

**JUAL BELI MAKANAN TANPA DAFTAR HARGA PERSPEKTIF
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

(Studi Kasus : Rumah Makan Di Pasar Mardika Ambon)

PROPOSAL



**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar Sarjana Hukum
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Ambon**

OLEH

**Riyatun Soumena
Nim : 200101010**

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) AMBON**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbingan proposal kepada mahasiswa atas nama Riyatun Soumena, NIM 200101010, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah pada Fakultas Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi proposal yang bersangkutan dengan judul "**Jual Beli Makanan Tanpa Daftar Harga Perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Rumah Makan Di Pasar Mardika Ambon)**". Memandang bahwa proposal tersebut telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diujikan ke seminar proposal.

Ambon, februari 2024

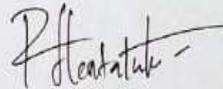
MENYETUJUI

Pembimbing I



Dr. Tuti Haryanti, S.H.,M.H
NIP.198501272009122005

Pembimbing II



Ridwan Fauzy Lestaluhu, MH
NIP. 199003012022031001

Mengetahui
Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Tuti Haryanti, S.H.,M.H
NIP. 198501272009122005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Defenisi Operasional	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Asas Dan Tujuan Perlindungan Konsumen	15
C. Jual Beli Menurut Hukum Positif	18
D. Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha Dan Konsumen	21
E. Konsumen Menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen	22
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	31
B. Sumber Data	32
C. Teknik Pengumpulan Data	33
D. Teknik Analisis Data	34

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini banyak sekali terjadi persaingan usaha antara para pedagang. Mulai dari pedagang elektronik, makanan, minuman, dan lain sebagainya. Terutama di wilayah Ambon sendiri banyak pedagang yang membuka warung di tempat strategis seperti halnya di daerah pinggir jalan yang ada di wilayah Ambon. Perdagangan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kegiatan perekonomian. Giatnya aktivitas perdagangan menjadi indikasi tingkat kemakmuran masyarakatnya serta menjadi tolak ukur tingkat perekonomian itu sendiri. Sehingga bisa dibilang perdagangan merupakan urat nadi perekonomian. Melalui perdagangan pula suatu negara bisa menjalin kerja sama dengan negara tetangga.

Kehidupan dalam bermasyarakat memang penting. Karena manusia tidak dapat hidup sendiri, oleh sebab itu manusia saling berinteraksi antara satu dengan yang lainnya, atau disebut juga dengan mu'amalah. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak terlepas dari kegiatan mu'amalah, misalnya hal jual beli. Dalam praktik jual beli harus dikerjakan secara konsekuen agar tidak saling merugikan antara para pihak untuk mendatangkan kemaslahatan, menghindari kemudharatan dan tipu daya.

Sebagaimana praktik jual beli yang di firmankan Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29. Ayat ini menjelaskan bahwa Islam

memperbolehkan jual beli dengan cara yang baik dan tidak bertentangan dengan hukum Islam, yakni jual beli yang terhindar dari unsur gharar, riba, pemaksaan, penipuan dan lain sebagainya.

Aktivitas jual beli melibatkan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen yang keduanya sama-sama memiliki kepentingan. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh keuntungan dari transaksi dengan konsumen. Sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan dari segi harga dan mutu barang yang diberikan pelaku usaha. Sehingga dalam praktiknya jika tidak ada aturan maka sangat banyak peluang yang menjadikan konsumen sebagai sasaran eksploitasi pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi memiliki posisi yang lebih kuat. Hal ini diakibatkan karena perilaku pelaku usaha maupun dari ketidaktahuan konsumen itu sendiri dalam jual beli. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting. Karena dengan tingkat harga yang ditetapkan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk.¹

Daftar harga adalah suatu keterangan yang berbentuk gambar, tulisan atau kombinasi keduanya yang ada pada bagian produk dan didalamnya membawa informasi atau suatu nilai produk barang atau jasa. Daftar harga adalah sebagai berikut: daftar harga mengidentifikasi produk atau merek, daftar harga menentukan kelas produk, daftar harga menggambarkan beberapa hal mengenai produk, dan daftar harga mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik yang

¹ Husnul Khatimah, *Jual Beli Tanpa Pencantuman Harga Makanan Menurut Fiqih Mu'amalah* Dan "Urf, (Surakarta : Institute Agama Islam Negeri Surakarta, 2019),h.2

dipengaruhi oleh penetapan harga unti, tanggal kadaluarsa dan daftar keterangan gizi. Penggunaan daftar harga dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 168.

kota Ambon, ada satu pemilik warung makan yang tidak mengindahkan permasalahan informasi dalam jual beli, salah satunya dalam bisnis dimana adanya suatu tindakan yang berpeluang menimbulkan suatu kerugian pada konsumen. Tindakan yang dilakukan ialah berupa, tanpa adanya daftar harga pada menu makanan di warung makan. Fenomena tanpa daftar harga dalam jual beli ini sangat patut menjadi perhatian, karena dalam dalam praktiknya ada hak yang tidak terpenuhi sehingga menimbulkan suatu kerugian. Di tuliskan dalam pasal 10 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen huruf a, pelaku usaha dalam menawarkan barang atau jasa yang ditunjukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tariff suatu barang atau jasa.

Dengan lahirnya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, maka diharapkan upaya perlindungan konsumen di Indonesia yang selama ini dianggap kurang diperhatikan. Ada aspek hukum perlindungan konsumen yang berada dalam hukum public, terutama dalam hukum pidana dan administrasi negara. Jadi, tepatnya hukum perlindungan konsumen ada di wilayah hukum perdata. Namun, sebenarnya ini merupakan permasalahan yang butuh perhatian khusus karena banyak konsumen yang pernah merasa dirugikan akan hal ini. Konsumen dapat menjadi objek aktivitas bisnis dari pelaku usaha melalui iklan, promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian-perjanjian

standar yang dapat merugikan pihak konsumen. Hal ini dikarenakan kurangnya pendidikan dan rendahnya kesadaran mengenai hak-hak dan kewajiban bagi konsumen tersebut. Kedudukan konsumen umumnya masih lemah dalam bidang ekonomi, pendidikan dan daya tawar, karena dibutuhkannya adanya undang-undang yang melindungi kepentingan konsumen yang selama ini terabaikan.²

Setelah UUPK diundangkan, terciptalah perlindungan hukum yang secara tegas, sehingga adanya kejelasan hukum yang diberikan untuk konsumen di Indonesia. Dalam Undang-undang sudah tertulis bermacam-macam masalah konsumen, termasuk juga hak dan kewajiban sebagai konsumen dan pelaku usaha mengingat adanya UUPK konsumen lebih terjamin dalam mendapatkan kepastian hukum. Peraturan perundang-undangan merupakan upaya yang sangat penting untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Berdasarkan UUPK dikatakan bahwa, tanggung jawab dalam pembinaan, penatausahaan perlindungan konsumen, pemerintah memang sepatutnya ikut campur karena dapat menjamin persamaan hak yang diperoleh konsumen dan pelaku usaha. Berdasarkan UUPK, salah satu tujuan perlindungan konsumen ialah menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Apabila tujuan dari konsumen tersebut sudah berjalan sebagaimana mestinya, maka akan terciptanya hubungan yang harmonis antara pelaku usaha dan konsumen, karena bagaimanapun, kegiatan bisnis yang sehat merupakan

² Sri Wahyuni, Penggunaan Daftar Harga Yang Tidak Sesuai Dengan Real Harga Dalam Prespektif *Hukum Ekonomi Syari'ah* (Lampung: Institute Agama Islam Negri Metro, 2020), hlm.2

bagian yang tidak bisa dipisahkan dengan perlindungan konsumen. Karena persaingan yang sehat mampu menciptakan perlindungan hukum diantara konsumen dan pelaku usaha secara baik, dengan begitu bila tidak adanya suatu perlindungan yang seimbang antara pelaku usaha dengan konsumen dapat mengakibatkan konsumen berada dalam posisi yang lemah. Posisi konsumen yang lemah dimaksudkan bahwa konsumen tidak mengetahui bagaimana tata cara pembuatan produk tersebut hingga sampai ketangan konsumen, dalam hal ini khususnya produk makanan, di mana makanan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia.

Zaman sekarang ini, usaha-usaha makanan sangat diminati dan digemari oleh orang-orang, karena merupakan salah satu usaha yang dapat dikuasai oleh kebanyakan orang, terutama di masa sekarang anak muda juga ikut turun sebagai pelaku usaha kuliner, dan juga dari segi moral cukup terjangkau, selain itu juga mampu bertahan disegala musim. Dalam menjalankan usaha makanan, kualitas rasa memang menjadi hal yang paling prioritas, apalagi cita rasa makanan dan harganya sangat terjangkau tentu itu menjadi sasaran utama para konsumen untuk memenuhi kebutuhan pangannya. Perkembangan perekonomian yang tumbuh begitu cepat, membuat semakin berkembangnya usaha-usaha khususnya usaha warung makan dalam dalam peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif Nomor 11 Tahun 2014 tentang standar usaha warung makan, menyebutkan bahwa warung makan adalah warung makan yang menyediakan usaha jasa makanan dan dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan dan penyajian di suatu tempat tetap yang tidak berpindah-pindah

dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Berlandaskan pasal 10 huruf a UUPK, dalam hal ini pelaku usaha warung makan wajib memberikan informasi mengenai harga atau tarif suatu barang atau jasa.

Informasi merupakan hal yang paling penting untuk disampaikan kepada konsumen, karena sebuah informasi produk atau jasa perlu diperlihatkan dengan jelas, benar dan jujur, sehingga konsumen mampu mengetahui bagaimana produk makanan yang dijual atau diperdagangkan tersebut supaya ada kejelasan, agar tidak membuat konsumen salah dalam membeli produk atau jasa. Ada beberapa cara menyampaikan informasi kepada konsumen antara lain bisa berupa peringatan, representasi, maupun yang berupa intruksi. Konsumen pada dasarnya memiliki hak untuk memperoleh suatu informasi yang sejelas-jelasnya termasuk juga hak untuk mengetahui berapa tarif atau harga pangan yang nantinya dibeli oleh konsumen. Hal ini dikarenakan kewajiban pelaku usaha warung makan remaja sepatutnya memberi informasi secara jelas kepada konsumen dengan mencantumkan daftar harga makanan pada daftar menu, guna memberikan informasi kepada konsumen terhadap harga makanan yang diperdagangkan. Masyarakat sebagai pengguna barang atau jasa disebut konsumen, perlu menjunjung tinggi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen, hak konsumen tersebut telah diatur dalam UUPK.

Dalam undang-undang perlindungan konsumen tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat di artikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi

sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa. Hal ini tentu disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak di rancang atau diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.

Untuk menjalin suatu penyelenggaraan perlindungan konsumen, maka pemerintah menuangkan perlindungan konsumen dalam suatu produk hukum. Karena hanya hukum yang memiliki kekuatan untuk memaksa pelaku usaha untuk menaatinya dan juga memiliki sanksi yang tegas. Mengingat dampak penting yang dapat ditimbulkan akibat tindakan pelaku usaha yang sewenang-wenang dan hanya mengutamakan keuntungan bisnisnya sendiri, maka pemerintah memiliki kewajiban untuk melindungi konsumen yang posisinya lemah, disamping ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen belum memadai.

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang atau jasa baginya, dan mengembangkan sikap pelaku usaha yang jujur. Maka tujuan yang ingin dicapai perlindungan konsumen pada umumnya sebagaimana tertuang di dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 di bagi menjadi tiga bagian utama yaitu: memperdayakan konsumen dalam memilih, menentukan barang atau jasa kebutuhannya, dan menuntut hak-haknya (sesuai pasal 3 huruf c); menciptakan system perlindungan konsumen yang memuat unsur-unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk

mendapatkan informasi (sesuai pasal 3 huruf d); menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur (sesuai pasal 3 huruf e).³

Dalam pasal 11 PBI Nomor 17/PBI/2015 Bab V mengenai pencantuman harga barang atau jasa yaitu, dalam rangka mendukung pelaksanaan kewajiban penggunaan Rupiah sebagaimana dalam pasal 2 ayat (1). Pelaku usaha wajib mencantumkan harga barang atau jasa hanya dalam bentuk Rupiah. Pengenaan sanksi tertuang dalam pasal 19 PBI Nomor 17/3/PBI/2015, pelanggaran atas kewajiban pencantuman harga barang atau jasa dalam rupiah sebagaimana dimaksud dalam pasal 11 dan kewajiban penyampaian laporan, keterangan barang atau jasa sebagaimana dimaksud dalam pasal 12 ayat (2) dikenakan sanksi administrasi berupa teguran tertulis, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen tidak membuat defenisi mengenai hukum perlindungan konsumen tetapi memuat perumusan mengenai perlindungan konsumen yaitu sebagai berikut “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”. Perlindungan konsumen berlandaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum.

Beragam cara dalam menentukan harga jual makanan. Mereka menentukan harga jual dengan tidak mencantumkan daftar harga hanya menu saja sehingga para pembeli merasa dirugikan karena penjual dalam menentukan dengan harga

³ Utami Sari, Tanggung Jawab Dan Iktikad Baik Pelaku Usaha Terhadap Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, dalam *Jurnal Juniaty Ismail*, Vol. V, No. 02.2015, hlm.14

yang tinggi karena mengetahui ketidaktahuan pembeli mengenai standart harga makanan di warung makanan tersebut. Disana juga menjual berbagai macam makanan seperti sifut, ayam lalapan, ayam bakar, ikan bakar, dan masih banyak cemilan lainnya. Melihat fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“JUAL BELI MAKANAN TANPA DAFTAR HARGA PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan pokok diatas yang dibahas adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan jual beli makanan tanpa daftar harga pada rumah makan di pasar mardika Ambon?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap jual beli makanan tanpa pencantuman daftar harga pada rumah makan di pasar mardika Ambon?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan jual beli makanan tanpa daftar harga pada rumah makan di pasar mardika Ambon.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap jual beli makanan tanpa pencantuman daftar harga pada rumah makan di pasar mardika Ambon.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini merupakan bentuk dari keingintahuan peneliti mengenai hukum dari perkembangan transaksi jual beli dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Adapun kegunaan penelitian yang di harapkan sebagai berikut:

- a. Secara teoritis, menambah khazanah keilmuan yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu hukum Islam dalam bidang yang berkaitan dengan muamalah.
- b. Sebagai acuan penelitian serupa dimasa yang akan datang dan dapat di kembangkan lebih lanjut sesuai perkembangan zaman.
- c. Secara praktis, diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dan konsumen untuk bertindak sesuai dengan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.
- d. Dapat dijadikan pedoman dan menjalankan kegiatan ekonomi, sehingga bisa dijadikan referensi dalam mengarahkan ekonomi sesuai dengan tujuan syariah yaitu terciptanya kemaslahatan bersama.

E. Defenisi Operasional

Adalah uraian tentang batasan kegiatan penelitian variabel yang dimaksud, atau tentang apa yang diukur oleh variabel yang bersangkutan.⁴ Bagian ini

⁴ *Ibid.*, hlm 30-31

memuat defenisi-defenisi yang mengandung sejumlah indikator atau karakteristik operasional, sehingga tidak terjadi penafsiran ganda. Dalam hal ini penulis mendefenisikan variabel yang penulis gunakan dalam penelitian, yaitu:

1. Jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarelan diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syari'ah dan disepakati. Menurut Soeroso mengatakan bahwa jual beli adalah suatu transaksi hukum yang kompleks yang terdiri dari lebih dari satu transaksi yaitu dalam jual beli terdapat penyerahan barang dan penerimaan barang.
2. Daftar harga adalah sumber informasi yang ingin disampaikan produsen kepada konsumen terhadap suatu produk. Semakin lengkap informasi dalam daftar harga akan semakin bagus bagi konsumen dalam memutuskan jadi atau tidaknya untuk membeli, sehingga konsumen atau sebagai konsumen perlu mendapatkan informasi yang cukup dari produsen atau pelaku usaha terkait makanan yang beredar agar konsumen dengan tepat menentukan pilihan makanan dan minuman yang aman baginya.
3. Perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri dan menimbulkan rasa tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan usahanya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya pada dasarnya memberikan gambaran tentang hubungan topic yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, sehingga tidak ada duplikasi penelurusan awal. Meskipun masalah tentang jual beli sudah menjadi gambaran perdebatan persoalan ketidaksesuain dalam jual beli yang terjadi di beberapa rumah makan.

Penelitian terdahulu bertujuan untuk bahan perbandingan dan acuan dalam topic penelitian ini sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Maka penulis mencantumkan beberapa penelitian sebagai berikut:

1. Dalam skripsi yang berjudul “Jual Beli Makanan Tanpa Daftar Harga Dalam Perspektif Idiologi Hukum Dan Yuridis” Oleh Sudarsono Alim Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga Tahun 2010. Setelah melakukan analisis terhadap jual beli makanan tanpa daftar harga di angkringan modern daerah Kota Yogyakarta masih banyak digemari oleh para konsumen. Dalam praktik jual beli, para pelaku usaha angkringan modern juga masih memberlakukan dan menggunakan konsep lama yang ada sehingga menjadi ciri khas Angkringan , yaitu dengan konsep “makan atau ambil dimuka kemudian bayar dari belakang”. Hal ini yang menjadikan

ciri khas tersendiri bagi beberapa angkringan modern yang berada di kecamatan Gedongtengen dan jetis daerah Kota Yogyakarta.

2. Dalam skripsi yang berjudul “Jual Beli Makanan Di Rumah Makan Tanpa Pencantuman Harga Di Rumah Makan Vemas Kec. Mataram Baru Kab. Lampung Timur” Oleh Fauziatul Jamilah Fakultas Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Raden Lampung 2013.⁵ Setelah melakukan analisis pelaksanaan jual beli makanan di Rumah Makan Vemas dilakukan dengan cara pembeli datang ke rumah makan vemas. Pembeli langsung mengambil sendiri menu yang dihidangkan. Dalam pertemuan antara pelaku usaha dan konsumen, terjadi proses jual beli makanan yang dimana harga makanan tersebut hanya diketahui oleh satu pihak saja, yaitu pelaku usaha saja. Sedangkan pihak konsumen tidak mengetahui harga tersebut dari hanya memperkirakan berapa harga yang akan dibayar. Kemudian pembeli menyerahkan uang kepada petugas kasir. Dalam hal ini tidak terjadinya adanya kesepakatan terlebih dahulu antara pelaku usaha dan konsumen karena transaksinya dilakukan diakhir ketika pembeli sudah selesai makan, faktor yang melatarbelakangi tidak dicantumkan harga dirumah makan Vemas.⁶
3. Dalam skripsi yang berjudul “Transaksi Jual Beli Makanan Pada Rumah Makan Yang Tidak Mencantumkan Harga Pada Rumah Makan di Kec. Banda Raya, Kota Banda Aceh” Nabila Tri Wulandari Fakultas Syari’ah

⁵ Sudarsono Alim, (Skripsi) “Jual Beli Makanan Tanpa Daftar Harga Prespektif Ideologi Dan Yuridis” Fakultas Syari’ah UIN Kalijaga

⁶ Fauziatul Jamilah, (Skripsi) “Jual Beli Makanan Di Rumah Makan Tanpa Pencantuman Harga Di Rumah Makan Vemas Kec. Mataram Baru Kab. Lampung Timur” Fakultas Syari’ah Institut Agama Islam Negeri Raden Lampung

Institut Agama Islam Negeri UIN Ar-Ramiry Banda Aceh 2022.⁷ Setelah melakukan analisis para penjual menjual dagangannya kemudian pembeli datang dan penjual memberikan menu makanan lalu pembeli memesan apa yang akan ingin dibeli, setelah itu penjual memebrikan makanan atau minuman kepada pembeli sesuai sesuai dengan pesanannya, setelah pembeli selesai memakan makannya, pembeli langsung menuju kasir untuk membayar makanan yang telah dipesan kemudian petugas kasir langsung menghitung menu yang telah dipesan oleh pembeli.

Kebaruan Penelitian (Novelty)

Kebaruan penelitian dapat diajukan antara peneliti penulis dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu penelitian Sudarsono Alim dan Fauziatul Jamilah. Penelitian ini sama-sama mengkaji tentang system jual beli namun yang menjadi perbedaan yaitu Sudarsono Alim mengkaji tentang Jual Beli Makanan Tanpa Daftar Harga Dalam Perspektif Ideologi Dan Yuridis, sedangkan Fauziatul Jamilah mengkaji tentang Jual Beli Makanan Di Rumah Makan Tanpa Pencantuman Harga Di Rumah Makan Vemas Kec. Mataram Baru Kab. Lampung Timur. Sedangkan Qonita Sabilah Haq mengkaji tentang jual beli makanan di kedai tanpa percantuman harga Perbedaan antara ketiga peneliti dan penulis adalah penulis menganalisis tentang Jual Beli Makanan Tanpa Daftar Harga Perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

⁷ Nabila Tri Wulandari, (Skripsi) “Transaksi Jual Beli Makanan Pada Rumah Makan Yang Tidak Mencantumkan Harga Pada Rumah Makan Di Kec. Banda Raya, Kota Banda Aceh

Konsumen yang dimana menjadi masalah bagi para konsumen karena merasa dirugikan karena tidak mencantumkan daftar harga pada barang atau jasa tersebut. Jenis penelitian yang penulis gunakan yaitu penelitian emperis atau penelitian lapangan dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

B. Jual Beli Menurut Hukum Positif

Jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu “jual dan beli”. Kata jual menunjukkan adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah perbuatan membeli. Sehingga jual beli merupakan perbuatan kedua belah pihak, pihak yang satu sebagai pelaku usaha dan pihak yang lain sebagai konsumen. Jual beli merupakan peristiwa hukum pada ranah perdata, menurut Soersono mengatakan bahwa jual beli adalah suatu transaksi hukum yang kompleks yang terdiri dari lebih dari satu transaksi yaitu dalam jual beli terdapat penyerahan barang dan penerimaan barang.

Unsur pokok dalam perjanjian jual beli adalah barang dan harga, dimana antara pelaku usaha dan konsumen harus ada kata sepakat tentang harga dan benda yang menjadi objek ual beli. Suatu perjanjian jual beli yang sah lahir apabila kedua belah pihak telah setuju tentang harga dan barang. Sifat konsesual dari perjanjian jual beli tersebut ditegaskan dalam pasal 1458 KUHPerdata adalah jual beli itu dianggap telah terjadi diantara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai kesepakatan tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar.

a. Jual beli menurut para ahli adalah sebagai berikut:

1. Menurut Idris Ahmad, jual beli merupakan proses menukar barang dengan barang atau barang dengan uang, dengan cara melepas hak milik dari satu orang kepada orang lain atas dasar ridha;
2. Menurut Iman Namawi, jual beli merupakan pertukaran harta dengan harga dengan tujuan untuk kepemilikan;
3. Menurut Ulama Hanafiah, pengertian jual beli adalah proses pertukaran barang atau benda dengan harta lain berdasarkan cara-cara khusus yang diperbolehkan;
4. Menurut Ibnu Qudamah, pengertian jual beli adalah proses pertukaran harta atau benda dengan harta saling menjadi milik seseorang;
5. Menurut Raudh Al-Nadi Syarakafi Al-Muhtadi pengertian jual beli adalah tukar menukar harta meski ada dalam tanggungan atau kemanfaatan yang mubah dengan sesuatu semisal dengan keduanya untuk memberikan secara bertahap.

b. Pendapat ahli dan teori tentang jual beli makanan tanpa daftar harga

Dalam transaksi komersial biasa, harga adalah jumlah nominal yang disetujui oleh calon pembeli dan penjual sebagai alat pertukaran untuk barang atau jasa. Harga suatu barang yang menjadi subjek pertukaran akan diperlukan saat membeli dan menjual barang itu. Islam telah mengamanatkan dalam hal ini bahwa penetapan harga di lakukan sesuai dengan harga pasar, setelah itu biaya suatu barang dapat ditentukan oleh penawaran dan permintaan. Hal ini karena Islam

sendiri telah menerima bahwa masyarakatlah yang mengawasi atau menetapkan aturan jual beli dipengaruhi oleh prinsip-prinsip Islam.

Menurut Syaikh Abdilah Jual beli makanan tanpa daftar harga adalah jual beli makanan matang yang siap di hidang atau yang langsung dapat dimakan berupa nasi, sayur, lauk dan sebagainya tanpa kesepakatan dan keterbukaan mengenai nominal harga makanan terlebih dahulu.

- c. Menurut peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang diperdagangkan pada Pasal 2 ayat 1 menyebutkan bahwa, “Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang secara Eceran barang atau jasa kepada Konsumen wajib mencantumkan Harga Barang atau Tarif secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat”. Pasal tersebut sudah jelas bahwa setiap pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi harga pada barang atau jasa yang dijual. Pada pasal 3 ayat 1 dalam Peraturan Menteri Perdagangan tersebut menyebutkan bahwa, “Harga barang sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 harus dilekatkan atau ditempelkan pada Barang atau kemasan, disertakan, atau ditempatkan dekat dengan barang serta dilengkapi jumlah satuan atau jumlah tertentu”.⁸

⁸ Prasetyo Hadi Purwandaka, *Implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 3/M-DAG/PER/7/2013 Tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan Oleh Pelaku Usaha Di Kota Pangkalpinang*, (Pangkalpinang: *Universitas Bangka Belitung*, 2017), hlm.3

C. Asas Dan ⁹Tujuan Perlindungan Konsumen

Satjipto Rahardjo, berpendapat bahwa asas hukum bukan merupakan peraturan hukum, namun hukum yang tidak bisa dipahami tanpa mengetahui asas-asas hukum yang berdasarkan temuan penelitian, maka dapat direkomendasikan kepada seluruh pedagang bahwa dalam melakukan praktik jual beli dapat mengedepankan prinsip hukum islam, sehingga dapat memperoleh keuntungan dan ridha Allah SWT.

Salah satu upaya dalam melindungi konsumen adalah melalui peraturan perundang-undangan. Namun yang menjadi hambatan, bahwa 100% atau 10 dari 10 informan pelaku usaha warung makan tidak mengetahui regulasi yang ada. Ketidaktahuan tersebut sekaligus menjawab bahwa pelaku usaha tentu tidak memahami substansi peraturan perundang-undangan baik mengenai tujuan hukum, hak dan kewajiban pelaku usaha atau konsumen, serta sanksi hukum.¹⁰

Didalamnya, asas-asas hukum memberi makna etis kepada setiap peraturan-peraturan hukum serta tata hukum. Didalamnya usaha memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, terdapat beberapa asas yang terkandung didalamnya. Perlindungan konsumen dilaksanakan sebagai upaya bersama antara masyarakat (konsumen), dunia usaha dan pemerintah selaku pembuat peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen. Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun

⁹ Kaisupy, S., Hasan,. & Gani, E, S. (2023), *Penerapan Etika Bisnis Berdasarkan Hukum Islam Pada Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional*. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal Of Economis And Business*, 3(1), 63-76.<http://doi.org/10.54373/ifiheb.v3i1.85>

¹⁰ Haryanti, Tuti. (2016), *Peningkatan Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Terhadap Sertifikat Halal Dalam Menjamin Hak Konsumen Muslim*. *Jurnal Hukum Dan Syariah* 73.88

1999 tentang perlindungan konsumen yang diatur dalam pasal 2 mengenai asas perlindungan konsumen. Ada 5 asas perlindungan konsumen, yaitu:

a. Asas manfaat

Asas ini mengandung makna bahwa penerapan UUPK harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada kedua pihak, konsumen dan pelaku usaha. Sehingga tidak ada satu pihak yang kedudukannya lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Kedua belah pihak harus memperoleh hak-haknya.

b. Asas keadilan

Penerapan asas ini dapat dilihat pada pasal 4 dan 7 UUPK yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Diharapkan melalui asas ini konsumen dan pelaku usaha dapat memperoleh haknya dan menunaikan kewajiban secara seimbang.

c. Asas keseimbangan

Penerapan asas ini, diharapkan kepentingan konsumen, pelaku usaha serta pemerintah dapat terwujud secara seimbang tidak ada pihak yang dilindungi.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Penerapan asas ini dalam UUPK akan memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

e. Asas kepastian hukum

Penerapan asas ini untuk mentaati hukum dalam memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum, baik konsumen dan pelaku usaha.

Adapun tujuan perlindungan konsumen menurut undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 diatur dalam pasal 3, yaitu sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsur;
- e. Kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- f. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;

- g. Meningkatkan kualitas barang atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang atau jasa, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

D. Konsumen Menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen

Konsumen sebagai definisi yuridis formal yang ditemukan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, dalam pasal 1 angka 2 UUPK diakhiri dengan kalimat dan tidak diperdagangkan. Pengertian konsumen dalam ketentuan ini hanyalah mencakup batasan demikian memang sudah biasa digunakan dalam peraturan perlindungan konsumen diberbagai negara.

Perlaksanaan hukum perlindungan konsumen di Indonesia diatur dalam Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan kepastian hukum perlindungan terhadap pemenuhan hak-hak konsumen. Kepastian hukum yang dimaksud dalam pengertian ini meliputi segala upaya untuk memperdayakan konsumen untuk memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.¹¹ Hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan penggunaannya dalam masyarakat. Dalam Undang-undang

¹¹ Maulida Diana, Pelaksanaan Iktikad Baik Oleh Pelaku Usaha *Bisnis Kuliner* Yang Tidak Mencantumkan Daftar Ditinjau Dari Pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, (Malang *Universitas Muhammadiyah*, 2011),hlm.14-17

Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dalam pasal 1 angka 1 UUPK, bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen berarti mempertanyakan jaminan atau kepastian tentang kepatuhan konsumen. Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen dalam perolehan barang atau jasa mulai dari tahap perolehan barang atau jasa sampai dengan akibat penggunaan barang atau jasa. Ditetapkan perangkat hukum perlindungan konsumen, tentunya tidak untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru untuk mendorong iklim berusaha yang sehat dan menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga dapat melahirkan perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan, sekaligus pula adanya kepastian terhadap perlindungan konsumen.

E. Hak Dan Kewajiban Pelaku Usaha Dan Konsumen Menurut Hukum Positif

Az. Nasution menjelaskan bahwa hukum konsumen pada umumnya lebih berperan dalam hubungan konsumen dalam hal dimana para pihak berimbang dalam hal status sosial ekonomi, daya saing dan tingkat pendidikan. Pasalnya meski tidak selalu benar, mereka lebih mampu mempertahankan dan menegakan hak-hak hukumnya. Undang-undang perlindungan konsumen diperlukan ketika kondisi para pihak dalam hubungan hukum atau masalah sosial tidak seimbang. Pada prinsipnya baik hukum konsumen maupun hukum perlindungan konsumen berbicara hal yang sama yaitu kepentingan hukum konsumen.

- a. Hak konsumen diatur dalam pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 mengenai hak-hak konsumen adalah:
1. Hak untuk memilih barang atau kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa;
 2. Hak atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
 3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa;
 4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan;
 5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan konsumen secara patut;
 6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
 7. Hak untuk diperlakukan 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.

Perlindungan konsumen pada pasal 1 ayat (3) pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum. Maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggara kegiatan usaha memiliki kewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan usahanya bila konsumen dirugikan. Dengan tidak adanya pencantuman daftar harga pada menu makanan yang pelaku usaha lakukan

diwarung makannya, konsumen bisa dirugikan karena beberapa hal yang tidak diketahui, misalnya ketidaktahuan karena kenaikan harga dari pelaku usaha, tidak sesuai harga pada saat pembayaran.¹²

b. Kewajiban konsumen diatur dalam pasal 5 UU Nomor 8 Tahun 1999 adalah:

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

Kewajiban konsumen diatur dalam pasal 5 UU Nomor 8 Tahun 1999, mengenai adanya kewajiban konsumen membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan keselamatan merupakan hal yang penting dalam mendapatkan peraturannya. Dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan produsen, yaitu seperti halnya informasi, memilih harga, hingga konsekuensi untuk mendapatkan pengganti kerugian.

Beritikad baik dalam melakukan transaksi barang merupakan kewajiban para pihak sebagaimana diatur dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan

¹² Erman Rajagukguk, Et, All. *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm. 14

konsumen. Salah satu landasan filosofis lahirnya Undang-undang perlindungan konsumen adalah untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan para pihak. Pada prinsipnya Undang-undang tersebut tidak hanya menjamin perlindungan hukum bagi penjual saja, tetapi bagaimana menjaga keseimbangan antara kepentingan para pihak, pemenuhan hak penjual merupakan bentuk itikad baik yang dilakukan oleh pembeli. Oleh karena itu dengan adanya keseimbangan, maka konflik kepentingan antara hak dan kewajiban tidak akan terjadi. Sebaliknya, apabila tidak ada keseimbangan, maka timbul pelanggaran kepentingan berupa peristiwa hukum yang dinamakan wanprestasi. Dengan demikian, salah satu esensi itikad baik dalam perjanjian yaitu memberikan keseimbangan bagi para pihak.¹³

- c. Hak-hak pelaku usaha diatur dalam pasal 6 UU Nomor 8 Tahun 1999
 1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan;
 2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
 3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
 4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan.

¹³ Haryanti, Tuti. (2021), *Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery*. Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum 113.120

Hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam pasal 6 UU Nomor 8 Tahun 1999, mengenai hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang atau jasa yang diberikannya kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang atau jasa yang sama.

- d. Kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 7 UU No. 8 tahun 1999 adalah:
1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
 2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang 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 atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang atau jasa yang berlaku;
 5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, atau mencoba barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan atau garansi yang dibuat atau diperdagangkan;
 6. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan;

7. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 7 UU No. 8 tahun 1999, bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan yang dimulai sejak barang diproduksi sampai pada tahap purn penjualan dalam melakukan kegiatan usahanya. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang diproduksi oleh produsen (pelaku usaha).

e. Pelaku usaha

Menurut pasal satu angka 3 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Adapun perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha dalam pasal 8 UU No. 8 tahun 1999 dapat dibagi dalam dua larangan pokok, yaitu:

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

Ketentuan mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Undang-undang perlindungan konsumen pasal 8-17 ketentuan-ketentuan ini kemudian dapat dibagi menjadi tiga kelompok macam bagian, yakni:

1. Larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi (terdapat dalam pasal 8);
2. Larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan pemasaran (terdapat dalam pasal 9-16);
3. Larangan pelaku usaha periklanan (terdapat dalam pasal 17).

Ada enam macam larangan bagi pelaku usaha yang sesuai dengan pasal 8 ayat

1 Undang-undang perlindungan konsumen, yakni pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa sebagai berikut:

1. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan Perundang-undangan;
2. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi atau netto, dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam daftar harga atau etika 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 daftar, etika atau keterangan dan atau jasa tersebut;

5. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi proses pengolahan, gaya, mode atau penggunaan tertentu, sebagaimana dinyatakan dalam daftar harga atau keterangan barang atau jasa tersebut;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan.

Dalam penjelasan ini kita dapat menyimpulkan bahwa hak dan kewajiban pelaku usaha bertimbang balik dengan hak dan kewajiban konsumen. Ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, demikian pula sebaliknya kewajiban konsumen merupakan hak yang akan diterima pelaku usaha. Bila dibandingkan di dalam kitab undang-undang hukum perdata tampak bahwa undang-undang perlindungan konsumen lebih spesifik karena dalam undang-undang konsumen pelaku usaha selain harus melakukan kegiatan usaha dengan etika baik ia juga harus mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif, tanpa persaingan yang curang antar pelaku usaha.

f. Sanksi bagi pelaku usaha

Sanksi administrasi pasal 60 (1) dalam undang-undang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999 badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administrasi terhadap pelaku usaha yang melanggar pasal 19 ayat 2 dan ayat 3, pasal 20, pasal 25 dan pasal 26 (2) sanksi administrasi berupa penetapan ganti rugi yang paling banyak Rp. 200.000.000

(dua ratus juta rupiah). (3) tata cara penetapan sanksi administrasi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian emperis. Penelitian hukum emperis merupakan suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di masyarakat. Dapat dikatakan bahwa penelitian hukum emperis yang diambil dari fakta-fakta yang ada dalam suatu masyarakat, badan hukum atau badan pemerintah.¹⁴ Penelitian hukum emperis secara teknis sebagai penelitian Socio Legal Research atau Legal Study, metode hukum emperis berhubungan dengan data penelitian sebagai bahan analisis untuk menjawab permasalahan penelitian yang dilakukan langsung dilapangan.¹⁵ Metode emperis ini digunakan untuk beberapa pertimbangan agar lebih mudah menyesuaikan peneliti saat menghadapi keadaan dilapangan, karena metode ini memiliki hubungan antara peneliti dengan responden pada rumah makan secara langsung dan lebih peka dalam menyesuaikan diri dengan pola nilai yang akan dihadapi peneliti dilapangan.

Disini peneliti diarahkan agar mendapatkan fakta-fakta sesuai dengan penelitian yaitu perlindungan konsumen terhadap rumah makan, karena masih kurangnya kesadaran konsumen akan hak-haknya yang tercantum pada Undang-

¹⁴ Nurul Qamar Dan Aan Aswari, *Metode Penelitian Hukum* (Legal Research Methods) ,(Makassar. CV. Social Politic Genius (SIGn), 2017), hlm. 8.

¹⁵ Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014),hlm.31

undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian emperis, penelitian hukum emperis merupakan suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum dimasyarakat. Dapat dikatakan bahwa penelitian hukum emperis yang diambil dari fakta-fakta yang ada dalam suatu masyarakat, badan hukum atau badan pemerintah. Penelitian emperis secara teknis sebagai penelitian Socio Legal Research atau Legal Study. Metode hukum emperis, berhubungan dengan data penelitian sebagai bahan analisis untuk menjawab permasalahan penelitian yang dilakukan langsung dilapangan. Metode emperis ini digunakan untuk beberapa pertimbangan agar lebih mudah menyesuaikan peneliti saat menghadapi keadaan dilapangan, karena metode ini memiliki hubungan antara peneliti dengan responden pada rumah makan secara langsung dan lebih peka dalam menyesuaikan dengan pola nilai yang akan dihadapi peneliti dilapangan.

B. Sumber Data

Penelitian ini lebih tertuju pada kasus jual beli makanan tanpa daftar harga perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (studi kasus rumah makan di pasar mardika Ambon). Oleh karena itu, sumber informasi yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Data primer

Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh secara langsung dari

sumber aslinya yang berupa wawancara, jejak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, atau kejadian. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survey) atau peneliti benda (metode observasi). Data tersebut diperoleh dari wawancara dan pengamatan langsung dengan pelaku usaha dan konsumen di pasar mardika Ambon.

b) Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pengelolaan data yang bersifat studi dokumentasi yang bersifat untuk melengkapi data primer atau data utama. Dalam penelitian ini peneliti bermaksud untuk menjadikan laporan-laporan atau buku-buku yang dimana bisa menyajikan dan melengkapi data yang sebelumnya yang terkait dengan jual beli makanan tanpa adanya daftar harga.

C. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang dianjurkan untuk mendapatkan data-data deskriptif. Teknik observasi berasal dari kata observation yang berarti pengamatan. Teknik observasi digunakan peneliti untuk memahami pola, norma, dan makna perilaku dari informasi yang diteliti. Dalam penelitian ini melakukan observasi sesuai dengan data yang ada pada responden dengan melihat kondisi dan gaya hidup responden terkait dengan perlindungan konsumen.

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu. Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan wawancara secara langsung kepada pelaku usaha dan konsumen yang berada di Pasar Mardika Ambon.

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dokumentasi tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif.

D. Teknis Analisis Data

1) Redukasi data

Meredukasi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya, serta membuang yang tidak perlu. Dalam tahap reduksi data, peneliti menggunakan teknik analisis taksonomi. Teknik ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data lapangan secara terus menerus melalui pengamatan partisipan, wawancara, dan dokumentasi sehingga data yang terkumpul menjadi banyak dan lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Halim Barakatullah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen, Kajian Teoritis Dan Perkembangan Pemikiran*, Penerbit Nusa Media, Bandung.
- Adrian Sutedi, 2008, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Agnes M. Toar, 1998, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah Dan Perkembangannya Di Beberapa Negara*, Alumni, Bandung.
- Az. Nasution, 1998, *Hukum Perlindungan Konsumen, Suatu Pengantar, Daya Widya*, Jakarta.
- Barkatullah, A.H, 2005. *Hak-hak Konsumen*, Bandung, Nusa Media.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti. *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta, Sinar Grafika, 2019)
- Cholid Narbuko Dan Abu Achmadi, 2001, *Metodologi Penelitian, Bumi Aksara*, Jakarta.
- Gunawan Wijaya Dan Ahmad Yani, 2003, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- H. Toto Tahir, 2000, *Kemungkinan Gugatan Action Dalam Upaya Perlindungan Hukum Pada Era Perdagangan Bebas, Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.
- Hans W. Micklitz, 1998, *Rencana Undang-undang Perlindungan Konsumen Di Mata Para Pakar Jerman*, Warta Konsumen, Jakarta.
- Miru Ahmadi, 2011, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Rajagukguk Erman. *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju 2000.

Rudy, Dewa Gde. 2016. *Ajaran Hukum Perlindungan Konsumen*. Denpasar: Universitas Udayana.

Soekidjo, N. 2010. *Etika Dan Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta.

Soerjono Soekanto, 1981. *Pengantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia, Jakarta.

Sri Redjeki Hartono, 2007, *Hukum Ekonomi Indonesi*, Bayumedia, Malang.

Peraturan Perundang-Undangan:

KUH Perdata

Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 70, 2015 Tentang Peraturan Bank Indonesia Nomor 17/3/PBI/2015 Tentang Kewajiban Penggunaan Rupiah Di Wilayah Negara Indonesia. Dan Pelaksanaannya Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 7/11/DKSP Tahun 2015 Tentang Kewajiban Penggunaan Rupiah Di Wilayah Negara Republik Indonesia.

Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 Tentang Standar Usaha Warung Makan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Jurnal

Ali, Zainudin. 2014, "*Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)* Makassar: CV.Social Politic Genius (SIGn).

Diana, Maulida. *Pelaksanaan Iktikad Baik Oleh Pelaku Usaha Bisnis Kuliner Yang Tidak Mencantumkan Daftar Harga Ditinjau Dari Pasal 7 Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Jurnal. Ilmu Hukum*, Malang.2011.

- Haryanti, Tuti. 2016, *Peningkatan Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Terhadap Sertifikat Halal Dalam Menjamin Hak Konsumen Muslim*, Jurnal Hukum Dan Syariah 73.88.
- Haryanti, Tuti. 2021, *Itikad Baik Dalam Perjanjian Jual Beli Dengan Metode Pembayaran Cash On Delivery*. Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum.
- Kaisupy, S., & Gani, E, S. 2023, *Penerapan Etika Bisnis Berdasarkan Hukum Islam Pada Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional*. *Indo-Fintech Intellectuals: Jurnal Of Economis And Busines*, 3(1), 63-76.<http://doi.org/10.5437/ifijeb>. V3il.85.
- Khatimah, Husnul. *Praktik Jual Beli Tanpa Pencantuman Daftar Harga Makanan Menurut Fiqih Muamalah Dan Urf. Skripsi*. Syariah, Hukum Ekonomi Syariah. Surakarta. 2019.
- Purwandaka, Prasetyo Hadi. *Implementasi Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No 35/M-DAG/PER/7/2013 Tentang Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan Oleh Pelaku Usaha Dikota Pangkalpinang, Skripsi Hukum Ekonomi Syariah*. Bangka Belitung 2017.
- Utami, Sri. *Tanggung Jawab Dan Itikad Baik Pelaku Usaha Terhadap Undang-undang Perlindungan Konsumen No 8 Tahun 1999*, Web: *E-Journal*.<http://ejournal.uajy.ac.id/18452/3/HKI121062.13> September 2020.2017.
- Wahyuni, Sri. *Penggunaan Daftar Harga Yang Tidak Sesuai Dengan Real Harga Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah, Skripsi*. Hukum Ekonomi Syariah, Lampung, 2020.