukkan adanya saling tukar menukar yang dilakukan tanpa *ijab qabul* melalui ucapan, tapi melalui tindakan.

Selain sahnya jual beli dengan *mu'athah*, juga sahnya hukum akad jual beli dengan tulisan atau utusan. Pendapat ini dikemukakan oleh Syafi'iyah dan Hanbaliyah. Begitu juga sah akad jual beli dengan isyarat orang yang bisu dan yang lainnya, walaupun dia mampu menggunakan tulisan sebagaimana dikemukakan Hanafiyyah, karena isyarat dan tulisan bisa dijadikan hujah. Sedangkan isyaratnya orang yang bisa bicara tidak diterima (tidak sah) menurut jumhur ulama, berbeda dengan Malikiyah yang mengatakan hal tersebut sah (Hidayat, 2015). *Bai'ul Mu'athah* atau *bai al marrawadhah* adalah ketika kedua belah pihak menyepakati harga dan barang. Keduanya juga ataupun *qabul*. Namun terkadang, ada juga kata-kata dari salah satu pihak. (az- Zuhaili, 2011)

### 2.2.5 Prinsip-prinsip Muamalah

Dalam mengatur hubungan antar manusia dengan manusia lain yang sasarannya adalah harta benda. Muamalah mempunyai prinsip-prinsip untuk dijadikan acuan dan pedoman untuk mengatur kegiatan muamalah. Adapun Prinsip-prinsip tersebut sebagaimana yang diutarakan oleh Muslich, (2010) adalah sebagai berikut:

- a. Muamalah adalah Urusan Duniawi, maksudnya adalah urusan muamalah berbeda dengan ibadah di mana dalam ibadah semua perbuatan dilarang kecuali yang diperintahkan sedangkan dalam muamalah semua boleh dilakukan kecuali yang dilarang, sebagaimana kaidah fiqh yang berbunyi:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهِ

Artinya: “Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

Oleh karena itu semua bentuk transaksi dan akad *muamalah* boleh dilakukan oleh manusia asal tidak bertentangan dengan ketentuan *syara'*.

- b. Muamalah harus didasarkan pada persetujuan dan kerelaan kedua belah pihak, sebagaimana kaidah fiqh yang menyatakan:

الأَصْلُ فِي الْعَقْدِ رِضَى الْمُتَعَاقدَيْنِ وَتَتَبِعْتُهُ مَا إِتْرَمَاهُ بِاتِّعَاقِدٍ

Artinya: “Hukum asal transaksi adalah keridhaan kedua belah pihak yang berakad, hasilnya adalah berlaku sahnyanya yang diakadkan”.

Jadi dasar dari bermuamalah adalah kerelaan dari kedua belah pihak bagaimanapun bentuk akad dan transaksi muamalah selama kedua belah pihak rela dan sepakat serta tidak melanggar ketentuan syara' itu diperbolehkan.

- c. Adat kebiasaan boleh dijadikan dasar hukum, sebagaimana kaidah fiqh menyatakan bahwa adat kebiasaan boleh dijadikan hukum yaitu:

الْعَادَةُ مُحْكَمَةٌ

Artinya: “Adat/kebiasaan bisa dijadikan hukum”

Maksud dari kaidah di atas, dalam bermuamalah setiap daerah atau kelompok mempunyai kebiasaan yang dilakukan secara turun temurun dan bertahun-tahun yang selanjutnya menjadi adat kebiasaan dalam bermuamalah jika adat dan kebiasaan itu tidak bertentangan dengan syara' dan diakui oleh masyarakat maka hal itu sah dijadikan sebagai dasar hukum.

- d. Tidak boleh merugikan orang lain dan diri sendiri, maksudnya tujuan bermuamalah adalah mencari keuntungan yang tidak merugikan orang lain, maka dari itu dalam bermuamalah haruslah sama-sama menguntungkan kedua belah pihak yang terlibat.



## **2.4 Tinjauan Umum UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

### **2.4.1 Pengertian Perlindungan Konsumen**

Hukum perlindungan konsumen dapat dikatakan sebagai hukum yang mengatur tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Dengan demikian hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban produsen-pelaku usaha, serta tata cara mempertahankan hak dan menjalankan kewajiban.

Menurut Az. Nasution bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen, yang diartikan sebagai: “keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk barang dan/atau jasa, antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat (Az. Nasution, 2000).

Dapat disimpulkan bahwa hukum perlindungan konsumen ialah keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya, dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.

### **2.4.2 Perlindungan Konsumen**

Secara yuridis diatur pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa: “Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”. Sehingga perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian pemenuhan hak-hak

konsumen sebagai wujud perlindungan kepada konsumen, maka hukum perlindungan konsumen tidak lain adalah hukum yang mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen. konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas dan tujuan yang relevan dalam pembangunan nasional, yakni:

a. Asas manfaat

Asas manfaat mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak, tetapi adalah untuk memberikan kepada masing-masing pihak, apa yang menjadi haknya. Dengan demikian, diharapkan bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen bermanfaat bagi seluruh lapisan masyarakat dan pada gilirannya bermanfaat bagi kehidupan berbangsa.

b. 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. Dalam asas ini menghendaki bahwa melalui adanya pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen ini, konsumen dan produsen/pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan penunaian kewajiban secara seimbang. Oleh karena itu, undang-undang ini

mengatur sejumlah hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha guna mendapat keseimbangan.

c. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan, ialah untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material ataupun spritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen. Kepentingan antara konsumen, 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 pihak lain.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. 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 keselamatan jiwa dan harta bendanya. Oleh karena itu, undang-undang ini memberikan sejumlah larangan yang harus dipatuhi oleh pelaku usaha dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas kepastian hukum dimaksudkan agar, baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya, undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh keadilan. Oleh karena itu, negara bertugas dan menjamin terlaksananya undang-undang ini sesuai dengan bunyinya (Sidabalok, 2006).

Adapun tujuan perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

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

f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 sebelumnya, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen (Miru & Yodo, 2015)

### **2.4.3 Konsumen**

Konsumen sebagai istilah yang sering dipergunakan dalam percakapan sehari-hari, merupakan istilah yang perlu untuk diberikan batasan pengertian agar dapat mempermudah pembahasan tentang perlindungan konsumen. Berbagai pengertian tentang “konsumen” yang dikemukakan baik dalam Rancangan Undang-undang perlindungan konsumen, sebagai upaya kearah terbentuknya Undang-undang perlindungan konsumen maupun di dalam undang-undang perlindungan konsumen. Pengertian Konsumen menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 angka (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. Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen (Kristiyanti, 2018).

Adapun hak-hak konsumen, sebagaimana yang tertuang pada Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yakni:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa 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;
- f. Hak untuk mendapatkan 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/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian dan tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undang lainnya.



Memperhatikan hak konsumen yang tersebut dalam Pasal 4 UUPK di atas, Miru & Yodo, (2015) menjelaskan bahwa hak dasar konsumen secara keseluruhan yaitu :

- a. Hak atas keamanan dan keselamatan, yaitu dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian ( fisik maupun psikis) apabila mengkonsumsi suatu produk.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih jasa atau produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya. Kebebasan memilih ini berarti tidak ada unsur paksaan atau tipu daya dari pelaku usaha.
- c. Hak untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar, dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk.
- d. Hak untuk memilih, dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar.
- e. Hak untuk didengar, yaitu agar konsumen tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian.
- f. Hak untuk memperoleh kebutuhan hidup, yaitu setiap konsumen berhak memperoleh kebutuhan dasar (barang atau jasa) untuk mempertahankan hidupnya secara layak.

- g. Hak untuk memperoleh ganti rugi, dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen.
- h. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen, dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar terhindar dari kerugian akibat penggunaan produk, sebab dengan pendidikan tersebut konsumen akan dapat menjadi lebih kritis dan teliti dalam memilih suatu produk yang dibutuhkan.
- i. Hak memperoleh lingkungan hidup yang bersih dan sehat, merupakan hal terpenting bagi setiap konsumen dan lingkungannya.
- j. Hak untuk memperoleh barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikan, dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat permainan harga secara tidak wajar.
- k. Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut, dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan produk dengan melalui jalur hukum.

Sedangkan kewajiban konsumen seperti tertuang dalam pasal 5 UUPK mewajibkan konsumen untuk: Pertama, Membaca dan mengikuti informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Kedua, Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Ketiga, Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati. Keempat, Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut. Adanya kewajiban seperti yang diatur dalam UUPK dianggap tepat, sebab kewajiban ini untuk mengimbangi

hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara.

#### **2.4.4. Pelaku Usaha**

Pelaku usaha (produsen) diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan/atau jasa. Dalam pengertian ini, termasuk didalamnya pembuat, grosir, dan pengecer. Produsen tidak hanya diartikan sebagai pelaku usaha pembuat/pabrik yang menghasilkan produk jasa, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ketangan konsumen (Sidabalok, 2006).

Menurut Pasal 1 Angka 3 UUPK dijelaskan bahwa “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun secara bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi”.

Dalam rangka menciptakan kenyamanan dalam berusaha bagi pelaku usaha dan sebagai keseimbangan atas hak-hak yang diberikan kepada konsumen, maka pelaku usaha juga memiliki hak. Adapun hak-hak pelaku usaha menurut UUPK Pasal 6 antara lain:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.

- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Sama seperti konsumen pelaku usaha juga mempunyai kewajiban dalam menjalankan usahanya. Adapun kewajiban pelaku usaha menurut UUPK Pasal 7 yaitu sebagai berikut:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. 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.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Sedangkan larangan pelaku usaha salah satunya tertuang dalam Pasal 15 UUPK, menyatakan “Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen”.



## 2.5 Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini jika digambarkan dalam bentuk skema adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Kerangka Pikir

