

Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terkait Selisih Pembayaran Harga Di Perusahaan Retail

Jeane Neltje Saly¹, Sapto Handoyo Djarkasih Putro²

¹Universitas Tarumanagara

²Universitas Pakuan

Email: sapto_hdp@yahoo.com

*Corresponding author

Article info

Received: Feb 12, 2024

Revised: Mar 26, 2024

Accepted: Apr 12, 2024

DOI: <https://doi.org/10.31599/krtha.v18i1.2269>

Abstract : *The purpose of this writing is to provide information to the public regarding legal protection for consumers when there is a difference in price payments at retail companies. In practice, business actors sometimes commit acts that are detrimental to consumers. For example; business actors selling their products dishonestly, selling defective goods, diverting consumer refunds in the form of candies, there are no small denominations or rounding off the change. This is where the beginning of the occurrence of violations of consumer rights in the form of differences in the price of shopping payments. Even though consumer rights and obligations have been expressly regulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK). The method of analysis is carried out qualitatively on primary legal materials and secondary legal materials. Efforts to protect the law against consumers who experience losses due to lack of change when making transactions at minimarkets, have been regulated in Article 4 UUPK. The business actors (minimarkets) are deemed not to have carried out their obligations as stipulated in Article 7 letters a and c, so the minimarkets must pay compensation in accordance with Article 19 paragraph (1) UUPK.*

Keywords : *legal protection, consumers, difference, payment, price*

Abstrak : Tujuan penulisan ini adalah memberikan informasi kepada masyarakat mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat terjadi selisih pembayaran harga di perusahaan retail. Dalam praktiknya, pelaku usaha adakalanya melakukan perbuatan yang merugikan konsumen. Misalnya; pelaku usaha menjual produknya secara tidak jujur, menjual barang yang cacat, pengalihan bentuk uang kembalian konsumen dalam bentuk permen, program donasi secara sepihak dengan alasan tidak ada uang pecahan kecil atau membulatkan uang kembalian. Disinilah awal terjadinya pelanggaran terhadap hak konsumen berupa selisih harga pembayaran belanja. Padahal hak dan kewajiban konsumen telah secara tegas diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Metode analisis dilakukan secara kualitatif terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat kurangnya uang kembalian pada saat melakukan transaksi di minimarket, telah diatur dalam Pasal 4 UUPK. Pihak pelaku usaha (minimarket) dianggap tidak melaksanakan kewajibannya seperti diatur dalam Pasal 7 huruf a dan c, sehingga pihak perusahaan retail (pelaku usaha) harus membayarkan ganti kerugian sesuai Pasal 19 ayat (1) UUPK.

Kata kunci : perlindungan hukum, konsumen, selisih, pembayaran, harga



I. INTRODUCTION

Perlindungan konsumen menyangkut banyak aspek. Salah satunya ialah aspek hukum. Hukum dalam masyarakat berkembang secara dinamis sesuai dengan perkembangan masyarakat itu sendiri. Hukum diterjemahkan sebagai rangkaian kaidah atau norma yang mengatur tingkah laku dan perbuatan manusia dalam hidup bermasyarakat.¹ Hukum berfungsi untuk mengatur kehidupan masyarakat, sehingga dapat melindungi kepentingan masyarakat. Hukum perlindungan konsumen mendapat perhatian khusus karena berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain, dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.²

Hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen di Indonesia. Menurut Ketentuan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), pengertian perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³ Konsumen merupakan salah satu pihak dalam hubungan dan transaksi ekonomi yang hak-haknya sering diabaikan oleh sebagian pelaku usaha, oleh sebab itu hak-hak konsumen perlu dilindungi.⁴ Selanjutnya tujuan perlindungan konsumen adalah untuk mengangkat harkat hidup dan martabat konsumen, yaitu dengan cara menghindarkan dari hal negatif pemakaian barang dan/atau jasa.⁵ Istilah “hukum konsumen” dan “hukum perlindungan konsumen” merupakan istilah yang sering disamaartikan. Ada pendapat yang mengatakan bahwa hukum konsumen adalah juga hukum perlindungan konsumen, namun ada juga yang mengatakan bahwa dari segi substansi dan luas lingkungannya antara hukum konsumen dengan hukum perlindungan konsumen adalah berbeda. Hingga saat ini, para pakar ilmu hukum belum memberikan pengertian yang pasti dan baku mengenai kedua hal tersebut.⁶

Az. Nasution telah membedakan antara hukum konsumen dengan hukum perlindungan konsumen. Hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyediaan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan/atau jasa) konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat.⁷ Menurut Az. Nasution, hukum konsumen pada pokoknya lebih berperan dalam hubungan dan masalah konsumen yang kondisi para pihaknya berimbang dalam kedudukan sosial ekonomi, daya saing, maupun tingkat pendidikan. Rasionalitas adalah sekalipun tidak selalu tepat bagi mereka yang

¹Andi Hamzah, *Terminologi Hukum Pidana*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, h. 76.

²Celina Tri Siwi K., *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, h. 3.

³Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 2.

⁴Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008, h. 22.

⁵Abdul Halim Barkatullah, *Hak-hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2010, h. 48.

⁶Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006, h. 36.

⁷Az. Nasution (a), *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2002, h. 37.

berkedudukan seimbang demikian, maka mereka masing-masing lebih mampu mempertahankan dan menegakkan hak-hak mereka yang sah. Hukum perlindungan konsumen dibutuhkan apabila kondisi pihak-pihak yang mengadakan hubungan hukum atau bermasalah dalam masyarakat itu tidak seimbang.⁸

Berdasarkan Pasal 1 angka 2 UUPK, dikatakan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, dan orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁹ Selain terdapat di dalam UUPK, pengertian konsumen diatur pula dalam Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yaitu bahwa konsumen adalah setiap pemakai dan atau pengguna barang dan atau jasa baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan orang lain.¹⁰ Konsumen sendiri tidak hanya diartikan hanya sebagai orang (individu), tetapi juga diartikan sebagai badan usaha baik pemerintah atau swasta yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir dan konsumen juga tidak mutlak terkait dalam hubungan jual beli sehingga konsumen juga tidak identik dengan pembeli.¹¹ Sedangkan 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.¹²

Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia membagi pelaku usaha (baik privat maupun publik) ke dalam tiga kelompok, yaitu:¹³

- a. Investor yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan usaha seperti perbankan, usaha *leasing* dan lain-lain;
- b. Produsen yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan/atau jasa-jasa lain (bahan baku, bahan tambahan/penolong dan lain-lain);
- c. Distributor yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa kepada masyarakat seperti pedagang *retail*, pedagang kaki lima, supermarket, toko dan lain-lain.

Berdasarkan ketentuan Pasal 2 UUPK terdapat 5 (lima) asas perlindungan konsumen, yaitu berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan

⁸*Ibid.*, h. 38.

⁹UUPK, Pasal 1 angka 2.

¹⁰Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 1 angka 2.

¹¹Az. Nasution (b), *Konsumen dan Hukum Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995, h. 72 .

¹²UUPK, Pasal 1 angka 3.

¹³Az. Nasution (a), *Op.Cit.*, h. 72.

konsumen, serta kepastian hukum. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terdapat penjelasan kelima asas tersebut yaitu:¹⁴

a. Asas manfaat

Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

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.

c. Asas keseimbangan

Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

e. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Tujuan perlindungan konsumen, diatur dalam Pasal 3 UUPK yaitu:¹⁵

- 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;

¹⁴UUPK, Pasal 2 beserta penjelasannya.

¹⁵*Ibid.*, Pasal 3 beserta penjelasannya.

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Berdasarkan ketentuan Pasal 4 UUPK, ada 9 (sembilan) hak dari konsumen, yaitu 8 (delapan) diantaranya merupakan hak yang secara eksplisit diatur dalam UUPK dan 1 (satu) hak lainnya dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Hak-hak tersebut antara lain, sebagai berikut:¹⁶

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

Di samping itu, konsumen juga mempunyai kewajiban yang harus dipenuhinya sebelum mendapatkan haknya tersebut, sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 5 UUPK, antara lain, sebagai berikut:¹⁷

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati;

¹⁶UUPK, Pasal 4 beserta penjelasannya.

¹⁷*Ibid.*, Pasal 5.

- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Berdasarkan Pasal 6 UUPK, ada 5 (lima) hak dari pelaku usaha, adalah:¹⁸

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad 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;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pelaku usaha mempunyai kewajiban yang diatur dalam Pasal 7 UUPK, sebagai berikut:¹⁹

- 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.

¹⁸*Ibid.*, Pasal 6.

¹⁹*Ibid.*, Pasal 7.

Urgensi penelitian ini adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen pada saat terjadi selisih pembayaran harga di perusahaan retail. Dalam praktiknya, pelaku usaha adakalanya melakukan perbuatan yang merugikan pihak konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan solusi harus dilakukan oleh konsumen jika menemukan kasus selisih pembayaran harga pada saat berbelanja di perusahaan retail.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian hukum adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.²⁰ Di dalam penelitian ini, penulis mempergunakan metode penelitian hukum normatif. Menurut Soerjono Soekano, penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka.²¹ Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Pada penelitian hukum jenis ini, acapkali hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas. Oleh karena itu, pertama, sebagai sumber datanya hanyalah data sekunder, yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder atau data tersier.²² Penelitian ini bersifat deskriptif karena penelitian ini semata-mata menggambarkan suatu objek untuk mengambil kesimpulan-kesimpulan yang berlaku secara umum.²³ Teknik pengumpulan data Di dalam penelitian ini dipergunakan bahan hukum primer, bahan hukum sekunder serta bahan hukum tersier. Pengolahan data dilakukan secara kualitatif.

III. PEMBAHASAN

Perusahaan Ritel di Indonesia

Perusahaan retail adalah perusahaan yang mengelola bisnis penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir, yaitu masyarakat yang mengonsumsi produk yang dijual.²⁴ Banyak yang beranggapan bahwa retail hanya terkait menjual produk di toko. Padahal, retail juga berarti memberikan pelayanan jasa antar (*delivery*) kepada pelanggan. Jadi, wujud retail sebenarnya beragam, tidak cuma berupa toko atau warung yang ada di komplek rumah kita. Perusahaan retail mempunyai beberapa fungsi diantaranya:²⁵

²⁰Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 35.

²¹Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Raja Grafindo, 2007, h. 14.

²²Amiruddin & H. Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Depok: Raja Grafindo, 2020, h. 118.

²³Sutrisno Hadi, *Metodologi Research I*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1986, h. 3.

²⁴Anonim, tersedia di: <https://lifepal.co.id/media/perusahaan-retail/>, diakses tanggal 5 Mei 2023.

²⁵*Ibid.*

1. Membeli dan menyimpan barang yang berarti sebagai distributor yaitu membeli barang dari produsen dalam jumlah besar dan menyimpannya untuk dijual kembali kepada konsumen.
2. Memindahkan hak milik barang kepada konsumen terakhir. Barang dari perusahaan retail akan didistribusikan langsung kepada konsumen.
3. Memberikan informasi tentang sifat dan cara pemakaian barang.
4. Memudahkan konsumen memilih produk yang diinginkan sebab ada beragam produk serupa, tetapi berbeda merek di tingkat pengecer.
5. Memudahkan konsumen akhir memiliki atau membeli produk yang dibuat produsen.
6. Memberikan layanan purna jual suatu produk dan ikut serta menangani keluhan konsumen.
7. Dalam situasi tertentu, perusahaan retail dapat memberikan barang dengan sistem kredit kepada konsumen.

Berdasarkan jenisnya secara umum, wujud bisnis perusahaan retail terbagi dua, yaitu perusahaan retail dengan toko dan tanpa toko.²⁶

a. Perusahaan retail dengan toko

Sesuai namanya, perusahaan retail dengan toko sudah pasti menjajakan produk atau jasa di dalam toko. Namun, ada berbagai jenis lagi dalam kategori ini yaitu:²⁷

- 1) Toko barang khusus, yaitu produk yang dijual sempit dalam keragaman seperti toko sepatu yang khusus menjual alas kaki.
- 2) Toko serba ada yang juga dikenal dengan nama umum sebagai *department store*. Toko ini menjual beragam produk.
- 3) Pasar swalayan atau supermarket yang pasti sudah kita pahami. Retail ini memiliki ciri-ciri bisnis besar, biaya rendah, dengan margin rendah tetapi volume tinggi atau lebih cepat dapat untung.
- 4) Toko diskon dikenal juga sebagai toko yang harga barangnya lebih rendah dari harga pada umumnya. Seperti swalayan, margin rendah tetapi lebih cepat dapat margin.
- 5) Toko kenyamanan bisa dicontohkan seperti warung yang ada di kawasan pemukiman warga. Biasanya tingkat perputaran bisnis tinggi karena permintaan, serta harga yang lebih tinggi.
- 6) Toko kombinasi yang menggabungkan antara makanan dan obat-obatan misalnya. Biasanya, toko ini memiliki ruang penjualan cukup besar hingga 55 ribu kaki persegi.

²⁶*Ibid.*

²⁷*Ibid.*

b. Perusahaan retail tanpa toko²⁸

Sesuai namanya, perusahaan retail ini tidak membutuhkan toko. Retail tanpa toko dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

- 1) Penjualan langsung, yaitu usaha retail yang penjualannya dilakukan wiraniaga kepada konsumen akhir.
- 2) Penjual satu-satu, yaitu usaha retail dengan kegiatan yang langsung dilakukan wiraniaga ke rumah-rumah warga satu per satu.
- 3) Penjual satu ke banyak, yaitu usaha retail dengan cara penjualan oleh wiraniaga ke rumah konsumen yang mengundang banyak rekan atau teman atau tetangga. Contohnya pedagang panci yang biasanya mengajak para ibu rumah tangga berkumpul di belakang mobil pick-up untuk mendemonstrasikan panci yang dijual.
- 4) Pemasaran jaringan, yaitu bisnis retail yang memilih para usahawan berperan sebagai distributor yang nantinya memiliki anggota, contohnya adalah MLM (*Multi Level Marketing*).
- 5) Pemasaran langsung yang dilakukan melalui media lain seperti katalog, surat, telepon, dan televisi.

Perlindungan Hukum Terhadap Hak Uang Kembali Konsumen dan Penyelesaiannya

Salah satu perusahaan retail modern yang menyediakan bermacam-macam kebutuhan masyarakat untuk dikonsumsi sehari-hari adalah minimarket. Minimarket yang cukup familiar di masyarakat diantaranya adalah; Indomaret, Alfamart, Superindo, dll. Berdirinya perusahaan retail modern tersebut didasarkan pada Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, dan secara operasionalnya telah diatur di dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Kebutuhan masyarakat yang dikonsumsi sehari-hari dan bisa diperoleh dengan mudah di minimarket, misalnya; makanan ringan (*snack*), minuman ringan, perlengkapan mandi, rokok, obat-obatan, parfum dan lain-lain. Banyak alasan mengapa mereka (konsumen) lebih memilih berbelanja di minimarket. Selain mudahnya menemukan minimarket yang bertebaran di hampir setiap sudut kota, juga karena tempatnya dirasakan cukup lega serta nyaman bagi mereka untuk memilih barang belanjaan dengan santai. Apalagi di setiap minimarket sudah dilengkapi dengan alat pendingin ruangan (AC) yang tentunya semakin membuat konsumen tersebut akan betah berlama-lama di dalam minimarket.

²⁸ *Ibid.*

Adapun sistem pembayaran yang digunakan di setiap minimarket pada umumnya menggunakan *e-money* ataupun dengan uang tunai (*cash*). Kebanyakan konsumen yang berbelanja menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran. Namun demikian, harga-harga yang dibanderol dalam setiap produk barang sebagian besar memuat pecahan rupiah yang tidak genap (*ganjil*). Misalnya: minuman kemasan botol yang berlabel harga Rp. 3.800,00. Permasalahan terjadi, pada saat petugas kasir minimarket tersebut tidak menyediakan uang kembalian pecahan Rp. 200,00. Dan adakalanya beberapa kasir minimarket tidak memberi uang kembalian sebesar Rp. 200,00 kepada si pembeli (konsumen). Kondisi seperti inilah yang menyebabkan timbulnya kerugian bagi hak konsumen untuk mendapatkan uang kembalian dari selisih harga barang.

Yang dimaksud dengan uang kembalian yaitu hak konsumen pada saat sejumlah (nominal) mata uang yang telah dibayarkan melebihi dari jumlah harga belanjaan. Kecilnya nominal uang kembalian terkadang dianggap sepele oleh pihak minimarket (pelaku usaha), padahal uang kembalian tersebut merupakan hak konsumen yang harus dipenuhi. Kondisi konsumen yang banyak dirugikan, memerlukan upaya untuk melindunginya sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan.²⁹ Dalam UUPK menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan terhadap konsumen.³⁰ Seorang pembeli (konsumen) yang telah membayarkan sejumlah uang bagi barang-barang yang dibelinya, berhak mendapatkan uang kembalian, jika nominal uang yang dibayarkan itu melebihi dari harga yang tertera pada setiap produk tersebut. Meskipun uang kembaliannya hanya seratus atau dua ratus rupiah, cukup kecil memang. Tapi kalau jumlah tersebut dikalikan dengan berapa konsumen dalam satu hari, tentu jumlahnya menjadi sangat besar.

Pasal 4 huruf g UUPK telah mengatur tentang hak dan kewajiban bagi seorang konsumen, yaitu hak untuk diperlakukan secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Sedangkan pada Pasal 5 huruf c diatur mengenai kewajiban bagi konsumen yaitu membayar dengan nilai tukar yang disepakati. Konsumen yang membeli barang di minimarket dengan sistem komputer yang dijalankan oleh kasir, konsumen tentu telah mempersiapkan sejumlah uang untuk melakukan transaksi. Sebaliknya pihak minimarket juga seharusnya telah mempersiapkan uang kecil (uang pecahan) untuk mengembalikan selisih harga total belanjaan dengan uang yang dibayarkan oleh konsumen. Sehingga tidak ada lagi alasan dari kasir minimarket untuk tidak memberikan uang kembalian, dengan alasan tidak ada uang pecahan kecil, untuk didonasikan/disumbangkan atau bahkan ada yang diberi kembalian beberapa buah permen yang tentu kurang sebanding dengan nominal uang kembalian tersebut.

Selain itu, secara tegas dalam Pasal 6 huruf a UUPK telah diatur mengenai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha (pihak minimarket), yaitu hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Dalam kasus ini, pihak minimarket telah menerima pembayaran sesuai dengan harga produk yang ditentukan, artinya hak pelaku usaha (minimarket)

²⁹Abd. Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Makasar: CV. Sah Media, 2017, h. 5.

³⁰Rosmawati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media Grup, 2018, h. 6.

tersebut telah dipenuhi. Sedangkan kewajiban pelaku usaha pada kasus ini telah secara nyata diatur dalam Pasal 7 huruf a UUPK yang menyatakan kewajiban pelaku usaha yaitu beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, serta huruf c yang menyatakan memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Namun jika uang kembalian yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen jumlahnya kurang (tidak sesuai), maka dalam hal ini pelaku usaha (pihak minimarket tersebut) bisa dikatakan telah melanggar hak-hak konsumen sebagaimana telah diatur dalam Pasal 4 huruf g Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Ketidaksesuaian uang kembalian kepada konsumen tentu dirasa sangat merugikan. Pasal 19 ayat (1) UUPK mengatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam hal ganti rugi. Maka konsumen sebagai pihak yang dirugikan, mempunyai hak untuk mendapatkan ganti rugi dari si pelaku usaha. Pihak minimarket dalam hal ini, tentu memiliki kewajiban untuk menyerahkan sisa uang kembalian sebagai bentuk ganti kerugian atas hak-hak konsumen yang belum/tidak menerima uang kembalian pada saat membayar di kasir.

Tindakan yang dilakukan oleh oknum kasir minimarket dengan menyerahkan uang kembalian yang kurang (tidak sesuai), berapapun jumlahnya, merupakan tindakan yang menyebabkan kerugian bagi konsumen. Konsumen sering dibuat tidak berdaya untuk melakukan upaya hukum guna memperoleh hak-haknya, dan konsumen menganggap percuma saja jika kasusnya dilaporkan ke pihak yang berwajib (Polri). Hal ini terjadi karena konsumen masih dianggap lemah oleh pelaku usaha. Perangkat hukum yang ada dianggap belum bisa memberikan rasa aman dan belum bisa secara langsung memberikan perlindungan bagi konsumen. Kejadian seperti ini telah berlangsung dari waktu ke waktu dan telah menjadi rahasia umum.

Seperti diketahui, konsumen yang mengalami kejadian seperti ini, sebagian besar malas untuk mempermasalahkan uang kembalian tersebut, akan tetapi jika kasus ini terjadi terus-menerus dan dialami oleh banyak konsumen, kerugiannya sangat besar dan sebaliknya, keuntungan yang diperoleh oleh pihak pelaku usaha (minimarket) sangat besar.

Penyelesaian sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha telah diatur dalam UUPK. Diantaranya adalah penyelesaian sengketa di luar pengadilan dan melalui pengadilan sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat (1) UUPK. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan bisa dilakukan dengan cara musyawarah atau melalui lembaga yang berwenang menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pihak pelaku usaha, yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Bentuk penyelesaian sengketa di luar pengadilan ini diatur dalam Pasal 47 UUPK. Sedangkan mengenai alternatif penyelesaian sengketa diatur dalam Pasal 45 ayat (2) UUPK yang menyatakan bahwa penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

Upaya penyelesaian hukum di luar pengadilan atau melalui mekanisme musyawarah dalam kasus tersebut, dilakukan oleh konsumen sebagai pihak yang dirugikan dan kasir minimarket yang bersangkutan. Konsumen harus menyertakan bukti-bukti misalnya struk belanja sebagai bukti transaksi/pembelian. Dari musyawarah tersebut diharapkan pihak

pelaku usaha bisa membayarkan uang kembalian pada saat transaksi kepada konsumen. Namun jika tidak terjadi kesepakatan dalam menyelesaikan sengketa tersebut, maka akan dilibatkan pihak ketiga atau mediasi yang dituangkan dalam suatu perjanjian tertulis dan dikuatkan melalui Keputusan BPSK selambat-lambatnya 21 (dua puluh satu) hari sejak permohonan tersebut diterima di sekretariat BPSK.

Menurut ketentuan Pasal 54 ayat (3) UUPK, putusan BPSK bersifat final, artinya tidak ada lagi upaya banding atau kasasi. sedangkan pada Pasal 56 ayat (2) UUPK diatur bahwa jika pelaku usaha (konsumen) tidak menerima atau menolak putusan BPSK, maka pelaku usaha dapat mengajukan perihal tersebut ke Pengadilan Negeri selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari kerja terhitung sejak diterimanya pemberitahuan putusan.

IV. KESIMPULAN

Upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat kurangnya uang kembalian pada saat melakukan transaksi di minimarket, telah diatur dalam Pasal 4 UUPK. Pihak pelaku usaha (minimarket) dianggap tidak melaksanakan kewajibannya seperti diatur dalam Pasal 7 huruf a dan c, sehingga pihak minimarket (perusahaan retail/pelaku usaha) harus membayarkan ganti kerugian sesuai Pasal 19 ayat (1) UUPK. Jalur musyawarah bisa ditempuh guna menyelesaikan sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha, seperti diatur dalam Pasal 45 ayat (1) dan Pasal 45 ayat (2) UUPK. Penyelesaian hukum yang bisa dilakukan yaitu melalui penyelesaian hukum di luar pengadilan dengan melibatkan BPSK atau alternatif terakhir melalui jalur pengadilan. Seyogyanya pihak pelaku usaha atau pihak minimarket (perusahaan retail) telah mempersiapkan sejumlah uang kecil (recehan) di setiap meja kasir untuk membayarkan uang kembalian yang nominalnya kecil kepada pembeli atau konsumen yang sedang berbelanja. Jika mengalami kejadian seperti itu, agar pihak konsumen berani berargumentasi bahwa pihak pelaku usaha telah melanggar ketentuan UUPK yang merugikan konsumen, hal ini diharapkan bisa menjadi peringatan bagi pelaku usaha (perusahaan retail) untuk lebih baik dan jujur dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah. *Hak-hak Konsumen*. Bandung: Nusa Media, 2010.
- Abd. Haris Hamid. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Cet. Ke-1. Makasar: CV. Sah Media, 2017.
- Amiruddin dan H. Zainal Asikin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Depok: Raja Grafindo, 2020.
- Andi Hamzah. *Terminologi Hukum Pidana*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Az Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Az Nasution. *Konsumen dan Hukum Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Happy Susanto. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia, 2008.
- Mahmud Marzuki, Peter. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Rosmawati. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Cet. Ke-1 Jakarta: Prenada Media Grup, 2018.
- Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo, 2007.
- Sutrisno Hadi. *Metodologi Research I*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1986.

Internet

- Anonim. Tersedia di: <https://lifepal.co.id/media/perusahaan-retail/>. Diakses tanggal 5 Mei 2023.

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.