

# **JUAL BELI TANPA LABEL HARGA DALAM PERSPEKTIF UNDANG UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**Alvina Damayanti**

Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Panca Budi Perdagangan  
alvinadmynti2606@gmail.com

**Ayu Anira**

Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Panca Budi Perdagangan  
ayuanira350@gmail.com

## **Abstract**

This research aims to find out about the perspective of the consumer protection law regarding buying and selling without price tags. Buying and selling without price tags is buying and selling in which there is no price information in practice. This buying and selling phenomenon has become a habit in society. However, buying and selling like this also causes a lot of harm to consumers. Seeing the impact of the implementation of buying and selling without price tags, the researchers want to know how the point of view or perspective according to the consumer protection law. This research is qualitative descriptive, this study includes literature literature reviewing written sources through books and others as relevant reference sources. The object of this research is made to find out the impact received by consumers as a result of buying and selling without price tags. The data collection method uses observation, and collects appropriate data as a reference.

**Keywords:** buying and selling, price tags, consumer protection law

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang perspektif undang undang perlindungan konsumen mengenai jual beli tanpa label harga. Jual beli tanpa label harga adalah jual beli yang pada praktiknya tidak ada keterangan harga. Fenomena jual beli ini menjadi sebuah kebiasaan di masyarakat. Namun, jual beli seperti ini juga tidak sedikit menimbulkan kerugian pada konsumen. Melihat dari dampak pelaksanaan jual beli tanpa label harga yang ditimbulkan, Maka peneliti ingin mengetahui bagaimana sudut pandang atau perspektif menurut undang undang perlindungan konsumen. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, kajian ini meliputi literature literature mengkaji sumber tertulis melalui buku dan lainnya sebagai rumber referensi yang relevan. Adapun objek penelitian ini dibuat untuk mengetahui dampak yang diterima konsumen akibat dari jual beli tanpa label harga. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, serta mengumpulkan data data yang sesuai sebagai referensi.

**Kata Kunci:** jual beli, label harga, undang undang perlindungan konsumen

## **Pendahuluan**

Secara etimologis, jual beli berarti menukar harta dengan harta. Adapun secara terminologis adalah transaksi penukaran selain dengan fasilitas dan kenikmatan. Menurut syaria' jual beli adalah pertukaran harta atas dasar suka sama suka. Rasulullah SAW sendiri pun telah menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang (al-hadits). Artinya, melalui jalan perdagangan (jual beli) inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar daripadanya. Jual beli merupakan sesuatu yang diperbolehkan. Dengan demikian perkataan jual beli menunjukkan adanya perbuatan dalam satu kegiatan, yaitu pihak penjual dan pembeli. Kehidupan dalam bermasyarakat memang penting, karena manusia tidak dapat hidup sendiri. Oleh sebab itu manusia saling berinteraksi antara satu dengan yang lainnya, atau disebut juga dengan mu'amalah. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak lepas dari kegiatan mu'amalah. Namun tidak semua masyarakat mengetahui secara kaffah akan peraturan-peraturan dalam mu'amalah, misalnya hal jual beli. Hubungan antara manusia dalam aktivitas ekonomi Islam disebut dengan istilah muamalah.

Aktivitas jual beli melibatkan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen (pemakai barang atau jasa) yang keduanya sama-sama memiliki kepentingan. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh keuntungan dari transaksi dengan konsumen. Sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan dari segi harga dan mutu barang yang diberikan pelaku usaha. Sehingga dalam praktiknya jika tidak ada aturan maka sangat banyak peluang yang menjadikan konsumen sebagai sasaran eksploitasi pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi memiliki posisi yang lebih kuat. Hal ini diakibatkan karena perilaku pelaku usaha maupun dari ketidaktahuan konsumen itu sendiri dalam jual beli.

Hubungan antara manusia dalam aktivitas ekonomi Islam disebut dengan istilah muamalah. Aktivitas ekonomi yang dalam kegiatannya dibutuhkan hukum dalam mengatur dan membatasi aktivitas ekonomi. Sehingga dalam kegiatannya tidak mengabaikan hak-hak dan Di Indonesia banyak pelaku usaha yang tidak mengindahkan permasalahan informasi dalam jual beli, salah satunya dalam penerapan label harga, di mana peneliti mengamati bahwa adanya suatu tindakan yang berpeluang menimbulkan suatu kerugian pada konsumen. Tindakan yang

dilakukan ialah berupa tidak dicantumkan label harga. Fenomena tidak dicantumkan label harga dalam jual beli ini sangat patut menjadi perhatian, karena dalam praktiknya ada hak konsumen yang tidak terpenuhi sehingga berpeluang menimbulkan suatu kerugian terhadap konsumen/ pembeli. Menurut Nieuwenhuis, “kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan melanggar norma dari pihak lain”.<sup>1</sup>

Dilihat dari dampak negative yang dapat di timbulkan dari perilaku pelaku bisnis yang tidak mencantumkan label harga pada produknya bisa menjadi sebuah kesalahpahaman dan menyebabkan masalah diantara penjual dan pembeli. Maka dari itu di rasa perlu pembahasan secara undang undang perlindungan konsumen.

Oleh sebab itu penulis tertarik untuk membahas dan meneliti bagaimana perspektif undang undang perlindungan konsumen dalam hal mengenai jual beli tanpa pencantuman label harga.

## **Pembahasan**

### **1. Jual Beli**

Jual Beli Perkataan jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu “Jual dan Beli”. Sebenarnya kata “Jual” dan “Beli” mempunyai arti yang satu sama lainnya bertolak belakang. Kata “Jual” menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan “Beli” adalah adanya perbuatan membeli.<sup>2</sup> Jual beli menurut bahasa artinya menukar sesuatu dengan sesuatu, sedangkan menurut syar’i artinya menukar harta dengan harta menurut cara-cara tertentu. Nabi Muhammad SAW bersabda yang artinya: “dari Rifa’ah r.a bahwasannya Nabi Muhammad SAW di tanya : "Pencarian apakah yang paling baik?". Beliau menjawab, "Ialah orang yang bekerja dengan tangannya, dan tiap-tiap jual beli yang bersih". (H.R. AlBazar dan disahkan oleh Hakim). Selain itu jual beli telah diridhoi Allah dan Rosul-Nya. Sebab jual beli berbeda dengan riba. Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Selanjutnya Volmar sebagaimana dikutip oleh Suryodiningrat (1996: 14) mengatakan bahwa jual-beli adalah pihak yang satu penjual (verkopen) mengikatkan dirinya kepada pihak lainnya pembeli (loper) untuk memindah tangankan suatu benda dalam eigendom dengan memperoleh

---

<sup>1</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip- Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013. h. 78.

pembayaran dari orang yang disebut terakhir, sejumlah tertentu, berwujud uang. Jual beli adalah suatu kegiatan tukar menukar barang dengan barang lain dengan tata cara tertentu. Termasuk dalam hal ini adalah jasa dan juga penggunaan alat tukar seperti uang. Jual beli itu sendiri yaitu: tukar menukar barang dengan barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.<sup>3</sup> Jual beli dapat diadakan secara lisan, dapat pula secara tertulis (Pasal 1458 KUHPdt). Jika diadakan secara lisan, maka selalu didukung oleh alat bukti tertulis, misalnya faktur penjualan, kuitansi pembayaran. Jika dilakukan secara tertulis, perjanjian dapat dibuat dalam bentuk akta otentik di muka notaris, dapat pula dalam bentuk akta di bawah tangan yang dibuat oleh pihak-pihak sendiri. Demikian juga cara melakukan pembayaran dan penyerahan barang. Pembayaran harga dilakukan di tempat dan pada waktu yang ditetapkan dalam perjanjian (Pasal 1513 KUHPdt), secara tunai atau dengan surat berharga melalui bank. Sedangkan penyerahan barang dilakukan di tempat di mana barang itu berada, kecuali jika diperjanjikan lain (Pasal 1477 KUHPdt). Dari beberapa definisi di atas dipahami bahwa jual beli ialah perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara ridha di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati. Adapun rukun jual beli adalah:

1. Ada penjual dan pembeli yang keduanya harus berakal sehat, atas kemauan sendiri, dewasa/baligh dan tidak mubadzir alias tidak sedang boros.
2. Ada barang atau jasa yang diperjualbelikan dan barang penukar seperti uang, dinar emas, dirham perak, barang atau jasa. Untuk barang yang tidak terlihat karena mungkin di tempat lain namanya salam.
3. Ada ijab qabul yaitu adalah ucapan transaksi antara yang menjual dan yang membeli (penjual dan pembeli).

---

<sup>3</sup> A Hidayat. *Pengantar Kebutuhan*. Jakarta: Salemba, 2015. h. 9

## **2. Label Harga**

### **a. Pengertian Label Harga**

Dalam bisnis yang sangat ketat merek menduduki peranan besar terutama dengan penilaian konsumen terhadap kualitas atau mutu produk, sehingga merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Begitu pula dengan harga, harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan membeli suatu produk sepenuhnya ada pada diri konsumen karena pasar menyediakan berbagai pilihan produk dan merek yang beragam. Konsumen bebas memilih berbagai produk dengan menggunakan berbagai kriteria yang sesuai dengan kebutuhan, selera, daya beli, mutu yang baik, dan harga yang lebih murah. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa Pasal 1 ayat 9 label adalah setiap keterangan mengenai barang yang berbentuk tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang barang dan keterangan pelaku usaha serta informasi lainnya yang disertakan pada barang, dimasukkan kedalam, ditempelkan/ melekat pada barang, tercetak pada barang, dan/atau merupakan bagian kemasan barang.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa Sebagaimana peraturan menteri perdagangan tersebut, dapat dipahami bahwa label merupakan keterangan mengenai barang, harga, gambar, tulisan yang berisi informasi tentang barang maupun pelaku usaha yang melekat pada barang. Label Price atau Price Tag adalah harga suatu yang tertera di depan barang, ada 2 macam label price yaitu label price regular dan label price promo. Label price berguna untuk mempermudah pelanggan dalam melihat harga, pelanggan hanya tinggal melihat barang dan di bawah pas di tempel di rak nya ada harga nya, jadi pelanggan tidak perlu bertanya lagi kepada penjaga toko jika ingin membeli barang yang dibutuhkan. Label merupakan salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat

tertentu. Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli dan menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.

Sebagaimana penjelasan tersebut, harga menjadi patokan bagi konsumen untuk membeli produk dan sekaligus pada saat yang sama untuk menentukan berapa besar keuntungan yang diperoleh dalam berdagang.<sup>4</sup>

b. Fungsi Label

Harga Fungsi label adalah sebagai berikut:

- 1) Label mengidentifikasi produk atau merek
- 2) Label menentukan kelas produk
- c. Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman).
- d. Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Pemberian label dipengaruhi oleh penetapan, yaitu:

- 1) Harga unit (unit prancing) untuk menyatakan harga per unit dari ukuran standar.
- 2) Tanggal kadaluarsa (open dating) untuk menyatakan berapa lama produk layak dikonsumsi.
- 3) Label keterangan gizi (nutritional labeling) untuk menyatakan nilai gizi dalam produk. Penggunaan label dalam Al Qur'an sebagai berikut: Artinya: "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (Q.S Albaqarah : 168) Tafsir ayat bahwa Setelah Allah Swt. menjelaskan bahwa *tidak ada Tuhan selain Dia dan bahwa hanya Dialah yang menciptakan segalanya, maka Allah SWT menjelaskan bahwa Dialah yang memberi rezeki semua makhluk-Nya*. Untuk itu Allah SWT menyebutkan sebagai pemberi karunia kepada mereka, bahwa Dia memperbolehkan mereka makan dari semua apa yang ada di bumi, yaitu yang dihalalkan bagi mereka lagi baik dan tidak membahayakan tubuh serta akal mereka, sebagai karunia dari Allah SWT Allah melarang mereka mengikuti langkah-langkah setan, yakni jalan-jalan dan sepak terjang yang

---

<sup>4</sup> Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Guepedia, 2018), h. 26

digunakan untuk menyesatkan para pengikutnya, seperti mengharamkan bahirah (hewan unta bahirah), saibah (hewan unta saibah), wasilah (hewan unta wasilah), dan lain sebagainya yang dihiaskan oleh setan terhadap mereka dalam masa Jahiliah.

e. Manfaat Label Harga bagi Konsumen dan Pelaku Usaha

- 1) Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
- 2) Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.<sup>5</sup>
- 3) Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
- 4) Sarana periklanan bagi produsen.
- 5) Memberi rasa aman bagi konsumen. Mengingat label adalah alat penyampai informasi, sudah selayaknya informasi yang termuat pada label adalah sebenar-benarnya dan tidak menyesatkan. Hanya saja, mengingat label juga berfungsi sebagai iklan, disamping sudah menjadi sifat manusia untuk mudah jatuh dalam kekhilafan dengan berbuat kecurangan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, maka perlu dibuat rambu-rambu yang mengatur. Dengan adanya rambu-rambu ini diharapkan fungsi label dalam memberi rasa aman pada konsumen dapat tercapai.

f. Label dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar Dan/Atau Jasa Pasal 1 ayat (1) Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh Konsumen. (2) Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh Konsumen.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar Dan/Atau Jasa 20 Pasal 1 ayat (3)

---

<sup>5</sup> Abdullah bin Muhammad bin Abdurahman bin Ishaq Al-Sheikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, Terj. M. Abdul Ghofar, Abdurrahim Mu'thi, dan Abu Ihsan Al Atsari (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2003),

Barang Beredar dan/atau Jasa adalah Barang dan/ atau Jasa yang ditujukan untuk ditawarkan, dipromosikan, diiklankan, diperdagangkan di pasar rakyat, pusat perbelanjaan, toko swalayan dan/atau sarana perdagangan lainnya, untuk dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh Konsumen termasuk yang disimpan di dalam gudang atau tempat penyimpanan lainnya yang berada di wilayah Republik Indonesia, baik yang berasal dari produksi dalam negeri maupun impor.<sup>18</sup> Pasal 1 ayat (9) Label adalah setiap keterangan mengenai Barang yang berbentuk tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang Barang dan keterangan Pelaku Usaha serta informasi lainnya yang disertakan pada Barang, dimasukkan kedalam, ditempelkan/ melekat pada Barang, tercetak pada Barang, dan/atau merupakan bagian kemasan Barang. (13) cara menjual adalah kegiatan atau upaya Pelaku Usaha untuk menawarkan, mempromosikan dan mengiklankan Barang Beredar dan/atau Jasa kepada Konsumen, dengan maksud untuk menjual dan memperoleh imbalan.<sup>19</sup> Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/MDag/Per/7/2013 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan Pasal 2 ayat (1) Pada dasarnya setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang secara eceran dan/atau jasa kepada konsumen wajib mencantumkan harga barang atau tarif jasa.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar Dan/Atau Jasa Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar Dan/Atau Jasa 21 secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat. Akan tetapi, kewajiban ini tidak berlaku bagi pelaku usaha mikro Pasal 3 ayat (1) harga barang tersebut harus dilekatkan/ ditempelkan pada barang atau kemasan, disertakan, dan/atau ditempatkan dekat dengan barang serta dilengkapi jumlah satuan atau jumlah tertentu. Jika barang yang diperdagangkan dikenakan pajak dan/atau biaya-biaya lainnya, pencantuman harga harus memuat informasi harga barang sudah termasuk atau belum termasuk pajak dan/atau biaya-biaya lainnya. Harga yang dicantumkan harus dalam rupiah, dengan menggunakan mata uang dan nominal Rupiah yang berlaku. Jika harga barang memuat pecahan nominal rupiah yang tidak beredar, pelaku usaha dapat membulatkan harga barang dengan memperhatikan nominal rupiah yang beredar. Pembulatan diinformasikan kepada konsumen pada saat transaksi pembayaran. Pasal 9 ayat (1) Jika pelaku usaha memperdagangkan barang secara eceran dengan tidak mencantumkan harga

barang secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat atau tidak menetapkan harga barang dengan rupiah, maka pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha di bidang perdagangan oleh pejabat yang berwenang. Pencabutan izin usaha di bidang perdagangan tersebut dilakukan setelah diberikan peringatan secara tertulis sebanyak 3 kali.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan 21 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan 3 (tiga) kali dalam tenggang waktu masing-masing peringatan paling lama 1 (satu) bulan. Pasal 7 ayat (2) jika terdapat perbedaan antara harga barang yang dicantumkan dengan harga atau tarif yang dikenakan pada saat pembayaran, yang berlaku adalah harga atau tarif yang terendah.

## **2. Undang Undang Perlindungan Konsumen**

### **UU NO 8, LN 1999/NO. 42, TLN. NO 3821, LL SETKAB: 54 HLM UNDANG UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen. Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar. Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai; berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang

sehat. Untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen; Dasar hukum undang-undang ini adalah:

Pasal 5 Ayat (1), Pasal 21 Ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945. Dalam Undang-Undang ini diatur tentang: Asas dan Tujuan; Hak dan Kewajiban; Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha; Ketentuan Pencantuman Klausula Baku; Tanggung Jawab Pelaku Usaha; Pembinaan dan Pengawasan; Badan Perlindungan Konsumen Nasional; Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat; Penyelesaian Sengketa; Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen; Penyidikan; dan Sanksi.

Konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan /atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak unuk diperdagangkan. Hal ini dapat bersifat dalam segala transaksi jual beli, secara langsung maupun secara online seperti yang kini kian marak. Walaupun adanya transaksi yang tidak melalui tatap muka, konsumen tetap berhak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang dijanjikan.

### **Pengertian Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen adalah keseluruhan peraturan dan hukum yang mengatur hak dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dan mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.<sup>6</sup>

Hal ini dapat bersifat dalam segala transaksi jual beli, secara langsung maupun secara online seperti yang kini kian marak. Walaupun adanya transaksi yang tidak melalui tatap muka, konsumen tetap berhak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan pemberitahuan sebelumnya atau barang yang sesuai dengan yang dijanjikan.

### **Hak Konsumen**

Hak sebagai konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik

---

<sup>6</sup> Sidobalok, J. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Citra Karya Bakti: Bandung, 2014, h. 39

Indonesia yang berlandaskan pada Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 yang dapat diketahui sebagai berikut:

1. Hak dalam memilih barang

Konsumen memiliki hak penuh dalam memilih barang yang nantinya akan digunakan atau dikonsumsi. Tidak ada yang berhak mengatur sekalipun produsen yang bersangkutan. Begitu juga hak dalam meneliti kualitas barang yang hendak dibeli atau dikonsumsi pada nantinya.

2. Hak mendapat kompensasi dan ganti rugi

Konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi maupun ganti rugi atas kerugian yang diterimanya dalam sebuah transaksi jual beli yang dilakukan. Apabila tidak adanya kecocokan dalam gambar maupun kualitas, konsumen berhak melakukan sebuah tuntutan terhadap produsen.

3. Hak mendapat barang/jasa yang sesuai

Konsumen berhak untuk mendapat produk dan layanan sesuai dengan kesepakatan yang tertulis. Sebagai contoh dalam transaksi secara online, apabila terdapat layanan gratis ongkos kirim, maka penerapannya harus sedemikian. Bila tidak sesuai, konsumen berhak menuntut hak tersebut.

4. Hak menerima kebenaran atas segala informasi pasti

Hal yang paling utama bagi para konsumen, guna mengetahui apa saja informasi terkait produk yang dibelinya. Produsen dilarang menutupi ataupun mengurangi informasi terkait produk maupun layanannya. Sebagai contoh apabila ada cacat atau kekurangan pada barang, produsen berkewajiban untuk memberi informasi kepada konsumen.

5. Hak pelayanan tanpa tindak diskriminasi

Perilaku diskriminatif terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk pelanggaran atas hak konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh produsen tidak boleh menunjukkan perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya.

### **Alasan Mengapa Konsumen Butuh Perlindungan**

Perlindungan konsumen dibutuhkan untuk menciptakan rasa aman bagi para konsumen dalam melengkapi kebutuhan hidup. Kebutuhan perlindungan konsumen juga harus bersifat tidak berat sebelah dan harus adil. Sebagai landasan

penetapan hukum, asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK 8/1999, dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Asas Manfaat

Konsumen maupun pelaku usaha atau produsen berhak memperoleh manfaat yang diberikan. Tidak boleh bersifat salah satu dari kedua belah pihak, sehingga tidak ada salah satu pihak yang merasakan manfaat ataupun kerugian.

b. Asas Keadilan

Konsumen dan produsen/pelaku usaha dapat berlaku adil dengan perolehan hak dan kewajiban secara seimbang atau merata.

c. Asas Keseimbangan

Sebuah keseimbangan antara hak dan kewajiban para produsen dan konsumen dengan mengacu pada peraturan hukum perlindungan konsumen.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan

Sebuah jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengganggu keselamatan jiwa dan harta bendanya.

e. Asas Kepastian Hukum

Sebuah pemberian kepastian hukum bagi produsen maupun konsumen dalam mematuhi dan menjalankan peraturan hukum dengan apa yang menjadi hak dan kewajibannya. Hal ini dilakukan tanpa membebankan tanggung jawab kepada salah satu pihak, serta negara menjamin kepastian hukum.

### **Penjelasan UU Perlindungan Konsumen**

Sebagaimana yang sudah dijelaskan bahwa perlindungan konsumen diperuntukan untuk pemberian kepastian, keamanan serta keseimbangan hukum antara produsen dan konsumen. Tujuan dibuatnya perlindungan konsumen dapat dijelaskan dalam dalam Pasal 3 UUPK 8/1999, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

### **Hukum Jual Beli Tanpa Label Menurut Perspektif Undang Undang Perlindungan Konsumen**

Menurut Sumaatmadja dan Winardit, adalah suatu cara pandang dan cara berperilaku terhadap suatu masalah atau kejadian atau kegiatan. Hal ini menyiratkan bahwa manusia senantiasa akan memiliki perspektif yang mereka gunakan untuk memahami sesuatu. Sumaatmadja dan Winardit (1999)

Apabila dilihat dari undang undang perlindungan konsumen jual beli diatur dalam pasal 1457- 1540 kitab undang undang hokum perdata. Menurut pasal 1457 kitab undang undang hokum perdata jual beli adalah suatu persetujuan yang mengikat , pihak penjual berjanji menyerahkan suatu barangataubenda, dan pihak lain yang bertindak sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga.<sup>7</sup>

Jika dikaitkan dengan praktik jual beli tanpa label harga merujuk pada pasal 1457 diatas, persetujuan jual beli sekaligus membebankan dua kewajiban pertama kewajiban pihak pelaku usaha/ penjual menyerahkan barang yang di jual kepada pembeli. Kedua, kewajiban pihak konsumen atau pembeli membayar harga barang yang dibeli kepada pelaku usaha.

Kewajiban dalam persetujuan jual beli sesuai dengan pasal 1457 KUHP diatas dapat dipahami bahwa para pihak harus menyepakati jual beli baik dari system penyerahan barang dan pembayaran agar kiranya pihak pihak tidak akan merasakan kerugian.

Berkaitan kerugian yang muncul akibat pelaku usaha dengan tidak mencantumkan label harga dalam penjualan setiap produk, perlindungan hokum dalam upaya perlindungan konsumen juga di jelaskan dalam pasal 1 ayat (1) undang undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang menyebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hokum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

---

<sup>7</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007. h. 36.

Perlindungan konsumen yang dimaksud dalam praktik jual beli tanpa lebel harga yang menyebabkan kerugian kepada konsumen menurut Janus Sidabolak, ialah aspek perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen. Syarat syarat yang tidak adil yakni permasalahan perilaku pelaku usaha yang tidak memberikan informasi masalah harga.<sup>8</sup>

Dalam hal ini pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang walaupun secara eksplisit. Undang undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen tidak ada mengatur keharusan melebelisasi harga penjualan. Namun pada pasal 7 undang undang no8 tahun 1999 tersebut adanya penegasan bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa yang dalam hal ini masalah harga karena secara penafsiran analogis terhadap pasal tersebut dalam undang undang itu dianggap menjadi dasar keharusan pelaku usaha untuk memberikan informasi harga

### **Kesimpulan**

Dari hasil pembahasan diatas maka peneliti menarik kesimpulan yaitu:

1. Dalam hal ini undang undang NO. 8 tahun 1999 perlindungan konsumen tidak memberikan aturan secara pasti/penegasan tentang pelabelan harga pada setiap produk yang di jual oleh konsumen atau penjual.
2. Pada pasal 7 undang undang No. 8 tahun 1999 juga memberikan penegasan bagi para pelaku usaha harus memberikan informasi dengan benar, jujur, dan jelas mengenai kondisi produk yang dijual dan bisa di jadikan sebagai dasar untuk para pelaku penjual untuk memberikan informasi harga.
3. Bagi pelaku penjual juga tidak memberikan salah satu hak yang harus diterima oleh konsumen atau pembeli dalam hal ini adalah *Hak menerima kebenaran atas segala informasi pasti*. Yang sudah di atur Undang Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 , dan Pasal 33

---

<sup>8</sup> Sidabolak Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014, h. 8

### Daftar Pustaka

- A. Masa'adi, Ghufron. *Fiqih Muamalah Kontekstual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Arikunto, s. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Ghofur Anshori, Abdul. *Hukum Perjanjian Islam Di Indonesia (Konsep, Regulasi, Dan Implementasi)*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010.
- Hidayat, A. *Pengantar Kebutuhan*. Jakarta: Salemba, 2015.
- Janus, Sidobalok. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Citra Karya Bakti, 2014.
- Miru, Ahmadi. *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Miru, Ahmadi. *Prinsip- Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Suma Atmadja dan Winardit. *Perspektif Global*. Jakarta: UT, 1999.
- Suryodiningrat, R.M. *Perikatan Perikatan, Bersumber Perjanjian*, Tarsito, Bandung, 1996.
- Susanto, Happy. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008.