

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

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

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, 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 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

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

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 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. Berdasarkan 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.³

Supaya konsumen tidak mudah dikelabui oleh kenakalan pelaku usaha, yang kerap kali tidak jujur dalam menjalankan usahanya. Memperoleh informasi adalah hak konsumen, maka dari itu pelaku usaha warung makan remaja perlu menyadari akan kewajibannya untuk memberikan informasi harga makanan yang dijual, agar konsumen terhindar dari kerugian karena harus membayar makanan yang tidak sebagaimana mestinya dan menghindarkan konsumen dari pelaku

³ Saraspeni, Wiji. *“Perlindungan Konsumen Terhadap Hak Atas Informasi Harga Pada Menu Makanan Dalam Perspektif Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”*. Skripsi . Syariah, Hukum Ekonomi Syariah. Yogyakarta, 2016

usaha nakal yang sewenang-wenang memberikan harga berlebihan kepada konsumen hal seperti inilah yang harus seharusnya perlu diperlihatkan karena sebagaimana dapat dikatakan bahwa konsumen tidak berada di posisi yang sejajar atau tidak menguntungkan dibandingkan dengan pelaku usaha.

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.⁴

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.

⁴ Hakim, Aulia Rahman, “ Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Makanan Tanpa Daftar Harga Pada Makanan Dan Minuman”. *Jurnal Fakultas Hukum Universitas Tulanggagung*, Vo;. 6 No. 2 (2020)

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).⁵

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

⁵ 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

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 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 (Studi Kasus Warung Makan Remaja Kuliner Malam Di Belakang Ambon Plaza)”**

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 warung makan remaja kuliner malam di belakang Ambon Plaza?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap jual beli makanan tanpa pencantuman daftar harga pada warung makan remaja kuliner malam di belakang Ambon Plaza?

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 warung makan remaja kuliner malam di belakang Ambon Plaza.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap jual beli makanan tanpa pencantuman daftar harga pada warung makan remaja kuliner malam di belakang Ambon Plaza.

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:

1. Secara teoritis, menambah khazanah keilmuan yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu hukum Islam dalam bidang yang berkaitan dengan muamalah.
2. Sebagai acuan penelitian serupa dimasa yang akan datang dan dapat di kembangkan lebih lanjut sesuai perkembangan zaman.
3. Secara praktis, diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dan konsumen untuk bertindak sesuai dengan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

4. 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.⁶ Bagian ini 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

⁶ *Ibid.*, hlm 30-31

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.

