

**PERTANGGUNGJAWABAN PELAKU USAHA KEPADA KONSUMEN
TERHADAP PROMOSI YANG TIDAK BENAR DITINJAU DARI
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KOSUMEN (STUDI KASUS DI
TOKO ALFAMART KECAMATAN SAIL)**

Oleh: Yemima Br. Sitepu

Pembimbing 1 : Dr. Maryati Bachtiar, SH.,M.Kn

Pembimbing 2 : Riska Fitriani, SH.,MH

Alamat : Jalan S.Parman No. 45 Gobah

Email : yemimasitepu18@yahoo.com

ABSTRACT

Consumer protection against the campaign conducted in the District Sail Shop Alfamart need for supervision, it is caused because so many business do promotion on a particular item. But often once the promotion is done in a manner that is false or misleading consumers, so the promotion is done by business often result in a loss for consumers. A result of the improper promotion, businesses should be held responsible for damages suffered by consumers. Alfamart District Shop of Sail is found that many of these promotions were misleading the public, so that many consumers feel very aggrieved. So based on this it is necessary that both consumer protection and the supervision of the government campaign against improper conducted in the District Sail Alfamart store.

Keywords: Accountability - Business Actors - Promotion Not True

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian yang pesat, telah menghasilkan beragam jenis dan variasi barang dan/atau jasa.¹ Kondisi seperti ini, pada satu sisi menguntungkan konsumen, karena kebutuhan terhadap barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi dengan beragam pilihan. Sisi lain, fenomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen menjadi tidak seimbang, karena konsumen berada pada posisi yang lemah. Karena konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraih keuntungan yang besarnya melalui promosi dan cara penjualan yang merugikan konsumen.²

Jual beli merupakan salah satu aktivitas dalam ruang lingkup perdata ekonomi. Sering sekali jual beli yang dilakukan dalam masyarakat, memunculkan adanya permasalahan-permasalahan dalam segala transaksinya. Transaksi yang dilakukan oleh para pihak dalam melakukan jual beli, secara tidak langsung akan menimbulkan akibat hukum didalamnya.³

Pelaku usaha bisa dituntut apabila janji yang ditawarkan dalam iklan tidak

terpenuhi. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Kosumen di dalam Pasal 8 Ayat (1) Huruf f menyatakan bahwa: “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/jasa tersebut.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan kasir Toko Alfamart terhadap promo barang yang tidak jelas, kasir tersebut menyatakan apabila ada promo terhadap barang maka sudah secara otomatis ada potongan harga dalam proses pembayaran, dan apabila tidak ada potongan harga maka barang tersebut tetap dijual dengan harga yang sebenarnya tanpa ada potongan harga.⁴

Hal tersebut merupakan suatu tindakan yang tidak benar dan merugikan banyak orang, karena Toko Alfamart memberi informasi dengan cara menempelkan spanduk promo terhadap barang yang dijual, dengan tujuan untuk menarik pembeli untuk membeli barang tersebut. Namun kenyataannya informasi tersebut kebanyakan tidak benar.

Pelaku usaha wajib bertanggungjawab terhadap permasalahan seperti promosi yang tidak benar, yang terjadi di Toko Alfamart. Tanggung jawab

¹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2013, hlm. 1.

² Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, 2003, hlm. 12.

³ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermedia, 2004, hlm. 79.

⁴ Wawancara dengan Firman, Kasir Toko Alfamart Beringin Kecamatan Sail, Hari Rabu 7 Oktober 2015, Bertempat di Toko Alfamart Beringin Kecamatan Sail.

pelaku usaha tersebut diatur dalam Pasal 19 Ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa: “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”. Hal ini membuka peluang bagi konsumen agar dapat memperoleh suatu produk (barang dan/atau jasa) yang sesuai dengan yang dijanjikan dan sekaligus melahirkan tanggung jawab di pihak pelaku usaha untuk memberikan ganti kerugian apabila produk yang diiklankan menjadi penyebab timbulnya kerugian bagi konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dalam penulisan hukum ini penulis memberikan suatu pengetahuan akan suatu hal yang patut diangkat menjadi sebuah penelitian dengan judul **“Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Toko Alfamart Kecamatan Sail).”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen terhadap promosi yang tidak benar ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang

Perlindungan Konsumen (studi kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail)?

2. Bagaimanakah tanggapan konsumen terhadap tindakan pelaku usaha yang melakukan tindakan promosi yang tidak benar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen terhadap promosi yang tidak benar ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (studi kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail).
2. Untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap tindakan pelaku usaha yang melakukan tindakan promosi yang tidak benar.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan penelitian bagi penulis adalah sebagai perpanjangan proses pembelajaran penulis untuk lebih mendalami materi-materi perkuliahan pada umumnya serta pengetahuan hukum perlindungan konsumen pada khususnya.
2. Kegunaan penelitian bagi dunia akademik adalah penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif bagi pengembangan ilmu serta dapat menjadi sumbangan pembelajaran dalam bentuk karya ilmiah kepada pembaca sebagai bahan pertimbangan hukum.

3. Kegunaan penelitian bagi masyarakat serta instansi terkait adalah sebagai masuk dalam bidang hukum perdata bisnis yang berkaitan dengan pertanggungjawaban pelaku usaha kepada konsumen terhadap promosi yang tidak benar.

E. Kerangka Teori

1. Teori Tanggung Jawab

Tanggung jawab dalam arti hukum adalah tanggung jawab yang benar-benar terkait dengan hak dan kewajibannya. Pelaku usaha dalam memberikan pelayanannya bertanggung jawab kepada diri sendiri dan kepada masyarakat. Bertanggung jawab berarti berani menanggung segala resiko yang timbul akibat pelayannya. Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya mempunyai tanggung jawab terhadap konsumen atas segala tindakan yang dapat dirugikan konsumen.⁵

2. Konsep Perlindungan Konsumen

a. Konsumen

Konsumen adalah setiap pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan sendiri, orang

lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁶

b. Pelaku Usaha

Pelaku Usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, yang berbentuk badan hukum maupun bukan 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.⁷

c. Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁸

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian empiris, istilah lain yang digunakan adalah penelitian hukum sosiologis disebut juga dengan penelitian lapangan.⁹

⁶ Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁷ Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁸ Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁹ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika, 2002, hlm. 15.

⁵ Fiena Ariestya, *“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Uang Kembali Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Daru Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”*, Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Riau, Pekanbaru, 2015, hlm. 17.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif*, yaitu mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada.¹⁰

3. Lokasi Penelitian

- a. Jalan Beringin RT. 002, RW. 002, Kecamatan Sail.
- b. Jalan Ronggo Warsito Nomor 72, Kecamatan Sail.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Adapun yang dijadikan populasi adalah sebagai berikut:

- 1) Toko Alfamart Kecamatan Sail;
- 2) Petugas/Kasir Toko Alfamart Kecamatan Sail.;
- 3) Pembeli yang berdasarkan studi kasus di toko Alfamart.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang akan dijadikan objek penelitian yang dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi, dan metode yang dipakai adalah *metode purposive*.

¹⁰<http://ridwanaz.com/umum/bahasa/pengertian-penelitian-deskriptif/>, diakses tanggal 7 Oktober 2015, Pukul: 18.04 WIB.

5. Sumber Data

a. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang penulis dapatkan atau diperoleh secara langsung melalui responden (lapangan) yang sesuai dengan permasalahan.

2) Data sekunder dibedakan menjadi 3 (tiga), yaitu:¹¹

- a) Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas.
- b) Bahan hukum sekunder merupakan semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi, melainkan publikasi tentang hukum meliputi buku-buku teks, kamus-kamus hukum, dan jurnal-jurnal hukum.¹²
- c) Bahan hukum tersier merupakan bahan hukum penunjang yang pada dasarnya mencakup bahan-bahan yang memberikan petunjuk terhadap bahan hukum primer dan

¹¹ Amirudin dan Zainal Askin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004, hlm. 30.

¹² Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Prenada Media, 2005, hlm. 141.

bahan hukum sekunder.¹³

6. Teknik Pengumpulan Data

- a. Kuisisioner yaitu metode pengumpulan data dengan cara membuat daftar-daftar pertanyaan yang memiliki korelasi dengan permasalahan yang diteliti.
- b. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data yang penulis lakukan dalam bentuk tanya jawab langsung kepada responden di lapangan.¹⁴
- c. Studi Kepustakaan yaitu untuk memperoleh data sekunder, landasan ini yang mendukung proposal skripsi ini, penulis mempelajari buku-buku, literatur, catatan kuliah yang ada hubungannya dengan proposal skripsi ini.¹⁵

7. Analisis Data

Setelah diperoleh data, baik primer maupun data sekunder, penulis menganalisis data secara kualitatif, dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan, kemudian membandingkan data yang penulis teliti. Tahapan analisis penulis mulai dari data yang diperoleh dalam

wawancara disajikan dalam bentuk pembahasan dengan uraian kalimat dan pengumpulan data dari bahan hukum primer.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Teori Tanggung Jawab

Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab dalam hukum dibedakan sebagai berikut:

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan kelalaian/kesalahan (*negligence*)
Tanggung jawab berdasarkan kelalaian (*negligence*) adalah prinsip tanggung jawab yang bersifat subjektif, yaitu suatu tanggung jawab yang ditentukan oleh perilaku pelaku usaha.¹⁶
2. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*)
Istilah lain dari tanggung jawab produk adalah *product liability*, berbeda dengan ajaran pertanggungjawaban hukum pada umumnya karena tanggung jawab produk adalah tanggung jawab produsen yang dibuat juga dengan *strict liability*.¹⁷

¹³ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudjite, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, hlm. 33.

¹⁴ Rusdah Cia, "Perjanjian Jual Beli Tenaga Listrik Pra Bayar Antara Pelanggan Dengan PT. PLN Area Pekanbaru (PERSERO) Rayon Panam", Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Riau, Pekanbaru. 2015, hlm. 32.

¹⁵ *Ibid.* hlm. 33.

¹⁶ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia, 2004, hlm. 46.

¹⁷ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Sinar Harapan, 1995, hlm. 24.

3. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab
Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (*presumption of liability principle*), sampai tergugat dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah.
4. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab
Prinsip ini adalah kebalikan dari prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab, prinsip ini bertanggung jawab hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas.¹⁸
5. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan.
Tanggung jawab dalam arti hukum adalah tanggung jawab yang benar-benar terkait dengan hak dan kewajibannya.¹⁹

Dari 5 (lima) prinsip tersebut yang dipergunakan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah prinsip tanggung jawab mutlak. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) adalah bentuk khusus dari *trot* (perbuatan melawan hukum), yaitu prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan.

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

A. Konsumen

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai

terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.²⁰

Hak dan kewajiban konsumen, yang berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

- 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 mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;

¹⁸ *Ibid.* hlm. 76

¹⁹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 73-79.

²⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006, hlm. 17.

- 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 perundang-undangan lainnya.

Berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

Kewajiban Konsumen adalah:

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan;
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

B. Pelaku Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di dalam Pasal 6 dan Pasal 7 menyatakan adanya hak dan kewajiban pelaku usaha. Hak pelaku usaha adalah:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapatkan 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 peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan 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) 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 diperdagangkan;
- f) Memberikan 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.

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan,

dipromosikan, atau diiklankan.²¹

3. Perlindungan Konsumen

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup.²² Maka pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

- 1) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses informasi, serta menjamin kepastian hukum;
- 2) Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
- 3) Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
- 4) Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan;
- 5) Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang

²¹ Pasal 12 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

²² Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003, hlm. 30.

perlindungan pada bidang-bidang lainnya.²³

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, diatur dalam Pasal 3, yang menyatakan bahwa:

- a) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c) Meningkatkan pemberdayaan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- d) Menciptakan 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;

²³ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Op.Cit*, 2000, hlm. 23.

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Toko Alfamart Di Kecamatan Sail, Pekanbaru

Penelitian ini dilakukan di sekitar Kecamatan Sail, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Lokasi penelitian ini berada di:

1. Toko Alfamart Jl. Beringin RT. 002 RW. 002, Kecamatan Sail;
2. Toko Alfamart Jl. Ronggo Warsito Nomor 72, Kecamatan Sail.

B. Sejarah Singkat Alfamart

Alfamart adalah sebuah *brand minimarket* penyedia kebutuhan hidup sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya Alfamart, dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989.

C. Visi, Misi dan Budaya

1. Visi
"Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global".
2. Misi
 - a. Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen

- dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul;
 - b. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuhkembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha;
 - c. Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.
3. Budaya
- a. Integritas yang tinggi;
 - b. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik;
 - c. Kualitas & Produktivitas yang tertinggi;
 - d. Kerjasama *Team*;

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Toko Alfamart Kecamatan Sail

Menurut ketentuan dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 9 Ayat (1) berbunyi : “Pelaku Usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar.

Di Toko Alfamart Kecamatan Sail, sering melakukan promosi terhadap suatu barang-barang tertentu dengan mempromosikan barang melalui iklan yang dipasang di sekitar Toko Alfamart. Namun sering sekali informasi terhadap promosi suatu barang yang disampaikan melalui iklan tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya. Sehingga akibat dari ketidakjelasan informasi yang dibuat oleh pelaku usaha mengakibatkan kerugian bagi para konsumen di Toko Alfamart Kecamatan Sail.

Namun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Toko Alfamart Jl. Beringin, Kecamatan Sail, pelaku usaha sering tidak bertanggungjawab kepada konsumen. Seperti pada promosi yang dilakukan pelaku usaha pada tanggal 1-15 Oktober 2015 terhadap produk *softener soklin* seharga Rp. 8.900,- yang semestinya mendapat potongan harga menjadi Rp. 5.900,-. Tetapi pada saat barang tersebut dibeli pada tanggal 7 Oktober 2015, sama sekali tidak mendapat potongan harga. Padahal masih dalam masa promosi terhadap barang tersebut. Hal tersebut sudah melanggar ketentuan yang terdapat pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, karena pihak Toko Alfamart di Kecamatan Sail memberikan informasi yang tidak jelas terhadap promosi suatu barang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kasir yang bertugas di Toko Alfamart

Kecamatan Sail terhadap promosi barang yang tidak jelas, kasir tersebut menyatakan apabila ada promosi terhadap barang maka sudah secara otomatis ada potongan harga dalam proses pembayaran, dan apabila tidak ada potongan harga maka barang tersebut tetap dijual dengan harga yang sebenarnya tanpa ada potongan harga.²⁴

Dilihat dari pernyataan yang disampaikan oleh salah satu kasir di Toko Alfamart Kecamatan Sail sebagai pelaku usaha, dapat dilihat kalau pihak alfamart tidak bertanggungjawab atas perbuatan yang mereka lakukan, yang bersifat mengelabui konsumen dan mengakibatkan kerugian bagi konsumen.

Adapun pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen yang mengalami kerugian dan pertanggungjawaban pelaku usaha di Toko Alfamart Kecamatan Sail adalah konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha terhadap promosi yang tidak benar, dan apabila tuntutan ganti rugi yang diminta tidak terpenuhi atau pihak Toko Alfamart tidak bertanggung jawab terhadap perbuatannya yang melanggar aturan hukum, sesuai dengan Pasal 52 Huruf e Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa konsumen berhak melakukan pengaduan akan hal

ini kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan dilengkapi bukti-bukti yang ada.

Namun berdasarkan wawancara dengan Bapak Wijaya, S. Pd selaku Kepala Sekretariat BPSK Kota Pekanbaru, belum pernah ada laporan dari masyarakat (konsumen) yang memberikan pengaduan mengenai promosi yang tidak benar yang dilakukan oleh Toko Alfamart terkhususnya di Kecamatan Sail. Penyebab konsumen yang kurang aktif untuk melaporkan pelanggaran tersebut ke BPSK disebabkan karena kurangnya kesadaran hukum konsumen dan konsumen sering merasa tidak seimbang antara kerugian yang dialami dengan biaya perkara, sehingga menimbulkan dampak negatif yaitu pelaku usaha tetap melakukan promosi yang tidak benar secara berkelanjutan dan masyarakat (konsumen) semakin banyak yang dirugikan. Namun BPSK tidak menutup kemungkinan apabila ada konsumen yang melaporkan pelanggaran tersebut dan akan menyelesaikannya, sehingga dapat menimbulkan efek jera kepada pelaku usaha untuk tidak melakukan promosi yang tidak benar lagi.²⁵

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik suatu analisis bahwa pada umumnya pelaku usaha bertanggung jawab

²⁴ Wawancara dengan Firman, Kasir Toko Alfamart Beringin Kecamatan Sail, Hari Rabu 7 Oktober 2015, Bertempat di Toko Alfamart Beringin Kecamatan Sail.

²⁵ Wawancara dengan Bapak Wijaya, S. Pd, Kepala Sekretariat BPSK Kota Pekanbaru, Hari Senin 22 Februari 2016, Bertempat di Kantor BPSK Kota Pekanbaru.

berdasarkan prinsip tanggung jawab mutlak. Tanggung jawab mutlak (*strict liability*) adalah bentuk khusus dari *tort* (perbuatan melawan hukum), yaitu prinsip pertanggungjawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan.

B. Tanggapan Konsumen Terhadap Tindakan Pelaku Usaha Yang Melakukan Promosi Yang Tidak Benar

Tanggapan responden yang menyatakan setuju adalah dengan alasan:

1. Tidak merasa keberatan karena selisih harga promosi yang dipajang di papan promosi dengan harga dikasir tidak terlalu jauh;
2. Setiap pelaku usaha berhak untuk melakukan segala cara untuk memperoleh keuntungan.

Sedangkan tanggapan konsumen yang menyatakan tidak setuju adalah dengan alasan:

1. Menimbulkan ketidaknyamanan dalam berbelanja;
2. Menimbulkan keresahan jika terlalu seting melakukan promosi yang tidak benar;
3. Merugikan pembeli.

Data yang diperoleh penuli sebagian besar konsumen menyatakan tidak setuju dengan pelaku usaha yang sering melakukan promosi yang tidak benar. Seharusnya apabila pelaku usaha melakukan promosi, harga tersebut harus sesuai dengan yang sudah dijanjikan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap promosi yang tidak benar dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) khususnya terdapat dalam Pasal 7 menyatakan pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Prinsip pertanggungjawaban yang terdapat dalam UUPK adalah *strict liability* atau tanggung jawab secara langsung/mutlak. Tanggung jawab secara langsung tersebut tersirat dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK. Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan di Toko Alfamart Kecamatan Sail, pelaku usaha tidak bertanggungjawab atas segala perbuatan yang bertentangan dengan UUPK khususnya terhadap promosi yang tidak benar. Pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat perbedaan harga barang di papan promosi dan harga di kasir.
2. Tanggapan konsumen terhadap tindakan pelaku usaha di Toko Alfamart Kecamatan Sail menyatakan tidak setuju terhadap promosi yang tidak benar yang sering dilakukan oleh pelaku usaha di Toko Alfamart Kecamatan Sail menimbulkan

ketidaknyamanan dalam berbelanja, menimbulkan keresahan jika terlalu sering melakukan promosi yang tidak benar, dan merugikan konsumen. Konsumen berharap agar pelaku usaha di Toko Alfamart memberikan informasi mengenai barang secara jujur, benar dan tidak menyesatkan konsumen, sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Sedangkan konsumen yang menyatakan setuju dengan dilakukannya promosi yang tidak benar tersebut dengan alasan tidak merasa keberatan karena selisih harga promosi yang dipajang di papan promosi dengan harga dikasir tidak terlalu jauh dan setiap pelaku usaha berhak untuk melakukan segala cara untuk memperoleh keuntungan.

B. Saran

1. Bagi pihak Toko Alfamart Kecamatan Sail sebaiknya dalam melakukan promosi terhadap suatu barang seharusnya harga di kasir harus sesuai dengan harga promosi tersebut. Pihak Toko Alfamart Kecamatan Sail juga harus bertanggungjawab terhadap kerugian yang dialami konsumen sesuai dengan Pasal 19 Ayat (1) yang menyatakan bahwa: "Pelaku usaha bertanggungjawab memberikan ganti rugi atas kerusakan,

pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan."

2. Pelaku usaha di Toko Alfamart Kecamatan Sail hendaknya lebih memperhatikan kembali apa yang menjadi kewajiban dari pelaku usaha yang terdapat dalam Pasal 7 UUPK, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang terdapat dalam Pasal 8 UUPK, dan yang menjadi tanggung jawab pelaku usaha yang terdapat dalam Pasal 19 UUPK. Agar konsumen meranya nyaman berbelanja di Toko Alfamart Kecamatan Sail dan konsumen merasa tidak dirugikan akibat promosi yang tidak benar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amirudin dan Zainal Askin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mazuki, Peter Mahmud, 2005, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Prenada Media.
- Nasution, Az, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Sinar Harapan.
- Samsul, Samsul, 2004, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, Jakarta: Universitas Indonesia.
- Shidarta, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*,

- Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Shofie, Yusuf, 2003, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Sidabalok, Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudjite, 2011, *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Subekti, 2004, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermasa.
- Syawali, Husni dan Neni Sri Imaniyati, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen, Mandar Maju*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Waluyo, Bambang, 2002, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsuemen*, Jakarta: Gramedia.
- Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana.
- Kamus/Skripsi/Jurnal**
- Ariesty, Fiena, 2015, *“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Uang Kembalian Dalam Transaksi Jual Beli Ditinjau Daru Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”*, Skripsi, Fakultas Hukum , Universitas Riau, Pekanbaru.
- Cia, Rusdah, 2015, *“Perjanjian Jual Beli Tenaga Listrik Pra Bayar Antara Pelanggan Dengan PT. PLN Area Pekanbaru (PERSERO) Rayon Panam”*, Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Riau, Pekanbaru.
- K, Dani, 2002, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Putra Harsa,
- Peraturan Perundang-undangan**
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Website**
- <http://ridwanaz.com/umum/bahasa/pengertian-penelitian-deskriptif/>, diakses tanggal 7 Oktober 2015, Pukul: 18.04 WIB.
- <https://oridiansyah.wordpress.com/sejarah-visi-misi-kantor/>, diakses pada tanggal 28 November 2015, Pukul: 13.08 WIB.