

ABSTRAK

Alfamart adalah perusahaan mengembangkan bisnis gerai wiralaba pertama di Indonesia. Bisnis wiralaba harus bersifat transparan dan konsepnya saling menguntungkan serta saling percaya diantara perwaralaba, terwaralaba serta kepada konsumen sebagai pengonsumsi barang. Adapun permasalahan yang diangkat didalam penelitian ini adalah Terjadinya Selisih Harga Produk di Alfamart Sukaluyu yang dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999. Pembahasan menunjukan pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen terhadap selisih harga produk dalam mengantisipasi dari kecurangan yang dilakukan oleh pengusaha sehingga konsumen terhindar dari kerugian yang diderita akibat selisih harga produk. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Metode Yuridis Normatif dan Empiris yaitu studi kepustakaan dan fakta yang terjadi dilapangan. Sumber bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan hukum tersier. Terjadinya selisih harga pada produk dan di kasir tak terlepas dikarnakan faktor kelalain dari pihak alfamart itu sendiri. Berkaitan dengan kesimpulan tersebut maka saran penulis pertama konsumen sebaiknya dapat lebih bijak dan teliti saat melakukan transaksi pembelian produk barang khususnya tentang informasi atas harga produk/barang yang diperjualbelikan. Serta diharapkan konsumen dapat bersifat kritis dalam mempertahankan hak-hak dan kepentingannya. Kedua, pelaku usaha sebaiknya dapat meningkatkan pelayanan terhadap konsumen khususnya dibidang manajemen yang lebih baik sehingga permasalahan selisih harga produk tidak terjadi.

Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Konsumen, Selisih Harga

ABSTRACT

Alfamart is a company developing the first franchise outlet business in Indonesia. The franchising business must be transparent and the concept of mutual benefit and mutual trust between the franchisee, the franchisee, and consumers as consumers of goods must be transparent. The problem raised in this study is the occurrence of product price differences at Alfamart Sukaluyu with Law Number 8 of 1999. Discussion of the importance of legal protection for consumers against product price differences in anticipation of accidents committed by entrepreneurs so that consumers avoid losses suffered as a result of product price difference. In this study, the author uses the Normative and Empirical Juridical Method, namely the study of literature and facts that occur in the field. The sources of legal materials used are primary legal materials, secondary legal materials, and tertiary legal materials. The difference between the product price and the cashier is inseparable from the negligence of Alfamart itself. In connection with this conclusion, the first author's suggestion is that consumers should be wiser and more careful when making product purchase transactions, especially regarding information on the prices of products/goods traded. It is also expected that consumers can be critical in defending their rights and interests. Second, business actors should be able to improve services to consumers, especially in the field of better management so that the problem of product price differences does not occur.

Keywords: Legal Protection, Consumers, price gap

KARAWANG