



Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Label Harga Perspektif UUPK No. 8 Tahun 1999

Alimatus Sa'diyah^{1*}, Ayu Sadewi Rahmawati², Dian Eka Lestari³, Diva Satria Putri Dinasti Wibisono⁴, Gita Egis Triyani⁵, Ijazatul Khoiriyah⁶, Medina Aulyan Sahara⁷, Murni Kasiyati⁸

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Abstract

The price tag is something for the price of an item that has been printed in front of the item. Price tags function as a tool to make it easier for consumers to see the price of an item to be purchased by being able to see directly the price of the item posted on the shelf, this is useful so that consumers do not have to ask the shopkeeper again if they want to buy an item they want. This study aims to use price tags that do not match the real price in the UUPK review No. 8 of 1999. The research method uses literature study, namely trying to examine various literature such as laws and regulations, research results and other legal references. With the existence of a price tag, it will be easier for people to meet their needs. However, behind these advantages there are also disadvantages, one of which is the difference in the price listed on the shelf with the price being paid. This is detrimental to consumers because consumers do not obtain certainty of the real price of the goods they want. Because it is necessary to have a regulation to protect consumer rights where the regulations governing consumer protection have been listed in Law No. 8 of 1999. Business actors must provide definite and clear information to consumers. Consumers need to receive protection and legal certainty regarding consumer rights regulated in consumer protection laws.

Keywords: Consumer Protection Law; Law No. 8 of 1999; Price Tag

Coressponding author

Email: *¹alimatus020502@gmail.com, ²ayusadewi482@gmail.com

³dianekal596@gmail.com, ⁴divaspdw3003@gmail.com

⁵gitaegis5@gmail.com, ⁶ijazatul.khoiriyah02@gmail.com

⁷medinaaulyansahara@gmail.com, ⁸murnikasiyati9@gmail.com

Abstrak

Label harga merupakan sesuatu atas harga dari suatu barang yang telah tertera di depan barang tersebut. Label harga berfungsi sebagai alat untuk memudahkan konsumen untuk melihat harga dari suatu barang yang akan dibeli dengan cara dapat melihat secara langsung harga barang yang ditempel di rak. Ini berguna agar para konsumen tidak perlu bertanya lagi kepada penjaga toko jika mau membeli suatu barang yang diinginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hukum perlindungan bagi konsumen jika terjadi ketidaksesuaian harga antara di rak dengan di kasir. Metode penelitian yang menggunakan studi Pustaka, yaitu berusaha menelaah berbagai literatur seperti peraturan perundang-undangan, hasil penelitian, dan referensi hukum lainnya. Dengan adanya label harga masyarakat dapat lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Namun, juga terdapat kekurangan salah satunya terdapat perbedaan harga yang tertera di rak dengan harga yang di kasir. Hal ini merugikan konsumen karena konsumen tidak memperoleh kepastian harga yang sesungguhnya dari barang yang diinginkan. Oleh karena perlu adanya suatu peraturan untuk melindungi hak-hak konsumen di mana peraturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen telah tercantum dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999. Pelaku usaha harus memberikan informasi yang pasti dan jelas kepada konsumen. Konsumen perlu mendapat perlindungan dan kepastian hukum terkait hak-hak konsumen yang diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen.

Kata kunci: Hukum Perlindungan Konsumen; UU No.8 Tahun 1999; Label Harga.

PENDAHULUAN

Berkembangnya zaman menghadirkan suatu hal yang semakin berkembang pula. Salah satunya adalah hal-hal di bidang perdagangan (Maharani & Markeling, 2018). Dalam hal ini, perdagangan produk-produk retail semakin berkembang, sebagai contoh penjualan retail di beberapa swalayan, Indomaret, Alfamart, dan sebagainya. Berkembangnya beberapa perdagangan retail tersebut tidak lain adalah dilatarbelakangi oleh berkembangnya teknologi pula, serta adanya sumber daya manusia yang mampu mengimbangi kemajuan teknologi tersebut (Indrianingsih et al., 2021).

Adanya wadah perdagangan produk-produk retail yang telah disebutkan tersebut dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk-

produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan hidup mereka sehari-hari (Sampurna, 2020). Dalam hal ini, konsumen memiliki lebih banyak pilihan dalam menentukan barang atau produk yang akan dibeli. Produk-produk yang disediakan di beberapa swalayan adalah produk yang memang menjadi kebutuhan konsumen sehari-hari. Di samping itu, ketersediaan produk dalam hal ini juga diimbangi dengan harga yang terjangkau sehingga lebih efektif dan efisien (Indrianingsih et al., 2021).

Di samping beberapa hal yang telah disebutkan, ada salah satu kekurangan yang terkait perdagangan produk retail di beberapa swalayan, Indomaret, maupun Alfamart, dan sebagainya. Dalam hal ini terkait dengan harga yang ditetapkan. Adapun salah satu minimarket dalam hal ini pernah terjadi perbedaan label harga yang tertera pada rak (Wahyuni, 2020). Perbedaan dalam hal ini terjadi ketika konsumen melakukan pembayaran pada kasir. Pada saat harga yang disebutkan oleh kasir tidak sesuai dengan harga yang tercantum pada *price tag* atau label harga pada rak.

Kasus selisih harga banyak ditemui dari beberapa Supermarket, salah satunya di kota Balikpapan. Tercatat 85 minimarket baik lokal maupun nasional. Namun, masih didominasi oleh minimarket lokal (Rosdiana & Nurhalizah, 2017). Hal tersebut dikarenakan konsumen harus mengeluarkan nominal yang lebih besar dari nominal harga yang tertera. Terkait dengan kasus seperti itu, sebenarnya ada beberapa orang yang mengalaminya. Namun, ada beberapa orang yang merasa bahwa hal tersebut tidak begitu penting. Padahal, jika berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebenarnya hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dalam hal ini dapat dilihat pada pasal 2 ayat 1 Permendag 35/2013 akan tetapi dalam hal ini tidak berlaku bagi pemilik usaha mikro atau usaha yang berskala kecil. Selain itu, juga dijelaskan dalam Pasal 3 ayat 1 Permendag 35/2013 dijelaskan bahwa ketentuan untuk harga pada barang harus diletakkan atau ditempelkan pada barang yang bersangkutan dan juga harus diletakkan di dekat barang yang akan dijual disertai dengan jumlah satuannya (Maharani & Markeling, 2018).

Sampai saat ini permasalahan mengenai perlindungan konsumen di negara Indonesia masih belum mendapat banyak perhatian dari masyarakat, karena sebagian orang masih tak acuh mengenai permasalahan tersebut. Penegakan perlindungan konsumen bisa dikatakan berhasil apabila setiap konsumen telah sanggup melindungi diri sendiri dari segala hal yang merugikannya.

Seperti adanya perbedaan label harga dari barang yang akan dibelinya. Kebanyakan masyarakat memutuskan untuk membeli barang jika sudah mengetahui harga barang tersebut apakah murah atau mahal dilihat dari label harga yang tertata di di rak. Dari banyaknya kelebihan dari adanya label harga, tentunya masih ada kekurangan yaitu perbedaan antara harga yang tertera di rak dengan harga yang harus dibayar pembeli pada saat di kasir (Yuniarti, 2021). Perbedaan harga tersebut tentunya akan merugikan konsumen, apalagi harga yang harus dibayarkan lebih mahal dibandingkan harga yang tertera di rak. Hal itu menyebabkan konsumen hanya memiliki dua pilihan yaitu tetap membeli barang dengan selisih harga atau tidak jadi membeli.

Adapun cara yang bisa dilakukan untuk mengurangi hal tersebut adalah dengan menyampaikan pengaduan. Konsumen bisa menyampaikan ketidakpuasannya terhadap barang/jasa yang digunakan hal ini bisa melalui perantara pihak ketiga, yaitu lembaga konsumen. Lembaga konsumen yang berada di Indonesia adalah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang berguna untuk melakukan perlindungan dan pemenuhan hak-hak konsumen (Indrianingsih et al., 2021).

Label harga yang tidak sesuai dapat menyebabkan kesalahan informasi. Kesalahan perbedaan harga pada label barang dengan harga di mesin kasir sering kali mengakibatkan perdebatan di antara karyawan toko dengan konsumen. Pilihan bagi konsumen hanya ada dua yaitu tetap membeli dengan selisih harga atau tidak jadi membeli (Sibu, 2022). Kesalahan label harga ini sering terjadi dan bisa menyebabkan kerugian bagi konsumen yang harus membayar dengan harga lebih serta juga dapat menimbulkan kekecewaan ataupun kemarahan dari konsumen yang membeli barang tersebut.

Jual beli yang menggunakan label harga hendaknya dilakukan dengan jujur dan adil. Keadilan tersebut harus dilakukan oleh para pihak agar kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan. Apabila konsumen mengalami kerugian yang disebabkan oleh kelalaian pihak pengelola maka pihak pengelola harus bertanggungjawab dalam memberikan harga yang tertera pada label harga yang diletakkan langsung pada barang bukan harga yang diberikan oleh kasir. Hal tersebut dilakukan agar konsumen tidak dirugikan dalam transaksi jual beli yang dilakukan (Azali, 2016). Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar pada transaksi yang tercermin dalam prinsip Hukum Ekonomi Syariah terhadap keadilan yang menyeluruh. Konsep dasar pada harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Oleh karenanya harga harus mencerminkan manfaat bagi pembeli dan penjualnya, penjual mendapatkan keuntungan dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dikeluarkan. Pihak yang ditugaskan untuk bertanggung jawab dalam penetapan harga hendaknya memperhatikan dan memahami dengan baik sifat suatu pasar dan permintaan pasar yang dihadapi atas produk yang dihasilkan (Dewi, 2022).

Jika menggunakan acuan pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan, apabila terjadi perbedaan harga pada label (*price tag*) dan harga kasir maka harga yang digunakan adalah harga yang termurah. Tetapi, jika terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen apabila ditemukan perbedaan harga pada (*price tag*) dan harga kasir maka pelaku usaha terbukti melanggar pasal 8 ayat (1) huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Indrianingsih et al., 2021).

Berdasarkan pemaparan diatas, mendasari untuk diteliti terkait perlindungan hukum konsumen terhadap ketidaksesuaian label harga. Sebagaimana, bahwa selaku konsumen sesuai Pasal 4 huruf c UU Perlindungan Konsumen "*Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa*". Dari UU ini konsumen berhak mendapatkan informasi

yang benar dari suatu produk yang dijual, salah satunya dengan memberikan informasi harga barang yang dijual, sehingga konsumen dalam memilih produk dapat mengetahui harga produk yang ingin dibeli.

Sehingga diharapkan perlindungan hukum bagi konsumen yang terdapat dalam UUPK No. 8 Tahun 1999 akan mendorong suatu pandangan-pandangan yang senantiasa bisa dipertimbangkan bagi kemashlahatan konsumen. Selain itu, dalam UU ini telah dijelaskan, bahwa UU ini mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksese negatif pemakaian dan/atau jasa. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen, juga memiliki tujuan hukum perlindungan konsumen adalah meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri dan menimbulkan rasa tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

Konsumen perlu dilindungi karena konsumen dianggap memiliki suatu kedudukan yang tidak seimbang dengan para pelaku usaha (Putra et al., 2023). Hal ini dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari, dimana konsumen telah banyak dirugikan oleh pelaku usaha tetapi tidak berani untuk melakukan klaim maupun melakukan gugatan kepada pelaku usaha dan ada juga yang melakukan pelaporan atas kerugian yang dialami. Salah satunya terjadi di Indomart Kimaja 3 Way Bandar Lampung yang terjadi pada tanggal 16 Oktober 2016. Konsumen berbelanja makanan dengan harga yang tertera Rp. 8.900,00. Kemudian konsumen membayar belanjanya namun dia mendapatkan struk belanja harga yang tertera di struk belanja dengan di rak itu berbeda, harga yang tertera di rak sebesar Rp. 11.900,00. Konsumen kaget karena merasa dibohongi (Pratama, 2019).

Penelitian ini bukan penelitian yang pertama membahas seperti penelitian yang dikaji oleh Wiji Saraspeni (2016), dalam karyanya yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Hak Atas Informasi Harga Pada Menu Makanan, Dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen" (Azali, 2016). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa di kawasan Malioboro para pelaku usaha makanan tidak memberikan informasi yang jelas terhadap harga makanan yang mereka jual. Dari pandangan beberapa konsumen

mengatakan bahwa belum ada perlindungan yang diberikan secara langsung dari pelaku usaha warung makan pada saat transaksi seperti kompensasi, garansi kekecewaan ataupun nota jual beli. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah terletak di obyeknya dimana penelitian ini ditujukan buat barang/produk, serta adanya ketidaksesuaian label harga barang/produk yang ada di rak dan di kasir yang merugikan konsumen.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, maka penting untuk mengkaji permasalahan ini karena fakta yang terjadi di lapangan yang sudah dijelaskan tersebut tidak sesuai dengan peraturan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen pasal 4 huruf c UU Perlindungan Konsumen yaitu *"Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa"*. Dari fenomena tersebut, rumusan masalahnya yaitu bagaimana hukum perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian label harga perspektif UUPK No. 8 Tahun 1999. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan hukum perlindungan bagi konsumen jika terjadi ketidaksesuaian label harga antara yang tertera di rak dengan di kasir Perspektif UUPK No. 8 Tahun 1999.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, ialah suatu pendekatan yang dilakukan dengan cara meneliti dan mengkaji objek penelitian yang mengarah pada hukum positif, serta menelaah data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan studi pustaka yaitu berusaha menelaah berbagai literatur seperti peraturan perundang-undangan, hasil penelitian dan referensi hukum lainnya (Hadiningrum, 2020).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Label Harga

Dalam peraturan menteri perdagangan, dapat dipahami bahwa label merupakan keterangan mengenai barang, harga, gambar, tulisan yang berisi informasi tentang barang maupun pelaku usaha yang melekat pada barang. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa Pasal 1 ayat 9 label adalah :

“Setiap keterangan mengenai barang yang berbentuk tulisan, kombinasi gambar dan tulisan, atau bentuk lain yang memuat informasi tentang barang dan keterangan pelaku usaha serta informasi lainnya yang disertakan pada barang, dimasukkan kedalam, ditempelkan/melekat pada barang, tercetak pada barang, dan/atau merupakan bagian kemasan barang.” (Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Barang Beredar Dan/Atau Jasa, 2018).

Label *price* atau *price tag* adalah harga suatu yang tertera di depan barang, ada 2 macam label *price* yaitu label *price* regular dan label *price* promo. Label *price* berguna untuk mempermudah pelanggan dalam melihat harga. Pelanggan hanya tinggal melihat barang dan di bawah pas ditempel di raknya ada harganya, jadi pelanggan tidak perlu bertanya lagi kepada penjaga toko jika ingin membeli barang yang dibutuhkan (Afrilina, 2019).

Label merupakan salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual (Putera & Parsa, 2020). Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Selain itu fungsi dari label itu sendiri adalah untuk memberikan kepastian harga terhadap suatu produk (Gunawan, 2021).

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Novriyanti & Putra, 2020). Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang

harus dibayar oleh konsumen untuk membeli dan menikmati barang atau jasa yang ditawarkan (Supriadi, 2018). Harga inilah yang menjadi relatif yang akan menjadi pertimbangan bagi konsumen, pada saat ingin memiliki suatu barang baik dari bahan produk kebutuhan, penunjang, dan fasilitas pendukung dalam suatu pekerjaan bahkan bahan produk yang sangat dibutuhkan setiap harinya yaitu bahan pokok (Fatonah, 2019).

Adapun fungsi label harga antara lain, yaitu: pertama, Label mengidentifikasi produk atau merek; kedua, Label menentukan kelas produk; ketiga, Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk (siapa pembuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana menggunakannya, dan bagaimana menggunakan secara aman; keempat, Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik.

Label harga juga memiliki banyak manfaat untuk konsumen dan pelaku usaha, sebagai berikut: memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan, berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik, memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum, sarana periklanan bagi produsen, dan memberi rasa aman bagi konsumen.

UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Hukum Perlindungan Konsumen

Undang-undang perlindungan konsumen dapat diartikan sebagai seperangkat asas atau aturan yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan permasalahannya dengan pemasok barang dan jasa konsumen (Nasution, 1999). Menurut 1 angka 2 UU Perlindungan Konsumen, pengertian konsumen diatur oleh setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarganya, orang lain dan makhluk hidup lain, dan tidak untuk tujuan komersial. Dengan demikian, Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai seperangkat norma hukum yang mengatur hak

dan kewajiban konsumen dan produsen yang timbul dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya.

Peran hukum dalam perlindungan konsumen dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu: Pertama, Aspek hukum privat adalah aspek hukum yang berkaitan dengan hak dan kewajiban konsumen. Menurut Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, hak konsumen yang harus dilindungi dan dihormati adalah hak atas keselamatan, hak atas informasi, hak untuk memilih, hak untuk didengar; kedua, pertimbangan umum adalah pertimbangan hukum yang dapat digunakan oleh negara, instansi pemerintah dengan peran dan manfaat untuk kepentingan subyektif para pihak.

Hak konsumen dijelaskan dalam pasal 4 UUPK sebagai berikut, yaitu hak memilih barang atau jasa serta memiliki barang sesuai dengan kualitas dan kuantitas yang dijanjikan, hak mendapatkan informasi yang jujur, jelas dan benar mengenai kondisi dari suatu barang dan jasa, hak memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Selain itu, ada juga kewajiban yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha yang sebagaimana dijelaskan dalam pasal 7 UUPK antara lain: memberikan informasi yang benar dan jujur, memberikan penjelasan terkait penggunaan barang atau jasa, serta memberikan kompensasi ganti kerugian atau penggantian suatu barang apabila tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan diawal.

Undang-undang perlindungan konsumen pada pasal 8 menegaskan larangan buat para pelaku usaha dalam memperdagangkan suatu barang atau jasa yang tidak sesuai dengan yang sudah tertera dalam label, etiket, keterangan dari dagangan tersebut. Berdasarkan pasal tersebut ketidaksesuaian adanya spesifikasi barang atau jasa tersebut adalah suatu bentuk pelanggaran dan sudah melanggar suatu aturan dalam memperdagangkan barang (Khotimah & Chairunnisa, 2016).

Perlindungan hukum ini bersifat preventif yang berarti pencegahan. Dimana dalam suatu informasi itu harus benar, jujur dan jelas khususnya dalam memberikan label harga. Selain itu juga ada perlindungan hukum yang bersifat represif yang berarti penyelesaian sengketa. Apabila terdapat konsumen yang

merasa dirugikan dan meminta tanggung jawab pelaku usaha yang dikarenakan oleh label harga yang tidak sesuai, maka pelaku usaha berhak memberikan santunan ataupun uang pengembalian dana apabila lebih (Az'zhara, 2019).

Disamping itu, terdapat ketentuan terkait kewajiban konsumen dalam hal ini telah diatur dan selaras dengan uraian yang telah tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5 huruf b dan c, bahwa konsumen memiliki kewajiban untuk beritikad baik dalam melaksanakan suatu transaksi pembelian barang dan jasa dengan melakukan pembayaran yang sesuai dengan nilai tukar yang disetujui antara pihak konsumen maupun pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya (Hutagaol et al., 2023).

Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Label Harga

Barang atau jasa yang diperdagangkan harus memberlakukan pemasaran secara jujur baik dari segi kualitas dan kuantitas. Pelaku usaha sebaiknya tidak boleh memperdagangkan barang atau jasa yang dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain karena perbuatan tersebut akan melanggar ketentuan hukum dan akan mendapatkan atau dikenai sanksi hukum (Masitha et al., 2022). Untuk mendorong para pelaku usaha agar tetap beritikad baik dalam menjalankan usahanya, untuk itu diatur beberapa ketentuan mengenai larangan, khususnya dalam mempromosikan produknya. Dalam hal ini pelaku usaha dilarang secara tegas untuk memasarkan produknya jika tidak sesuai janji yang dicantumkan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi, termasuk dalam pernyataan halal. Hal yang sama tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa, tidak mengikuti ketentuan keharusan pemasangan label atau penjelasan mengenai nama produk, ukuran, berat, isi bersih atau nerto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat samping, nama dan alamat perusahaan dan keterangan-keterangan yang dipandang perlu (Kasmar et al., 2023).

UU Perlindungan Konsumen juga membebaskan tanggung jawab dan kewajiban sertifikasi pidana atas setiap kesalahan yang dilakukan oleh pelaku niaga. Namun, Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak mengecualikan

bukti jaksa. Pernyataan tersebut secara jelas menyebutkan bahwa Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) tidak berhak memberikan sanksi kepada setiap perbuatan ilegal diperbuat oleh peserta komersial. Dalam hal konsumen dirugikan akibat harga barang di rak dan harga barang di kasir berbeda, misalnya terjadi selisih yang cukup signifikan dan konsumen dibebankan harga yang mahal melebihi harga barang di rak, konsumen bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui peradilan di bawah lingkungan peradilan umum (Purwanta et al., 2021). Dalam Undang - Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen juga telah dibahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha, dimana ketika konsumen mengalami kerugian ataupun kerusakan pelaku usaha harus mempertanggung jawabkan risiko ataupun kerugian yang telah dialami oleh konsumen (Putera & Parsa, 2020).

Namun, untuk memperkuat kepastian hukum, UU Perlindungan Konsumen memberikan kewenangan memberikan sanksi administratif secara proporsional kepada pelaku usaha yang merugikan konsumen (Taun & Sa'adah, 2022). Selanjutnya, sanksi perdata yang dapat digunakan konsumen dalam bentuk gugatan melalui BPSK atau pengadilan. Berlakunya sanksi terjadwal atau tidak sebenarnya tergantung pada kesiapan para pihak terkait. Tanggung jawab pelaku usaha adalah seharusnya jika dilihat dari segi hukum apabila tidak sesuai dengan aturan maka dapat dikenakan sanksi sesuai dengan aturan yang telah diatur didalam Undang-Undang No. 2 Tahun 1981 tentang Metrologi Legal yang dimana didalam pasal 31 yang menerangkan bahwa, *"Dilarang membuat, mengedarkan, membungkus atau menyimpan untuk dijual, atau menawarkan untuk dibeli, semua barang dalam keadaan terbungkus yang ukuran, isi bersih, berat bersih atau jumlah hitungannya kurang daripada yang tercantum pada bungkus atau labelnya atau menyimpang dari ketentuan yang ditetapkan dalam pasal 22"*.

Oleh karena itu, setidaknya ada empat alasan utama melindungi konsumen: 1) Menurut Pembukaan UUD 1945, melindungi konsumen berarti melindungi seluruh negara sesuai dengan persyaratan rujukan pembangunan nasional; 2) Perlindungan konsumen diperlukan untuk menghindarkan

konsumen dari pengaruh negatif penggunaan teknologi; 3) Perlindungan konsumen diperlukan untuk kesehatan reproduksi, mental, dan fisik manusia sebagai penggerak pembangunan, yang juga berarti menjaga keberlanjutan pembangunan nasional; 4) Perlindungan konsumen diperlukan untuk memastikan bahwa sumber dana pembangunan berasal dari masyarakat konsumen. Upaya perlindungan terhadap konsumen tidak akan bisa berjalan tanpa adanya pengawasan oleh pemerintah, masyarakat maupun YLKI dan LPKSM (Andriasari et al., 2019).

Menurut Setiawan, ada dua aspek dalam perlindungan konsumen, yang mengarah pada praktik perdagangan tidak adil dan masalah tambahan pada ketentuan umum perjanjian. Misalnya, mengirimkan barang palsu ke konsumen, penipuan tentang kualitas atau kualitas produk, dan sebagainya. Aspek perlindungan yang pertama meliputi pencegahan kerugian konsumen akibat penggunaan atau konsumsi komoditas yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Pada aspek kedua, termasuk tindakan yang mencegah produsen untuk memberlakukan ketentuan yang tidak adil kepada konsumen ketika mereka mendapatkan barang yang mereka butuhkan, seperti harga yang relevan, biaya pelaksanaan perjanjian (kontrak) dan konsekuensi lain yang diakibatkan oleh penggunaan. Kontrak standar dan penipuan oleh produsen (Purwanta et al., 2021).

Dalam rangka memberikan jaminan adanya kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen yang dilanggar oleh pihak pelaku usaha, pemerintah membentuk lembaga-lembaga yang berwenang untuk menangani masalah-masalah hak konsumen sesuai dengan ketentuan Undang-Undang yang berlaku. Salah satunya ialah Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 memberikan dua macam ruang untuk menyelesaikan sengketa konsumen, yaitu melalui pengadilan dan di luar pengadilan. Hal ini lebih lanjut diatur dalam Pasal 45 ayat (1) yang berbunyi, *"Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum"* (Khumairoh, 2019).

Adapun mekanisme yang dapat konsumen lakukan jika terjadi perbedaan label harga yaitu : Pertama, konsumen dapat secara langsung meminta pelaku usaha untuk meminta pertanggungjawaban atas kerugian yang diperoleh, bentuk pertanggungjawaban atas kerugian yang diperoleh konsumen dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang, perawatan kesehatan dan juga santunan sesuai dengan kerugian yang dialami oleh konsumen. Kedua, konsumen bernegosiasi langsung dengan pelaku usaha sehingga masalah dapat diselesaikan. Ketiga, membuat pernyataan tertulis dari pihak pelaku usaha yang menerangkan dalam tulisan tersebut (Rijadi & Fadhilah, 2022).

Namun, tak sedikit konsumen yang tidak berani melaporkan tindakan atas kecurangan pelaku usaha yang dilakukan kepada konsumen ke Lembaga Perlindungan Konsumen (Ramdani et al., 2022). Alasannya ialah biaya penyelesaian perkara yang mahal yang mereka anggap tidak sebanding dengan harga barang yang mereka beli. Dan juga sangat memakan waktu yang banyak. Selain itu ketidak pahamnya konsumen dengan hukum yang berlaku dan tidak mengerti atau tidak tahu apa yang seharusnya mereka lakukan jika mereka tidak mendapatkan hak – haknya kepada pelaku usaha yang curang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Label merupakan salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli dan menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Jadi, label harga merupakan sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk.

Undang-undang perlindungan konsumen pada pasal 8 menegaskan larangan buat para pelaku usaha dalam memperdagangkan suatu barang atau jasa yang tidak sesuai dengan yang sudah tertera dalam label, etiket, keterangan dari dagangan tersebut. Berdasarkan pasal tersebut ketidaksesuaian adanya spesifikasi barang atau jasa tersebut adalah suatu bentuk pelanggaran dan

sudah melanggar suatu aturan dalam memperdagangkan barang.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga membebaskan tanggung jawab dan kewajiban sertifikasi pidana atas setiap kesalahan yang dilakukan oleh pelaku niaga. Namun, untuk memperkuat kepastian hukum, UU Perlindungan Konsumen memberikan kewenangan memberikan sanksi administratif secara proporsional kepada pelaku usaha yang merugikan konsumen. Selanjutnya, sanksi perdata yang dapat digunakan konsumen dalam bentuk gugatan melalui BPSK atau pengadilan, UU Perlindungan Konsumen juga memberikan sanksi pidana yang jelas bagi yang melanggar ketentuan.

Saran

Dari penjelasan diatas, maka saran yang bisa diberikan baik untuk konsumen dan para pelaku usaha guna menciptakan perlindungan konsumen khususnya informasi harga produk agar sesuai dengan ketentuan dan keinginan antara lain, sebagai berikut:

Pertama, untuk konsumen sebaiknya dapat lebih berhati-hati dan mengecek harga dengan teliti dahulu sebelum membayar ke kasir serta lebih teliti saat melakukan transaksi jual beli produk yang hendak di konsumeni khususnya informasi harga produk

Kedua, untuk pelaku usaha, sebaiknya bisa meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dengan cara lebih memperhatikan sistem harga dan pengecekan ulang terhadap harga yang dipasang pada label harga yang ada di kasir. Selain itu, diharapkan juga kepada pelaku usaha tidak hanya sekedar mencari keuntungan semata tetapi juga mengutamakan apa yang menjadi hak-hak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilina, M. (2019). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Labelitas Harga Pada Minimarket El John Pagar Dewa Bengkulu. *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Andriasari, S., Njatrijani, R., & Turisno, B. E. (2019). Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Rak Dengan Struk Kasir Di Indomaret Semarang. *Diponegoro Law Jurnal*, 8(4), 2734–2749. <https://doi.org/10.14710/dlj.2019.27780>
- Azali, N. Y. (2016). Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Label Display Dan Kasir Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Supermarket Pamella Dua Dan Super Indo Yogyakarta). *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga .
- Az'zhara, D. N. (2019). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Selisih Harga Produk Pada Label Harga Dengan Pembayaran Di Kasir Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Dan Hukum Islam. *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. Universitas Islam Indonesia.
- Dewi, A. D. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Penggunaan Label Harga Promo Tidak Sesuai Dengan Harga Riil Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif (Studi Kasus Di Alfamart Ahmad Yani Desa Bagelen Gedongtataan Kabupaten Pesawaran). *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Fatonah, S. (2019). Kepastian Harga Pada Label Price Di Hypermart Bencoolen Indah Mall Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. IAIN Bengkulu.
- Gunawan, E. W. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Mengalami Perbedaan Harga Antara Label Harga Dan Kasir Swalayan Di Kabupaten Banyuwangi Berdasar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Di Indomaret Dan Alfamart Banyuwangi, Mitra Swalayan). *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi.

- Hadiningrum, L. P. (2020). *Metode Penelitian (Sebuah Pengantar Disiplin Keilmuan)*. Ahlimedia Press.
- Hutagaol, N. A., Rumimpunu, F., & Baftim, F. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Perbedaan Label Harga Produk Dengan Bukti Transaksi Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Lex Privatum*, 11(4), 1–11.
- Indrianingsih, L., Saputri, E. N., & Ratnasari, R. (2021). Perlindungan Konsumen Terhadap Perbedaan Harga Rak Pada Barang Dengan Struk Kasir Di Ria Swalayan Mojosari. *Jurnal Ilmu Hukum*, 17(2), 128–265.
- Kasmar, Sanusi, G., & Syahrullah. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Pemenuhan Hak Atas Informasi Barang Pada Minimarket Di Kota Bima. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 7(1), 810–818. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4821/http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>
- Khotimah, C. A., & Chairunnisa, J. C. (2016). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce). *Business Law Review*, 1, 14–20.
- Khumairoh, S. (2019). *Strategi Pemasangan Label Harga Buah Oleh Pedagang Kaki Lima Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam Di Kaliwates Jember. Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. IAIN Jember.
- Maharani, A. A. S. A. S., & Markeling, I. K. (2018). Akibat Hukum Terhadap Perbedaan Harga Barang Pada Label (Price Tag) Dan Harga Kasir. *Jurnal Ilmu Hukum*, 2(5), 1–15.
- Masitha, D., Pesulima, T. L., & Balik, A. (2022). Perlindungan Konsumen Terkait Harga Barang Yang Tidak Sesuai Tertera Pada Etalase Dan Struk Belanja. *Tatohi: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(11), 1092–1102. <https://doi.org/10.47268/tatohi.v1i11.867>
- Nasution, A. Z. (1999). *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Daya Widya.
- Novriyanti, P., & Putra, H. S. (2020). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Selisih Barang Produk Pada Label Harga Dengan Pembayaran Di Kasir Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

Konsumen. 1–23.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 2018 Tentang Pengawasan Barang Beredar Dan/Atau Jasa, Pub. L. No. 69 (2018).

Pratama, A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Perbedaan Harga Display Dan Kasir Di Indomaret Dan Alfamart Kota Bandar Lampung. *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. Universitas Lampung.

Purwanta, I. N. G. T. P., Mahendrawati, N. L. M., & Ujianti, N. M. P. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Peredaran Barang Yang Diproduksi Tidak Sesuai Dengan Label. *Jurnal Konstruksi Hukum*, 2(2), 384–389. <https://doi.org/10.22225/jkh.2.2.3260.384-389>

Putera, A. A. N. B. K. C., & Parsa, I. W. (2020). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Perbedaan Harga Barang Pada Label Dan Harga Kasir. *Jurnal Kertha Semaya*, 8(2), 1–17.

Putra, C. A. G., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Perspektif Kesadaran Hukum Masyarakat. *Jurnal Analogi Hukum*, 5(1), 86–92.

Ramdani, Bundayanti, L., & Fatahillah, I. A. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Minimarket Yang Mengalami Kerugian Akibat Kesal . *Varia Hukum: Jurnal Forum Studi Hukum Dan Kemasyarakatan*, 4(2), 1–13. <https://doi.org/10.15575/vh.v4i2.26758>

Rijadi, P. K., & Fadhilah, S. N. (2022). Mekanisme Penetapan Harga Jual Produk Dan Laba Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Minimarket Family Bekasi). *Driham: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 21–29. <https://doi.org/10.53990/djei.v3i1.227>

Rosdiana, & Nurhalizah, C. C. (2017). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Pembelian Produk Supermarket Yang Tidak Sesuai Dengan Label Harga Promosi Di Kota Balikpapan. *Jurnal De Jure*, 9(2), 43–54. <https://doi.org/10.36277/v9i2.25>

Sampurna, W. P. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Alfamart Terhadap Harga Frisian Flag Susu UHT Full Cream Dengan Promosi. *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. Universitas Jember.

- Sibu, A. M. (2022). Tinjauan Hukum Pidana Terhadap Produk Makanan Yang Tidak Sesuai Dengan Informasi Pada Kemasan. *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. Universitas Putera Batam.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Guepedia.
- Taun, T., & Sa'adah, B. N. (2022). Perlindungan Konsumen Terkait Harga Yang Berbeda Di Rak Barang Dengan Struk Di Kasir. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(24), 631–635. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7495968>
- Wahyuni, S. (2020). Penggunaan Label Harga Yang Tidak Sesuai Dengan Real Harga Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. IAIN Metro.
- Yuniarti, F. (2021). Model Pelabelan Harga Di Alfamidi Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah (Studi Pada Alfamidi J. Dr. Ratulangi Kota Palopo). *Skripsi (Tidak Dipublikasikan)*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.

