

Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Perubahan Bentuk Uang Kembalian ke dalam Bentuk Donasi oleh Pelaku Usaha Alfamart

Wulan Fadillah Alhijrah
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

ARTICLE INFO

Article history:

DOI:

[10.30595/pssh.v17i.1180](https://doi.org/10.30595/pssh.v17i.1180)

Submitted:

June 15, 2024

Accepted:

June 20, 2024

Published:

July 30, 2024

Keywords:

Legal Protection, Consumers,
Donations, Business Actors

ABSTRACT

This writing aims to examine the accountability and legal protection provided by businesses to consumers regarding the conversion of change into donations at Alfamart. This article has two main objectives: 1. To analyze the practice of converting consumer change into donations in transactions at Alfamart. 2. To examine the legal protection for consumers regarding the conversion of change into donations according to Law Number 8 of 1999. The research method used in this article is normative research. Normative research is applied as the primary approach to explore legal aspects based on issues reviewed from the perspective of several relevant laws. This approach is expected to encourage sustainable economic growth without harming consumers or users of goods and services. The existence of the Consumer Protection Law is considered sufficiently representative to protect consumers, as long as it is well understood and implemented by businesses and consumers. The enactment of this law provides hope for the Indonesian public to obtain protection against losses incurred from transactions involving goods and services. The Consumer Protection Law ensures legal certainty for consumers, as outlined in Article 3 of Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection, which details the objectives of consumer protection.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Corresponding Author:

Wulan Fadillah Alhijrah

Faculty of Law, Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Jl. KH. Ahmad Dahlan, Kembaran, Banyumas, Jawa Tengah 53182, Indonesia

Email: wulanfadillah72@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Kegiatan perekonomian merupakan suatu proses produktif yang mempunyai peranan penting dalam perkembangan perekonomian negara di masa depan. Saat ini Indonesia sedang mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat. Pertumbuhan ekonomi ini dipengaruhi oleh berbagai kegiatan, termasuk perdagangan. Perdagangan merupakan indikator pembangunan ekonomi yang diukur melalui penyerapan dan aktivitas tenaga kerja. Perkembangan perdagangan memerlukan partisipasi masyarakat sebagai konsumen, dunia usaha sebagai produsen barang dan jasa, serta pedagang sebagai distributor kepada konsumen. Kemajuan di sektor ekonomi ini mendorong banyak pelaku usaha untuk memanfaatkannya dalam pembangunan kesejahteraan sosial. Mereka menyediakan jasa untuk menampung niat baik masyarakat yang ingin berkontribusi dalam kegiatan sosial yang bermanfaat bagi pembangunan masyarakat yang adil dan makmur, melalui pengumpulan donasi.

Pengertian kesejahteraan sosial menurut Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar

dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.¹ Berdasarkan amanat tersebut, peran negara adalah memberikan pelayanan dan mengembangkan jaminan sosial secara terencana, berorientasi dan berkelanjutan. Badan usaha dan konsumen mempunyai hak dan kewajiban yang sesuai. Undang-undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan terhadap konsumen yang merasa dirugikan oleh badan usaha, termasuk hak dan kewajiban konsumen atau badan usaha. Tujuan hukum dari undang-undang perlindungan konsumen adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Jadi, secara tidak langsung hal tersebut akan mendorong para produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab.²

Sehubungan dengan partisipasi masyarakat dalam pembangunan jaminan sosial, banyak pelaku ekonomi yang menyelenggarakan program penggalangan dana dengan menggunakan sumbangan konsumen. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan pilihan kepada konsumen untuk mendonasikan uangnya atau tidak. Perusahaan yang terlibat dalam kegiatan ini salah satunya adalah Alfamart.

Alfamart adalah bisnis ritel yang berkembang pesat di Indonesia, menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat. Ritel mencakup semua usaha perniagaan dalam jumlah kecil kepada pengguna akhir. Merek Alfamart dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, bagian dari kelompok perusahaan PT. H. M. Sampoerna yang bergerak di bidang ritel. PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk, atau yang sering disebut Alfamart, didirikan oleh Djoko Susanto pada tahun 1989. Untuk mendukung bisnisnya, hingga akhir tahun 2020, perusahaan ini memiliki 32 pusat distribusi dan 15.400 minimarket yang tersebar di seluruh Indonesia, dan jumlah ini terus bertambah seiring waktu.

Alfamart dikenal memberikan kemudahan dalam berbelanja produk kebutuhan pokok dengan harga terjangkau, sehingga menarik banyak orang untuk memilih berbelanja di sana dibandingkan dengan toko serba ada lainnya. Selain pembayaran tunai, Alfamart juga menawarkan berbagai opsi pembayaran non-tunai, termasuk uang elektronik, dompet digital, dan kartu debit, untuk memberikan kenyamanan lebih kepada pelanggannya. Namun, meskipun terdapat berbagai opsi pembayaran modern, tidak semua lapisan masyarakat memiliki akses ke uang elektronik, dan sebagian besar konsumen masih lebih memilih menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran utama dalam bertransaksi di Alfamart.³ Rata-rata harga yang ditawarkan Alfamart seringkali nominal yang tidak genap, sehingga masalah timbul ketika kasir tidak memiliki uang kembalian dalam bentuk koin atau pecahan kecil. Sebagai contoh, Air Mineral Vit botol dijual dengan harga Rp. 3.200 (Tiga Ribu Dua Ratus Rupiah). Jika konsumen memberikan uang sejumlah Rp. 3.500 (Tiga Ribu Lima Ratus Rupiah), konsumen seharusnya menerima kembalian sebesar Rp. 300 (Tiga Ratus Rupiah). Namun, karena ketidaktersediaan uang koin atau pecahan kecil, karyawan kasir sering tidak memberikan uang kembalian tersebut dan malah menawarkan pengganti berupa donasi. Situasi ini lebih sering terjadi pada konsumen yang membayar dengan uang tunai.

Pemindahan sisa jumlah transaksi ke donasi oleh badan usaha dapat menimbulkan implikasi hukum dan perilaku konsumen yang merugikan, terutama jika badan usaha tersebut tidak transparan dan jelas mengenai tujuan donasi. Selain itu, keengganan konsumen menjadi faktor penting dalam hal ini. Transfer donasi konsumen tidak didasarkan pada kesepakatan kedua belah pihak, melainkan hanya keputusan sepihak dari badan usaha. Konsumen tidak menerima informasi atau pemberitahuan apapun mengenai tujuan atau penerima dana sosial tersebut.⁴ Hal ini sering ditemui dari tindakan pelaku usaha retail dan tanpa disadari merugikan konsumen.

Permasalahan di atas dapat dikaitkan dengan perspektif hukum menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen atau biasa disebut dengan UUPK, dalam undang-undang ini ada beberapa pasal berkaitan dengan masalah tersebut, diantaranya terdapat pada Pasal 4 Ayat (7) berhak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, Pasal 10 huruf (a) pelaku usaha menawarkan barang yang diperdagangkan dan dilarang menawarkan, mempermosikan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan terkait dengan harga suatu barang atau jasa.⁵ Dapat ditinjau juga berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 tahun 1961 tentang pengumpulan uang dan barang, berdasarkan pada Pasal 5 disebutkan bahwa pemberian sumbangan secara suka rela, tidak dipaksakan menjadi salah satu syarat pemberian izin pengumpulan barang dan uang.

Tujuan Penelitian

Berangkat dari permasalahan di atas, maka tujuan penulisan artikel adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempelajari dan menganalisis praktik konversi bentuk peralihan bentuk uang kembalian konsumen menjadi donasi dalam transaksi di Alfamart.

¹ Daniel Kahneman And Amos Tversk, "No Title مصادر لوث و الطاقة مصادر مجلة", 47, No. 57 (2009): 3.

² Siti Nurul And Asiah Jamil, "The Form Of Donations By Bussines Actors (Minimarket" 2, No. 4 (2023).

³ Margaretha Shintya Candra, Agustinus Mahur, and Norani Asnawi, "Artemis lawjournal," Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa 1, no. November (2023): 212–29.

⁴ Nisa Fadia. "Tanggung Jawab PT. Sumber Jaya Alfariya Trijaya Tbk (Alfamart) Terhadap Uang kembalian Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", (2024).

⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen," *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, no. 8 (1999): 1–19

2. Untuk mengetahui cara melindungi konsumen dari perubahan uang kembalian ke dalam bentuk donasi berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, pokok bahasan artikel ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggung jawab badan usaha dalam mengkonversi uang kembalian konsumen menjadi donasi dalam transaksi di Alfamart?
2. Perlindungan hukum apa yang diberikan kepada konsumen terhadap konversi uang kembalian menjadi donasi berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999?

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan penelitian normatif untuk menjawab rumusan masalah yang di atas. Penelitian normatif digunakan sebagai metode utama untuk memahami hukum, berdasarkan permasalahan yang ditinjau dari perspektif sejumlah undang-undang terkait. Permasalahan hukum terkait perlindungan konsumen mempunyai kelebihan dan kekurangan, sehingga keterkaitan antara metode penelitian ini dengan permasalahan yang ada saling bergantung, khususnya dengan mempertimbangkan tinjauan kebijakan dan mekanisme perubahan bentuk konversi sponsorship berdasarkan peraturan hukum terkait.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan keadaan objek yang diteliti. Selanjutnya, objek tersebut akan dianalisis dengan menggabungkan teori-teori hukum, undang-undang, dan praktik hukum positif. Akhirnya, penelitian ini akan menghasilkan kesimpulan mengenai permasalahan yang dibahas.

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini mencakup bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah studi kasus, yang melibatkan penelaahan mendalam terhadap suatu kasus yang relevan dengan rumusan ini. Selain itu, pendapat yang mendukung dan berkaitan dengan pemecahan masalah dianalisis melalui tulisan-tulisan yang telah dipublikasikan.

Data dari hasil penelitian diproses dan dianalisis berdasarkan rumusan masalah yang terdapat dalam kerangka pemikiran. Selanjutnya, hasil analisis disajikan dalam bentuk deskripsi, yang bertujuan untuk menjelaskan, menguraikan, dan menggambarkan isu yang diangkat dalam penelitian ini, yakni perubahan bentuk uang kembalian menjadi donasi. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas dan sistematis mengenai perlindungan hukumnya, mekanisme perubahan bentuk uang kembalian, serta perlindungan konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Tanggung jawab pelaku usaha dalam praktik perubahan bentuk uang kembalian konsumen ke dalam bentuk donasi pada transaksi di Alfamart

Menganalisis penyebab kekurangan uang koin sebagai uang kembalian bagi konsumen, apakah disebabkan oleh kehendak konsumen atau bukan, menjadi hal yang penting karena tindakan semacam itu bisa dianggap sebagai pelanggaran hukum yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya dalam Pasal 15 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Ketika minimarket mengalihkan uang kembalian menjadi sumbangan atau donasi, hal tersebut bisa menimbulkan ketidaknyamanan bagi konsumen dalam bertransaksi. Jika konsumen mengalami kerugian akibat tindakan tersebut, maka pihak minimarket wajib memberikan ganti rugi yang sesuai dengan jumlah kerugian yang telah diatur dalam undang-undang.⁶

Pembeli sebagai konsumen dan penjual sebagai pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan manfaat yang saling menguntungkan tanpa merugikan pihak manapun. Keterbukaan informasi juga merupakan tolok ukur utama yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen, dengan tujuan memperoleh kepercayaan dan memberikan kenyamanan kepada konsumen sebagai pengguna barang atau produk yang dibeli.⁷

Berdasarkan kajian hukum perdata, pertanggungjawaban dibagi menjadi dua, yaitu kesalahan dan resiko. Jika seseorang bertanggung jawab atas kesalahannya sendiri, baik itu kesalahan langsung maupun kelalaian, maka disebut tanggung jawab kesalahan. Sebaliknya, jika seseorang dimintai pertanggungjawaban bukan karena kesalahannya sendiri, melainkan karena posisinya yang mengharuskan pertanggungjawaban tersebut, maka hal itu disebut pertanggungjawaban berbasis risiko. Ketika terjadi peristiwa yang merugikan konsumen, seperti kerugian akibat penggunaan atau konsumsi suatu produk, langkah pertama yang harus diambil adalah mencari penyebab kerugian tersebut. Jika kerugian tersebut disebabkan oleh kelalaian atau kesalahan pelaku ekonomi, maka ia dapat dianggap sebagai pihak yang melanggar, asalkan ia tidak memenuhi bagian-bagian perjanjian. Namun, apabila kerugian tersebut tidak berhubungan dengan kesepakatan antara badan usaha dan konsumen, maka kesalahan harus ditemukan dengan menyimpulkan peristiwa atau tindakan yang melanggar hukum.

⁶ Dewoto Kusumo and Rifki Afandi, "Table Of Content Article Information Rechtsidee," *Indonesian Journal of Innovation Studies* 13, no. 1 (2020): 1–12.

⁷ Puteri Asyifa Octavia Apandy, Melawati, and Panji Adam, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli," *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 3, no. 1 (2021): 12–18, <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>.

Dengan memindahkan atau mengalihkan uang kembalian konsumen ke bentuk lain tanpa izin yang sesuai atau membulatkan uang kembalian tersebut, pelaku usaha dapat melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dapat menimbulkan konsekuensi hukum atau sanksi. Namun, badan usaha yang melanggar hak konsumen tidak selalu tunduk pada pasal ini; mereka mungkin dikenakan kompensasi atau tanggung jawab berdasarkan hukum yang berlaku. Besarnya ganti rugi yang ditawarkan harus sepadan dengan kerugian yang diderita konsumen, baik fisik maupun materil. Misalnya, sebuah convenience store mungkin diwajibkan memberikan kompensasi kepada konsumen yang dirugikan. Berikut adalah rangkuman jenis kompensasi yang dapat diberikan oleh convenience store apabila konsumen merasa dirugikan.

Tujuan hukum adalah untuk selalu mengingat dan mengungkapkan orientasi filosofis dalam menciptakan dan melaksanakan norma hukum agar tercipta suasana kehidupan manusia sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.⁸

Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 UUPK, adalah:

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

Adapun hak pelaku usaha dalam Pasal 6 UUPK adalah sebagai berikut:

- 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 dari tindakan konsumen yang beritikad tidak 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.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 10 UUPK adalah larangan untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :⁹

- a) Harga suatu barang dan/atau jasa.
- b) Kegunaan suatu barang dan/atau jasa.
- c) Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.
- d) Tawaran potongan harga atau hadiah.
- e) Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Dari ketentuan tersebut, terlihat bahwa hak dan kewajiban badan usaha saling terkait erat dengan hak dan kewajiban konsumen. Artinya, hak konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh badan usaha, dan sebaliknya, kewajiban konsumen adalah hak yang akan diterima oleh badan usaha. Jika dibandingkan dengan ketentuan umum dalam KUH Perdata, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menunjukkan ketentuan yang lebih spesifik. Dalam undang-undang ini, pelaku usaha tidak hanya diwajibkan menjalankan kegiatan komersialnya dengan itikad baik, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif, tanpa persaingan tidak sehat antar pelaku usaha.

⁸ Donald Albert Rumokoy and Frans Maramis, *Pengantar Ilmu Hukum / Donald Albert Rumokoy, Frans Maramis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

⁹ Hilmi 2016, “

b. Perlindungan hukum bagi konsumen terhadap perubahan bentuk uang kembalian ke dalam bentuk donasi berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Perlindungan konsumen merujuk pada serangkaian tindakan, kebijakan, dan regulasi yang dirancang untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan hak yang adil dan terlindungi dalam setiap transaksi komersial. Fokus utama dari perlindungan konsumen adalah memastikan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi jika mengalami kerugian atau kerusakan karena kesalahan pelaku usaha. Meskipun tujuannya adalah untuk melindungi kepentingan konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak bertujuan untuk merugikan pelaku usaha. Sebaliknya, dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, diharapkan pelaku usaha akan lebih termotivasi untuk meningkatkan daya saingnya dengan memperhatikan kepentingan konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (1) mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai upaya untuk memastikan kepastian hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mencakup kepastian hukum terhadap semua kebutuhan konsumen.¹⁰

Perlindungan konsumen dalam hukum bagi pembeli merupakan aspek yang sangat penting dalam aktivitas transaksi jual beli. Hal ini bertujuan untuk memberikan keamanan dan mencegah terjadinya kerugian bagi pihak pembeli selaku konsumen.¹¹ Peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen menjadi aspek penting dalam menjaga harkat dan martabat konsumen. Hal ini juga berperan dalam menumbuhkan sikap bertanggung jawab pada pelaku usaha.¹² Pada dasarnya, hukum perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada dua instrumen hukum penting. Pertama, Undang-Undang Dasar 1945, yang merupakan sumber utama hukum di Indonesia, menetapkan bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur.

Melalui sistem pembangunan ekonomi yang demokratis, tujuan pembangunan nasional dapat tercapai dengan memungkinkan pertumbuhan dan pengembangan dunia yang memproduksi barang dan jasa yang layak dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu, peran Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi penting. Kelahiran Undang-Undang ini memberikan harapan bagi masyarakat Indonesia untuk mendapatkan perlindungan atas kerugian yang mungkin dialami dalam transaksi pembelian barang dan jasa.¹³

Dasar hukum yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan adalah :

- a) Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia menjelaskan bahwa hak konsumen di antaranya adalah hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa. Hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya.¹⁴
- b) UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- c) PP No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.
- d) Surat Edaran Dirjen Perdagangan dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan Pengaduan Konsumen yang ditujukan kepada seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota yaitu membahas tentang memberlakukan wajib label berbahasa Indonesia bagi produk yang beredar di Indonesia sebagai langkah meningkatkan perlindungan konsumen. Permendag ini merupakan perbaikan atas Permendag No. 62/MDAG/PER/12/2009.
- e) Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.¹⁵

Sesuai dengan Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Hak-hak Konsumen adalah :¹⁶

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

¹⁰ Nina Juwitasari et al., "Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Ekspedisi," *Jurnal Usm Law Review* 4, no. 2 (2021): 688, <https://doi.org/10.26623/julr.v4i2.4249>.

¹¹ Puteri Asyifa Octavia Apandy, Melawati, and Panji Adam, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli," *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 3, no. 1 (2021): 12–18.

¹² Albert de la Tierra, "Con Men," *Sociological Forum* 32, no. 3 (2017): 684–86.

¹³ Apandy, Melawati, and Adam, "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli."

¹⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen."

¹⁵ Ahmadi Miru and Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007).

¹⁶ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen."

- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- e) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- f) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- g) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- h) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Maka sebagai konsumen memiliki berbagai hak dalam tindakan pembelian barang serta adanya berbagai perlindungan hukum terhadap konsumen. Sesuai dengan Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, Kewajiban Konsumen adalah :

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

Upaya perlindungan konsumen di Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen Pasal 2. Ada 5 asas perlindungan konsumen yaitu:¹⁷

a) Asas Manfaat

Asas ini menegaskan bahwa penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) harus memberikan manfaat optimal bagi konsumen dan badan usaha. Prinsip ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara kedua belah pihak, memastikan bahwa tidak ada pihak yang memiliki kedudukan lebih tinggi dari yang lain. Setiap pihak harus mendapatkan hak yang seharusnya mereka peroleh.

b) Asas Keadilan

Penerapan asas ini tercermin dalam Pasal 4 hingga Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang mengatur hak dan kewajiban baik bagi konsumen maupun badan usaha. Melalui penerapan prinsip ini, diharapkan bahwa konsumen dan pelaku ekonomi dapat memenuhi hak dan kewajiban mereka secara seimbang dan adil.

c) Asas Keseimbangan

Penerapan asas ini harus menjaga keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, sehingga tidak ada pihak yang menerima manfaat perlindungan lebih besar daripada yang lain.

d) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Dengan diterapkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), diharapkan keselamatan dan keamanan konsumen dalam menggunakan serta menikmati barang atau jasa yang mereka konsumsi dan gunakan akan terjamin.

e) Asas Kepastian Hukum

Tujuannya adalah agar konsumen dan pelaku usaha menghormati hukum dan diperlakukan secara adil dalam melaksanakan perlindungan konsumen, sedangkan negara memiliki tanggung jawab untuk menjamin akan kepastian hukum.

Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa hak dan kewajiban antara badan usaha dan konsumen saling terkait erat. Dengan kata lain, hak konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, sedangkan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diterima oleh pelaku usaha. Jika dibandingkan dengan ketentuan umum dalam KUHPerdara, terlihat bahwa ketentuan dalam UU Perlindungan Konsumen lebih rinci. Undang-undang ini tidak hanya mengharuskan badan usaha untuk melakukan kegiatan komersial dengan itikad baik, tetapi juga menciptakan lingkungan usaha yang kondusif tanpa adanya persaingan tidak sehat antar badan usaha.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a) Ketentuan hukum mengenai perubahan uang kembalian menjadi donasi oleh badan usaha menurut hukum positif di Indonesia didasarkan pada undang-undang yang mengatur hak konsumen di Indonesia, seperti yang tercantum dalam Pasal 4 mengenai hak konsumen dan Pasal 7 mengenai kewajiban badan usaha. Selain itu, peraturan lainnya dapat bervariasi tergantung pada kebijakan badan usaha. Perlindungan konsumen berfokus pada tanggung jawab pelaku usaha. Ada berbagai asas pertanggungjawaban berdasarkan sumber hukum

¹⁷ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum : Suatu Pengantar / Sudikno Mertokusumo* (Yogyakarta: Liberty, 1999).

formal, termasuk peraturan hukum dan perjanjian baku dalam hukum perdata, yang seringkali membatasi tanggung jawab pihak yang melanggar hak konsumen.

- b) Perlindungan hukum konsumen terhadap konversi uang kembalian menjadi donasi yang dilakukan oleh badan usaha seperti Alfamart berlandaskan dua instrumen hukum penting di Indonesia. Pertama, UUD 1945 sebagai sumber utama hukum yang mengatur bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang adil dan makmur. Kedua, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang ini memberikan harapan kepada masyarakat Indonesia untuk mendapatkan perlindungan atas kerugian yang timbul dari transaksi barang dan jasa. UUPK menjamin kepastian hukum bagi konsumen, seperti yang diatur dalam Pasal 3 mengenai tujuan perlindungan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Miru, Ahmadi, and Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Sudikno Mertokusumo. *Mengenal Hukum : Suatu Pengantar / Sudikno Mertokusumo*. Yogyakarta: Liberty, 1999.
- Rumokoy, Donald Albert, and Frans Maramis. *Pengantar Ilmu Hukum / Donald Albert Rumokoy , Frans Maramis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Apandy, Puteri Asyifa Octavia, Melawati, and Panji Adam. "Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli." *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta* 3, no. 1 (2021): 12–18. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>.
- Candra, Margaretha Shintya, Agustinus Mahur, and Norani Asnawi. "Artemis LawJournal." *Efektivitas Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa* 1, no. November (2023): 212–29.
- Hilmi 2016. "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title" 4, no. August (2016): 30–59.
- Juwitasari, Nina, Diah Sulistyani Ratna Sediati, Muhammad Junaidi, and Soegianto Soegianto. "Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Ekspedisi." *Jurnal Usm Law Review* 4, no. 2 (2021): 688. <https://doi.org/10.26623/julr.v4i2.4249>.
- Kusumo, Dewoto, and Rifki Afandi. "Table Of Content Article Information Rechtsidee." *Indonesian Journal of Innovation Studies* 13, no. 1 (2020): 1–12.
- la Tierra, Albert de. "Con Men." *Sociological Forum* 32, no. 3 (2017): 684–86. <https://doi.org/10.1111/socf.12355>.
- Nurul, Siti, and Asiah Jamil. "The Form Of Donations By Business Actors (Minimarket" 2, No. 4 (2023).
- Tversk, Daniel Kahneman And Amos. "No Titleمقالات رداصم." 47, no. 57 (2009): 3.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Undang-Undang Nomor 8 Tahun. "Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen." *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, no. 8 (1999): 1–19. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>.