

Analisis Penentuan Harga Barang dan Hak Perlindungan Bagi Konsumen dalam UU No. 8 Pasal 4 Tahun 1999

Rita Rahmawati dan Agus Setiawan
Institut Agama Islam Ma'arif NU (IAIMNU) Metro Lampung
e-mail: rahmawatirita43@gmail.com

Abstrac

Indonesia is a country with a large population, is a lucrative market for products derived from within and from abroad. According to President Jokowi, the importance of education and protection for Indonesian consumers. The principal actors in the economy are Manufacturers and Consumers. Manufacturers as the party producing the products (goods and services) needed by consumers. Consumers are parties who consume, need and buy products (goods and services). The consumer has the rights that the Manufacturer should provide in consuming the resulting product. These Consumer Rights are governed by Law No.8 of article 4 Year 1999 stipulated by the Government. In the implementation of Law No.8 of article 4 Year 1999, the Producer will hold all the implementing tools of the Law no. 8 Year of article 4 1999 Will incur the cost of implementing Law No.8 1999. Costs will increase with the cost of implementing Law No.8 1999of article 4. In this case the cost of implementing Law no. 8 of article 4 1999 is a variable cost component, the cost of which is small depends on the amount of product produced. This can be higher the production of goods or services produced will be higher also the cost of implementation of Law No.8 of article 4 1999, consumer protection. Determination of the price of a product (goods or service) by the manufacturer ensuring the implementation of the Consumer Protection Rights can be carried out by including in the variable cost component.

Keywords: *Producer, determination of price, variable cost*

Abstrak

Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang besar, merupakan pasar yang menggiurkan bagi produk produk yang berasal dari dalam maupun dari luar negeri. Menurut Presiden Jokowi, pentingnya edukasi dan perlindungan bagi konsumen Indonesia . Produsen sebagai pihak yang memproduksi produk (barang dan jasa) yang dibutuhkan Konsumen. Konsumen merupakan pihak yang mengkonsumsi, membutuhkan dan membeli produk (barang dan jasa). Konsumen memiliki hak-hak yang harus diberikan oleh Produsen dalam mengkonsumsi produk yang dihasilkan. Hak-hak Konsumen ini diatur oleh UU No.8 pasal 4 Tahun 1999 yang ditetapkan oleh Pemerintah. Biaya akan meningkat dengan adanya biaya pelaksanaan UU No.8 pasal 4 1999. Dalam hal ini biaya pelaksanaan UU No. 8 pasal 4 1999 merupakan komponen biaya variabel, biaya yang besar kecilnya tergantung jumlah produk yang dihasilkan. Hal ini dapat makin tinggi produksi Barang atau jasa yang dihasilkan akan makin tinggi pula biaya pelaksanaan UU No.8 pasal 4 tahun 1999, perlindungan konsumen. Penentuan harga produk (barang atau jasa) oleh produsen yang menjamin terlaksananya Hak-hak perlindungan Konsumen dapat dilaksanakan dengan memasukkan dalam komponen biaya variabel.

Kata kunci: Produsen, Penentuan harga, Biaya variabel

Pendahuluan

Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang besar, merupakan pasar yang menggiurkan bagi produk produk yang berasal dari dalam maupun dari luar negeri. Menurut Presiden Jokowi, pentingnya edukasi dan perlindungan bagi konsumen Indonesia .

Presiden Jokowi menyatakan bahwa, dalam lima tahun terakhir ini kontribusi konsumsi masyarakat rata-rata 55, 84 % terhadap PDB (Produk domestik Bruto. Hal ini menunjukkan bahwa perekonomian nasional Indonesia masih digerakkan oleh sektor Konsumsi.

Banyak kasus-kasus yang merugikan konsumen antara lain obat atau vaksin yang palsu, di bidang layanan kesehatan terjadi mal praktik, masalah keamanan dan kenyamanan dalam bidang transportasi, serta dalam transaksi e commerce terjadi pembobolan kartu kredit.

Konsumen Indonesia berada dalam tahap baru paham hak namun belum memperjuangkan haknya. Indeks kepercayaan negara Eropa sudah mencapai 51,31 sedang Indonesia baru 30,86. Perilaku pengaduan Konsumen di Korea mencapai 64 pengaduan setiap 1 juta penduduk sedang Indonesia hanya 4,1 pengaduan per 1 juta penduduk

Dalam kehidupan sehari-hari, bila seorang konsumen akan membeli barang atau jasa yang dibutuhkan , maka konsumen akan membayar sesuai dengan harga dari barang dan jasa tersebut. Harga barang dan jasa tersebut dalam satuan mata uang tertentu yang digunakan dalam suatu Negara atau menurut kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Konsumen atau pembeli bersedia membayar sesuai harga yang ditentukan penjual bila dirasa sesuai dengan manfaat-manfaat yang ada dalam barang atau jasa yang dibutuhkan pembeli. Konsumen mempertimbangkan tinggi

rendah harga barang dan jasa berkaitan dengan keputusannya untuk melakukan transaksi atau tidak.

Tinggi atau rendah nya harga suatu barang atau jasa ditentukan oleh banyak faktor antara lain keputusan produsen yang memproduksi barang atau jasa tersebut yaitu dipengaruhi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksinya. Konsumen dapat mempengaruhi harga secara tak langsung melalui perilaku konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen. Hal lain yang dapat mempengaruhi adalah peran pemerintah yang mengatur perdagangan suatu produk dengan peraturan resmi yang harus ditaati baik konsumen maupun produsen. Terakhir yang mempengaruhi harga produk adalah situasi dan kondisi social ekonomi yang melingkupi misalnya tingkat pertumbuhan penduduk, inflasi, investasi, pengangguran .

Penentu harga produk yang langsung adalah oleh Produsen. Harga yang di tentukan produsen selain mencakup semua biaya-biaya produksi juga harus mencerminkan terpenuhinya Hak Konsumen yaitu Hak yang ditentukan dalam Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen .

Rumusan masalah dalam penelitian ini , didasarkan latar belakang di atas adalah: Bagaimana Produsen menentukan harga yang menjamin terpenuhinya Hak perlindungan Konsumen seperti yang tercantum dalam UU No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kepustakaan (*library research*), “penelitian perpustakaan bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang terdapat di ruangan

perpustakaan, seperti buku-buku, majalah, dokumen, catatan dan kisah-kisah sejarah dan lain-lainnya”¹.

Sesuai dengan judul yang peneliti angkat, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Lexy. J. Meleong, metode kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang perilaku yang dapat diamati.²

Sumber data yang akan peneliti gunakan adalah sumber data sekunder. “Sumber dari bahan bacaan disebut sumber sekunder”.³ Data sekunder itu dapat mempunyai sumber primer atau sumber sekunder. Apabila tanggung jawab terhadap pengumpulan data dan penerbitannya berada dalam satu tangan, data sekunder itu dinamakan bersumber primer. Tetapi apabila tanggung jawab terhadap pengumpulan data itu berada dalam tangan yang berlainan dengan penerbitannya, sumber data itu dinamakan sumber sekunder.

Setelah masalah dirumuskan, maka langkah selanjutnya adalah mencari teori-teori, konsep-konsep, generalisasi-generalisasi yang dapat dijadikan landasan teoritis bagi penelitian yang akan dilakukan itu. Landasan ini perlu ditegakkan agar penelitian itu mempunyai dasar yang kokoh, dan bukan sekedar perbuatan coba-coba. “Pengumpulan data dalam penelitian dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan, keterangan, kenyataan-kenyataan, dan informasi yang dapat dipercaya. Untuk memperoleh data seperti yang dimaksudkan tersebut, dalam penelitian dapat digunakan

¹ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 28.

² Lexy.J.Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), hlm. 3

³ Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta. Bumi Aksara, 2014). hlm. 143

berbagai macam metode, diantaranya dengan angket, observasi, wawancara, tes, dan analisis dokumen”.⁴

Analisis data yang paling sederhana dan sering digunakan oleh seorang peneliti atau pengembang adalah menganalisis data yang ada dengan menggunakan prinsip-prinsip deskriptif. Dengan menganalisis secara deskriptif ini mereka dapat mempresentasikan secara lebih ringkas, sederhana, dan lebih mudah dimengerti.⁵

Metode analisis dokumen ini dapat merupakan metode utama atau primer apabila peneliti melakukan pendekatan analisis isi (*content analysis*).⁶ Selain menggunakan pendekatan analisis isi, penelitian ini juga menggunakan pendekatan analisis komparasi. Menurut Suharsimi Arikunto yang mengutip dari pendapat Aswarni Sudjud, menurut beliau “penelitian komparasi pada pokoknya adalah penelitian yang berusaha untuk menemukan persamaan dan perbedaan tentang benda, tentang orang, tentang prosedur kerja, tentang ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu ide atau suatu prosedur kerja”.⁷

Kajian Teori

Penelitian tentang Penentuan Harga Barang yang menjamin terpenuhinya Hak Konsumen dalam UU No. 1 Pasal 4 Tahun 1999 berlandaskan beberapa Teori yaitu Perilaku Konsumen, Teori Pilihan Produsen, Teori Harga , Teori Biaya dan UU No. 8 Pasal 4 Tahun 1999.

Teori Perilaku Konsumen

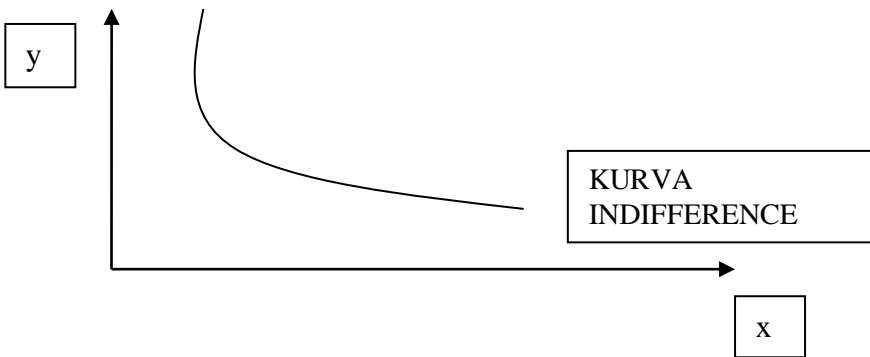
⁴ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012), hlm. 33

⁵ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 86

⁶ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, h. 50

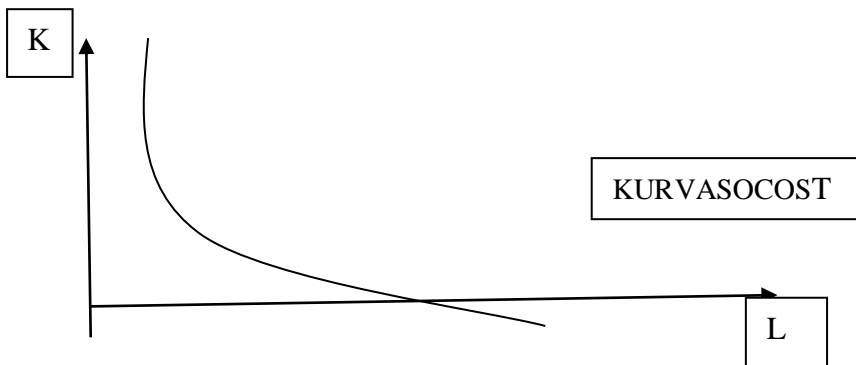
⁷ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 274

Teori perilaku Konsumen merupakan teori yang menjelaskan Konsumen dalam mendaya gunakan sumberdaya yang dimilikinya (uang) untuk memuaskan kebutuhannya dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Hal ini di gambarkan dengan Kurva indifference yaitu kurva yang menunjukkan kombinasi barang (misal barang X dan Y) yang di konsumsi konsumen sehingga menghasilkan tingkat kepuasan tertentu.



Teori Pilihan Produsen

Teori Pilihan Produsen merupakan teori yang membahas , bagaimana Produsen akan memilih kombinasi input (faktor produksi) yang akan digunakan untuk memproduksi barang dan jasa dengan biaya yang sama. Hal ini dapat digambarkan dalam kurva Isocost yaitu kurva yang menggambarkan kombinasi input (dua macam input L (labor/tenaga kerja) dan K (Modal) dengan biaya yang sama



Teori Harga

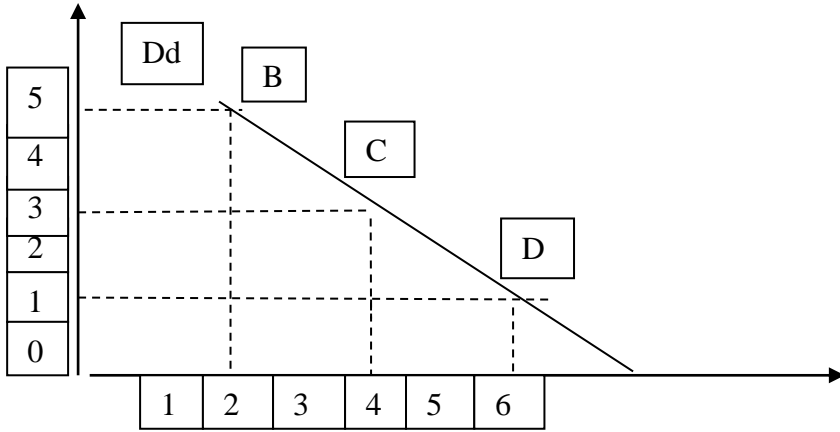
Harga sesuatu barang(dan/atau jasa) tertentu adalah suatu tingkat penilaian yang pada tingkat itu barang yang bersangkutan dapat ditukarkan dengan sesuatu yang lain, apapun bentuknya.⁸ Penetapan harga di lakukan oleh produsen untuk produk yang dihasilkan. Harga suatu produk merupakan nilai tukar produk yang dinyatakan dalam satuan moneter tertentu (mata uang tertentu). Sebagaimana menurut pendapat Kotler , Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas satu produk atau jasa , atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat –manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut, Sedang menurut Monroe (1990), harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.⁹ Hal ini menerangkan bahwa, bila suatu Barang / jasa berharga Rp 10.000,00, maka bila seorang konsumen akan dapat membeli barang tersebut dengan uang sebanyak Rp 10.000,00. Harga terbentuk karena pertemuan permintaan dan penawaran barang , hal ini digambarkan dengan perpotongan antara kurva permintaan dan kurva penawaran suatu produk.

Kurva Permintaan (Dd)
Tabel Permintaan Barang A

Titik	Harga tiap unit (P)	Jumlah A yang diminta konsumen(Q)
B	5	2
C	3	4
D	1	6

⁸ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi, Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro* , PT Raja Grafindo Persada, Jakarta . hal: 237

⁹ <http://ekonomiana.wordpress.com>.



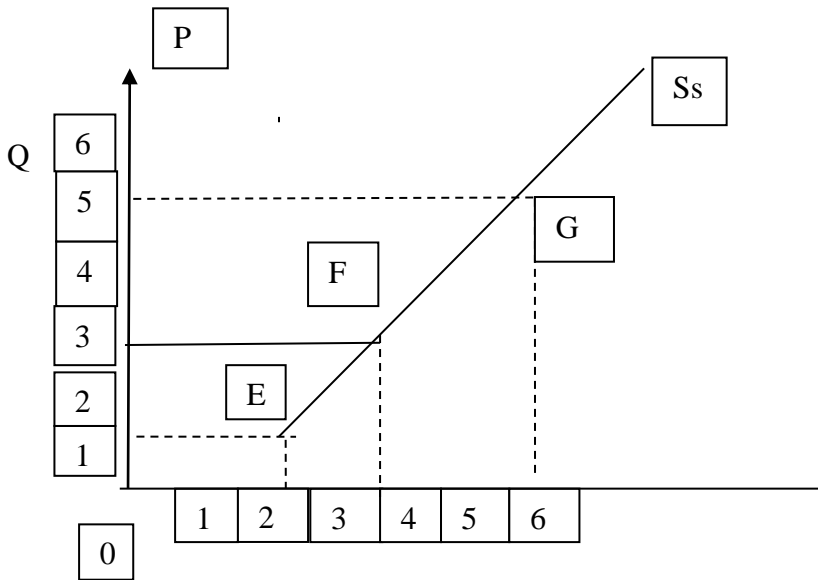
Kurva permintaan merupakan kurva yang menunjukkan hubungan jumlah barang yang diminta konsumen pada berbagai tingkat harga. Hukum Permintaan menunjukkan bahwa bila harga barang naik maka jumlah yang diminta turun , sebaliknya bila harga barang menurun maka jumlah barang yang diminta konsumen naik.

Kurva Penawaran (Ss)

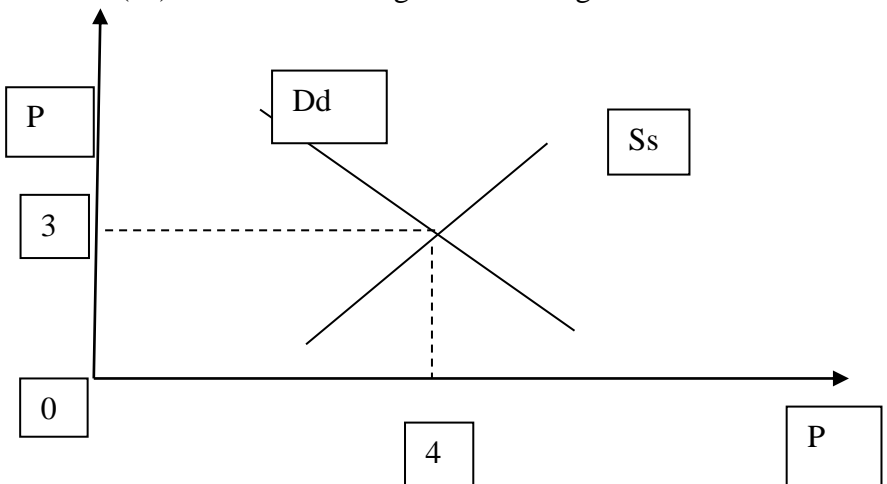
Kurva penawaran merupakan kurva yang menunjukkan hubungan jumlah barang yang ditawarkan produsen pada berbagai tingkat harga. Hukum Penawaran menunjukkan bahwa bila harga barang naik maka jumlah yang ditawarkan naik , demikian pula bila harga barang menurun maka jumlah barang yang ditawarkan produsen meningkat pula

Tabel Pernawaran Barang A

Titik	Harga tiap unit (P)	Jumlah A yang diminta konsumen(Q)
G	5	6
F	3	4
E	1	2



Perpotongan Antara Kurva Permintaan (Dd) Dan Penawaran (Ss) Menentukan Harga Keseimbangan



Penentuan Harga Jual

Didalam perekonomian tidak terlepas dengan adanya jual beli yaitu suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua

belah pihak yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerima sesuai perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan Syara' dan disepakati.¹⁰ Yang mana dalam jual beli tersebut harus menentukan harga jual terhadap suatu barang.

Pengertian harga jual menurut Hansen dan Mowen mendefinisikan "Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan". Pendapat Mulyadi "Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up". Lain halnya dengan R. A. Supriyono mendefinisikan "Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan"¹¹

Harga mempunyai fungsi antara lain, Sebagai sumber pendapatan atau keuntungan bagi perusahaan, Sebagai pengedali permintaan dan penawaran, serta berpengaruh terhadap program pemasaran dan fungsi bisnis lainnya.

Harga ditentukan oleh dua faktor utama yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi Organisasi Perusahaan berupa struktur, skala, tipe dan strategi yang digunakan. Sedang Faktor eksternal adalah kondisi pasar , pesaing , lingkungan mikro (pemasok, penyalur, asosiasi dan masyarakat), dan terakhir ada;lah lingkungan makro (pemerintah , cadangan devisa, keadaan social dan adangan sumber daya)

¹⁰ Ahmad Mukhlisin dan Saipudin Saipudin, "Sistem Jual Beli Pupuk Kandang Prespektif Imam Syafi'i Dan Imam Hanafi (Studi Di Kampung Sulusuban Kecamatan Seputih Agung)," *Jurnal Mahkamah: Kajian Ilmu Hukum Dan Hukum Islam* 2, no. 2 (2017): h.333.

¹¹: http://www.kompasiana.com/lasmidaraseila/penentuan-harga-jual_563f1c86f77e612609970b17

Sedangkan untuk Faktor eksternal antara lain Elastisitas permintaan dan kondisi persaingan pasar, Harga pesaing dan reaksi pesaing terhadap perubahan harga, Lingkungan eksternal lain, yaitu lingkungan mikro (pemasok, penyalur, asosiasi, dan masyarakat) dan lingkungan makro (pemerintah, cadangan sumber daya, keadaan sosial

Batas Penentuan Harga yang penting adalah permintaan (customer demand), biaya (cost), dan persaingan (competition).

Strategi Harga antara lain Strategi Harga Berorientasi Pada Biaya dan Strategi Harga Berorientasi Permintaan. Strategi harga yang berorientasi pada biaya didasarkan pada perhitungan biaya (tetap atau variabel) dan penentuan target keuntungan yang diinginkan (target pengembalian investasi) untuk dapat menetapkan harga. Sedang Strategi Harga Berorientasi Pada Permintaan adalah: Penetapan harga yang berorientasi pada permintaan akan mempertimbangkan kondisi permintaan pasar

Harga dapat berfungsi sebagai: Sumber pendapatan atau keuntungan perusahaan untuk mencapai tujuan produsen, Pengendali tingkat permintaan dan penawaran serta Mempengaruhi program pemasaran dan fungsi bisnis lainnya bagi perusahaan. selain itu

Peran Pemerintah dalam Penentuan Harga

Pemerintah dapat ikut berperan dalam menentukan harga dengan dua cara yaitu: Intervensi Langsung dan Intervensi Tak Langsung .Intervensi langsung terdiri dari Penentuan Harga Maksimum (Ceilling Price) dan · Penentuan Harga Minimum (Floor Price). Sedang Intervensi Tak Langsung dari pemerintah terhadap penentuan harga adalah dengan penetapan Pajak dan Subsidi Intervensi Langsung yaitu terdiri dari Penentuan Harga Maksimum (Ceilling Price) dan Penentuan Harga Minimum (Floor Price).

Penentuan Harga Maksimum (Ceilling Price), Adalah harga tertinggi yang berlaku di pasar yang tingginya berada di bawah harga pasar. Penentuan harga maksimum yang dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan untuk menurunkan harga barang yang berlaku di pasar sehingga, harganya terjangkau.

Penentuan Harga Minimum (Floor Price) merupakan harga terendah yang berlaku di pasar, yang tingginya berada di atas harga pasar. Tujuan pemerintah menentukan harga minimum adalah untuk menaikkan harga barang yang berlaku di pasar. untuk melindungi produsen agar tidak merugi, intervensi Tak Langsung yaitu melalui Penetapan Pajak dan Pemberian Subsidi

Teori Biaya

Menurut Pendapat Supriyono , Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan.¹² Sedang menurut Henry Simamora , Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi¹³.

Namun menurut Mulyadi, Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu¹⁴. Biaya atau ongkos produksi merupakan semua pengeluaran yang ditanggung oleh

¹² Supriyono, R.A. 2002. *Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pembuatan Keputusan*. Yogyakarta : Liberty, hlm:16.

¹³ Henry Simamora.2002. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat. Hal:36

¹⁴ Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*, edisi ke-6. Yogyakarta: STIE YKPN, hlm:8

perusahaan untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi.

Jenis-jenis biaya meliputi antara lain: Biaya Ekplisit yaitu Semua pengeluaran untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan input lain yang di bayar melalui pasaran (pembayaran berupa uang). Dan Biaya Tersembunyi yaitu : pembayaran untuk keahlian keusahawanan produsen tersebut modalnya tersendiri yang di gunakan dalam perusahaan dan bangunan perusahaan yang di miliki.

Macam-macam biaya produksi antara lain: Biaya Produksi, Biaya administrasi, Biaya pemasaran dan Biaya keuangan. Biaya produksi adalah biaya yang berhubungan langsung dengan produksi produk tertentu. Biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik . Biaya administrasi Biaya administrasi adalah biaya yang terjadi dalam rangka pengarahan, pengendalian, dan pengoperasian perusahaan. Biaya pemasaran Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi dalam rangka promosi suatu produk. Biaya keuangan Biaya keuangan adalah biaya yang berhubungan dengan perolehan dana untuk operasi perusahaan, misalnya biaya bunga.

Termasuk dalam biaya produksi yaitu biaya pajak yang mana pemerintah juga membuat aturan tentang perpajakan secara otomatis akan berkaitan dengan penentuan harga barang, karena jika produsen maupun konsumen tidak membayarkan pajak maka akan dikenakan sangsi, sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang undangan perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti atau ditaati, selain itu juga merupakan alat pencegah agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan. Ada dua sanksi yg diterapkan terhadap pelanggaran norma pajak, yaitu sanksi administrasi, dan sanksi pidana.

Dimana sanksi administrasi dapat berupa bunga, denda dan kenaikan. Sedangkan sanksi perpajakan berupa pidana merupakan

alat terakhir yang digunakan oleh fiskus agar norma perpajakan dipatuhi. Yaitu dapat berupa: denda pidana, kurungan (berupa pelanggaran), dan penjara (berupa kejahatan).¹⁵

Hubungan Biaya Produksi Dengan Hasil Produksi

Biaya merupakan fungsi dari output yang dinotasikan $Biaya = f(Q)$ dimana $Q = Output$. Sedang output merupakan fungsi dari input, ini dituliskan $Output = f(X)$ dimana $X = Input$. Fungsi Biaya Produksi, merupakan hubungan input dan output (besarnya biaya produksi dipengaruhi jumlah output, besarnya biaya output tergantung pada biaya atas input yang digunakan). Perilaku biaya produksi, dipengaruhi oleh .Karakteristik fungsi produksi dan Harga input yang digunakan dalam proses produksi.

Biaya Produksi Jangka Pendek

Biaya Total (TC) merupakan keseluruhan jumlah ongkos produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Jumlah antara total biaya tetap dan biaya variabel produksi. Total biaya tetap (TFC) yaitu keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya. Total variable cost (TVC) ialah keseluruhan biaya untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya.

Biaya tetap rata-rata (AFC) didefinisikan sebagai perbandingan antara total biaya tetap (TFC) dengan jumlah produksi yang dihasilkan (Q). Biaya variabel rata-rata (AVC) merupakan perbandingan antara total biaya variabel (TVC) dengan jumlah produksi yang dihasilkan (Q). Biaya total rata-rata (AC) ialah perbandingan antara biaya total (TC) untuk memproduksi sejumlah barang dengan jumlah produksi yang dihasilkan (Q). Marginal Cost (MC) adalah perbandingan

¹⁵ Habib Shulton dan Ahmad Mukhlisin, "Sanksi Perpajakan dan Pengadilan Pajak di Indonesia: Upaya Optimalkan Perolehan Pajak Kaitannya dengan Pembangunan Nasional," *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2017): h.372.

antara kenaikan ongkos produksi total yang dihasilkan dengan kenaikan jumlah produksi yang dihasilkan Di dalam analisis biaya jangka pendek sebahagian faktor produksi tidak dapat ditambah jumlahnya.

Konsep (fungsi) tentang biaya produksi, adalah: Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*), $TFC = f(\text{Konstan})$. Biaya Variabel Total (*Total Variabel Cost*), $TVC = f(\text{output atau } Q)$. Dan Total Cost (*Total Cost*), $TC = TFC + TVC$, Biaya Rata-rata; adalah *Average Fixed Cost*, $AFC = TFC/Q$ *Average Variabel Cost*, $AVC = TVC/Q$. *Average Cost*, Biaya Marjinal (*Marginal Cost*); $MC = \Delta TC / \Delta Q$ *AVC* Kalau dalam jangka pendek ada faktor produksi tetap dan faktor produksi berubah, maka dengan sendirinya biaya produksi yang ditimbulkan oleh proses produksi juga menyangkut biaya tetap dan biaya variabel. Yang dimaksud biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak tergantung dari banyak sedikitnya jumlah output. Bahkan bila untuk sementara produksi dihentikan, biaya tetap ini harus tetap dikeluarkan dalam jumlah yang sama.

Yang termasuk dalam biaya tetap ini misalnya gaji tenaga administrasi, penyusutan mesin, penyusutan gedung dan peralatan lain, sewa tanah, sewa kantor dan sewa gudang. Dalam jangka panjang biaya tetap ini akan mengalami perubahan.

Biaya variabel merupakan biaya yang besarnya berubah-ubah tergantung dari banyak sedikitnya output yang dihasilkan. Semakin besar jumlah output semakin besar pula biaya variabel yang harus dikeluarkan. Yang termasuk dalam biaya variabel ini adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, bahan bakar, listrik dsb. Biaya tetap dan biaya variabel ini jika dijumlahkan hasilnya merupakan biaya total. Jika digambarkan dalam kurva, maka pola biaya tetap total (TFC), biaya variabel total (TVC) dan biaya total (TC)

Biaya variabel total (TVC) adalah biaya yang besar kecilnya mengikuti banyak sedikitnya output yang dihasilkan.

Gambar yang menunjukkan bahwa kurva biaya variabel total terus menerus naik. Jadi semakin banyak output yang dihasilkan maka biaya variabel akan semakin tinggi. Jika antara biaya tetap dan biaya variabel dijumlahkan, maka hasilnya disebut biaya total (TC). Jadi, $TC = TFC + TVC$.

Konsep Dasar Perlindungan Konsumen Berdasar Uu No 8 Tahun 1999¹⁶

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen . Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri , keluarga, orang lain , maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Perlindungan kepada konsumen ini ditujukan dilakukan untuk melindungi konsumen dari kerugian dalam penggunaan produk (barang atau jasa). Produsen merupakan Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan auat melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Konsumen membeli barang dan jasa dari produsen. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud , baik bergerak maupun tidak bergerak , dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan , yang dapat untuk diperdagangkan , dipakai, dipergunakan , atau dimanfaatkan oleh konsumen. Sedang jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.

¹⁶ Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen bertujuan: Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri ; Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa; Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen; Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi; Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha; Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usahaproduksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Dalam hukum perlindungan konsumen adanya unsur-unsur yang terkait antara lain Konsumen, Produsen dan produk (barang atau jasa). Hak-hak yang dimiliki konsumen menurut undang-undang antara lain: Hak atas keamanan , kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau; jasa, Hak untuk memilih serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan Hak-hak

yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang undangan lainnya.¹⁷

Konsumen selain memiliki hak-hak di atas, juga mempunyai keajiban yang terdiri dari: Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/jasa, demi keamanan dan keselamatan, Beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/jasa, Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati ; Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.¹⁸

Pelaku Usaha mempunyai beberapa hak antara lain: Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik, Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen, Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/jasa yang diperdagangkan, Hak Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.¹⁹

Pelaku Usaha juga memiliki kewajiban sebagai berikut: Beriktikad baik dalam melukan kegiatan usahanya, Memberi informasi yang benar , jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan penggunaan , perbaikan dan pemeliharaan ; Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, Menjamin mutu barang dan/jasa yang

¹⁷ Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Hal: 8-9

¹⁸ Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Hal 9-10

¹⁹ Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ,Hal 11

diproduks dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standr mutu barang dan/atau jasa yang berlaku, Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/jasa tertentu serta member jaminan dan/garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan, Memberi kompensasi , ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/ jasa yang diperdagangkan dan Memberi kompensasi , ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.²⁰

Analisa Hasil Penelitian

Tiga konsep (fungsi) tentang biaya produksi, yaitu; Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost*), $TFC = f$ (*Konstan*). Biaya Variabel Total (*Total Variabel Cost*), $TVC = f$ (*output atau Q*) dan Total Cost (*Total Cost*), $TC = TFC + TVC$

Jika antara biaya tetap dan biaya variabel dijumlahkan, maka hasilnya disebut biaya total (TC). Jadi, $TC = TFC + TVC$. Total Cost (TC) berada pada jarak vertikal di semua titik antara biaya tetap total (TFC) dan biaya berubah total (TVC), yaitu sebesar n.

Biaya Total (TC) adalah keseluruhan jumlah ongkos produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan. Jumlah antara total biaya tetap dan biaya variabel produksi. Total biaya tetap (TFC) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh faktor produksi yang tidak dapat diubah jumlahnya. Total variable cost (TVC) adalah keseluruhan biaya untuk memperoleh faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya (sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan).

Yang dimaksud biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak tergantung dari banyak sedikitnya jumlah output. Bahkan bila untuk sementara produksi dihentikan,

²⁰ Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ,Hal12

biaya tetap ini harus tetap dikeluarkan dalam jumlah yang sama yang termasuk dalam biaya tetap ini misalnya gaji tenaga administrasi, penyusutan mesin, penyusutan gedung dan peralatan lain, sewa tanah, sewa kantor dan sewa gudang. Dalam jangka panjang biaya tetap ini akan mengalami perubahan

Biaya variabel merupakan biaya yang besarnya berubah-ubah tergantung dari banyak sedikitnya output yang dihasilkan. Semakin besar jumlah output semakin besar pula biaya variabel yang harus dikeluarkan yang termasuk dalam biaya variabel ini adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, bahan bakar, listrik dsb. Biaya tetap dan biaya variabel ini jika dijumlahkan hasilnya merupakan biaya total. Jika digambarkan dalam kurva, maka pola biaya tetap total (TFC), biaya variabel total (TVC) dan biaya total (TC)

Biaya Variabel Biaya variabel total (TVC) adalah biaya yang besar kecilnya mengikuti banyak sedikitnya output yang dihasilkan. Gambar yang menunjukkan bahwa kurva biaya variabel total terus menerus naik. Jadi semakin banyak output yang dihasilkan maka biaya variabel akan semakin tinggi

Adanya unsur biaya merupakan yang utama diperhitungkan dalam penentuan harga. Upaya produsen untuk menunaikan hak perlindungan konsumen akan menimbulkan komponen biaya baru yaitu Biaya Perlindungan Konsumen (BPK) yaitu biaya yang harus dikeluarkan produsen untuk membiayai upaya perlindungan konsumen yaitu: Hak atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; Hak untuk memilih serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Hak atas informasi yang bena, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang

digunakan; Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang undangan lainnya.²¹

Dalam mewujudkan Hak-hak konsumen maka Produsen akan menanggung Biaya Perlindungan Konsumen (BPK) yang terdiri dari :

BPK1 yaitu Biaya atas keamanan , kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau; jasa, BPK2 biaya untuk memilih serta mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. BPK3 adalah biaya atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; BPK4 untuk biaya didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; BPK5 merupakan biaya mendapat advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut BPK6 adalah biaya untuk pembinaan dan pendidikan konsumen, BPK7 untuk biaya konsumen diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, BPK8 biaya digunakan untuk kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya dan BPK9 biaya lain untuk Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang undangan lainnya.²²

²¹ . Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ,Hal: 8-9

²² Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ,Hal: 8-9

$BPK\ TOTAL = BPK1 + BPK2 + BPK3 + BPK4 + BPK5 + BPK6 + BPK7 + BPK8 + BPK9$, BPK ini merupakan biaya variabel karena merupakan biaya yang terkait dengan jumlah output produk yang dihasilkan makin tinggi produk maka makin tinggi BPK yang harus dikeluarkan Produsen, dengan demikian makin tinggi harga produk.

Kesimpulan

Pelaku Perekonomian yang utama adalah Konsumen dan Produsen. Masing-masing Produsen maupun Konsumen memiliki perilaku yang berbeda. Konsumen dalam memilih kombinasi barang/jasa yang dikonsumsi akan menghasilkan Konsumen sebagai pembeli dan pemakai produk berupa barang atau jasa yang merupakan hasil produksi Produsen. Dalam memproduksi produk produsen harus mengeluarkan biaya produksi, hal ini akan menentukan harga produk yang akan dijual kepada Konsumen.

Pemerintah menentukan UU No 8 Tahun 1999, yaitu Undang-undang Perlindungan Konsumen. UU No.8 1999 ini berisi Hak-hak Konsumen yang harus diberikan Produsen terkait dengan produk barang atau jasa yang dibeli/dikonsumsi Konsumen dari produsen

Produsen dalam memproduksi produk (output) harus memperhatikan Hak-hak konsumen . Pelaksanaan hak-hak konsumen ini akan menimbulkan biaya yang terkait dengan jumlah produk yang dihasilkan yaitu biaya variabel . dengan demikian komponen biaya variabel akan meningkat sehingga akan meningkatkan harga produk itu.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Kamaruddin. . *Akuntansi Manajemen*. Bandung: Alfabeta 2005
- Arsyad, Lincolin. 2008. *Ekonomi Manajerial – Ekonomi Mikro Terapan Untuk Manajemen Bisnis Edisi 4*. Yogyakarta : BPFE,2008

- Garrison, Ray H, Eric W. Noreen, 2002. *Akuntansi Manajerial*. Jakarta : Salemba Empat,2002
- Hansen Don R, Maryanne M. Mowen. (2000). *Akuntansi Manajemen*. Edisi Kedua.(Diterjemahkan oleh: A. Hermawan). Jakarta:Penerbit Erlangga. 2000.
- Henry Simamora.2002. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat,2002.
- Iskandar Putong, *Economics Pengantar Mikro dan Makro*,Edisi4. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010.
- Mukhlisin, Ahmad, dan Saipudin Saipudin. “Sistem Jual Beli Pupuk Kandang Prespektif Imam Syafi’i Dan Imam Hanafi (Studi di Kampung Sulusuban Kecamatan Seputih Agung).” *Jurnal Mahkamah: Kajian Ilmu Hukum Dan Hukum Islam* 2, no. 2 (2017)
- Mulyadi. *Akuntansi Biaya*,edisi ke-6. Yogyakarta: STIE YKPN,2005
- Noor, Henri Faizal.*Ekonomi Manjerial*. RajaGrafindo Perasada. Jakarta,2008.
- Samuelson & Willim D. Nordhaus, *Economics*, Seventeenth Edition, Singapore: Mc. Graw Hill , 2002
- Shulton, Habib, dan Ahmad Mukhlisin. “Sanksi Perpajakan dan Pengadilan Pajak di Indonesia: Upaya Optimalkan Perolehan Pajak Kaitannya dengan Pembangunan Nasional.” *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2017): 355–376.
- Simamora, Hendri,*Akuntansi Manajemen*, Edisi kedua. Yogyakarta: UPP AM YKPN,2002.
- Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*,Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Supriyono, R.A. 2002. *Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pembuatan Keputusan*. Yogyakarta : Liberty,2002.