

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perlindungan konsumen merupakan hal yang dibutuhkan dalam berkegiatan terutama pada perekonomian di Indonesia. Dalam melakukan kegiatan jual beli, menimbulkan suatu hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Hubungan hukum ini didasari atas pemenuhan kebutuhan dari masing-masing pihak dan menimbulkan hak dan kewajiban diantara keduanya bertujuan adanya timbal balik keuntungan dan kepuasan yang di dapatkan oleh konsumen atas produk atau jasa yang telah diperoleh dari pelaku usaha¹. Pasal 27 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUD 1945), memberikan penegasan setiap warga negara memiliki hak untuk mendapatkan kehidupan yang layak diwujudkan dalam bentuk kesejahteraan. Kesejahteraan ini dapat berwujud dengan adanya penyediaan barang dan jasa dengan kualitas yang baik, jumlah yang cukup, memenuhi kebutuhan konsumen, dan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas barang².

Kebutuhan masyarakat yang tidak terbatas dan harus terpenuhi, membuat perekonomian harus memenuhi hal tersebut ditunjukkan dengan produk dan jasa yang memadai sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan adanya kebutuhan yang senantiasa meningkat setiap harinya, memberikan dampak positif terhadap perekonomian di Indonesia, hal ini terbukti dengan adanya data pertumbuhan

¹ Kusumadewi Yessy And Dan Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, 2022.

² Yessy And Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta.

ekonomi dari Badan Pusat Statistik (selanjutnya disebut BPS)³ menunjukkan pada kuartal pertama 2024 pertumbuhan mencapai 5,11% *Year on Year* (selanjutnya disebut YoY) dan kuartal kedua 2024 mencapai 5,05% YoY. Jumlah tersebut tergolong menurun dari jumlah di kuartal kedua 2023, yakni 5,17% YoY, tetapi meskipun terjadi penurunan tetap membuktikan bahwa kebutuhan masyarakat menjadi salah satu faktor meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Masyarakat sebagai konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa tentu memiliki suatu dasar pertimbangan sebelum diputuskan untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan data dari Markplus.InC yang melakukan penelitian dengan responden, konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa faktor utama yang paling dilihat adalah kualitas produk, harga, dan *brand*⁴. Kualitas produk dibutuhkan bagi konsumen, sebagai penentu terpenuhinya kebutuhan dan kepuasan yang diterima oleh konsumen. Berkaitan dengan kualitas, harga juga menjadi penentu bagi konsumen untuk memutuskan untuk melakukan transaksi. Hal ini karena setiap konsumen menginginkan harga yang sesuai dengan nilai produk atau kualitas.

³ Vendy Yhulia Susanto Siti Masitoh, "Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melambat Jadi 5,05% Di Kuartal II 2024," *Kontan.Co.Id*, Last Modified 2024, Accessed November 10, 2024, <https://pusatdata.kontan.co.id/news/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-melambat-jadi-505-di-kuartal-ii-2024>.

⁴ Raniannisa Saraswat, "Faktor Pertimbangan Dalam Membeli Produk," *Markplus.Inc*, Last Modified 2024, Accessed November 10, 2024, <https://www.markplusinc.com/featured-insights/publications/consideration-factors-of-buying-product>.

Menurut Hodius⁵, konsumen merupakan individu pemakai produksi terakhir terhadap barang atau jasa⁶. Pendapat ini didukung dengan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK), konsumen adalah setiap orang yang menggunakan barang atau jasa untuk kepentingan sendiri, keluarga, atau orang lain tidak untuk komersial. Tujuan dari penggunaan barang sendiri merupakan penentu termasuk ke dalam kelompok mana konsumen tersebut, hal ini sebagaimana yang dikelompokkan oleh A.Z. Nasution⁷ bahwa terdapat tiga jenis konsumen, yakni konsumen sebagai orang yang mendapatkan barang dengan memiliki tujuan tertentu⁸. Kemudian konsumen antara sebagai orang yang mendapatkan barang dengan tujuan komersial. Terakhir, konsumen akhir yang mana menggunakan bukan untuk komersial dan konsumen akhirlah yang diatur di dalam UUPK.

Konsumen antara mencakup pihak agen, distributor, dan *reseller* berperan sebagai perantara dalam jual beli tersebut dari produsen hingga ke konsumen akhir. Dalam aktivitasnya, konsumen antara sendiri dapat dikategorikan sebagai pelaku usaha dalam kategori pedagang sebagaimana yang termaktub dalam penjelasan Pasal 1 angka 3 UUPK yang membeli barang untuk dijual kembali kepada konsumen akhir. Dalam aktivitasnya, konsumen antara menetapkan harga dengan sendirinya yang disesuaikan dengan keuntungan yang

⁵ Prof. Mr. E.H. Hondius, Ahli Hukum Perdata Di Utrecht University, *Profs.Library.Uu.Nl*, Accessed February 12, 2025, <https://Profs.Library.Uu.Nl/Index.Php/Profrec/Getprofdata/916/88/219/0>.

⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 5th Ed. (Jakarta: Sinar Grafika, 2016).

⁷ Azharuddin Nasution, S.H., Dosen Fakultas Hukum Bidang Hukum Perlindungan Konsumen Dan Hukum Ekonomi Dan Teknologi Di Universitas Indonesia, *Law.Ui.Ac.Id*, Accessed February 12, 2025, <https://Law.Ui.Ac.Id/10762-2/>.

⁸ A.Z Nasution, *Pengantar Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Diadit Media, 2007).

ingin didapatkannya. Menurut Dominique⁹ dan Proenca¹⁰, harga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan dari konsumen secara positif dan negatif¹¹. Berdasarkan pendapat tersebut, selaras dengan Pasal 4 huruf b UUPK yang menyatakan setiap konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai kualitas barang tersebut. Dengan demikian pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan telah diatur dalam UUPK.

Di Indonesia penetapan batasan harga dikenal dengan istilah Harga Eceran Tertinggi (selanjutnya disebut HET). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (selanjutnya disebut KBBI) HET memiliki arti harga eceran tertinggi, dimana merupakan penetapan harga eceran maksimum atas penjualan produk tertentu¹². Bahwa di Indonesia berkaitan dengan aturan membahas tentang penetapan batasan harga dalam penjualan ulang tidak hanya diatur hanya dalam satu aturan saja, tetapi terdapat aturan turunan yang mengaturnya melalui peraturan menteri atau keputusan menteri, seperti Peraturan Menteri Keuangan Nomor : 269/PMK.010/2015 mengatur penetapan harga jual unit rumah susun, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 18 Tahun 2024 mengatur batasan penjualan minyak goreng sawit kemasan, Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 98 Tahun 2015 tentang batasan harga jual obat, dan sebagainya.

⁹ Prof. S. Dominique Ferreira, Ph.D., Ahli Pemasaran Dan Pariwisata Di Institut Politeknik Cavado Dan Ave, *Researchgate*, Accessed February 12, 2025, <https://www.researchgate.net/profile/S-Dominique-Ferreira>.

¹⁰ Prof. Sara Proenç, Ph.D. M.Sc., Ahli Kewirausahaan, Manajemen Bisnis, Ekonomi Terapan, Dan Ekonomi Energi Dan Lingkungan Di Polytechnic Institute Of Coimbra, *Researchgate*, Accessed February 12, 2025, <https://www.researchgate.net/profile/Sara-Proenca>.

¹¹ Rahayu Mardikaningsih, "Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan," *Jurnal Baruna Horizon* 4, No. 1 (2021): 64–73.

¹² Afrizal Agusti, "Penetapan Harga Eceran Tertinggi (Het) Pada Harga Minyak Goreng Ditinjau Menurut Fiqih Muamalah (Studi Kasus Di Desa Kotabaru Kecamatan Keritang)" (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023), 1.

Dalam penetapan harga jual konsumen antara dilakukan dengan perhitungan keuntungan semaksimal mungkin¹³. Hal ini karena pelaku usaha memegang prinsip utama ekonomi, yaitu “modal seminimal mungkin dan keuntungan semaksimal mungkin”¹⁴. Dengan adanya kebebasan dalam penetapan harga tersebut, munculnya *price gouging*¹⁵ dimana terjadinya penetapan harga yang sangat tinggi terhadap produk dan layanan dengan melampaui batas harga biaya¹⁶.

Terdapat kasus berkenaan kenaikan harga barang sangat tinggi dalam penjualan ulang yang dilakukan oleh konsumen antara, salah satunya tiket *closing caremony Asean Games* di Gelora Bung Karno yang dijual oleh calo dari harga Rp1.000.000,- menjadi Rp2.000.000,-¹⁷. Kemudian, terdapat juga Sepatu Compass x PMP dari harga asli Rp518.000,- menjadi Rp9.500.000,-¹⁸. Dengan adanya kenaikan harga yang dilakukan oleh konsumen antara tentu merugikan konsumen untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukar dan melanggar ketentuan yang termaktub di dalam Pasal 4 huruf b UUPK.

¹³ Iffaty Nasyiah, “Prinsip Keadilan Dan Keseimbangan Dalam Penentuan Nilai Tukar Barang (Harga) Perspektif Islam Dan Hukum Perlindungan Konsumen,” *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar’iah* 6, No. 2 (2014): 117–127.

¹⁴ Nasyiah, “Prinsip Keadilan Dan Keseimbangan Dalam Penentuan Nilai Tukar Barang (Harga) Perspektif Islam Dan Hukum Perlindungan Konsumen,” 121.

¹⁵ *Price Gouging* adalah tindakan penimpunan harga yang menerapkan harga terlalu tinggi kepada pelanggan untuk suatu barang atau jasa, terutama ketika permintaan sedang tinggi tetapi persediaan terbatas. Jatmiko Wahyu, “Price Gouging: Antara Neoliberal Dan Ekonomi Islam,” *Researchgate* (2020).

¹⁶ Lior Frank, “Monopolistic Excessive Pricing As An ‘ESG Violation,’” *Journal Of International Business Studies* 22, No. 2 (2023): 204–221, <https://www.hofstrajibl.org/Wp-Content/Uploads/2023/07/Vol-22.2.Pdf>.

¹⁷ Malvyandie Haryadi, “Penutupan Asian Games: Calo Gentayangan Di GBK, Tawarkan Tiket Harganya Dua Kali Lipat,” *Tribunnews.Com*, Last Modified 2018, Accessed November 10, 2024, <https://www.tribunnews.com/Pestaasia/2018/09/02/Penutupan-Asian-Games-Calo-Gentayangan-Di-Gbk-Tawarkan-Tiket-Harganya-Dua-Kali-Lipat>.

¹⁸ Rijalu Ahimsa, “Sepatu Compass Di-Resell Jutaan Rupiah, Begini Tanggapan Penggemarnya,” *IDN Times Jogja*.

Bahwa dalam menetapkan harga harus dilakukan dengan perhitungan yang teliti dan benar karena kedudukan konsumen antara sebagai pelaku usaha tidak dapat dijadikan alasan untuk menetapkan harga yang sangat tinggi hingga dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen¹⁹.

Pada Pasal 26 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (selanjutnya disebut UU Perdagangan) mengatur stabilitas harga barang tetapi terbatas pada barang dengan kebutuhan pokok dan barang penting serta dilakukan pada kondisi tertentu yang mengganggu kegiatan perdagangan nasional. Merujuk pada pendapat Michael Giberson²⁰, yang menyatakan penetapan batasan harga dalam penjualan yang berlebihan tidak hanya sebatas pada situasi atau produk tertentu saja tetapi secara menyeluruh karena dapat merugikan kesejahteraan konsumen²¹.

Keberadaan ketentuan yang mengatur penetapan pembatasan harga dalam penjualan ulang menjadi hal yang sangat penting guna melindungi hak konsumen terutama hak dalam mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukar sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4 huruf b UUPK. Tidak diaturnya regulasi berkaitan dengan batasan penetapan harga penjualan ulang menimbulkan perselisihan bagi konsumen untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukar. Dalam melakukan transaksi jual beli konsumen berhak

¹⁹ Anak Agung Ngurah Bagus Kresna Cahya Putera And I Wayan Parsa, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Perbedaan Harga Barang Pada Label Dan Harga Kasir,” *Jurnal Kertha Semaya* 8, No. 2 (2020): 1–17.

²⁰ Michael Giberson Professor Praktik Ekonomi Bisnis Dan Energi, Ekonomi, Dan Hukum Di Texas Tech University’s Rawls College Of Business. *Thecgo.Org*, Accessed February 15, 2025, <https://www.thecgo.org/people/michael-giberson/>

²¹ Frank, “Monopolistic Excessive Pricing As An ‘ESG Violation,’” 215.

mendapatkan perlindungan hukum karena sengketa konsumen berada diposisi yang lemah²². Dengan adanya situasi tersebut, akan tercipta *unfair competition*²³ yang mana pelaku usaha mendapatkan memperoleh keuntungan atas ketidakseimbangan tersebut²⁴.

Bahwa tidak diaturnya aturan berkaitan dengan pembatasan harga dalam penjualan ulang oleh konsumen antara membuat Indonesia perlu mengadopsi peraturan tersebut seperti di Uni Eropa. Uni Eropa mengatur secara tegas berkaitan dengan pembatasan harga penjualan ulang yang tidak wajar terhadap keseluruhan produk. Pengaturan tersebut diatur melalui perjanjian internasional *Treaty on the Functioning of the European Union* (selanjutnya disebut TFEU)²⁵. TFEU menetapkan peraturan mengenai pembatasan harga dalam lingkup persaingan usaha *Title VII Common Rules on Competition, Taxation and Approximation of Laws* pada Pasal 101 ayat (1) huruf a yang berbunyi:

The following shall be prohibited as incompatible with the internal market: all agreements between undertakings, decisions by associations of undertakings and concerted practices which may affect trade between Member States and which have as their object or effect the prevention, restriction or distortion of competition within the internal market, and in particular those which:

²² Luh Widya Saraswati, Susilowati Suparto, And Elisatris Gultom, "Consumer Protection Against Increased Increase In Prices Of Goods Due To The Covid-19 Pandemic Linked To Law Number 8 Of 1999 Concerning Consumer Protection," *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran* 4, No. 1 (2022): 73–93, <https://doi.org/10.23920/jphp>.

²³ *Unfair Competition* atau persaingan curang merupakan suatu tindakan yang dilakukan dengan tidak jujur atau menghilangkan persaingan pada transaksi atau perdagangan dan komersial. Purbandasari, "Perlindungan Hukum Persaingan Curang Dalam Penggunaan Merek," *Jurnal Yure Humano* 3, No. 2 (2019): 44-45.

²⁴ Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*.

²⁵ European Union, *Consolidated Versions Of The Treaty On European Union And The Treaty On The Functioning Of The European Union* (Uni Eropa, 2016), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A12016ME%2FTXT>.

(a) directly or indirectly fix purchase or selling prices or any other trading conditions²⁶

Selain itu, diatur juga di dalam Pasal 102 pada huruf a TFEU berkaitan dengan penyalahgunaan posisi dominan di dalam pasar oleh satu atau lebih perusahaan, dimana pasal tersebut berbunyi sebagai berikut:

Any abuse by one or more undertakings of a dominant position within the internal market or in a substantial part of it shall be prohibited as incompatible with the internal market in so far as it may affect trade between Member States. Such abuse may, in particular, consist in:

(a) directly or indirectly imposing unfair purchase or selling prices or other unfair trading conditions²⁷.

Aspek perlindungan konsumen di Uni Eropa berkaitan dengan larangan pemberian harga tidak wajar dan penentuan penetapan harga diatur dalam *Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council* (selanjutnya disebut *Directive 2005*)²⁸. *Directive 2005* mengatur pada Section 1 Misleading Commercial Practices di Pasal 6 ayat (1) huruf D, yang mana berbunyi sebagai berikut:

A commercial practice shall be regarded as misleading if it contains false information and is therefore untruthful or in any way, including

²⁶ Artinya : Hal-hal berikut ini akan dilarang karena tidak sesuai dengan pasar internal: semua perjanjian antara badan usaha, keputusan-keputusan oleh asosiasi badan usaha dan praktek-praktek bersama yang dapat mempengaruhi perdagangan antara negara-negara anggota dan yang memiliki tujuan atau dampak pada pencegahan, pembatasan atau distorsi persaingan di dalam pasar internal, dan khususnya hal-hal yang

(a) secara langsung atau tidak langsung menetapkan harga pembelian atau penjualan atau kondisi perdagangan lainnya.

²⁷ Artinya : Setiap penyalahgunaan oleh satu atau lebih usaha atas posisi dominan di dalam pasar internal atau di bagian substansial dari pasar internal akan dilarang karena tidak sesuai dengan pasar internal sejauh hal tersebut dapat mempengaruhi perdagangan antara negara-negara anggota. Penyalahgunaan tersebut dapat, khususnya, terdiri dari:

(a) Secara langsung atau tidak langsung memberlakukan harga pembelian atau penjualan yang tidak adil atau kondisi perdagangan yang tidak adil lainnya;

²⁸ Union Europa, *Directive 2005/29/EC Of The European Parliament And Of The Council* (Uni Eropa, 2005), <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2005/29/oj/eng>.

overall presentation, deceives or is likely to deceive the average consumer, even if the information is factually correct, in relation to one or more of the following elements, and in either case causes or is likely to cause him to take a transactional decision that he would not have taken otherwise:

(d) the price or the manner in which the price is calculated, or the existence of a specific price advantage²⁹.

Dengan adanya kedua ketentuan tersebut, dapat disimpulkan Uni Eropa memberikan perhatian yang lebih besar pada pengaturan pembatasan harga dalam penjualan ulang. Adanya kesamaan dalam mengatur aspek perlindungan konsumen diatur melalui UUPK dan persaingan usaha terdapat pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut UU Persaingan Usaha). UUPK melalui Pasal 4 huruf b hanya menjelaskan berkaitan dengan konsumen yang memiliki hak untuk mendapatkan nilai tukar sesuai dengan kualitas barang, sedangkan UU Persaingan Usaha melalui Pasal 5 diatur berkaitan dengan larangan penetapan harga berdasarkan perjanjian antara pelaku usaha.

Indonesia dan Uni Eropa sama-sama mengatur berkaitan dengan perlindungan konsumen dan persaingan usaha tetapi di Indonesia belum ada regulasi yang mengatur secara tentang penetapan batasan harga dalam penjualan ulang secara terperinci. Sehingga memberikan celah tidak terpenuhinya hak

²⁹ Artinya : Suatu praktik komersial akan dianggap menyesatkan jika mengandung informasi yang salah dan oleh karena itu tidak benar atau dengan cara apa pun, termasuk penyajian secara keseluruhan, menipu atau kemungkinan besar menipu konsumen pada umumnya, meskipun informasinya secara faktual benar, sehubungan dengan satu atau beberapa elemen berikut ini, dan dalam setiap kasus menyebabkan atau kemungkinan besar menyebabkannya mengambil keputusan transaksi yang tidak akan diambilnya jika tidak demikian:

(d) harga atau cara penghitungan harga, atau adanya keuntungan harga tertentu

konsumen di Indonesia. Belum adanya regulasi yang mengatur tentang penetapan batasa harga dalam penjualan ulang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini.

1.2. Rumusan Masalah

Bahwa berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan diatas, rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan perlindungan konsumen terhadap pembatasan harga penjualan ulang oleh konsumen antara di Indonesia dan Uni Eropa?
2. Bagaimana pengaturan persaingan usaha dalam pembatasan harga penjualan ulang oleh konsumen antara di Indonesia dan Uni Eropa?

1.3. Tujuan Penelitian

Bahwa berdasarkan pokok permasalahan diatas, penelitian ini dilaksanakan untuk mencapai tujuan yakni:

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaturan perlindungan konsumen berkaitan dengan pembatasan harga penjualan ulang oleh konsumen antara di Indonesia dan Uni Eropa.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaturan persaingan usaha dalam pembatasan harga penjualan ulang oleh konsumen antara di Indonesia dan Uni Eropa.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan memberikan kegunaan yang dapat diambil dari hasil penelitian terbagi menjadi dua bentuk, sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian dapat memberikan kegunaan bagi perkembangan ilmu pengetahuan Hukum Perlindungan Konsumen dan Hukum Persaingan Usaha terutama dalam penetapan pembatasan harga dalam penjualan ulang.

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian dapat berguna bagi masyarakat luas agar dapat mengetahui hak-hak mereka sebagai konsumen.
- b. Dapat menjadi bahan pertimbangan penyusunan kebijakan dalam melakukan penyempurnaan kebijakan perlindungan konsumen dan persaingan usaha terutama berkaitan dengan pembatasan harga dalam penjualan ulang.

1.5. Keaslian Penelitian

Tabel 1. 1. Keaslian Penelitian

Judul Penelitian Sebelumnya	Rumusan Masalah	Isu Hukum	Perbedaan
Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dari Para Pelaku Usaha yang Melakukan Overprice	Bagaimana Perlindungan hukum yang didapatkan konsumen terhadap kegiatan jual beli barang	Kekosongan Hukum	Metode penelitian penelitian sebelumnya pendekatan studi perundang-undangan sedangkan penelitian ini pendekatan studi perundang-undangan dan perbandingan. Rumusan masalah hanya terkait perlindungan saja,

Nida Faizah Camila Rasyid, Rani Apriani. 2023.	dan/jasa dari para pelaku usaha yang melakukan overprice?		sedangkan di penelitian ini mengkaji peraturan Indonesia dan Uni Eropa, sehingga menemukan perbedaan dan persamaan antara kedua negara tersebut.
Perlindungan Konsumen terhadap Kenaikan Harga Barang secara Tidak Wajar Akibat Pandemi Covid-19 Dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Luh Widya Sarswati, Susilowati Suparto, dan Elisatris Gultom. 2022.	Bagaimana pengaturan kenaikan harga barang secara tidak wajar akibat covid-19 berdasarkan hukum perlindungan konsumen? Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang terdampak terjadinya peningkatan harga barang yang tidak wajar akibat Covid-19?	Kekaburan Norma	Pembahasan penelitian lebih menekankan perlunya pengaturan lebih spesifik berkaitan dengan perlindungan terhadap pembatasan harga disaat situasi abnormal. Sedang penelitian ini menekankan bahwa penetapan batasan harga harus ditetapkan meskipun tidak dalam keadaan abnormal. Metode penelitian berbeda, menggunakan pendekatan perundang-undangan, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan undang-undang dan perbandingan juga.
Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Kenaikan Harga yang Dilakukan oleh Pelaku Usaha Toko 2R Pasca Badai Siklon Tropis Serojo di Kuanino Kota Kupang Nusa Tenggara Timur, Rivaldo Sapulette, Ana Silviana. 2024.	Apa saja yang menjadi hak dan kewajiban dari konsumen dan perlindungan hukum bagi konsumen atas kenaikan harga yang dilakukan pelaku usaha?	Konflik Norma	Metode penelitian sebelumnya yuridis empiris sedangkan penelitian ini yuridis normatif. Penelitian sebelumnya konflik norma sedangkan penelitian ini kekosongan hukum. Penelitian sebelumnya hanya berfokus UUPK saja tidak mengkaji pengaturan lainnya, sedangkan penelitian ini akan mengkaji peraturan terkait permasalahan yang ada di Indonesia.

1.6. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah yuridis normatif. Menurut Peter Mahmud Marzuki³⁰, penelitian hukum normatif merupakan proses dalam menemukan aturan hukum yang sesuai perintah atau larangan dengan prinsip hukum dan dilakukan penelaahan agar dapat terjawabnya permasalahan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan perbandingan (*comparative approach*). Kemudian melakukan studi pustaka yang terhadap peraturan, dokumen, buku-buku dan doktrin yang berkaitan dengan permasalahan, baik bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

2. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dilakukan dengan menelaah dan menganalisis regulasi yang berkaitan dengan permasalahan dengan tujuan memperoleh jawaban atas permasalahan yang diteliti³¹. Kemudian selain pendekatan perundang-undangan, penelitian ini juga menggunakan pendekatan komparatif (*comparative approach*). Menurut Peter Mahmud Marzuki³², studi perbandingan hukum dilakukan untuk membandingkan hukum suatu negara dengan negara lain bertujuan untuk diketahuinya persamaan

³⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, 15th Ed. (Jakarta: KENCANA, 2005), 47.

³¹ Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, 142–146.

³² Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, 173–176.

dan perbedaan antara kedua negara. Dengan melakukan studi perbandingan terkait penetapan pembatasan harga penjualan ulang di Indonesia dan Uni Eropa, diharapkan dapat diketahuinya kesamaan dan perbedaan antara kedua dan dapat menjadi solusi mengatasi permasalahan kekosongan hukum mengenai batasan penetapan kenaikan harga penjualan ulang di Indonesia.

3. Teknik Pengumpulan Data

Bahwa pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi pustaka terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Tujuan dengan digunakannya bahan hukum tersebut, untuk menelaah dan menganalisis lebih dalam berkaitan dengan permasalahan yang diteliti oleh peneliti. Lebih lanjut, bahan-bahan hukum tersebut menjadi pendukung satu sama lain untuk membantu menjawab permasalahan. Berikut adalah bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat *otoritatif*, artinya produk atau bahan yang dihasilkan oleh otoritas dalam hal ini pemerintahan atau lembaga yang berwenang meliputi perundang-undangan, risalah resmi, dan putusan pengadilan³³. Berikut adalah bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

³³ Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, 181.

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Dagang;
- 3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- 4) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
- 5) *Treaty on the Functioning of the European Union*
- 6) *Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning (Unfair Commercial Practices Directive)*

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan publikasi karya ilmiah tentang hukum berupa buku, kamus, jurnal, dan artikel ilmiah lainnya. Bertujuan menjadi pendukung dari bahan hukum primer, adapun bahan sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal, berita, internet, KBBI, *Black's Law Dictionary*, dan lain sebagainya.

4. Metode Analisa Bahan Hukum

Bahan hukum primer dan sekunder yang telah dikumpulkan akan dilakukan klasifikasi dan ditelaah dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan perbandingan hukum (*comparative approach*). Tujuannya agar menghasilkan analisis yang menjawab isu hukum dengan penjelasan hukum yang jelas, terstruktur, dan menyeluruh.