BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan dalam suatu negara tentu menjadi hal yang sangat penting, hampir seluruh negara didunia telah memilikinya. Negara tanpa adanya pembangunan akan stagnan, karena negara akan berhenti pada satu titik, sedangkan perubahan selalu berubah dan bergulir seiring dengan perkembangan zaman. Agar pembangunan dapat berjalan dengan baik, maka dibutuhkan suatu perencanaan pembangunan yang baik.

Pertumbuhan ekonomi sebagai salah satu proses perencanaan pembangunan dari waktu ke waktu menjadi indikator penting untuk mengukur keberhasilan pembangunan suatu negara.[1] Pertumbuhan ekonomi suatu negara dipengaruhi dari banyak aspek. Sebagai negara berkembang, Indonesia masih memiliki potensi besar dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Perkembangan perekonomian Indonesia pada saat ini dapat diukur oleh maraknya pembangunan pusat perdagangan. Keberadaan pusat perdagangan merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat disuatu wilayah. Pasar sebagai salah satu bagian dari pusat perdagangan dapat dikatakan sebagai pusat pembangunan perekonomian karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

[1] Ahmad Ma'ruf dan Latri Wihastuti, *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Determinan dan Prospeknya*, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah, Yogyakarta, 2008, hlm. 44

Pasar saat ini telah menjadi bagian yang melekat dari kehidupan bermasyarakat, maka dari itu keberadaan pasar sangatlah vital bagi masyarakat serta bagi perekonomian. Dalam kegiatan sehari-hari pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan suatu transaksi jual beli barang atau jasa namun dalam bidang ekonomi pasar tidak diartikan sebagai tempat, namun lebih mengutamakan pada kegiatan jual beli tersebut.

Pada proses jual beli saat ini banyak penjual memberikan gambaran barang dan/atau jasa melalui iklan baik itu iklan elektronik atau iklan dalam bentuk selebaran brosur, iklan atau promosi merupakan salah satu unsur yang dapat mempengaruhi proses perjanjian dalam jual beli. Namun seiring kemajuan teknologi dan pengetahuan terkadang iklan banyak disalah gunakan pemakaiannya, banyak iklan yang muatannya tidak sesuai dengan barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan sehingga dalam hal ini hak-hak pembeli yang seharusnya menerima informasi yang benar dari penjual kini direnggut haknya oleh ketidaksesuaian iklan tersebut.

Seiring dengan berkembangnya zaman, dikenallah istilah konsumen dan pelaku usaha yang merupakan hasil interaksi manusia yang terus berkembang. Sejak semula, hingga saat ini, kedudukan konsumen tetap berada pada pihak yang sangat lemah dan membutuhkan suatu perlindungan terhadap kepentingannya. Hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha yang terus

berkembang membutuhkan sebuah aturan hukum yang memberikan kepastian terhadap tanggung jawab, hak dan kewajiban dari masing-masing pihak.[2]

Sesungguhnya peranan hukum dalam konteks ekonomi adalah menciptakan ekonomi dan pasar yang komperatif. Terkait dengan hal ini pula, bahwa tidak ada pelaku usaha atau produsen tunggal yang mampu mendominasi pasar, selama konsumen memiliki hak untuk memilih produk mana yang menawarkan nilai terbaik, baik dalam harga maupun mutu. Serta tidak ada pelaku usaha dan produsen yang mampu menetapkan harga berlebih atau menawarkan produk dengan kualitas yang rendah atau barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diiklankan oleh produsen, selama masih ada produsen lain dan konsumen akan pindah kepada produk lain tersebut.[3]

Menurut *Business English Dictionary*, Perlindungan Konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri.[4] Undang-undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.[5]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

---

[2] Sri Redjeki, *Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati (penyunting), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm. 46

[3] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013, hlm. 21

[4] *Ibid.*, hlm. 21

[5] Pasal 1 Angka 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Hubungan antara produsen dengan konsumen dilaksanakan dalam rangka jual beli. Jual beli sesuai Pasal 1457 KUH Perdata yang berbunyi sebagai berikut:

> Jual beli adalah suatu perjanjian sebagaimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu keadaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.[6]

Dalam hubungan langsung antara pelaku usaha dan konsumen terdapat hubungan kontraktual (perjanjian). Perjanjian menurut Pasal 1313 KUH Perdata adalah "suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih".[7] Sedangkan menurut R Wirjono Prodjodikoro perjanjian adalah suatu hubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak dimana satu pihak berjanji untuk melakukan suatu hal atau tidak melakukan suatu hal janji sedangkan pihak lain menuntut pelaksanaannya.[8] Jika produk menimbulkan kerugian pada konsumen, maka konsumen dapat meminta ganti kerugian kepada produsen atas dasar tanggung jawab kontraktual (*contractual liability*). Seiring dengan revolusi industri, traksaksi usaha berkembang kearah hubungan yang tidak baik langsung melalui suatu distribusi dari pelaku usaha, disalurkan atau didistribusikan kepada agen, lalu kepengecer baru sampai konsumen. Dalam hubungan ini tidak terdapat hubungan kontraktual (perjanjian) antara produsen dan konsumen[9]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

---

[6] R.Subekti dan R.Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, PT.Pradnya Paramita, Jakarta, 2004, hlm. 366

[7] *Ibid*, hlm. 338

[8] Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, PT.Sumur, Bandung, 1981, hlm. 9

[9] Soemali, *Hubungan antara konsumen dan produsen*, Melalui: <www.soemali.dosen.narotama.ac.id> diakses Tgl 4 Februari 2020 jam 11.09 wib.

Tujuan perlindungan konsumen adalah menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.[10]

Upaya untuk menghindarkan akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa tersebut, maka Undang-Undang menentukan berbagai larangan yang terdapat dalam Pasal 8 sampai dengan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, mengatur perbuatan hukum yang dilarang bagi pelaku usaha, larangan dalam memproduksi atau memperdagangkan, larangan dalam menawarkan, larangan dalam penjualan secara obral atau lelang dan dimanfaatkan dalam ketentuan periklanan.[11]

Perundang-undangan memberikan larangan-larangan tertentu bagi pelaku usaha dalam hubungannya dengan konsumen. Untuk perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang tidak berhubungan langsung dengan penelitian hanya akan diulas sekilas, larangan-larangan bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
   a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangann;
   b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam lebel atau etika barang tersebut;
   c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;

[10] Pasal 3 Huruf D Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

[11] Abdul Halim Berkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010, hlm. 45

d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etika, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan dan/jasa tersebut;
f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatkan dalam lebel, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jasa jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam lebel;
i. Tidak memasang lebel atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi, bersih/netto, komposisi atau pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan pada Pasal 8 merupakan satu-satunya ketentuan umum, yang berlaku secara general bagi kegiatan usaha dari para pelaku usaha di Negara Republik Indonesia.

Inti dari Pasal 8 sendiri terkait dengan larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud.[12] Khususnya dalam Pasal 8 Huruf F yang menyatakan "pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa. Bahwa dalam Pasal tersebut telah jelas diuraikan pelaku usaha dilarang untuk memproduksi dan/atau memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan iklan yang mereka buat

[12] Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo, Jakarta, 2004,hlm. 54

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

untuk memberikan gambaran terhadap konsumen mengenai barang yang mereka jual.

Fakta dilapangan bahwa masih terdapat banyak ketimpangan yang dilakukan oleh pelaku usaha, seperti halnya dalam permasalahan yang terjadi pada proses revitalisasi pasar modern di Sumedang dimana *Developer* dan *General Contractor* proyek revitalisasi pasar Sumedang membuat dan menyebarkan iklan yang tidak sesuai dengan kondisi barang/kios yang diiklankan, konsumen yang membeli dua buah kios pada blok KH No 1 dan 2 semula tidak menjumpai masalah karena sesuai dengan yang ada dibrosur iklan serta site plane baik luas maupun posisinya, akan tetapi untuk kios blok nomor 1 yang berada di hook sebagaimana gambar site plane dan brosur yang tergambar jelas lokasinya di hook yang sama sekali tidak terhalang dengan bidang atau bangunan apapun, akan tetapi dalam beberapa waktu kemudian ternyata posisi hooknya yang seharusnya kosong tidak ada bangunan apapun, ternyata kemudian dibangun kembali bangunan kios baru yang menutupi sisi hook kanan (yang seharusnya kosong). Dalam hal ini konsumen yang berkedudukan sebagai pembeli kios telah dicederai haknya untuk mendapatka informasi yang benar sesuai dengan iklan yang sebelumnya telah dipublikasi oleh produsen.

Pelanggaran-pelanggaran yang serupa dengan kejadian di Pasar Sumedang tersebut saat ini banyak terjadi dimasyarakat baik transaksi jual beli online atau jual beli secara langsung. Namun saat ini banyak dari masyarakat

kita yang bingung dan tidak tahu apa yang harus mereka lakukan jika terjadi hal tersebut.[13]

Adapaun penulis melakukan penelitian terhadap pasar modern sumedang dan didapati beberapa permasalahan sesuai dengan keterangan yang diberikan perwakilan dari pengembang pasar yang penulis simpulkan dalam table berikut:[14]

Tabel 1 : Jumlah Kios Terjual Dan Permasalahannya

No	Data	2018	2019
1	Jumlah Konsumen	300	210
2	Permasalahan	17	16

Sumber : Wawancara Penulis Dengan Pengembang Pasar

Dari keterangan salah satu marketing pengembang pasar menerangkan bahwa jumlah angka tersebut didapat dari jumlah kios yang terjual dari jumlah 882 kios biasa, pancawarna 21 kios dan loss 108 kios. Pengembang menyadari bahwa permasalahan tersebut wajar sekali terjadi dalam sebuah proses pemasaran akan tetapi dalam hal ini pengembang menuturkan bahwa pihaknya tidak sendirian dalam menyelesaikan masalah-masalah tersebut, pengembang bekerja sama dengan Pemerintahan Kab.Sumedang sebagai penanggung jawab untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang terjadi.

Mengenai ketentuan pembangunan dan hal-hal yang menyangkut penataan, pembinaan pasar rakyat, pusat perbelanjaan dan toko swalayan di

[13] Hasil Wawancara Pribadi Penulis Dengan Bapak H.Ateng Ruhana, S.H, Selaku Pegawai BPSK, Pada Tanggal 26 Januari 2020

[14] Hasil Wawancara Pribadi Penulis Dengan Sodara Deny yuda, Selaku Marketing Pt.BJA, Pada Tanggal 08 September 2020

SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Kabupaten Sumedang diatur secara khusus didalam Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 5 Tahun 2018 Tentang Pengembangan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan dan Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Serta Penataan Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk meneliti hak-hak yang hilang dan perlindungan hukum terkait perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam hal ini memberikan informasi yang keliru mengenai iklan kios di proyek revitalisasi pasar modern Sumedang, maka disusunlah skripsi ini dengan judul. **"PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PADA JUAL BELI KIOS DIHUBUNGKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN" (Studi Kasus Di Pasar Modern Kabupaten Sumedang)**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

B. Identifikasi Masalah

Penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Adapun kedua manfaat tersebut adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen pada jual beli kios di pasar modern Sumedang menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

2. Bagaimana kendala hukum perlindungan hukum terhadap konsumen pada jual beli kios di pasar modern Sumedang?
3. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala perlindungan terhadap konsumen agar hak-haknya terpenuhi?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari tujuan yang hendak dicapai sehingga dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi pembaca. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen pada jual beli kios di pasar modern Sumedang menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui kendala perlindungan hukum terhadap konsumen pada jual beli kios di pasar modern Sumedang.
3. Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan dalam mengatasi kendala perlindungan terhadap konsumen agar hak-haknya terpenuhi.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah dalam rangka memberikan sumbangsih pemikiran ilmu hukum pada umumnya dan khusunya hukum perdata dan Undang-Undang konsumen terhadap pelanggaran yang dilakukan kontraktor revitalisasi pasar modern Sumedang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga Perlindungan Konsumen

Menjadikan Lembaga Perlindungan Konsumen sebagai lembaga yang mampu memberikan kepastian hukum bagi masyarakat.

b. Bagi Pemerintah

Memberikan sumbangan pemikiran dalam pembuatan regulasi hukum yang sesuai dengan perkembangan zaman.

c. Bagi Masyarakat dan Konsumen

Memberikan perlindungan serta kepastian hukum bagi masyarakat yang memiliki permasalahan yang sama terkait iklan promosi yang tidak sesuai janji.

E. Kerangka Pemikiran

Pembangunan menjadi suatu proses kegiatan yang dianggap penting dan wajib dilaksanakan oleh semua negara, karena globalisasi yang disertai dengan kemajuan teknologi dan perkembangan ilmu pengetahuan telah berdampak pada perubahan dan pembahaaruan dalam semua aspek kehidupan manusia. Sehingga dalam proses pembangunan harus mencakup seluruh aspek baik ekonomi maupun sosial. Seperti yang terdapat dalam buku pengembangan ekonomi dunia ketiga yang ditulis oleh todaro yang menyebutkan bahwa pembangunan merupakan suatu kenyataan fisik sekaligus tekad suatu masyarakat untuk berupaya sekeras mungkin melalui serangkaian kombinasi

proses sosial, ekonomi dan institusional demi mencapai kehidupan yang serba lebih baik.[15]

Dari ketiga aspek di atas masing-masing memiliki paradigma, idiologi, nilai, norma, *rules of the game,* dan bentuk keorganisasiannya sendiri. Ketiga ketiga aspek yang dimaksud adalah pemerintah, pasar dan komunitas, secara sederhana ketiganya direpresentasikan sebagai kekuatan politik, ekonomi dan sosial. Secara konseptual, masing-masing aspek tersebut idealnya memiliki posisi dan peranan yang spesifik. Dalam kehidupan nyata dimasyarakat ketiganya saling berinteraksi, sehingga pengaruhnya diantara ketiganya akan memberi corak kehidupan sistem sosial secara keseluruhan.

Maka tidak heran jika didalam tatanan masyarakat seringkali ketiga aspek tersebut berbenturan satu sama lain, maka dari itu hukum atau aturan perundang-undangan lahir untuk memberikan kepastian bagi aspek-aspek tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Sesuai Pasal 28D ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan sebagai berikut: “Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama dihadapan hukum”. Pemenuhan hak-hak manusia menjadi salah satu barometer dalam menentukan maju atau tidaknya suatu negara dari aspek kesejahteraan sosial, yang merupakan tujuan Negara Indonesia.

[15] Todaro, *Pengembangan Ekonomi Dunia Ketiga Edisi Kedelapan,* Erlangga, Jakarta, 2006, hlm. 28

Kesejahteraan sosial merupakan suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan hidup yang layak bagi masyarakat, sehingga mampu mengembangkan diri dan dapat melaksanakan fungsi sosialnya yang dapat dilakukan pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial yang meliputi rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial dan perlindungan sosial. Hal ini sesuai dengan Pasal 1 dan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial yaitu sebagai berikut:[16]

> "Kesejahteraan Sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan materil, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya"

Selanjutnya Pasal 2 nya berbunyi sebagai berikut:

> Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial adalah upaya yang terarah, terpadu, dan berkelanjutan yang dilakukan pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial guna memenuhi kebutuhan dasar setiap warga negara, yang meliput rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial"

Dari kedua Pasal tersebut bahwa kesejahteraan sosial adalah kondisi dimana terpenuhinya kebutuhan materil, spiritual dan sosial warga masyarakat serta keikut sertaan pemerintah dalam bentuk pelayanan sosial. Pasar merupakan indikator dari kesejahteraan sosial jika pasar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat maka itu menjadi sebuah indikator pasar dapat memenuhi kebutuhan materil, serta pembangunan pasar oleh pemerintah menjadi suatu pelayanan sosial yang dampaknya akan semakin memudahkan masyarakat mendapatkan kebutuhannya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

[16] Pasal 1 dan Pasal 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial

Pasar menurut Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan adalah sebagai berikut:[17]

> "Pasar adalah lembaga ekonomi tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk melakukan transaksi perdagangan".

Pasar saat ini telah menjadi bagian yang melekat dari kesejahteraan sosial, maka dari itu keberadaan pasar sangat penting bagi masyarakat serta bagi perekonomian. Berdasarkan pengertian menurut Undang-Undang di atas bahwa pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual yang saling terikat dalam suatu peristiwa hukum yaitu perjanjian jual beli.

Perjanjian jual beli menurut Pasal 1457 KUH Perdata adalah [18] "suatu perjanjian sebagaimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu keadaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah diperjanjikan". Menurut pengertian tersebut bahwa penjual dan pembeli saling terikat oleh perjanjian yang telah mereka sepakati. Kesepakatan kedua belah pihak merupakan faktor yang mempengaruhi lahirnya perjanjian dan merupakan syarat sah dari perjanjian sesuai dengan ketentuan Pasal 1320 KUH Perdata. Namun seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi kini baik penjual ataupun pembeli harus mendapatkan kepastian hukum itu dikarenakan maraknya terjadi wanprestasi baik yang disebabkan oleh penjual ataupun pembeli.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

[17] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

[18] R.Subekti dan R.Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,* Opcit, Hlm. 366

Didalam Pasal 28D ayat (1) tersebut terdapat asas kepastian hukum yang menjadi aturan hukum baik berupa undang-undang maupun hukum tidak tertulis yang berisi aturan-aturan yang bersifat umum yang menjadi pedoman bagi individu dalam bertingkahlaku dan bermasyarakat. Baik hubungan sesama individu dengan individu, individu dengan kelompok atau bahkan kelompok dengan kelompok. Adanya aturan dan regulasi yang jelas merupakan asas dan konsep kepastian hukum yang dapat dijadikan sumber dalam melakukan segala bentuk aktifitas.[19] kepastian hukum akan mampu menjamin terlaksananya kewajiban-kewajiban dan hak yang harus didapatkan sesuai dengan apa yang telah diatur dalam hukum.

Hukum dibuat dengan tujuan menampung berbagai kepentingan individu untuk dapat berjalan sesuai dengan haknya. Dalam mendapatkan haknya, semua warga negara tidak boleh melanggar hak orang lain, dengan kata lain bahwa mendapatkan haknya juga harus menghargai hak orang lain. Hukum berlaku untuk mengatur hak dan kepentingan dengan membatasi hak dan kepentingan yang lain.

Kepentingan hukum adalah mengurusi hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memeliki otoritas tertinggi untuk menentukan arah dan tujuan manusia agar tidak merugikan hak orang lain sebagai bentuk perlindungan hukum.[20] Perlindungan hukum didapatkan dengan penerapan peraturan perundang-undangan yang berlaku sesuai dengan tujuan peraturan hukum itu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

[19] Peter Mahmud Marzuki, *Pengantar Ilmu Hukum*, kencana, Jakarta, 2009, hlm. 157
[20] Sajipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hlm. 69

dibuat. Perlindungan hukum mencakup banyak hal yang harus dilindungi oleh perundang-undangan, salah satunya adalah peraturan hukum yang mengatur perlindungan hukum mengenai konsumen.

Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah segala bentuk upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum, memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen. Perlindungan konsumen merupakan akibat adanya peristiwa hukum yang dilakukan oleh produsen dan konsumen.

Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang diawali dengan tahapan untuk mendapatkan servis barang dan jasa hingga sampai pada akibat dari pemakain tersebut.[21]

Berkaitan dengan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam hal memberikan informasi/janji yang dinyatakan dalam iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa telah secara jelas diatur dalam Pasal 8 ayat (1) butir f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan sebagai berikut:

> "Pelaku usaha dilarang memperoduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut".

Sementara dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen "konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa". Hak

[21] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, *Opcit, hlm. 22*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

konsumen untuk mendapat informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi sebenarnya dari barang yang diperjual belikan merupakan hak dasar yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, jika tidak maka pelaku usaha telah berbuat wanprestasi karena dia telah memberikan informasi dalam hal ini berupa iklan yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan sebelumnya. Jika hal ini terjadi maka di dalam Pasal 4 Huruf h Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 telah diatur bahwa: "konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya".

Maka dari itu pelaku usaha harus memberikan informasi yang sebenar-benarnya kepada konsumen sesuai Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha yaitu sebagai berikut:[22]

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pasal 6 Hak Pelaku Usaha:

a Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
b Hak untuk mendapat perlindungan hukum daari 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.

Pasal 7 Kewajiban Pelaku Usaha:

a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha;

[22] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

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.

Mengenai barang dalam kasus ini bangunan berupa kios yang diperjualbelikan sehingga pemanfaatannya dan penggunaannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, dalam hal ini adalah Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang Pasal 1 ayat (35) Nomor 5 Tahun 2018 Tentang Pengembangan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Swalayan yang menyatakan sebagai berikut:[23]

> "Kios adalah tempat berjualan di dalam lokasi pasar yang diizinkan dan dipisahkan antara satu tempat dengan yang lain mulai dari lantai, dinding, plafon dan atap yang sifatnya tetap atau permanen sebagai tempat berjualan barang atau jasa".

F. Langkah-Langkah Penelitian

Guna memperoleh data yang konkrit sebagai bahan dalam penelitian skripsi ini, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif analistis. Adapun pengertian dari deskriptif analisis adalah suatu

[23] Peraturan Daerah Kabupaten Sumedang Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pengembangan, Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan

metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.[24] Bersifat deskriptif karena dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai pelaksanaan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dalam hal ini kehilangan hak-haknya karena informasi atau iklan yang tidak benar dari pelaku usaha.

2. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis empiris yaitu suatu pendekatan yang mengacu pada kaidah-kaidah hukum yang ada, juga melihat kenyataan-kenyataan dan penerapan-penerapan kaidah hukum tersebut dalam masyarakat.[25] Didalam penelitian ini terdapat perarturan perundang-undangan yang seharusnya dalam praktik dilapangannya beberapa ketentuan tersebut dilaksanakan, namun ternyata ada ketidak sesuaian antara peraturan yang berlaku yaitu UU Nomor 8 Tahun 1999 dengan fakta yang ditemui dimasyarakat. Penelitian empiris ini disebut pula penelitian non dokrinal yang menempatkan hasil amatan atas realitas-realitas sosial untuk ditempatkan sebagai proposisi umum.

3. Sumber dan Jenis Data

[24] Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D,* Alfabeta, Bandung, 2009, hlm. 29

[25] Sulistywati Irianto, *Metode Penelitian Hukum*, *Konstelasi dan Refleksi*, Ghaila Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, 2011, hlm. 132

Dalam penelitian inti sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut

a. Sumber Data

Dalam penelitian pada umumnya dibedakan antara data yang diperoleh secara langsung dan dari bahan pustaka.[26] Data yang diperoleh langsung masuk pada data primer yaitu data utama yang dijadikan pijakan penelitian, sedangkan data yang di proleh dari bahan pustakan merupakan jenis data sekunder, yaitu data pembanding yang berguna sebagai data penunjang analisa yang akan dilakukan.

1) Sumber data primer

Sumber data primer adalah yang diperoleh secara langsung dari masyarakat atau lapangan terkait yang berhubungan dengan penelitian ini berdasarkan hasil wawancara atau observasi secara langsung.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

2) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang pada umumnya telah dalam keadaan siap terbuat (*Ready mode*) bahan data sekunder berupa:

a) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer adalah peraturan perundang-undangan dan dokumen resmi yang berhubungan erat

[26] Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum,* UI Press, Jakarta, 2005, hlm. 12

dengan permasalahan yang diteliti. Bahan hukum primer dalam penelitian diantaranya:

1 Undang-Undang Dasar 1945 Amandemen ke-IV;
2 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial;
4 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
6 Peraturan Daerah Kab.Sumedang Nomor 5 Tahun 2019 tentang Pengembangan, Penataan dan Pembinaan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan

b) Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder ialah data yang sudah tercatat dalam buku ataupun suatu laporan namun juga merupakan hasil perumusan antara lain perundang-undangan dan literasi atau karya ilmiah para ahli hukum yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti atau yang berkaitan dengan bahan hukum primer meliputi buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti yaitu

mengenai perlindungan konsumen terhadap perjanjian jual beli kios di pasar modern Sumedang.

c) Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjeleasan terhadap bahan-bahan primer dan sekunder, antara lain kamus hukum, artikel hukum, jurnal, koran, majalah, dan website resmi dalam internet yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

b. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Pendekatan kualitatif yaitu suatu cara analisis penelitian yang menghasilkan data deskriptif analisis, yaitu data yang dinyatakan oleh responden secara tertulis ataupun lisan serta juga tingkah laku yang nyata, yang diteliti dan di pelajari sebagai suatu yang utuh.[27] Melalui Penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berorientasi pada fenomena gejala yang bersifat alami untuk memahami masalah kemanusiaan dan sosial dimana penelitian merupakan kunci.

4. Teknik Pengumpulan Data

[27] Mukti Fajar & Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris,* Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 192

Dalam melakukan penelitian, dibutuhkan kemampuan untuk memilih, menyusun teknis dan alat pengumpul data yang relevan maka penulis memilih teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan pengumpulan data dengan mencari konsepsi-konsepsi, teori-teori, pendapat, atau penemuan yang berhubungan erat dengan pokok permasalahan. Kepustakaan berupa peraturan perundang-undangan, karya ilmiah, laporan Lembaga, dan sumber lain.[28]

b. Penelitian Lapangan

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa penelitian lapangan diantaranya sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi merupakan salah satu alat penting untuk pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. pengamatan tersebut didasarkan pada tujuan riset dan pernyataan riset. dalam hal ini penulis melakukan observasi di pasar modern Sumedang sebagai tempat konsumen dan pelaku usaha melakukan perbuatan hukum dan ke BPSK Kabupaten Sumedang sebagai pihak yang ahli dalam penyelesaian sengketa dibidang konsumen.

2) Wawancara (*Interview*)

[28] Khudzaifah Dimyati dan Keik Waridono, *Metode Penelitian Hukum*, UMS Press, Surakarta, 2004, hlm. 47

Wawancara atau *interview* merupakan tanya jawab secara lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara langsung. Pada proses wawancara ada dua pihak yang menempati kedudukan yang berbeda. Satu pihak berfungsi sebagai pencari atau wawancara sedangkan pihak lain berfungsi sebagai pemberi informasi atau informan.[29]

Penulis melakukan wawancara dengan konsumen/pembeli, pihak kontraktor revitalisasi pasar sumedang, serta pihak BPSK Kabupaten Sumedang yang mampu mengkaji, mengetahui, serta memeriksa sekaligus memberikan informasi yang valid terkait objek yang akan diteliti.

c. Studi Dokumen

Dalam penelitian ini penulis menyertakan dokumen sebagai data awal yang berupa dokumen surat perjanjian antara konsumen/pembeli kios dan pelaku usaha/kontraktor revitalisasi pasar modern Sumedang, dan brosur/iklan dan site plane revitalisasi pasar modern Sumedang.

5. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis *kualitatif*. Analisis *kualitatif* adalah suatu cara penelitian yang menghasilkan *deskriptif analisis*.

[29] Soemitro Romy H, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm. 71

Yaitu apa yang dinyatakan oleh responden secara tertulis serta lisan dan juga prilaku yang nyata diteliti sebagai sesuatu yang utuh.[30]

Analisis data yang dimaksud adalah mengatur urutan data, mengorganisasikannya dalam suatu pola, kategori, dan suatu uraian dasar sehingga dapat dipahami dengan mudah. Dalam menganalisis data, penulis melakukan penguraian data melalui tahapan sebagai berikut:

1. Mengkaji semua data yang terkumpul, baik dari sumber data primer maupun data sekunder.
2. Mengklasifikasikan seluruh data kedalam satuan-satuan dengan mengacu kepada masalah dan tujuan penelitian.

6. Lokasi Penelitian

a Lokasi Lapangan

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian dilakukan. Pada penulisan usulan penelitian ini penulis melakukan penelitian di PT Bangun Jaya Allia selaku pengembang Pasar Modern Sumedang yang beralamat di Jl.Sebelas April No.55 Lingkungan Tegal Kalong Kecamatan Sumedang Utara. Selain itu penulis melakukan penelitian di Kantor Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang beralamatkan di jalan panyingkiran no.72 Kecamatan Sumedang Utara, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat, 45621.

b Lokasi Perpustakaan

[30] Soerjono Soekarto, *penganatar Penelitian Hukum*, Ui Press, Jakarta, 1984, hlm. 13

beberapa perpustakaan yang meliputi Perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Perpustakaan Umum Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dan Perpustakaan Umum Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Jawabarat (bapusipda) Jl.Kawaluyan Indah II

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG