

**Perlindungan Konsumen terhadap Hak Atas Informasi Harga Pada
Menu Makanan, dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 8
Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
(Studi Kasus di Warung Makan pada Kawasan Malioboro)**

By: *Lindra Darnela** & *Wiji Saraspeni**

Abstract

This study concluded that the implementation of consumer protection for the right to update the prices on the food menu, food stall at Malioboro area is not in accordance with the Act 8 of 1999 on Consumer Protection. Based on observations in the field, the consumer does not get its due in the form of pricing information which should be given by most businesses in the area of malioboro. In this case most businesses in the area of Malioboro has violated its obligations as entrepreneurs. it is evident from as regulated in Article 7 butur b Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection explained that the obligation of the consumer is "Providing accurate information, clear, honest, on the condition and guarantee of the goods and / or services and to give explanations use, repair and maintenance".

Abstrak

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap hak atas informasi harga pada menu makanan, di warung makan pada kawasan Malioboro tidak sesuai dengan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan observasi di lapangan, konsumen tidak mendapatkan haknya yang berupa informasi harga yang dimana seharusnya diberikan oleh sebagian pelaku usaha yang ada di kawasan malioboro. Dalam hal ini sebagian pelaku usaha di kawasan Malioboro sudah melanggar kewajibannya sebagai pelaku usaha. hal ini terbukti dari sebagaimana di atur dalam Pasal 7 butur b Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa kewajiban konsumen adalah "Memberikan informasi yang benar, jelas, jujur, mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan"

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Informasi dan Harga.

*Dosen Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Email: lindra.darnela@uin-suka.ac.id.

*Mahasiswa Alumni Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Email: sarascimit@gmail.com.

A. Pendahuluan

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota yang terkenal akan keragaman budayanya serta keragaman khas kulinernya. Banyak wisatawan yang sebagian kecil ingin tau tentang kuliner khas Yogyakarta. Kawasan Malioboro yang merupakan ciri khas kota Yogyakarta yang dimana merupakan pusat keramaian di kota Yogyakarta. Tidak terlepas dari para pelaku usaha yang ada di kawasan malioboro yang pada sebagian sudah memberikan harga pada menu makanan dan juga masih ada pelaku usaha yang belum memberikan harga pada menu maknannya. Tentu untuk para pelaku usaha yang sudah memberikan harga pada menu makanannya ini menjadi tidak masalah. Akan tetapi, yang akan menjadi masalah adalah para pelaku usaha yang tidak memebrikan harga pada menu maknannya.

Penelitian ini di khususkan bagi para pelaku usaha yang tidak taat akan peraturan, yang tidak sengaja juga sudah melanggar kewajibannya sebagai pelaku usaha dan sudah melanggar Pasal 4 huruf c Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Yang di jelaskan bahwa hak konsumen adalah “ hak atas informasi yang benar, jelas, jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”.¹ Pada situasi ekonomi global dan menuju era perdagangan bebas, upaya mempertahankan pasar atau memperoleh kawasan pasar baru yang lebih luas merupakan dambaan bagi setiap produsen, mengingat makin ketatnya persaingan untuk berusaha. Persaingan yang makin ketat ini juga dapat memeberikan dampak negatif terhadap konsumen pada umumnya.

Dengan lahirnya Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindunagn Konsumen, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen di Indonesia yang selama ini dianggap kurang diperhatikan, bisa mnejadi lebih diperhatikan. Ada aspek hukum perlindungan konsumen yang berada dalam hukum publik, terutama dalam hukum pidana dan administrasi negara. Jadi, tepatnya hukum perlindungan konsumen ada di wilayah hukum publik.² Dengan kejadian seperti ini sangat tertarik untuk memahami dan menganalisis alasan para pedagang tersebut tidak mencantumkan harga pada menu makanan yang disediakan. Dalam hal ini konsumen yang merasa tidak mendapatkan kenyamanan dalam bertransaksi jual beli walaupun ini terkadang dianggap hanyalah hal yang tidak penting apalagi menegenai soal makanan, akan tetapi perlindungan terhadap konsumen haruslah di perhatikan walaupun sepertinya ini hal yang terkadang diabaikan dan tidak terlalu diperhatikan oleh banyak orang untuk mendindak lanjuti permasalahan yang dianggap tidak lah penting.

Namun, sebenarnya ini merupakan permasalahan yang butuh perhatian khusus karena dengan banyaknya konsumen yang pernah merasa dirugikan akan hal ini. Pengaturan hak-hak konsumen dalam Pasal 4 melalui Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen, yaitu:

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

²Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo, 2004), p 13.

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/ jasa serta mendapatkan dan kondiai serta jaminan yang dijanjikan'
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk dipelakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan konpensasi, ganti rugi dan/ diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari sembilan butir hak konsumen yang diberikan di atas, bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen³. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penulisan terkait warung makan pada kawasan Malioboro. Alasan penulis untuk melakukan kajian ini dikarenakan agar tidak banyak lagi para konsumen yang ada dikawasan Malioboro yang pernah merasa kecewa terhadap tidak tercantumnya informasi harga di menu pada saat memesan makanan. karena, hak konsumen untuk lebih tahu harga makanan yang akan di beli serta agar konsumen bisa memperkirakan uang yang akan dikeluarkan disaat makan sehingga tidak ada penyesalan pada saat pembayaran. Dengan adanya kajian ini penulis dapat membantu pemerintah dalam mengendalikan warung makan yang tidak memberikan informasi harga. Kekecewaan konsumen merupakan tindak penyalah gunaan Undang-undang yang berlaku maka diperlukan pengkajian yang lebih dalam melalui penelitian ini.

Dalam UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Bab III Hak dan Kewajiban bagian pertama hak dan kewajiban konsumen pasal 4 ayat 3 yang berbunyi "hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa".⁴ Di

³Abdul Halim Barakatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2010), p 30.

⁴Ahmdi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2004), p 38.

sini penulis berharap bisa ikut serta dalam pengawasan dari Undang-undang tersebut dengan memperhatikan pelanggaran-pelanggaran yang terjadi agar tujuan para pelaku bisnis dalam mencari keuntungan dapat berjalan dengan baik tanpa merugikan pihak konsumen serta menyadarkan pelaku bisnis akan hak dan kewajiban konsumen.

Tulisan ini akan fokus membahas mengenai pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap hak atas informasi harga pada menu makanan, di warung makan pada kawasan Malioboro sudah sesuai dengan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan bentuk perlindungan terhadap konsumen oleh pelaku usaha serta pengawasan pemerintah dan instansi pada kawasan Malioboro yang terkait dengan hak atas informasi harga pada menu makanan.

B. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Konsumen

1. Definisi Pengertian Konsumen

Konsumen sebagai peng-Indonesiaan dari istilah asing, Inggris *consumer*, dan Belanda *consument*, secara harfiah diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”. Ada juga yang mengartikan “setiap orang yang menggunakan barang atau jasa”. Dari pengertian di atas terlihat bahwa ada perbedaan antara konsumen sebagai orang alami atau pribadi kodrati dengan konsumen sebagai perusahaan atau badan hukum. Perbedaan ini penting untuk membedakan apakah konsumen tersebut menggunakan barang tersebut untuk dirinya sendiri atau untuk tujuan komersial (dijual, diproduksi lagi).⁵ Pengertian Konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat barang dan atau jasa untuk tujuan tertentu.⁶ Sedangkan Pengertian Menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen diatas adalah setiap 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.⁷

Pengertian konsumen antara negara yang satu dengan yang lain tidak sama. Sebagai Contoh, di Spanyol, konsumen diartikan

⁵Arrianto Mukti Wibowo, et.al., *Kerangka Hukum Digital Signature Dalam Electronic Commerce, Grup Riset Digital Security dan Electronic Commerce*, (Depok, Jawa Barat: Fakultas Ilmu Komputer UI, 1999)P 102.

⁶AZ, Nasution, *Perlindungan Hukum Konsumen, Tinjauan singkat UU NO.8 Tahun 1999-LN 1999 No.42*, Disampaikan Pada Diklat Mahkamah Agung, (Batu Malang: 14 Mei 2001),p 5.

⁷Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Pasal1 butir 2.

tidak hanya individu (orang), tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir. Dan yang menarik, konsumen tidak harus terikat dalam hubungan jual beli, sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli. Namun dalam kitab Undang-undang Hukum Perdata Belanda (NBW Buku VI, Pasal 236), konsumen dinyatakan sebagai orang alamiah.⁸

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.

Hubungan konsumen dan pelaku usaha merupakan keterkaitan pada transaksi. Hubungan itu terjadi karena adanya proses yang terjadi pada kedua belah pihak yang didasari oleh rasa saling membutuhkan dan ketergantungan satu sama lain. Dengan adanya rasa saling membutuhkan hal ini tentunya dimanfaatkan oleh para pelaku usaha dalam sistem distribusi dan pemasaran produk yang akan di perdagangkan guna mencapai tingkat produktivitas hingga tercapainya suatu sasaran usaha.

Hak konsumen sebenarnya sangatlah rentan untuk dilanggar karena posisi tawar konsumen sebenarnya berada pada posisi yang lemah, hal ini disebabkan sebagian besar kegiatan pada proses produksi didominasi oleh pelaku usaha itu sendiri, sehingga perlu adanya suatu aturan atau hukum yang mengatur mengenai perlindungan hak-hak konsumen. Perlindungan konsumen sebenarnya sangatlah dibutuhkan karena semakin banyak persaingan yang mengarah kepada bentuk produk, cara pemasaran, harga, serta pelayanan yang berdampak pada posisi konsumen yang cenderung melemah. Kebijakan hukum untuk konsumen dapat mendorong kepercayaan konsumen sehingga mampu meningkatkan bisnis yang dijalankan oleh pelaku usaha. Pentingnya pondasi pembentuk Undang-undang merupakan tujuan yang harus dicapai maka dirumuskanlah asas-asas hukum perlindungan konsumen. Kemudian, maksud dari asas-asas tersebut dapat dilihat sebagai berikut⁹:

1) Asas Manfaat

Merupakan asas yang sebagaimana konsumen dan pelaku usaha mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya dari pemberlakuan UUPK (Undang-undang Perlindungan Konsumen). Dengan adanya pengembalian manfaat oleh masing-masing pihak diharapkan mampu membawa dampak

⁸Abdul Halim Barakatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung : Nusa Media, 2010), p 8.

⁹Kelik Wardiono, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Ombak Dua, 2014), p, 47-50.

positif bagi perkembangan roda perekonomian masyarakat sebagai konsumen, serta peningkatan mutu produk baik berupa barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha sehingga tercipta pola persaingan yang sehat antara keduanya.

2) Asas Keadilan

Konsumen dan pelaku usaha diharapkan dalam perolehan hak dan penunaian kewajiban hendaknya dilakukan sesuai dengan prinsip keadilan yang seimbang, masing-masing pihak akan melaksanakan kewajibannya dan sebagai penggantinya ia akan memperoleh hak dari pihak lainnya.

3) Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan agar kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah melakukan segala kepentingannya secara seimbang, serta memberikan perlindungan atas kepentingan masing-masing pihak tidak berat sebelah atau tidak ada salah satu pihak yang mendapat perlindungan lebih dari pihak lainnya. Kepentingan pemerintah dalam hal ini hanya mewakili kepentingan publik dalam bentuk pembatasan kebijakan di berbagai peraturan perundang-undangan.

4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Asas ini dimaksudkan supaya konsumen mendapatkan jasa atas manfaat yang akan diperoleh dari suatu produk dan dijamin konsumen menggunakannya sesuai dengan apa yang tercantum dalam informasi produk agar terhindar dari bahaya negatif yang ditimbulkan oleh pemakaian produk. Dalam penjelasan mengenai asas ini, tidak disebutkan adanya kepentingan pelaku usaha pada asas keamanan dan keselamatan konsumen karena menunjukkan bahwa perwujudan kepentingan ini tidak boleh semata-mata dimanipulasi motif “prinsip ekonomi pelaku usaha” (mendapatkan semaksimal mungkin dengan biaya yang seminimal mungkin).¹⁰ Bahwa tidak dibenarkan adanya motif pelaku usaha yang semata-mata untuk menumpuk keuntungan (laba) dengan mengabaikan kenyamanan dan keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi produk barang dan/jasa.

5) Asas Kepastian Hukum

Dalam asas ini memastikan bahwa konsumen dan produsen akan melaksanakan apa yang menjadi kewajibannya

¹⁰Penjelasan Umum UUPK Pasal 2.

dan memperoleh apa yang menjadi haknya. Selain itu, agar para pihak mentaati hukum yang berlaku sehingga akan diperoleh keadilan dari penerapan UUPK (Undang-undang Perlindungan Konsumen) tersebut.

Adapun tujuan perlindungan konsumen sendiri terdapat dalam Pasal 3 UUPK yang merupakan isi pembangunan nasional dalam Pasal sebelumnya yakni yang terdapat dalam Pasal 2, karena tujuan perlindungan konsumen yang itu merupakan saaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan dibidang hukum perlindungan konsumen. Hal ini juga berdampak dalam pengaturan Pasal 3 UUPK, yang mengatur tujuan khusus perlindungan konsumen. Berikut ini isi dalam Pasal 3 tersebut:¹¹

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

3. Hak dan Kewajiban Konsumen.

a. Hak Konsumen

Signifikan pengaturan hak-hak konsumen melalui Undang-undang merupakan bagian dari implementasi sebagai suatu negara kesejahteraan, karena Undang-undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut konstitusi ekonomi, yaitu konsitusi yang mengandung ide negara kesejahteraan yang tumbuh berkembang karena pengaruh

¹¹ Pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999.

sosialisme sejak abad sembilan belas.¹² Melalui Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan sembilan hak konsumen, yaitu:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih barang dan/ jasa serta mendapatkan dan kondiai serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapatkn pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk dipelakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari sembilan pokok hak konsumen di atas, bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan haal terpenting dan paling utama dalam perlindungan konsumen. Untuk menjamin bahwa barang atau jasa yang akan dibeli atau digunakan oleh konsumen aman maupun tidak membahayakan konsumen penggunaanya, maka konsumen diberikan diberikan hak untuk memilih barang atau jasa yang dikehendaknya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan adil, kompensasi sampai ganti rugi.¹³

b. Kewajiban Konsumen

Selain memperoleh hak tersebut, sebagai *balance*, konsumen juga diwajibkan untuk:

¹²Abdul Halim Barakatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung : Nusa Media, 2010), p 23.

¹³*Ibid*, p.5.

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan /atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan /atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Itu dimaksudkan agar konsumen sendiri dapat memperoleh hasil yang optimum atas perlindungan dan/ atau kepastian hukum bagi dirinya.¹⁴

c. Jual Beli Menurut Ketentuan Pasal 9 dan 10 Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Pada transaksi jual beli suatu produk barang dan/ jasa merupakan yang terpenting, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Sebagai pelaku usaha sebaiknya memberikan informasi akurat, jelas dan dapat di pertanggungjawabkan mengenai kelayakan produk, kualitas dari barang atau jasa yang diperdagangkan tersebut, sehingga konsumen tidak merasa di rugikan atau merasa di salahgunakan haknya. Melalui penjelasan mengenai informasi harga yang benar dan tepat pada produk yang akan di pasarkan atau diperdagangkan.

Hak atas informasi terhadap barang dan/atau jasa terdapat dalam Pasal 4 butir (c) diijelaskan dalam Pasal tersebut bahwa hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.¹⁵ Dengan adanya Pasal tersebut maka akan meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiannya terhadap produk tertentu sehingga akan memeberikan keuntungan bagi pelaku usaha tanpa harus merugikan kepentingan konsumen.¹⁶ Undang-undang Perlindungan Konsumen sebenarnya dilatarbelakangi oleh kondisi dimana kondisi konsumen dan pelaku usaha dalam praktek yang terjadi tidak seimbang dimana, posisi pelaku usaha yang menawarkan, menjual dan mempromosikan produknya menjadikan dirinya lebih kuat atau lebih berkuasa dibandingkan konsumen. Hal semcam ini bisa terjadi jika adanya dorongan kebutuhan informasi tepat dan

¹⁴*Ibid*, p. 5.

¹⁵Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2007), p 38.

¹⁶ *Ibid*.

akurat mengenai karakteristik suatu barang dan/atau jasa yang diberikan oleh pelaku usaha pada tahap pratransaksi, dengan keterbatasan pengetahuan konsumen untuk lebih tahu tentang produk barang dan/atau jasa yang akan di beli.

Oleh karenanya, Undang-undang Perlindungan Konsumen telah memberikan aturan yang tegas dan memeberikan batasan bagi pelaku usaha dalam menawarkan serta menjual produknya kepada konsumen. yang termuat dalam Pasal 9 Undang-undang No.8 Tentang Perlindungan Konsumen.

a. Pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan, suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar dan /atau seolah-olah :¹⁷

- 1) Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
- 2) Barang tersebut dalam keadan baik dan/atau baru;
- 3) Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja, atau asesori tertentu;
- 4) Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
- 5) Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
- 6) Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
- 7) Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
- 8) Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
- 9) Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
- 10) Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak

¹⁷Pasal 9 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

mengandung resiko, atau efek samping tanpa keterangan yang lengkap;

- 11) Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
 - b. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
 - c. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melakukan penawaran, promosi, dan pengiklanan suatu barang dan/atau jasa tersebut.

Memperhatikan substansi ketentuan Pasal 9 UUPK ini, pada intinya merupakan bentuk larangan yang tertuju pada “perilaku” Pelaku usaha, dimana para pelaku usaha atau penjual tidak diperbolehkan menjual barang dan/atau jasa melalui penawaran yang mengandung pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif.¹⁸ Yang tercantum dalam Pasal 10 yang dijelaskan sebagai berikut bahwa “Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai¹⁹:

- a. Harga atau tarif 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 menarik yang ditawarkan;
- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.”

Larangan dalam pelaku usaha tersebut dalam UUPK, membawa dampak yang cukup baik bagi konsumen membawa akibat bahwa pelanggaran atas larangan tersebut dikalifikasikan sebagai perbuatan melanggar hukum bagi para pelaku usaha yang bisa dikatakan ingin mendapat keuntungan lebih. Pengaturan tersebut bertujuan untuk menciptakan tertib perdagangan dan iklim usaha yang sehat selain itu adanya kewajiban pelaku usaha untuk memberikan keterangan yang benar mengenai harga atau tarif barang yang di perdagangkan, tidak lain hanya untuk membuktikan bahwa salah satu penyebab terjadinya kerugian

¹⁸Yusuf Shofie, *Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2008), p. 328-330.

¹⁹Pasal 10 Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

konsumen di Indonesia karena tidak adanya sikap kehati-hatian saat membeli barang dan/atau jasa.

4. Hubungan Konsumen dengan Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 ayat (3) UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Memberikan pengertian Pelaku Usaha sebagai berikut²⁰:

“Pelaku Usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang di dirikan dan bekedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, bbaik sediri-sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Penjelasan “Pelaku Usaha” yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.” Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen cukup luas karena meliputi grosir, laverensir, pengecer, dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam UUPK tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha ddalam masyarakat Eropa terutama dengan negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasikan sebagai produsen adalah: pembuat produk jadi (*finished product*); penghasil bahan baku;pembutan suku cadang; setiap orang yang menampakan dirinya sebagai produsen, dengan jalan mencantumkan namanya, tanda pengenalan tertentu, atau tanda lain yang memebedakan dengan produk asli, pada produk tertentu; importir suatu produk dengan maksud untuk dijualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bantu distribusi lain dalam transaksi perdagangan; pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importir tidak dapat di tentukan.²¹

Pengertian pelaku usaha yang berkmana luas tersebut sama dengan cakupan produsen yang dikenal di Belanda, karena produsen dapat berupa perseorangan atau bdan hukum. Dalam pengertian pelaku usaha yang bermakna luas tersebut, tidaklah

²⁰Pasal 1 ayat (3) Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen

²¹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2007), p 8.

mencakup eksportir atau pelaku usaha di luar negeri, kerana UUPK membatsai orang perseorangan atau badan usaha, dan tentunya akan memudahkan konsumen menuntut ganti kerugian. Konsumen yang dirugikan akibat penggunaan produk akan kesulitan kepada siapa tuntutan tersebut akan diajukan, mengingat banyak pihak yang dapat digugat.

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

a. Hak Pelaku Usaha

Dalam menciptakan kenyamanan dalam berusaha, tidak hanya konsumen yang memiliki hak konsumen namun para pelaku usaha tersebut juga memiliki hak pelaku usaha hal ini diberikan agar adanya keseimbangan atas hak-hak, kepada para pelaku usaha diberikan hak yang diatur dalam Pasal 6 UUPK yang bisa di lihat pada pernyataan dibawah ini :

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan menegani kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehalibitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan-peraturan Undang-undang lainnya.²²

Menyangkut isi dari Pasal 6 UUPK tersebut menunjukan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikan kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Akan tetapi pada huruf b, c, dan d, sesungguhnya merupakan hak pelaku usaha yang berhubungan dengan pihak-pihak aparat pemerintahan dan/atau BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen) atau pengadilan yang tugasnya melakukan penyelesaian sengketa. Melalui hak-hak yang yang disebutkan dalam Pasal 6 UUPK tersebut diharapkan perlindungan konsumen tidak di istimewa

²²Pasl 6 Undang-undangNo. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

secara berlebihan hingga mengabaikan kepentingan pelaku usaha dapat dihindari.

b. Kewajiban Pelaku Usaha

Selanjutnya pelaku usaha tidak hanya diberikan hak-haknya saja melainkan adanya kewajiban yang yang dibebankan kepada pelaku usaha, kewajiban sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UUPK:²³

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang akan diproduksi dan/ atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/ atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/ atau mencoba barang dan/ atau jasa tertentu;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian;

Adapun penjelasan dari huruf c adalah "*pelaku usaha dilarang membedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membedakan mutu pelayanan kepada konsumen.*". Sedangkan huruf e "*yang dimaksud dengan barang dan/ atau jasa tertentu adalah barang yang dapat diuji atau dicoba tanpa mengakibatkan kerusakan atau kerugian*". Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang beritikad baik ini diatur dalam Pasak 1338 ayat (3) BW (*Burgelijke Wetboek*) atau dalam bahasa Indonesia Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan ikikad baik, sedangkan arrest H.R. di negeri Belanda memeberikana peranan tertinggi terhadap itikad baik dalam tahap pra perjanjian, bahkan

²³Pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen Np. 8 Tahun 1999.

kesesatuan ditempatkan di bawah asas ikikad baik, bukan lagi pada teori kehendak. Begitu pentingnya ikikad baik tersebut, sehingga dalam perundang-undangan atau perjanjian antara para pihak, kedua belah pihak harus mempunyai ikikad baik.²⁴

Negara Jerman, Mahkamah Agung mempertimbangkan kebebasan berkontrak dianggap ada sejauh berdasarkan ikikad baik dengan kewajiban memperhatikan kepentingan-kepentingan pihak lawan dalam perjanjian pada awal penyusunan syarat-syarat perjanjian itu, pelaku usaha dalam memberikan keterangan wajib berhati-hati terkait dengan ikikad baik. Jika kita menyimak baik-baik maka kewajiban-kewajiban tersebut merupakan manifestasi hak konsumen untuk menciptakan “budaya” tanggung jawab, pada diri pelaku usaha.

3. Berbagai Larangan Pelaku Usaha

Pasal 8 UUPK mengatur larangan tersebut meliputi kegiatan :

- a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/ atau memperdagangkan barang dan/ atau jasa yang:
 - 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau neto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - 4) Tidak sesuai dengan kondisi jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/ atau jasa tersebut;
 - 5) Tidak sesuai dengan mutu tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/ atau jasa tersebut;
 - 6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/ atau jasa tersebut

²⁴Abdul Halim Barakatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung : Nusa Media, 2010), p 38.

- 7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
- 8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- 9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat atau isi bersih/netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/ dibuat;
- 10) Tidak mencantumkan informasi dan/ atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Secara garis besar larangan yang dikenakan dalam Pasal 8 Undang-undang tersebut dapat kita bagi kedalam dua larangan pokok, yaitu;

- a) Larangan mengenai produk itu sendiri, yang tidak memenuhi standar dan syarat yang layak untuk dipergunakan atau dipakai atau dimanfaatkan oleh konsumen;
- b) Larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar, tidak akurat, yang menyesatkan konsumen.

Larangan mengenai kelayakan produk, baik itu berupa barang dan/ atau jasa pada dasarnya berhubungan erat dengan karakteristik dan sifat dari barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tersebut. Kelayakan produk tersebut merupakan “kelayakan minimum” kelayakan minimum tersebut kadang-kadang sudah ada yang menjadi “pengetahuan umum”, namun sedikit banyaknya masih memerlukan penjelasan lebih lanjut. Untuk itu informasi menjadi suatu hal yang penting bagi konsumen. Informasi yang demikian tidak hanya datang dari berbagai sumber lain yang dapat dipercaya, serta dipertanggung jawabkan sehingga pada akhirnya konsumen tidak dirugikan, dengan membeli barang dan/atau jasa yang sebenarnya tidak layak untuk diperdagangkan.²⁵

²⁵Abdul Halim Barakatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung : Nusa Media, 2010), p 41.

Selain itu Undang-undang juga mengakui adanya jenis-jenis transaksi perdagangan khusus, dengan cara lelang, jualan barang dan/ atau jasa penawaran dengan hadiah, atau barang dan/ atau jasa yang tidak berada dalam “kondisi sempurna”. Untuk hal demikian, informasi menjadi lebih relevan lagi bagi konsumen. Karena itu Undang-undang mengenakan sanksi bagi para pelaku usaha yang tidak memebrikan informasi yang benar, akurat, relevan, dapat dipercaya, serta mampu yang menyesatkan konsumen. Dari uraian tersebut, secara praktis kondumen memang berada pada posisi yang “kurang diuntungkan” dibandingkan dengan posisi daripelau usaha sebab keterlibatan konsumen dlam memanfaatkan barang dan/ atau jasa yang tersedia sangat beruntung sepenuhnya pada informasi yang diberikan oleh para pelaku usaha.²⁶ Pasal 17 secara khusus memberlakukan larangan bagi pelaku usaha periklanan untuk memproduksi iklan yang:

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaa, dan harga barang dan/atau tarif jasa;
- b. Mengelabui jaminan/ generasi terhadap barang dan/ atau jasa;
- c. Membuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mnegnai barang dan/ atau jasa;
- d. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- e. Melanggar etika dan/ atau ketentuan praturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Menurut Ari Purwadi, mengelabui konsumen melalui iklan dapat terjadi dalam bentuk; pernyataan yang salah, pernyataan yang menyesatkan, dan iklan yang berlebihan.²⁷ Purwaddi dalam bagian yang sama menjelaskan bahwa “pernyataan yang salah” terjadi apabila dalam iklan tersebut mengungkapkan hal-hal yang tidak benar. Misalnya, menyatakan adanya suatu zat pada produk yang ternyata tidak ada. Sementara “pernyataan (iklan) yang menyatakan” apabila iklan itu menggunakan opini subjektif untuk mengungkap kualitas produk secara berlebihan tanpa didukung oleh suatu fakta tertentu. Adapun yang dimaksud sebgai “iklan

²⁶*Ibid*, hal, 20.

²⁷Ari Purwadi, *Perlindungan Hukum Konsumen dari sudut periklanan*, dalam majalah Hukum Trisakti, Fakultas Hukum Universitas Trisakti, (Jakarta : No. 21/ Tahun XXI/ Januari/ 1996), P 8.

yang berlebihan” apabila iklan tersebut menggunakan dalam visualisasi iklan.²⁸

4. Keseimbangan Antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Purba dalam menguraikan konsep perlindungan konsumen mengemukakan sebagai berikut:

“Kunci Pokok Perlindungan Konsumen adalah bahwa konsumen dan pengusaha (produsen atau pengedar produk) saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pengusaha.”

Secara umum dan mendasar hubungan antara produsen (pelaku usaha) dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan kesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen tidak mungkin produsen dapat menajmin kelangsungan usahanya. Sebaliknya, pemenuhan kebutuhan konsumen sangat bergantung pada hasil produksi produsen (pelaku usaha).²⁹ Saling ketergantungan karena kebutuhan tersebut dapat saling menciptakan hubungan yang terus menerus dan bekesinambungan sepanjang masa, sesuai dengan tingkat ketergantungan akan kebutuhannya yang tidak terputus-putus. Hak tersebut secara sistematis dimanfaatkan oleh produsen dalam suatu sistem distribusi dan pemasaran produk barang guna mencapai suatu tingkat produktifitas dan efektifitas tertentu dalam rangka mencapai sasaran usaha.

Perlunya perlindungan konsumen tidak lain, karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen karena mengenai proses sampai hasil produksi barang dan jasa yang telah dihasilkan tanpa campur tangan konsumen sedikitpun. Maka untuk melindungi konsumen sebagai pemakai akhir dari produk barang atau jasa membutuhkan berbagai aspek hukum agar benar-benar dapat dilindungi dengan adil.³⁰ Pengawasan pada sistem pengawasan dalam mutu dan kesehatan serta kemanfaatan

²⁸ *Ibid*, P, 21.

²⁹ Abdul Halim Barakatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung : Nusa Media, 2010), p 46.

³⁰ *Ibid*.

bahan untuk sasaran produk yang akan dipasarkan. Untuk itu aspek hukum publik sangat dominan. Pada era pasar bebas saat ini ditambah lagi pada pembukaan pada awal tahun 2016 kemarin dengan berlakunya sistem MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) dimana lintas hubungan makin dekat dan makin sangat terbuka antar negara Asean. Campur tangan negara, kerjasama antar negara, dan kerjasama internasional sangat dibutuhkan, yaitu guna mengatur pola hubungan produsen, konsumen dan sistem perlindungan konsumen yang lebih kuat lagi.

Hal semacam ini sangat penting mengingat konflik hukum antara negara dan pihak yang berkepentingan di dalam era perdagangan bebas makin luas dan terbuka serta semakin bervariasi, yaitu antara negara asosiasi sejenis, antar kawasan ekonomi dan bahkan antar pihak-pihak yang sangat mempunyai pengaruh untuk produk tertentu dalam rangka memperebutkan pasar. Hubungan hukum yang spesifik ini sangat bervariasi, yang sangat dipengaruhi oleh berbagai keadaan antara lain;

- a. Kondisi, harga dari suatu jenis komoditas tertentu.
- b. Penawaran dan syarat perjanjian.
- c. Fasilitas yang ada, sebelum dan norma jual dsb.
- d. Kebutuhan para pihak pada rentang waktu tertentu.

Bertolak dari keadaan yang demikian, maka perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen tidak dapat diberikan oleh suatu aspek hukum saja, melainkan oleh suatu sistem perangkat hukum yang mampu memberikan perlindungan yang simultan dan komprehensif sehingga terjadi persaingan yang jujur yang secara langsung atau tidak langsung akan menguntungkan konsumen.³¹

C. Pelaksanaan Perlindungan Konsumen terhadap Hak atas Informasi Harga pada Menu Makanan, di Warung Makan pada Kawasan Malioboro ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Berdasarkan penelitian pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap hak atas informasi harga pada menu makanan, diperoleh data bahwa kejadian di lapangan yang dilakukan pelaku usaha untuk konsumen tidak sesuai dengan Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pada kejadian di lapangan konsumen tidak mendapatkan haknya yang berupa informasi harga yang seharusnya diberikan oleh pelaku usaha yang ada pada kawasan malioboro. Hal ini

³¹ Ibid, p, 23.

terbukti dari adanya pernyataan oleh pelaku usaha yang memberikan alasan nya mengapa tidak memasang harga pada menu makanan yang disediakan pada warung makannya. Dari berbagai macam alasan yang diberikan pelaku usaha, diantara lima warung makan yang semuanya tidak memberikan harga, tidak satupun diantaranya yang memberikan pernyataan yang jelas mengenai alsannya terkait hal itu. Dalam hal ini tentu pasti sudah banyak konsumen yang merasa hak nya tidak di berikan.

Semua ini berakibat kurang pahamnya pelaku usaha mengenai hak dan kewajibannya sebagai seorang pelaku usaha, tentu jika seorang pelaku usaha mengerti akan hak dan kewajibannya maka hal semacam ini tentunya tidak perlu terjadi. Mungkin saja konsumen merasa hak dan kenyamanan nya saat berbelanja lebih merasa terlindungi. Berdasarkan penelitian di lapangan tentunya sepuluh konsumen mengatakan bahwa mereka mersa kecewa, bahkan ada yang meras kesal karena mengingat keuntungan yang di dapat pelaku usaha sangatlah banyak. Hal semacam ini memberikan trauma tersendiri bagi konsumen yang hendak melakukan transaksi jual beli dimanapun mereka berada, dan tidak hanya pada kawsaan Malioboro ini saja tentunya. Para konsumen juga memberikan kepercayaan kepada pihak yang berwenang dalam hal ini, untuk terus melakukan kebijakan yang tegas terhadap pelaku usaha yang tidak memeberikan harga pada menu makanan.

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebenarnya dilatarbelakangi oleh kondisi dimana konsumen dan pelaku usaha dalam praktek yang terjadi tidak seimbang. Posisi pelaku usaha yang menawarkan, menjual dan mempromosikan produknya menjadikan dirinya lebih kuat atau lebih berkuasa dibandingkan konsumen. Hal semacam ini bisa terjadi karena keterbatasan pengetahuan konsumen untuk lebih tahu tentang produk barang atau jasa yang akan di beli. Berhubungan dengan teori *Let the buyer beware/Caveat emptor* yang berasumsi bahwa pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang seimbang sehingga tidak perlu ada proteksi apapun bagi si konsumen. Tentu saja dalam perkembangannya, konsumen tidak mendapat akses informasi yang sama terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi nya.

Ketidakmampuan itu bisa karena keterbatasan pengetahuan konsumen, tetapi terlebih-lebih lagi banyak disebabkan oleh ketidak terbukaan pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkannya. Menurut prinsip ini, dalam suatu hubungan jual-beli keperdataan, yang wajib berhati-hati adalah pembeli. Sekarang mulai diarahkan menuju kepada *caveat venditor* (pelaku usaha yang perlu berhati-hati).³² Teori yang dimana

³²Sidartha, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta:Grasindo, 2000), p 61.

juga sama dengan kenyataan pada saat melakukan penelitian di lapangan, yang dimana seorang konsumen mempunyai keterbatasan pengetahuan akan hak dan kewajibannya. Akan tetapi tidak hanya konsumen saja yang harus mengerti melainkan pelaku usaha yang juga harus meemahmai akan hak dan kewajibannya, dengan memasang harga pada menu makanan. Yang merupakan kewajiban yang harus dilakukan pelaku usaha yang sebagaimana di atur dalam Pasal 7 butir b Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen seperti yang dijelaskan dibawah ini³³.

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang akan diproduksi dan/ atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/ atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/ atau mencoba barang dan/ atau jasa tertentu;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian;

Jadi pada penelitian diperoleh data bahwa kejadian di lapangan yang dilakukan pelaku usaha kepada konsumen tidak sesuai dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen. Yang dimana konsumen tidak mendapatkan haknya yang berupa informasi harga yang seharusnya diberikan oleh sebagian pelaku usaha yang masih tidak memberikan informasi harga ada di kawasan Malioboro.

D. Bentuk Perlindungan terhadap Konsumen oleh Pelaku Usaha Serta Pengawasan Pemerintah dan Instansi pada Kawasan Malioboro yang Terkait dengan Hak atas Informasi Harga pada Menu Makanan

1. Bentuk Perlindungan terhadap Konsumen oleh Pelaku Usaha

Berdasarkan pelaksanaan penelitian di lapangan, kesepuluh konsumen mengatakan bahawa tidak adanya perlidungan yang diberikan oleh pelaku usaha warung makan yang tidak memeberikan informasi harga pada saat mereka bertransaksi. Yang dimana pelaku usaha seharusnya memberikan kenyamanan bagi konsumen

³³Pasal 7 Undang-undang Perlindungan Konsumen Np. 8 Tahun 1999.

nya. Jika para pelaku usaha memberikan perlindungan kepada konsumennya tentu akan memberikan efek tidak jera kepada konsumen, karena kebanyakan konsumen mengatakan bahwa mereka jera atau kecewa lalu tidak akan kembali lagi pada rumah makan tersebut dan yang terlebih lagi mereka akan mengatakan kepada teman-temannya bahwa makan di warung makan tersebut mahal. Tentu hal ini akan berdampak pada penghasilan para pelaku usaha nantinya.

Sayangnya hal ini tidak dipikirkan oleh para pelaku usaha, yang dimana mereka berpikiran bahwa pengunjung Malioboro setiap harinya akan berganti-ganti dan tidak merupakan konsumen tetap mereka. Mungkin akan lebih baik jika para pelaku usaha memberikan perlindungan kepada konsumennya berupa garansi kekecewaan untuk pelaku usaha yang merasa kecewa dengan harga yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang sudah dibeli yaitu, berupa potongan harga tetapi dengan syarat tertentu yang diberikan oleh pelaku usaha tersebut. Misalnya yang harus dihitung dengan teliti agar pelaku usaha juga tidak mengalami kerugian. Ataupun dengan sistem jika tidak diberikan nota harga makan makan gratis yang kebanyakan hal ini sudah diterapkan di beberapa warung makan lainnya. Mungkin dengan cara-cara seperti itu akan membuat konsumen merasa nyaman, merasa diberikan perlindungan yang baik oleh pelaku usaha. Jadi pada penelitian lapangan diperoleh data bahwa sebagian para pelaku usaha di Malioboro tidak memberikan perlindungan kepada konsumennya. yang dimana sebenarnya hal tersebut merupakan kewajibannya sebagai pelaku usaha yang memberikan kenyamanan serta perlindungan kepada konsumennya.

2. Pengawasan Pemerintah dan Instansi pada Kawasan Malioboro yang Terkait Hak atas Informasi Harga pada Menu Makanan

Pada dasarnya pihak pemerintah dan instansi pada kawasan Malioboro sudah memberikan pengawasan yang baik untuk para konsumen ataupun para pengunjung pada kawasan Malioboro, seperti contoh pada UPT (Unit Pelaksana Teknis) pengelolaan kawasan Malioboro, yang dimana instansi pemerintahan ini dibentuk dengan tujuan melakukan pembinaan pengawasan serta ketertiban di kawasan Malioboro, yang dimana juga secara tidak langsung mengatur pengawasan para pelaku usaha yang tidak taat akan aturan. Unit pengelola informasi dan keluhan (UPIK) dalam satu hari bisa menerima kurang lebih sepuluh laporan dari pengunjung Malioboro,

baik itu kehilangan barang berharga, tarif parkir, laporan ditemukannya dompet, STNK, ataupun kunci motor, dan kehilangan rombongan di kawasan Malioboro. Untuk tahun 2016 ini masih belum ada laporan terkait mengenai pelaku usaha yang nuthuk konsumen nya.

Lain lagi jika pada awal tahun 2010 dimana, ada satu keluhan wisatawan makan pada satu lesehan kemudian merasa angka yang di bayar saat dikasir terlalu banyak, dan wisatawan menyuruh pelaku usaha tersebut mengulang lagi hitungannya. setelah itu hitungan awal berbeda dengan hitungan yang yang kedua dan pada saat itu juga pihak UPT memberikan pembinaan kepada pelaku usaha pecel lele tersebut kemudian secara otomtis pihak paguyuban juga memberikan sanksi sosial kepada anggotanya tersebut. Jika kita menerima laporan keluhan seperti itu pada malam hari, pihak UPT langsung bertindak saat itu juga. Berdasarkan penelitian dilapangan terhadap konsumen, banyak dimana konsumen tidak mengetahui mengenai adanya (UPIK) Unit Penegelola Informasi dan Keluhan yang siap melayani 24 jam keluhan para pengunjung. Pihak UPT padahal sebenarnya sudah memberikan fasilitas berupa radio yang selalu meberikan informasi bahwa jika anda menemukan keluhan pada kawasan malioboro untuk segera melapor ke pihak UPIK ataupun segera menghubungi nomor telpon UPT Malioboro (0274) 555467. Cuma pengunjung mungkin kurang memeperhatikan hal semacam itu dan di depan juga ada pos pengaduan Malioboro dengan menghubungi nomor telpon UPT Malioboro.

Pada dasarnya sebenarnya pihak UPT sudah memberikan Pencegahan jika masih ada pelaku usaha yang tidak mentaati peraturan adalah dengan memberikan sosialisasi atau pertemuan setiap tahunnya dan membahas mengenai kebersihan kenyamanan dan ketertiban kawasan Malioboro. UPT sendiri juga selalu memberikan himbauan terkait hal ini. akan tetapi, mungkin ini terkait dengan orang banyak jadi tidak akan bisa seideal yang pihak UPT harapkan. Karena hal seperti ini sebenarnya merupakan tanggung jawab dari pihak UPT. Jika terjadi hal yang tidak diharapkan semacam adanya tuntutan yang dilakukan konsumen kepada pelaku usaha. Maka, pihak UPT akan mencoba memberikan mediasi kepada kedua belah pihak. Tindakan selanjutnya kami akan memberikan pembinaan khusus kepada pelaku usaha tersebut. Jangan sampai hal semacam ini diperpanjang ke meja pengadilan, maka dari itu pihak UPT selaku penanggung jawab kawasan

Malioboro akan menjadi penengah terlebih dahulu sebelum semuanya akan menjadi tidak kondusif.³⁴

Pihak UPT dalam hal ini tentunya berharap hal semacam itu tidak akan pernah terjadi, walaupun sebenarnya UPT Malioboro sudah memberikan pelayanan yang sebaik mungkin, senyaman mungkin, untuk para pengunjung ataupun wisatawan lokal maupun wisatawan inetrlokal, dan demi juga menjaga nama baik kawasan Malioboro dan juga kota Yogyakarta. Sikap atau perilaku olah para pelaku usaha yang ada di Malioboro terutama di saat musim liburan ataupun saat hari-hari biasa dengan menaikkan harga semauanya atau nuthuk harga bagi para konsumen yang selalu dikeluhkan para wisatawan saat mereka datang ke Malioboro. terutama pedlaku ushaa makanan. Dalam mengatasi hal semacam ini UPT (Unit Pelkasana Teknis) Malioboro sebenarnya merasa gerah oleh para oknum pelaku usaha yang nakal yang juga berdampak pada pelaku usaha lainnya.

Untuk itu pihak UPT selaku wadah dari para pelaku usaha yag ada di Malioboro, tidak henti-hentinya melakukan penindakan dan pembinaan kepada pelaku usaha yang terbukti masih tidak taat akan aturan. Untuk para pelau usaha pakaian dan pedagang kerajinan belum ada keluhan dari para pengunjung maupun wisatawan dari malioboro. Pengaduan terbanyak masuk di kantor UPT (Unit Pelayanan Teknis), media masa atau Hotline Pemkot Yogyakarta. Darmanto selaku kepala Divisi Pemberdayaan dan Promosi, menghimbau kepada para wisatawan maupun pengunjung bila ada keluhan terkait dengan harga atau ketidaknyamanan wisatawan di Malioboro, dapat datang langsung ke kantor UPT di jalan Malioboro No.56 Yogyakarta pada bagian unit pengelola informasi dan keluhan atau menghubungi nomor telepon UPT Malioboro (0274) 555467 yang aktif 24 jam sehari, Hotline SMS dengan nomor 08122780001 atau melalui akun facebook dengan nama UPT Malioboro dan dapat melalui surat elektronik dengan alamat uptmalioboro@gmail.com.³⁵

Jadi pada penelitian di lapangan diperoleh data kesepuluh konsumen menyatakan bahwa tidak adanya perlindungan yang diberikan oleh pelaku usaha warung makan yang tidak memeberikan

³⁴ Wawancara dengan Darmanto selaku kepala Divisi Pemberdayaan dan Promosi UPT, Yogyakarta, Jalan Malioboro, Pada hari Senin, 28 Maret 2016, Pukul 09.28 WIB.

³⁵ Wawancara dengan Darmanto selaku kepala Divisi Pemberdayaan dan Promosi UPT, Yogyakarta, Jalan Malioboro, Pada hari Senin, 28 Maret 2016, Pukul 09.28 WIB.

informasi harga pada saat mereka bertransaksi. Pelaku usaha seharusnya memberikan kenyamanan bagi konsumennya. Pihak pemerintah dan instansi pada kawasan Malioboro sudah memberikan pengawasan yang baik untuk para konsumen ataupun para pengunjung pada kawasan Malioboro, seperti adanya UPT (Unit Pengelola Teknis) pengelola kawasan Malioboro, yang dimana instansi pemerintahan ini dibentuk dengan tujuan melakukan pembinaan pengawasan serta ketertiban di kawasan Malioboro.

E. Penutup

Dari uraian yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut; *Pertama*, pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap hak atas informasi harga pada menu makanan, di warung makan pada kawasan Malioboro tidak sesuai dengan Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Berdasarkan penelitian pelaksanaan perlindungan konsumen terhadap hak atas informasi harga pada menu makanan, diperoleh data bahwa kejadian di lapangan yang dilakukan pelaku usaha kepada konsumen tidak sesuai dengan Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pada kejadian di lapangan konsumen tidak mendapatkan haknya yang berupa informasi harga yang seharusnya diberikan oleh pelaku usaha yang ada pada kawasan malioboro. Dimana pelaku usaha sudah melanggar kewajibannya sebagai pelaku usaha hal ini terbukti dari sebagaimana di atur dalam Pasal 7 butir b Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen seperti yang dijelaskan pelaku usaha wajib “Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.

Kedua, bentuk Perlindungan terhadap konsumen oleh pelaku usaha serta Pengawasan pemerintah dan instansi pada kawasan Malioboro yang terkait dengan hak atas informasi harga pada menu makanan. Berdasarkan pelaksanaan penelitian di lapangan, kesepuluh konsumen mengatakan bahawa tidak adanya perlindungan yang diberikan oleh pelaku usaha warung makan yang tidak memeberikan informasi harga pada saat mereka bertransaksi. Yang dimana pelaku usaha seharusnya memberikan kenyamanan bagi konsumennya. Jika para pelaku usaha memberikan perlindungan kepada konsumennya tentu akan memeberikan efek tidak jera kepada konsumen, karena kebanyakan konsumen mengatakan bahwa mereka jera atau kecewa lalu tidak akan kembali lagi pada rumah makan tersebut. Tentu hal ini akan berdampak pada pengahsilan para pelaku usaha nantinya. Pengawasan pemerintah dan instansi pada kawasan Malioboro yang terkait dengan hak atas informasi harga pada menu

makanan, adalah pengawasan oleh UPT (Unit Pengelola Teknis) pengelola kawasan Malioboro, yang dimana instansi pemerintahan ini dibentuk oleh Pemkot Yogyakarta dengan tujuan melakukan pembinaan pengawasan serta ketertiban di kawasan Malioboro, yang dimana juga secara tidak langsung mengatur pengawasan para pelaku usaha yang tidak taat akan aturan. Kepala Divisi Pemberdayaan dan Promosi yang ada di UPT, menghimbau kepada para wisatawan maupun pengunjung bila ada keluhan terkait dengan harga atau ketidaknyamanan wisatawan di Malioboro, dapat datang langsung ke kantor UPT di jalan Malioboro No.56 Yogyakarta pada bagian unit pengelola informasi dan keluhan atau menghubungi nomor telepon UPT Malioboro yang aktif 24 jam sehari, serta melalui Hotline SMS atau melalui akun facebook dengan nama UPT Malioboro dan dapat melalui surat elektronik dengan alamat uptmalioboro@gmail.com.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Nurhayati, *Hukum Perlindungan konsumen dan Beberapa Aspeknya*, Ujung Pandang: Elips Project, 1996.
- Aununrohman, Cholis, *Malioboro (soal pembangunan kawasan pejalan kaki dan dusta proyek-proyek disana)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, Cet. 13, 2006
- Barakatullah, Abdul Halim, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2010.
- Corbin, Juliet & Strauss, Anselm, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Edisi Revisi, 2010.
- Mertokusumo, Sudikno, *Mengenal Hukum*, Yogyakarta : Liberty, 1988.
- Miru, Ahmadi dan Yodo, Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- Miru, Ahmadi, *Hukum Kontrak Perancangan Kontrak*, Jakarta: PT. Raja Sratindo Persada, 2007.
- Muhammad, Abdulkadir, *Hukum Perdata Indonesia*, Jakarta : Citra Aditya Bakti, 2000.
- Nasution, AZ, *Perlindungan Hukum Konsumen, Tinjauan singkat UU No. 8 Tahun 1999-LN 1999 No.42*, Disampaikan Pada Diklat Mahkamah Agung, Batu Malang: 14 Mei 2001.
- Rianto, Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Jakarta: Granit, 2004.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: Grasindo, 2004.
- Shofie, Yusuf, *Kapita Selekta Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2008.

- _____, *Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi* Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Siahaan, N.H.T, *Hukum Konsumen*, Cet 1, Jakarta: Panta Rei, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011
- Suryabrata, Sumardi, *Metode Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Yunus, Tiadi Sabari, *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Wardono, Kelik, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Ombak Dua, 2014.
- Wibowo, Arianto Mukti, et.al., *Kerangka Hukum Digital Signature Dalam Electronic Commerce, Grup Riset Digital Security dan Electronic Commerce*, Depok, Jawa Barat; Fakultas Komputer UI, 1999.
- Zulham, H. *Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- Purwadi, Ari, *Perlindungan Hukum Konsumen dari Sudut periklanan*, alam majalah Hukum Trisakti, Fakultas Hukum Universitas Trisakti, Jakarta: No. 21/ Tahun XXI/ Januari/1996.
- Gunawan, Randy, *Perlindungan Hak Konsumen Pengguna Jasa Layanan Transportasi Transjakarta-Busway Sesuai Dengan Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*.
- Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Peraturan Walikota Yogyakarta No. 8 Tahun 2012 Tentang Pembentukan, Susunan, Kedudukan, Fungsi dan Rincian Tugas Unit Pelaksana Teknis Pengelola Kawasan Malioboro Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.
- <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/26811/4/Chapter%20I.pdf>. Diakses Pada hari Selasa 30 November 2015, pada pukul 15.17 WIB.
- <http://eprints.undip.ac.id/26490/1/SkripsiRyanNurHarjanto%28C2A606098%29.pdf>. Diakses pada hari Selasa 16 Desember 2014, Pukul 21.45 WIB.
- <http://www.google.com/search?q=YANG+BERKAITAN+DENGAN+SKRIPSI+PERLINDUNGAN+KONSUMEN+DI+RUMAH+MAKAN&ie=utf-8&oe=utf-8>. Diakses pada hari Selasa, 16 Desember 2014, pukul 21.30 WIB.
- <http://digilib.uin-suka.ac.id/5327/1/BAB%20I,V,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>. Diakses pada hari Selasa, 16 Desember 2014, pukul 20.30 WIB.
- <http://eprints.uns.ac.id/7699/1/143901308201008441.pdf> Diakses pada hari Selasa, 16 November 2014, pukul 20.00 WIB.