

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan pasar modern di era sekarang ini sudah tidak dapat dibendung lagi. Kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa yang tidak akan pernah ada habisnya bahkan selalu meningkat. Hal ini memberikan peluang usaha atau bisnis bagi pelaku usaha dalam membuka dan mengembangkan bisnisnya yang baru, salah satunya dengan mendirikan pasar modern. Seperti diketahui perkembangan pasar modern saat ini sangat pesat mulai dari daerah perkotaan sampai ke daerah pedesaan, bahkan sangat mudah untuk menjumpai pasar-pasar modern ini. Hal ini disebabkan tingginya sifat konsumtif masyarakat dan ditambah dengan kebutuhan masyarakat yang selalu ada.

Perkembangan akan kebutuhan yang ada di masyarakat itu memunculkan adanya pasar modern.¹ Pasar modern tidak jauh berbeda dari pasar tradisional, namun dalam jenis pasar ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum pada barang (*barcode*) ataupun di rak penempatan barang dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga. Pasar modern ini mempunyai dampak positif dan sekaligus negatif bagi konsumen, dikatakan positif karena kondisi tersebut bisa memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas

¹ Pasar modern merupakan pasar yang mempunyai sifat yang modern dimana barang yang diperjual-belikan mempunyai harga yang pas dengan ditunjang berbagai macam barang kebutuhan yang berkualitas baik, yang berada didalam ruangan yang bersih dan nyaman serta pelayanan yang dilakukan secara mandiri.

produk barang dan atau jasa yang diinginkannya.² Artinya konsumen memiliki kebebasan menentukan jenis dan kualitas barang dan atau jasa sesuai dengan kebutuhannya dan dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lemah daripada pelaku usahanya.³ Dalam hal ini konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha, melalui promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah. Contoh dari pasar modern ini adalah pasar swalayan (*supermarket*), dan minimarket.

Efisiensi dan eksistensi berbelanja di pasar modern ini membuat perkembangan pasarnya semakin meluas. Perkembangan dan penambahan pasar modern ini tidak selalu diikuti dengan peningkatan mutu dan kualitas proses penjualannya. Sebagaimana kita ketahui bahwa dalam berbelanja di pasar modern konsumen mengambil sendiri barang belanjanya di tempat atau rak-rak yang telah disediakan, dimana setiap barang dalam pasar modern tersebut telah tertera label harga (*price tag*) yang harus dibayar oleh konsumen, kemudian konsumen melakukan pembayaran dikasir. Telah kita ketahui bahwa label dalam Bahasa Belanda dikenal dengan *label*, dan memiliki pengertian sebagai secarik kertas atau kain, logam, kayu dan sebagainya, yang memiliki bentuk sedemikian rupa

² Dikutip dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/36041/4/Chapter%20II.pdf>, Perlindungan Konsumen di Indonesia, [Diakses Pada 10 oktober 2017 Pukul 20.18 WIB].

³ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Transmedia Pustaka,2008), hal. 2

yang ditempelkan pada barang-barang yang akan di jual.⁴ Maka label yang tercantum di rak barang pada dasarnya menunjukkan keterangan barang dan harga atas barang tersebut. Tetapi dalam prakteknya banyak dijumpai perbedaan harga atau selisih harga yang tercantum di rak barang dengan harga yang harus dibayarkan pada kasir. Hal semacam ini sering terjadi pada pasar modern, dan membuat konsumen merugi. seperti salah satu kasus yang terjadi di Indomaret di Jalan Salak Raya, Kota Bengkulu yang dilaporkan ke Polisi oleh Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Pusat Kajian Anti Korupsi (Puskaki), hal ini terjadi pada tanggal 9 Februari 2016. Alasannya, karena mereka merasa bahwa pihak Indomaret telah menjual barang dengan harga berbeda antara yang tercantum di rak dan di kasir. Adapun barang yang memiliki selisih harga di rak dan kasir itu meliputi air mineral, susu, minuman kemasan, snack, dan beberapa produk lainnya dengan selisih harganya berkisar Rp 200,00 per item. Indomaret diduga telah melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁵

Perbedaan selisih harga yang terjadi memang masih dalam jumlah yang kecil, tetapi bagaimana jika selisih perbedaan harga tersebut terjadi kepada beberapa konsumen di waktu yang sama dalam jumlah yang banyak. Tentu saja ini akan menimbulkan kerugian bagi konsumen itu sendiri. Namun, tidak semua konsumen sadar akan kerugian yang di alami, karena sering menganggap bahwa

⁴ M. Marwan, dan Jimmy P., *Kamus Hukum (Dictionary Of Law Complete Edition)*, (Surabaya: Reality Publisher, 2009), hal. 395

⁵ Dikutip dari, <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/02/11/barang-beda-harga-di-rak-dan-kasir-indomaret-dilaporkan-ke-polisi>, Barang Beda Harga di Rak dan di Kasir, (Diakses Pada 11 oktober 2017 Pukul 20.50 WIB)

perbedaan harga tersebut terjadi dalam jumlah yang kecil. Akibatnya, timbul pertanyaan dari masyarakat mengenai bagaimana perlindungan hukum yang diberikan oleh pelaku usaha kepada para konsumen menyangkut harga.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan ini diteliti lebih lanjut melalui skripsi yang berjudul **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Perbedaan Harga Antara Di Rak Barang Dengan Di Kasir Ditinjau Dari UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (Studi: PT. Inti Cakrawala Citra Semarang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penulisan ini permasalahan yang akan dibahas adalah :

1. Bagaimana peran, serta tanggung jawab PT. Inti Cakrawala Citra Semarang dalam melakukan pencegahan dan pengawasan terhadap penyesuaian maupun penetapan harga untuk melindungi konsumen dari perbedaan harga antara di rak barang dengan di kasir ?
2. Bagaimana bentuk penyelesaian sengketa konsumen akibat perbedaan harga antara di rak barang dengan di kasir menurut PT. Inti Cakrawala Citra Semarang serta lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat ?

C. Tujuan

Berdasarkan adanya permasalahan tersebut, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu :

1. Untuk mengetahui peran, serta tanggung jawab PT. Inti Cakrawala Citra Semarang dalam melakukan pencegahan dan pengawasan terhadap penyesuaian maupun penetapan harga untuk melindungi konsumen akibat perbedaan harga.
2. Untuk mengetahui bentuk penyelesaian sengketa konsumen akibat perbedaan harga di rak barang dengan di kasir menurut PT inti cakrawala Citra dengan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.

D. Manfaat

Manfaat penulisan ini tidak hanya ditujukan bagi penulis sendiri, namun juga bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, manfaat penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 (dua), yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran bagi penyempurnaan peraturan dibidang perlindungan konsumen, khususnya berkaitan dengan perbedaan harga di rak barang dengan di kasir. Selain itu, hasil penelitian ini juga akan dapat menambah khasanah kepustakaan dibidang perlindungan konsumen pada umumnya, serta dapat

dijadikan sebagai bahan informasi yang memuat data empiris sebagai dasar penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen, dan Pemerintah dalam menata Peraturan Perlindungan Konsumen serta peraturan yang berkaitan dengan perbedaan harga antara di rak barang dengan di kasir, juga bagi pelaku usaha dan masyarakat umum mengenai berbagai permasalahan yang dihadapi tentang perlindungan konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini akan mempermudah penulisan dan penjabaran penulisan skripsi dengan memberikan gambaran yang lebih jelas. Penelitian ini dibagi menjadi empat bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang, yaitu apa yang melatar belakangi penulis mengangkat judul ini. Rumusan masalah, yaitu hal-hal yang menjadi permasalahannya. Tujuan penulisan, yaitu maksud dari penulis menulis skripsi. Manfaat penelitian, yaitu apa yang menjadi manfaatnya bagi penulis dan pembaca.

BAB II Tinjauan Umum Tentang Hukum Perlindungan Konsumen dan Tinjauan Umum Tentang Harga dan Penetapan Harga

Bab ini menguraikan pengertian hukum perlindungan konsumen, azas dan tujuan hukum perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha, bentuk pelanggaran, membahas maupun menguraikan tentang pengertian harga, penetapan harga, peraturan tentang penetapan harga, kebijakan penetapan harga.

BAB III Metode Penelitian

Metode penelitian yaitu metode yang digunakan oleh penulis dalam mengkaji atau meneliti suatu hal, yang meliputi tipe penelitian, metode pendekatan, sumber data yang diperoleh, pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV Bentuk Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Perbedaan Harga Antara Di Rak Barang Dengan Di Kasir

Bab ini berisi mengenai peran, serta tanggung jawab PT. Inti Cakrawala Citra Semarang dalam melakukan pencegahan dan pengawasan terhadap penyesuaian maupun penetapan harga untuk melindungi konsumen, serta bentuk penyelesaian sengketa konsumen akibat perbedaan harga antara di rak barang dengan di kasir menurut PT Inti Cakrawala dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Bab V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini memuat kesimpulan, saran, daftar pustaka atas hal yang dibahas dan diuraikan dalam bab-bab sebelumnya sebagai hasil analisis penulisan atas permasalahan dalam skripsi ini.

