



SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TIDAK ADANYA PENCANTUMAN
HARGA MENU DALAM SEBUAH RUMAH MAKAN**

*CONSUMER PROTECTION AGAINST THE ABSENSE OF INCLUSION PRICE ON A
RESTAURANT MENU*

PUTRI ARIYA DITA
NIM : 120710101042

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2016**



SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TIDAK ADANYA PENCANTUMAN
HARGA MENU DALAM SEBUAH RUMAH MAKAN**

*CONSUMER PROTECTION AGAINST THE ABSENSE OF INCLUSION PRICE ON A
RESTAURANT MENU*

PUTRI ARIYA DITA

NIM : 120710101042

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

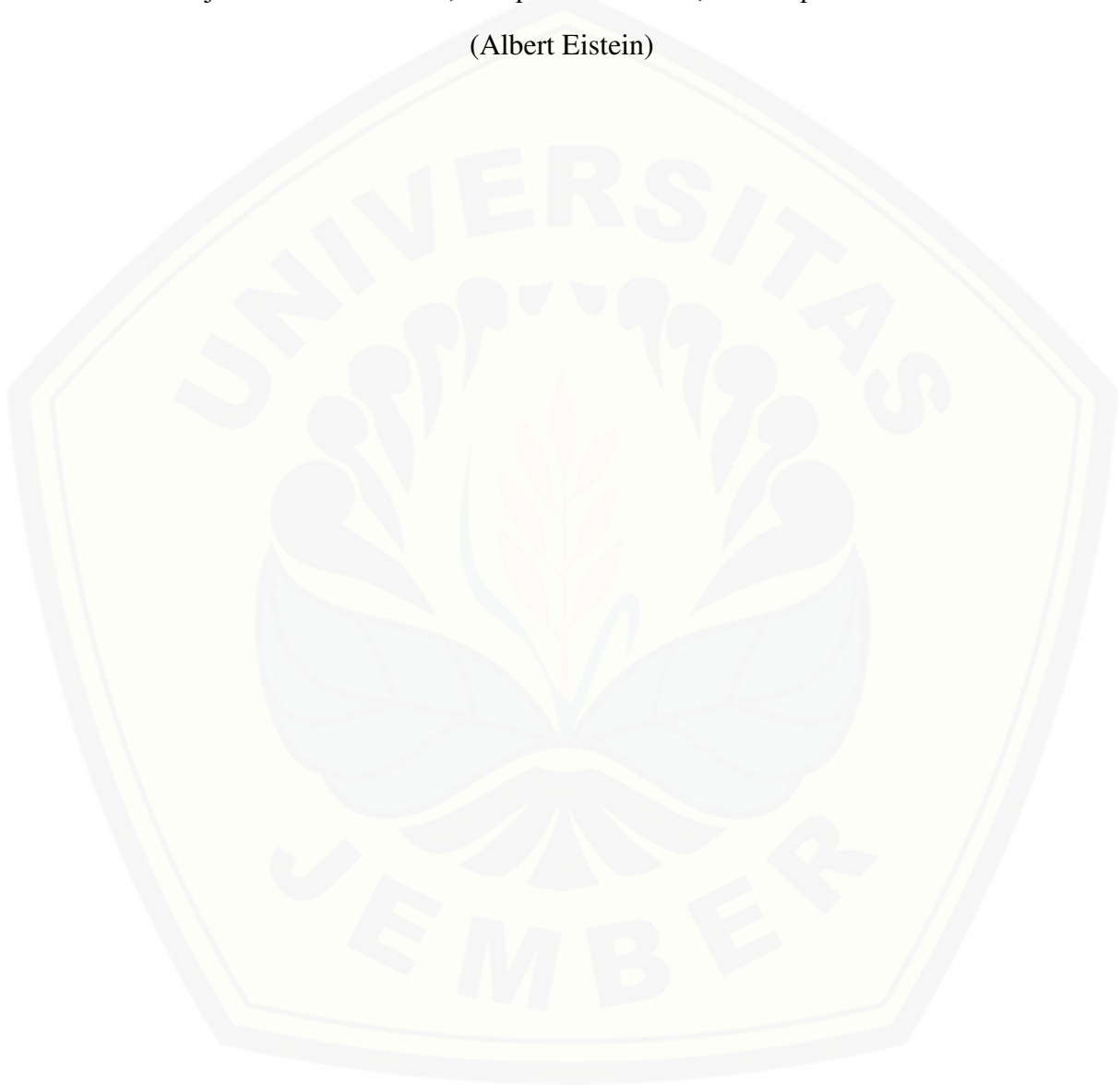
2016

MOTTO

“ Learn form yesterday, live for today, hope for tomorrow”

“belajar dari hari kemarin, hidup untuk hari ini, berharap untuk besok”

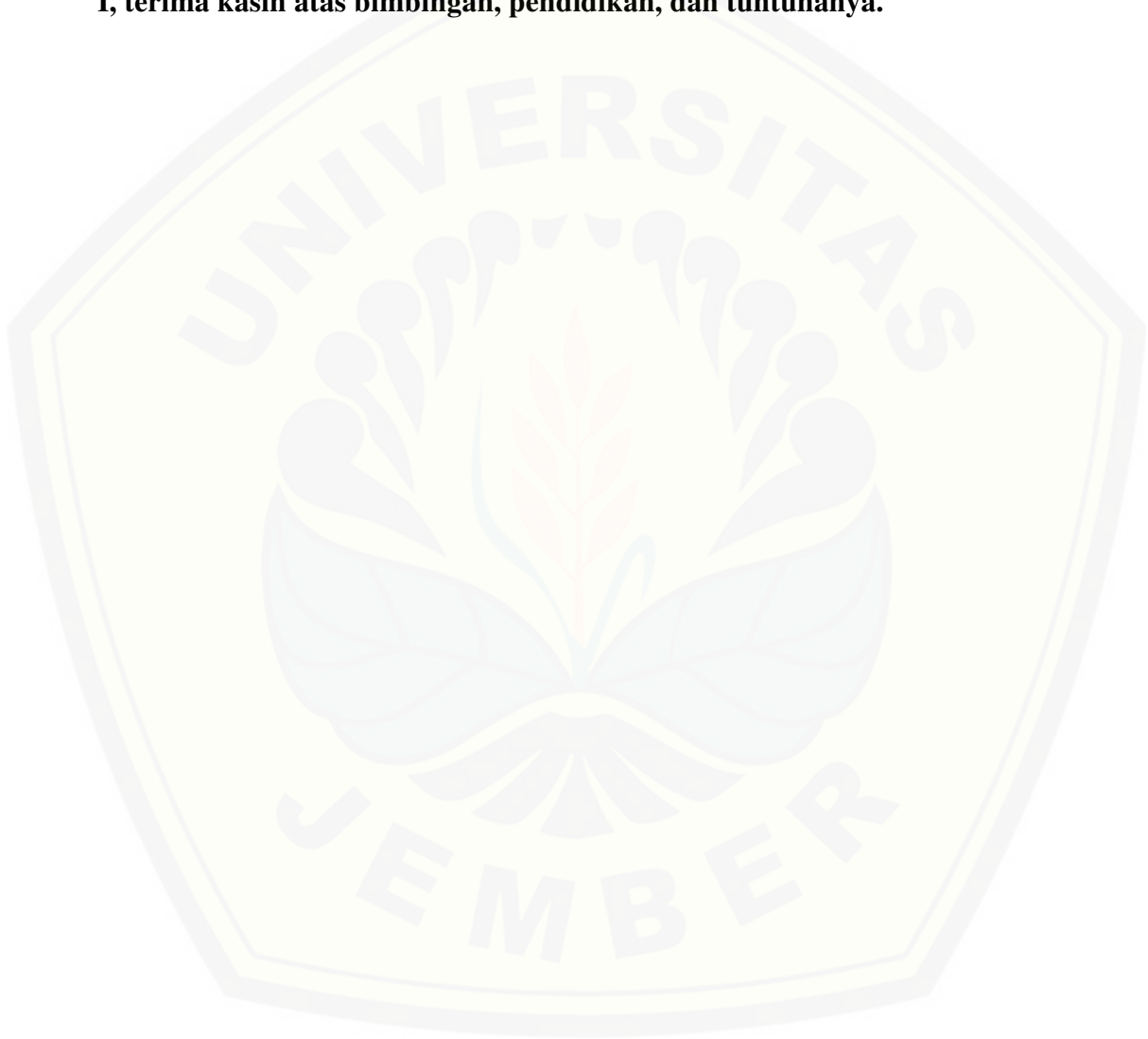
(Albert Eistein)



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

- 1. Orang Tuaku Bapak Suhartono, Ibu Elok Kisnianah dan Kakak-Kakaku Achmad nur Cholis, Aminudin Affandi dan Agung Prasetyo terima kasih atas bimbingan, kasih sayang, doa dan dukungannya selama ini.**
- 2. Almamater yang kebanggakan Fakultas Hukum Universitas Jember**
- 3. Bapak dan Ibu Guru sejak tingkat Taman Kanak-Kanak hingga tingkat Sekolah Menengah Atas, serta Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di tingkat Sarjana Strata I, terima kasih atas bimbingan, pendidikan, dan tuntunanya.**



**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TIDAK ADANYA PENCANTUMAN
HARGA MENU DALAM SEBUAH RUMAH MAKAN**

***CONSUMER PROTECTION AGAINST THE ABSENSE OF INCLUSION PRICE ON A
RESTAURANT MENU***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu
Hukum Fakultas Hukum Universitas Jember**

PUTRI ARIYA DITA

120710101042

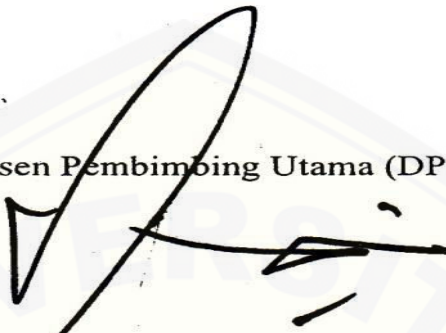
UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2016

PERSETUJUAN

Dosen Pembimbing Utama (DPU)



Dr. Fendi Setyawan, S.H., M.H.
NIP: 197202171998021001

Dosen Pembimbing Anggota (DPA)



(Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H.)
NIP. 197905142003121002

PENGESAHAN

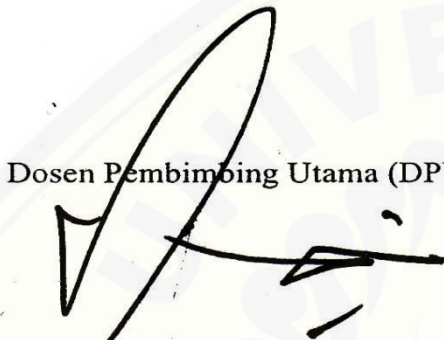
PERLINDUNGA KONSUMEN TERHADAP TIDAK ADANYA PENCANTUMAN
HARGA MENU DALAM SEBUAH RUMAH MAKAN

Oleh :

PUTRI ARIYA DITA

120710101042

Dosen Pembimbing Utama (DPU)



Dr. Fendi Setyawan, S.H., M.H.
NIP: 197202171998021001

Dosen Pembimbing Anggota (DPA)



(Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H.)
NIP. 197905142003121002

Mengesahkan :

Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi
Universitas Jember
Fakultas Hukum

Mengesahkan :

Kementerian Riset, Teknologi Dan Pendidikan Tinggi
Universitas Jember
Fakultas Hukum
Penjabat Dekan



Dr. NURUL CHUFRON, S.H., M.H
NIP. 197409221999031003

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 01
Bulan : September
Tahun : 2016

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji

Ketua,



(Mardi Handono, S.H., M.H.)
NIP. 196312011989021001

Sekretaris



PRATIWI PUSPITHO ANDINI, SH., MH
NIP : 198210192006042001

Anggota Penguji

Dosen Pembimbing Utama (DPU)



Dr. Fendi Setyawan, S.H., M.H.
NIP: 197202171998021001

Dosen Pembimbing Anggota (DPA)



(Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H., M.H.)
NIP. 197905142003121002

PERYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : PUTRI ARIYA DITA

NIM : 120710101042

Fakultas : Hukum

Program Studi / Jurusan : Ilmu Hukum

Menerangkan dengan sebenarnya, bahwa Skripsi dengan judul “**Perlindungan Konsumen terhadap tidak adanya Pencantuman Harga Menu dalam Rumah Makan**”, adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam hal pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika pernyataan ini tidak benar.

Jember,

Yang menyatakan,

PUTRI ARIYA DITA

NIM. 120710101042

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan syukur yang tak terhingga penulis ucapkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini yang berjudul PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP TIDAK ADANYA PENCANTUAMAN HARGA MENU PADA SEBUAH RUMAH MAKAN dapat terselesaikan dengan baik, serta pujian yang setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat dan salam tetap terlimpahkan pada junjungan kami.

Terima kasih sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya penulis ucapkan :

1. Bapak Dr. Fendi Setyawan, S.H., M.H., Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan petunjuknya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu;
2. Bapak Dr. Ermanto Fahamsyah S.H., M.H., Dosen Pembantu Pembimbing dan sekaligus menjadi Dosen Wali yang juga bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan petunjuknya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu;
3. Bapak Mardi Handono S.H., M.H., Ketua Penguji sekaligus Pejabat Pembantu Dekan II Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan mengevaluasi skripsi ini sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik;
4. Ibu Pratiwi Puspitho Andini S.H, M.H., Sekretaris Penguji yang juga bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan mengevaluasi skripsi ini sehingga penulisan ini menjadi lebih baik;
5. Bapak Dr. Nurul Gufron, S.H., M.H., Pejabat Dekan Fakultas hukum Universitas Hukum;
6. Ibu Dr. Dyah Octorina Susanti, S.H., M.Hum, Pejabat pembantu Dekan I Fakultas Hukum Universitas Jember;
7. Bapak Iwan Rachmat Soetijono, S.H., M.H., Pembantu Dekan III Fakultas Hukum Universitas Jember;
8. Ayah dan Ibuku H.M. Suhartono, dan Hj. Elok Kisnianah, atas bimbingannya, kasih sayang, doa dan dukungannya;

9. Kakak-kakaku Achmad Nur Cholis, Aminuddin Affandy, dan Agung Prasetyo, S.E., atas kasih sayang, doa serta dukungannya selama ini;
10. Bapak dan Ibu Guru sejak tingkat Taman Kanak-kanak hingga tingkat Sekolah Menengah Atas, atas bimbingan, pendidikan, dan tuntunannya;
11. Saudara-saudara UKMF Asian Law Student's Assosiation (ALSA) Local Chapter Universitas Jember atas bimbingan dan pengalaman yang diberikan kepada saya dalam organisasi serta semangat dan kebersamaanya;
12. Sahabat terbaik saya selama di jember Charina Marietasari Suwarno Putri, S.H., terima kasih atas waktu, bimbingan, bantuan, doa, keceriaan, semangat dan kasih sayangnya selama beberapa tahun terakhir ini;
13. Orang terdekat saya Cok Satrya Aditya, S.H., yang menemani hari-hari saya terima kasih banyak atas waktu, keceriaan, semangat, doa serta dukungan, dan keperdulianya selama beberapa tahun terakhir ini;
14. Sahabat-sahabat saya selama masa perkuliahan saya hingga sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini Citra Amalia Garnida, Ayu Megawati, Sukma Hapsari Wulandari, Megawati Priellita, S.H., Nur Fitriana Putri Sukarsan, Dyah Ayu Choirunisa, Rizka Rahma Naninda, Rodhiyah Ratih, S.H., Dimas Purnayoga Rakayoni, S.H., Abdillah Rizki noki Ananda, S.H., Gillang Pamungkas, Ifani Enggar Pratiwi, S.H., Vitriana Krisna Maharani, Arief Rahadian, S.H., Alphan Fazar Nurahma, S.H., Vega Pawestrisiwi, Gita Callista, Pandi Sadewo, Triasita Nur Azizah, Nadia Bob Said, Anggista Ayu Maretha, Yusfi Shilvia Devi, Enis Sukmawati, Ayu Megawati, Dinda Septa Auberta, Handayani Eka Budhianita, Richa Melinda, Pletty Wowungan, Mamik Sumardiyahningsih, Melisa Ayu, Desmi Nurva Amalia, S.H., Heni Ika Prinyanti S.H, Milda ariezza, S.H., Indah Nur Aini, Siti Mahlihah, Dio Prananta Jagaditha, S.H, Ferdiansyah Putra Manggala, S.H., Sabby Aulia Pratiwi, Febria Ayu Ernawati, S.H., Prizka Ines atas semangat, keceriaan dan kebersamaanya;
15. Teman-teman seperjuangan angkatan 2012 di Fakultas Hukum Universitas Jember, atas semangat dan kerjakerasnya;
16. Sahabat-sahabat Remajaku dan OST Maftucha, Ivatus Sania, Ratna Enno Aprillia Putri, S.Pd., Shella Kurniawati Romadhlon, Farlinda Nur Beauty, S.E., Annindaya Putri Bellia S.kg, Andani Devi Novitasari, S.St., Aida Fitriaytur Rohma, S.Pd., Titis Diatiti, Syafrida Nur Rohma S.ked., atas keceriaan, dukungan, doa serta kebersamaanya sampai detik ini;

17. Teman-teman Griya Defani Building Aulia Yosi, Enha Sorandry, Siska, Regitha terimakasih sudah membuat saya nyaman di rumah kedua ini;
18. Teman-teman KKN 81 Yunani, Imam, Dhani, Anis, Dovy, Nita, Ipin, Dika dan Yuan trimakasih sudah menemani hari-hari saya di Desa Summersari, Rowokangkusng kota lumajang;
19. Semua pihak yang turut serta membantu kelancaran skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat penulis berikan kecuali harapan semoga amal kebbaikannya mndapat imbalan dari Allah SWT, dan penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya, Amin.

Jember, 20 juni 2016

Penulis

RINGKASAN

Perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Kondisi tersebut membuat kedudukan konsumen dengan pelaku usaha tidak seimbang. Konsumen pada umumnya sering berada pada pihak yang dirugikan, baik dari pelaku usaha maupun sebagai akibat ketidaktahuan konsumen mengenai informasi itu sendiri karena produk dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Seperti contoh fakta di sebuah rumah makan di kawasan wisata Pantai Karang Bolong, Anyer. Konsumen rumah makan tersebut pada saat memesan makanan hanya diberikan daftar menu saja tanpa adanya pencantuman daftar harga pada menu. Pihak konsumen akhirnya melakukan transaksi pembayaran dan menilai dirugikan karena jumlah yang harus dibayar tidak senilai dengan apa yang diberikan oleh produsen. Hal tersebut jelas bertentangan dengan Pasal 4 huruf c UUPK mengenai Hak Konsumen, yang berbunyi: “Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.”

Perlu diakui, pengetahuan dan informasi konsumen dalam hal ini selalu terbatas, terutama karena alasan itulah mudah terjadi praktik-praktik yang merugikan. Setiap konsumen berhak memperoleh informasi. Dengan demikian, perlindungan konsumen harus segera dapat diimplementasikan dalam kerangka kehidupan ekonomi. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka Penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dalam bentuk skripsi menyangkut rumah makan yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman pada menu yang dapat merugikan konsumen dengan judul proposal skripsi :” Perlindungan Konsumen terhadap Tidak Adanya Pencantuman Harga Menu dalam Sebuah Rumah Makan.”

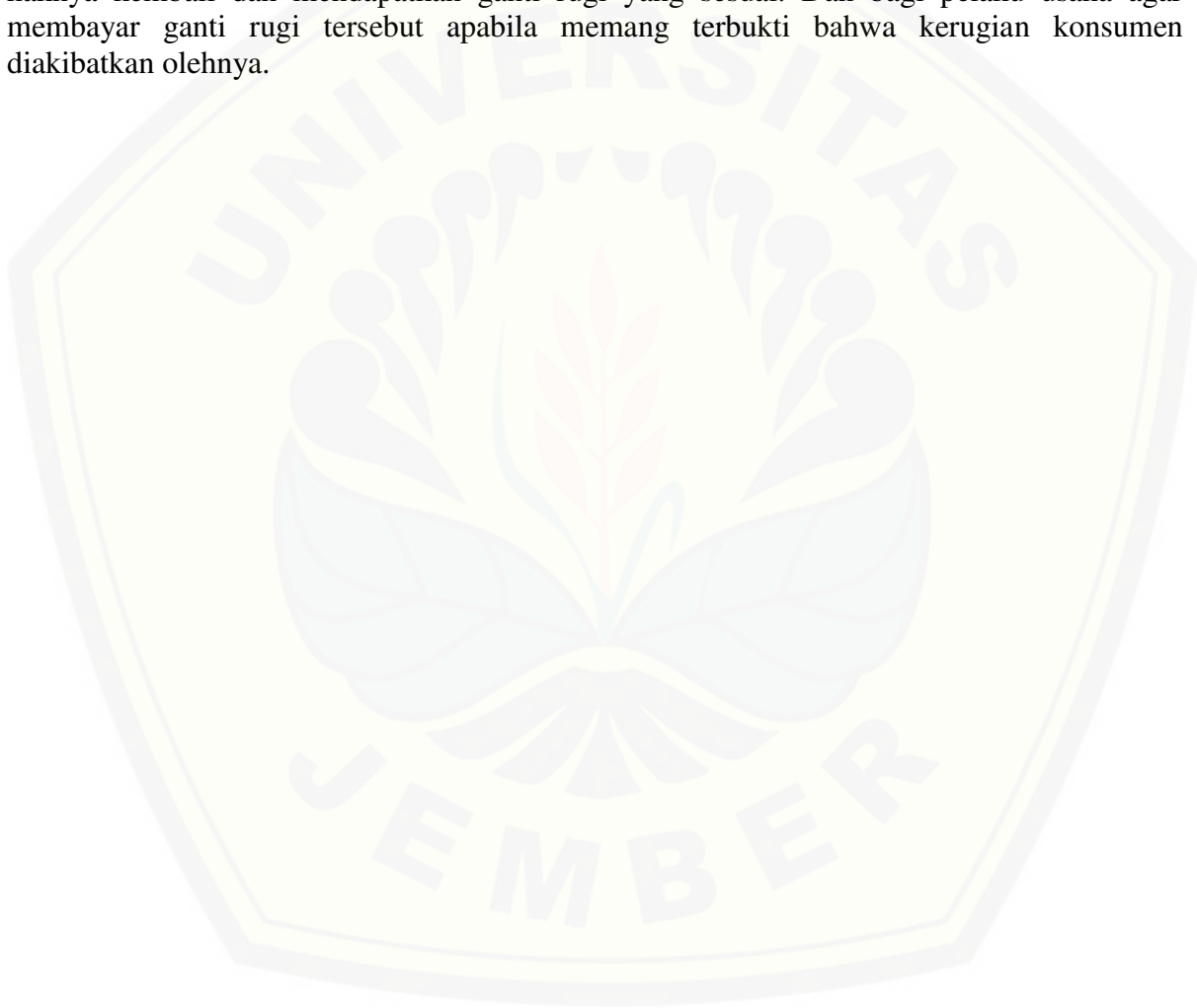
Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah, dirumuskan beberapa permasalahan dalam skripsi ini:

1. Bagaimana pengaturan terkait kewajiban pelaku usaha rumah makan dalam pemberian informasi daftar menu dan harga yang memberikan informasi awal kepada konsumen?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha rumah makan jika harga yang dikenakan terhadap konsumen tidak wajar dan tidak sesuai dengan harga menu yang dicantumkan?
3. Upaya apa yang dapat dilakukan oleh konsumen jika dirugikan atas ketidakjelasan informasi tentang harga menu di sebuah rumah makan?

Metodologi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini yaitu tipe penelitian menggunakan yuridis normatif, pendekatan masalah menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual, bahan hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Dan cara untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terkumpul dipergunakan metode analisa bahan hukum deduktif.

Berdasarkan pada pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan sebagai bahwa Pelaku Usaha Rumah Makan berkewajiban mencantumkan harga menu makanan dan minuman menurut Pasal 2 ayat (1) Jo Pasal 3 yang secara yuridis diatur dalam Permendag Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan. Dan Pelaku usaha rumah makan wajib bertanggung jawab kepada konsumen yang telah dirugikan atas ketidak sesuaian harga yang dikenakan saat pembayaran dengan mengganti kerugian. Dan upaya penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh oleh konsumen akibat tidak adanya pencantuman harga pada sebuah rumah makan pelaku usaha yaitu dengan cara menggugat pelaku usaha, sebagaimana diatur dalam Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui pengadilan (litigasi) maupun di luar pengadilan (non litigasi).

Saran dalam penelitian skripsi ini yaitu, pertama, Bagi pemerintah harusnya memperketat peraturan kewajiban pelaku usaha, pelaku usaha yang bergerak dibidang rumah makan khususnya ditempat pariwisata untuk memberikan informasi dalam harga menu makanan dan minuman dengan benar, jelas dan jujur di sebuah rumah makan. Pemerintah juga memberi himbauan agar rumah makan mencantumkan harga makanan dan minuman menurut Pasal 2 ayat (1) Jo Pasal 3 yang secara yuridis diatur dalam Permendag Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan. Kedua, Bagi pelaku usaha diharapkan dapat beritikad baik dalam menjaga melakukan kegiatan usaha rumah makan tersebut dan lebih menyadari tanggung jawabnya untuk tidak berbuat curang dalam menentukan harga yang wajar dan sesuai dengan apa yang dicantumkan pada menu makanan dan minuman kepada konsumen. Ketiga, Konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa baik di pengadilan maupun non-pengadilan diharapkan mendapatkan hasil yang adil. Bagi konsumen yang dirugikan, agar dapat menuntut hak-haknya kembali dan mendapatkan ganti rugi yang sesuai. Dan bagi pelaku usaha agar membayar ganti rugi tersebut apabila memang terbukti bahwa kerugian konsumen diakibatkan olehnya.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERSYARATAN GELAR.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN PENETAPAN PENGUJI.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH.....	x
HALAMAN RINGKASAN.....	xii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1. Tujuan Umum.....	5
1.3.2. Tujuan Khusus.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Metode Penelitian.....	6
1.5.1. Tipe Penelitian.....	6
1.5.2. Pendekatan Masalah.....	7
1.5.3. Bahan Hukum.....	7
1.5.4. Analisis Bahan Hukum.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Perlindungan Konsumen.....	11
2.1.1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	11
2.1.2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	13
2.2. Produsen atau Pelaku Usaha.....	15
2.2.1. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	16
2.2.2. Tanggung Jawab Produsen Sebagai Pelaku Usaha.....	17
2.2.2.1. Pertanggungjawaban Publik.....	17

2.2.2.2. Pertanggungjawaban Privat.....	19
2.3. Konsumen.....	20
2.3.1. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	20
2.4. Harga.....	22
2.4.1. Pengertian Harga.....	23
2.4.2. Prinsip Perlindungan atas Barang dan Harga.....	23
2.4.3. Tahap-Tahap penentuan Harga.....	24
2.5. Rumah Makan.....	24
2.5.1. Pengertian Rumah makan.....	24
2.5.2. Ketentuan Umum, Pembinaan, dan Pengawasan Pendirian Rumah Makan.....	25
2.5.3. Tanggung Jawab Pengelola Rumah makan.....	26
BAB 3 PEMBAHASAN.....	28
3.1. Peraturan yang Terkait Kewajiban Pelaku Usaha dalam memberikan Informasi Harga Menu dan Harga yang memberikan Informasi di awal kepada konsumen.....	28
3.1.1. Harga.....	29
3.1.2. Regulasi Pencantuman Harga barang.....	31
3.1.3. Pemberian Informasi Daftar Menu dan Harga kepada Konsumen.....	37
3.3.1. Kewajiban Pelaku Usaha Mencantumkan Harga dalam Rupiah	38
3.2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Jika harga yang dikenakan terhadap Konsumen Tidak Wajar dan Tidak Sesuai dengan Harga yang Dicantumkan.....	40
3.3. Upaya yang dapat dilakukan oleh Konsumen. Jika, Konsumen dirugikan atas ketidakjelasan Informasi tentang Harga Menu di sebuah Rumah Makan.....	47
3.3.1. Penyelesaian Sengketa melalui Pengadilan.....	49
3.3.2. Penyelesaian Sengketa di luar Pengadilan.....	50
BAB 4 PENUTUP.....	58
4.1. Kesimpulan.....	58
4.2. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perlindungan konsumen merupakan bagian tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Kegiatan bisnis yang sehat menciptakan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan yang seimbang mengakibatkan konsumen berada dalam kondisi yang lemah. Lebih-lebih jika produk yang dihasilkan oleh produsen merupakan jenis produk yang terbatas, produsen dapat menyalahgunakan posisinya yang monopolistik tersebut. Hal itu tentu saja akan merugikan konsumen.¹ Kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen tersebut dapat timbul sebagai akibat dari adanya hubungan hukum yang lahir dari perjanjian antara produsen dengan konsumen, maupun akibat dari adanya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh produsen.²

Tujuan perlindungan konsumen pada hakikatnya adalah untuk mencapai maslahat dari hasil transaksi ekonomi. Pengertian maslahat dalam kegiatan ekonomi ataupun bisnis adalah untuk pencapaian sebuah keuntungan. Keuntungan diperoleh apabila kegiatan usaha memberikan nilai tambah dari aspek ekonomi. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan kesadaran dari para pelaku usaha untuk selalu mengedepankan perbuatan yang tidak bertentangan dengan peraturan-peraturan yang ada,³ terutama Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang selanjutnya disebut UUPK.

Di dalam Pasal 1 angka 1 UUPK menyebutkan bahwa “Perlindungan Konsumen adalah upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Segala upaya memberikan jaminan akan kepastian hukum ukurannya secara kualitatif ditentukan dalam UUPK dan undang-undang lainnya yang dimaksudkan dan masih berlaku untuk memberikan perlindungan konsumen, baik dalam bidang hukum privat, perdata, maupun bidang

¹ Ahmadi Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Raja Grafindo Persada, hlm.1.

² Ibid, hlm 1.

³ Tim P3EI Universitas Indonesia, 2008, *Ekonomi*, Rajawali Pers, hlm.135.

hukum publik (hukum pidana dan hukum administrasi negara. Kepastian hukum dalam pasal 1 angka 1 tersebut bisa diaplikasikan juga dalam “kepastian harga makanan dan minuman yang ditawarkan di rumah makan/restoran/warung”.

Salah satu unsur penting dalam kegiatan usaha ekonomi dan bisnis adalah keberadaan konsumen. Hampir semua orang yang telah menggunakan produk barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat dapat dikategorikan sebagai konsumen. Begitu besarnya yang menggantungkan kebutuhannya pada sebuah produk yang beredar di masyarakat menyebabkan keberadaannya perlu mendapat perlindungan hukum.⁴

Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen maka perlu ditingkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. Kewajiban untuk menjamin keamanan suatu produk agar tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen dibebankan kepada pelaku usaha atau/ produsen, karena pihak pelaku usaha dan produsen yang mengetahui komposisi masalah-masalah yang menyangkut keamanan suatu produk tertentu.⁵

Era Globalisasi ini, kesibukan konsumen semakin bertambah, baik karena sekolah, kuliah, belajar, ataupun berbagai aktifitas lainnya, tentu membuat konsumen berpikir untuk selaku bersikap efektif, efisien dan praktis dalam setiap aktivitasnya. Seperti contoh ketika konsumen membutuhkan kebutuhan pangan, konsumen tentu menginginkan untuk segera memenuhi hak jasmani tubuh tersebut. Pada saat konsumen memesan makanan sesuai dengan keinginannya, pada saat itu terjadilah hubungan kontraktual (*privity of contract*) antara konsumen dan pengelola sebuah rumah makan. Di mata hukum, konsumen mempunyai kewajiban untuk membayar harga makanan. Sebaliknya, pengelola rumah makan berkewajiban menyediakan makanan sesuai dengan pesanan konsumen.⁶

⁴ Ibid, hlm.5.

⁵ Repository.usu.ac.id, Tinjauan Yuridis terhadap Perlindungan Konsumen atas Beredarnya Makanan yang Kadaluarsa, hlm. 3 diakses tanggal 5 Maret 2016 Pukul 17.58 WIB.

⁶ Sidharta, 2004, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Grafindo, hlm.6.

Konsumen pada umumnya sering berada pada pihak yang dirugikan, baik dari produsen atau/ pelaku usaha maupun sebagai akibat ketidaktahuan konsumen mengenai informasi itu sendiri karena produk dan/atau jasa yang dihasilkan oleh produsen atau/ pelaku usaha. Seperti contoh fakta di sebuah rumah makan di kawasan wisata Pantai Karang Bolong, Anyer. Konsumen rumah makan tersebut pada saat memesan makanan hanya diberikan daftar menu saja tanpa adanya pencantuman daftar harga pada menu. Pihak konsumen akhirnya, melakukan transaksi pembayaran dan menilai dirugikan karena jumlah yang harus dibayar tidak senilai dengan apa yang diberikan oleh produsen . Hal tersebut jelas bertentangan dengan Pasal 4 huruf c UUPK mengenai Hak Konsumen, yang berbunyi: “Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.”

Fakta di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui cara promosi, cara penjualan, dan penerapan perjanjian standar sepihak yang merugikan konsumen.

Ketidaktahuan informasi oleh konsumen mengakibatkan harga menjadi kurang adil. Perlu diakui, pengetahuan dan informasi konsumen dalam hal ini selalu terbatas, terutama karena alasan itulah mudah terjadi praktik-praktik yang merugikan. Setiap konsumen berhak memperoleh informasi. Oleh karena itu informasi harga dari suatu produk makanan dan minuman sangatlah penting. Tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk yang tidak wajar, cacat atau kadaluarsa, karena informasi yang kurang memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memilih apa yang dikonsumsinya sesuai kebutuhan yang diinginkan dengan benar-benar serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam memilih dan memenuhi kebutuhan jasmaninya. Berdasarkan informasi tersebut hak konsumen untuk memutuskan membeli atau/ tidak membeli produk yang bersangkutan.

Bisnis rumah makan agar aman dan memadai perlu diupayakan terwujudnya suatu sistem yang mampu memberikan perlindungan hukum kepada masyarakat yang berkunjung ke sebuah rumah makan yaitu menyajikan hidangan sesuai dengan menu dan harga yang telah tercantum pada daftar menu yang dimiliki oleh rumah makan tersebut, agar tidak merugikan konsumen.

Dengan demikian, perlindungan konsumen harus segera dapat diimplementasikan dalam kerangka kehidupan ekonomi. Hal ini penting mengingat perlindungan konsumen haruslah menjadi salah satu perhatian yang utama karena berkaitan erat dengan masyarakat sebagai konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka Penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dalam bentuk skripsi menyangkut rumah makan yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman pada menu yang dapat merugikan konsumen dengan judul proposal skripsi : **"Perlindungan Konsumen terhadap Tidak Adanya Pencantuman Harga Menu dalam Sebuah Rumah Makan."**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaturan terkait kewajiban pelaku usaha rumah makan dalam pemberian informasi daftar menu dan harga yang memberikan informasi awal kepada konsumen?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha rumah makan jika harga yang dikenakan terhadap konsumen tidak wajar dan tidak sesuai dengan harga menu yang dicantumkan?
3. Upaya apa yang dapat dilakukan oleh konsumen jika dirugikan atas ketidakjelasan informasi tentang harga menu di sebuah rumah makan?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

- a. Melengkapi dan memilih tugas sebagai persyaratan pokok yang bersifat akademis guna meraih gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.
- b. Mengembangkan ilmu dan pengetahuan hukum dari perkuliahan yang bersifat teoritis dengan praktik yang terjadi dalam masyarakat.
- c. Menambah pengalaman dan memberikan sumbangan pemikiran yang berguna bagi kalangan umum, bagi para mahasiswa fakultas hukum dan almamater.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus yang hendak dicapai dari penulisan skripsi ini :

- a. Mengetahui dan memahami pengaturan terkait kewajiban pelaku usaha dalam pemberian informasi daftar menu dan harga yang memberikan informasi awal kepada konsumen.
- b. Mengetahui dan memahami tanggung jawab pelaku usaha jika harga yang dikenakan terhadap konsumen tidak wajar dan tidak sesuai dengan harga menu yang dicantumkan.
- c. Mengetahui dan memahami apa yang dapat dilakukan oleh konsumen jika dirugikan atas ketidakjelasan informasi tentang harga menu di sebuah rumah makan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam skripsi ini adalah :

1. Sebagai referensi bagi para penstudi atau kajian Ilmu Hukum, tentang perlindungan hukum bagi konsumen terhadap tiadak adanya pencantuman harga menu makanan dan minuman dalam sebuah rumah makan.
2. Sebagai bahan masukan bagi pemerinta daerah dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang telah dirugikan akibat tidak adanya pencantuman harga menu makanan dan minuman di sebuah rumah makan.

1.5 Motode penelitian

Metodologi merupakan cara kerja menemukan atau memperoleh atau menjalankan suatu kegiatan untuk memperoleh hasil yang kongkrit. Sehingga penggunaan metode penelitian hukum dalam penulisan skripsi ini dapat digunakan untuk menggali, mengolah, dan merumuskan bahan-bahan hukum yang diperoleh sehingga mendapatkan kesimpulan yang sesuai dengan kebenaran ilmiah untuk menjawab isu hukum yang dihadapi. Mengadakan suatu penelitian ilmiah mutlak menggunakan metode, karena dengan metode tersebut berarti penyelidikan yang berlangsung menurut suatu rencana tertentu.⁷Berikut metode penelitian yang dipergunakan :

1.5.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dipergunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah Yuridis Normatif, artinya permasalahan yang diangkat, dibahas dan diuraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Tipe penelitian yuridis normatif dilakukan dengan mengkaji berbagai macam aturan hukum yang bersifat formal seperti undang-

⁷ Jony Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif Edisi Revisi, Cetakan II*, hlm.294.

undang, literatur-literatur yang bersifat konsep teoritis yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok pembahasan.⁸

1.5.2 Pendekatan Masalah

Di dalam suatu penelitian hukum terdapat beberapa macam pendekatan yang dengan pendekatan tersebut, penulis mendapat informasi dari berbagai aspek mengenai isu hukum yang diangkat dalam permasalahan untuk kemudian dicari jawabannya. Adapun dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan 2 (dua) macam pendekatan, yaitu :

1. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua undang undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argumen untuk memecahkan isu yang dihadapi.⁹

2. Pendekatan Konseptual (*Conseptual Approach*)

Pendekatan Konseptual yaitu suatu metode pendekatan melalui pendekatan dengan merujuk pada prinsip-prinsip hukum. Prinsip-prinsip ini dapat diketemukan dalam pandangan-pandangan sarjana ataupun doktrin-doktrin hukum.¹⁰

1.5.3 Bahan Hukum

Bahan hukum merupakan sarana dari suatu penulisan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa yang seharusnya. Bahan hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah bahan hukum yang dipergunakan dalam skripsi ini, meliputi bahan hukum primer, dan bahan hukum sekunder, yaitu :

⁸ Peter Mahmud Marzuki, 2010 *Penelitian Hukum*, Kencana media Group, Jakarta, hlm.194.

⁹ Ibid, hlm.93.

¹⁰ Ibid, hlm.130

1.5.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang undangan. Adapun yang termasuk dalam bahan hukum primer yang akan dipergunakan dalam mengkaji setiap permasalahan dalam penulisan skripsi ini adalah :

- 1) Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha.
- 2) Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- 3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2014 tentang Standart Usaha Rumah Makan.
- 4) Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1098/MENKES/SK/VII/2013 tentang Persyaratan Hygiene Sanitasi Rumah Makan dan Restoran.
- 5) Peraturan Mentri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencatuman Harga Barang dan Tarif Jasa.
- 6) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 62/M-DAG/PER/12/2009 tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang.
- 7) Keputusan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2014 tentang Standart Usaha Restoran.
- 8) Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KN.73/PUU`05/MPPT-85
- 9) Surat Keputusan Direktorat Jenderal Pariwisata No.15/u/11/88 tentang Pelaksaaan Ketentuan dan Pengolongan Restoran.

Bahan hukum diatas akan dijadikan acuan atau dasar utama untuk membahas dan menganalisa rumusan masalah dalam skripsi ini.

1.5.3.2 Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah juga seluruh informasi tentang hukum yang berlaku atau yang pernah berlaku di suatu negeri. Keberadaan bahan-bahan hukum sekunder, secara formal tidak sebagai hukum positif. Bahan-bahan hukum sekunder ini adalah buku-buku teks, laporan penelitian hukum, jurnal hukum yang memuat tulisan-tulisan kritik para ahli dan para akademisi terhadap berbagai produk hukum

perundang-undangan dan putusan pengadilan, notulen-notulen seminar hukum, memori-memori yang memuat opini hukum, terbitan, deklarasi-deklarasi, dan situs-situs internet.¹¹

1.5.3.2 Bahan Non Hukum

Bahan Penunjang dari sumber hukum primer dan sekunder, sumber bahan non hukum dapat berupa, internet, ataupun laporan-laporan penelitian non hukum dan jurnal-jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan topik penulisan skripsi.¹²

1.5.4 Analisa Bahan Hukum

Cara untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah terkumpul dipergunakan metode analisa bahan hukum deduktif, yaitu suatu metode penelitian berdasarkan konsep atau teori yang bersifat umum diaplikasikan untuk menjelaskan tentang seperangkat data, atau menunjukkan komparasi atau hubungan seperangkat data dengan seperangkat data yang lain dengan sistematis berdasarkan kumpulan bahan hukum yang diperoleh, ditambahkan pendapat para sarjana yang mempunyai hubungan dengan bahan kajian sebagai bahan komparatif. Langkah-langkah selanjutnya yang dipergunakan dalam melakukan suatu penelitian hukum, yaitu :

- a) Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan ;
- b) Pengumpulan bahan-bahan hukum dan sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non-hukum ;
- c) Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
- d) Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum;

¹¹ Soerjono Soekanto, 2006, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tujuan Singkat*, PT Raja Grafindo, Jakarta, hlm. 165.

¹² Peter Mahmud Marzuki, *op.cot.*, hlm.164.

- e) Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun di dalam kesimpulan.

Melalui langkah-langkah tersebut maka akan didapatkan kesesuaian hubungan antara suatu data dengan data lainnya sehingga penelitian hukum ini dapat menemukan kesimpulan yang tepat.







BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perlindungan Konsumen

2.1.1 Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal – hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.

Dalam Pasal 1 angka 1 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan:

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Karena itu, berbicara tentang perlindungan konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak – hak konsumen.

Perlindungan Konsumen mempunyai cakupan yang luas meliputi perlindungan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga ke akibat – akibat dari pemakaian barang dan jasa itu. Cakupan perlindungan konsumen dalam dua aspeknya itu, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perlindungan terhadap kemungkinan diserahkan kepada konsumen barang dan atau jasa yang tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang – undang. Dalam kaitan ini termasuk persoalan – persoalan mengenai penggunaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, desain produk, dan sebagainya, apakah telah sesuai dengan standar sehubungan keamanan dan keselamatan konsumen atau tidak. Juga, persoalan tentang

bagaimana konsumen mendapatkan penggantian jika timbul kerugian karena memakai atau mengonsumsi produk yang tidak sesuai.

2. Perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat – syarat yang tidak adil. Dalam kaitan ini termasuk persoalan – persoalan promosi dan periklanan, standar kontrak, harga, layanan purnajual, dan sebagainya. Hal ini berkaitan dengan perilaku produsen dalam memproduksi dan mengedarkan produknya.¹

Aspek yang pertama, mencakup persoalan barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan, dimasukkan dalam cakupan tanggung jawab produk, yaitu tanggung jawab yang dibebankan kepada produsen-pelaku usaha karena barang yang diserahkan kepada konsumen itu mengandung cacat di dalamnya sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen, misalnya, karena keracunan makanan, barang tidak dapat dipakai untuk tujuan yang diinginkan karena kualitasnya rendah, barang tidak dapat bertahan lama, karena cepat rusak, barang tidak sesuai dengan penggunaan yang diinginkan, dan sebagainya.

Dalam kaitan ini, beberapa persoalan yang timbul menyangkut bahan baku, proses produksi, desain, dan sebagainya yang berhubungan dengan menghasilkan produk.

Sedangkan yang kedua, mencakup cara konsumen memperoleh barang dan/atau jasa, yang dikelompokkan dalam cakupan standar kontrak yang mempersoalkan syarat – syarat perjanjian yang diberlakukan oleh produsen – pelaku usaha kepada konsumen pada waktu konsumen hendak mendapatkan barang atau jasa kebutuhannya.

Umumnya produsen – pelaku usaha membuat atau menetapkan syarat – syarat perjanjian secara sepihak tanpa memperhatikan dengan sungguh – sungguh kepentingan konsumen sehingga bagi konsumen tidak ada kemungkinan untuk mengubah syarat – syarat itu guna mempertahankan kepentingannya. Seluruh syarat

¹ Janus sidabalok, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Cita aditya Bakti, Bandung, hlm 8.

yang terdapat pada perjanjian, sepenuhnya atas kehendak pihak produsen – pelaku usaha barang dan atau jasa. Bagi konsumen hanya ada pilihan: mau atau tidak mau sama sekali. Karena itu, Vera Bolger menamakannya sebagai take it or leave it contract. Artinya, kalau calon konsumen setuju, perjanjian boleh dibuat; kalau tidak setuju silahkan pergi.² Biasanya syarat – syarat perjanjian itu telah tertuang dalam formulir yang sudah disiapkan terlebih dahulu yang dicetak sedemikian rupa sehingga kadang – kadang tidak terbaca dan sulit dimengerti.

2.1.2 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

A. Asas Perlindungan Konsumen

Dalam perlindungan konsumen, hak-hak konsumen harus dipenuhi, baik oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek.

Pasal 2 UUPK menyatakan, “perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”³

Beberapa asas perlindungan konsumen diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Asas manfaat adalah asas yang mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
2. Asas keadilan adalah asas yang bertujuan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberi kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;

² Mariam Darus, 1980, *Perlindungan Terhadap Konsumen Ditinjau dari segi Standar Kontrak (Baku)*, BPHN-Binacipta, hlm. 59-60.

³ Abdul Halim Barkatullah, 2010, *Hak-Hak Konsumen*, Bandung: Nusa Media, hlm.25.

3. Asas keseimbangan adalah asas yang memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen adalah asas yang memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Asas kepastian hukum adalah asas yang memiliki tujuan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen, dimana negara dalam hal ini turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.

B. Tujuan Perlindungan Konsumen

Melalui 5 (lima) asas perlindungan konsumen yang tercantum dalam Pasal 2 UUPK, terdapat komitmen untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen yang mana diatur dalam Pasal 3 UUPK yang menyatakan bahwa:

“Perlindungan konsumen bertujuan:

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

Tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan

kesadaran konsumen, serta secara tidak langsung mendorong pelaku usaha didalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan penuh rasa tanggung jawab.⁴

Penerapan peraturan hukum perlindungan konsumen seringkali merefleksikan ketidakseimbangan kekuatan antara pelaku usaha dan konsumen. Secara historis, konsumen dianggap pihak yang lebih lemah dalam transaksi bisnis sehingga aturan-aturan serta regulasi khusus dikeluarkan untuk melindungi kepentingan konsumen.⁵

2.2 Produsen atau Pelaku Usaha

Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, leveransir, dan pengecer profesional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen.⁶ Sifat profesional merupakan syarat mutlak dalam hal menuntut pertanggungjawaban dari produsen.

Dengan demikian, produsen tidak hanya diartikan sebagai pelaku usaha pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi juga mereka yang terkait dengan penyampaian/peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Dengan kata lain, dalam konteks perlindungan konsumen, produsen diartikan secara luas. Sebagai contoh, dalam hubungannya dengan produk makanan hasil industri (pangan olahan), maka produsennya adalah mereka yang terkait dalam proses pengadaan makanan hasil industri (pangan olahan) itu hingga sampai ke tangan konsumen. Mereka itu adalah: pabrik (pembuat), distributor, eksportir atau importir, dan pengecer, baik yang berbentuk badan hukum maupun yang bukan badan hukum.⁷

Pasal 1 angka 3 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak memakai istilah produsen, tetapi memakai istilah

⁴ Ibid, hlm.27.

⁵ Ibid, hlm.28.

⁶ Agung M.toar, 1998, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah dan Perkembangan di beberapa Negara*, Alumni, Bandung, hlm.2.

⁷ Janus sidabalok, *op.cit.*, hlm.13.

lain yang kurang lebih sama artinya, yaitu pelaku usaha yang diartikan sebagai berikut:

“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 penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

Dalam pengertian ini, termasuklah perusahaan; (korporasi) dalam segala bentuk dan bidang usahanya, seperti BUMN, koperasi, dan perusahaan swasta, baik berupa pabrikan, importir, pedagang eceran, distributor; dan lain – lain.⁸

Sebagai penyelenggara kegiatan usaha, pelaku usaha adalah pihak yang harus bertanggung jawab atas akibat – akibat negatif berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya terhadap pihak ketiga, yaitu konsumen, sama seperti seorang produsen.

2.2.1 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Dalam kegiatan menjalankan usaha, undang – undang memeberikan sejumlah hak dan membebaskan sejumlah kewajiban dan larangan kepada produsen – pelaku usaha. Pengaturan tentang hak, kewajiban, dan larangan itu dimaksudkan untuk menciptakan hubungan yang sehat antara produsen – pelaku usaha dan konsumennya, sekaligus menciptakan iklim berusaha yang kondusif bagi perkembangan usaha dan perekonomian nasional pada umumnya.⁹

Indonesia melalui UUPK menetapkan hak-hak pelaku usaha yang mana terdapat dalam Pasal 6 yang menyatakan bahwa:

“Hak Pelaku Usaha adalah:

⁸ An. Nasution, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, hlm.17.

⁹ M. Sadar, Moh, Taufik Makarao, Habiloel Mawadi, 2012, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, @kademia, hlm.33.

- a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik;
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Hak – hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.”

Selain memperoleh hak-hak tersebut pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang mana diatur dalam Pasal 7 UUPK, yang menyatakan bahwa:

“Kewajiban Pelaku Usaha:

- a) Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan kegunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f) Memberi kompensasi; ganti rugi; dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) Memberi kompesansi; ganti rugi; dan atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.”

2.2.2 Tanggung Jawab Produsen sebagai Pelaku Usaha

2.2.2.1 Pertanggungjawaban Publik

Produsen sebagai pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi

pembangunan ekonomi perekonomian nasional secara keseluruhan. Karena itu kepada produsen-pelaku usaha dibebankan tanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban itu, yaitu melalui penerapan norma – norma hukum, kepatutan, dan menjunjung tinggi kebiasaan yang berlaku di kalangan dunia usaha.

Kewajiban produsen-pelaku usaha untuk senantiasa beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya (vide Pasal 7 huruf a Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen) berarti pelaku usaha ikut bertanggung jawab untuk menciptakan iklim berusaha yang sehat demi menunjang pembangunan nasional. Jelas ini adalah tanggung jawab publik yang diemban oleh produsen-pelaku usaha.

Atas setiap pelanggaran yang dilakukan oleh produsen-pelaku usaha maka kepadanya dikenakan sanksi – sanksi hukum, baik sanksi administratif maupun sanksi pidana. Beberapa perbuatan yang bertentangan dengan tujuan untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dapat dikategorikan sebagai perbuatan kejahatan.¹⁰

Bentuk pertanggungjawaban administratif yang dapat dituntut dari produsen sebagai pelaku usaha diatur di dalam pasal 60 ayat (1), (2), dan (3) Undang – Undang Perlindungan Konsumen yaitu sebagai berikut:

- (1) Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.
- (2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
- (3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam pertauran perundang-undangan.

Sedangkan pertanggungjawaban pidana yang dibebankan kepada produsen-pelaku usaha berdasarkan Pasal 62 ayat (1), (2), dan (3) Undang – Undang Perlindungan Konsumen adalah:

¹⁰ Ibid, hlm.81.

- (1) Pelaku Usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8; Pasal 9; Pasal 10; Pasal 13 ayat (2); Pasal 15; Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e dan ayat (2); dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
- (2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap, atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

2.2.2.2 Pertanggungjawaban Privat (Keperdataan)

Dalam Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur mengenai pertanggungjawaban produsen, yang disebut dengan pelaku usaha, pada Bab VI dengan judul Tanggung Jawab Pelaku Usaha, Pasal 19. Ketentuan pasal – pasal tersebut adalah sebagai berikut:

A. Tanggung jawab pelaku usaha pada umumnya

Pasal 19 menentukan:

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/jasa sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Yang dimaksudkan dengan Pasal 19 Undang – Undang Perlindungan Konsumen ini adalah jika konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran, atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengonsumsi produk yang diperdagangkan, produsen sebagai pelaku usaha wajib memberi penggantian kerugian, baik dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, perawatan, maupun dengan pemberian santunan. Penggantian kerugian itu dilakukan dengan waktu paling lama tujuh hari setelah tanggal transaksi. Namun demikian, dengan memperhatikan Pasal 19 ayat (5) maka dapat disimpulkan yang dimaksud di sini adalah apabila kesalahan tidak pada konsumen.¹¹

2.3 Konsumen

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi. Menurut pasal 1 angka 2 Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan:

“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua orang adalah konsumen karena membutuhkan barang dan jasa untuk mempertahankan hidupnya sendiri, keluarga, ataupun untuk memelihara/merawat harta bendanya.

2.3.1 Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak ini dimaksud untuk menjamin konsumen bahwa kepentingannya harus diperhatikan dengan tercermin dalam kebijaksanaan Pemerintah, termasuk turut didengar dalam pembentukan kebijakan tersebut. Selain itu, konsumen juga harus

¹¹ Janus Sidabalok, *op.cit.*, hlm.81-83.

didengar setiap keluhan dan harapannya dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dipasarkan produsen.

Konsumen sebagai pemakai barang atau/ jasa memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak – hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya jika di tegarai adanya tindakan yang tidak adi; pada dirinya. Ia secara spontan menyadari akan hal itu, seperti pada saat ia melakukan transaksi pembayaran di sebuah rumah makan. Ia menggunakan kendaraan beroda empat atau ia dari tempat yang jauh maka Ia dikenakan harga yang tidak wajar dan sebaliknya jika Ia menggunakan kendaraan beroda dua maka Ia akan dikenakan harga yang wajar. Karena rumah makan tersebut tidak mencantumkan harga pada menu rumah makany, dan kebanyakan yang terjadi di Indonesia, yaitu pada tempat – tempat wisata. Wisatawan selalu dijadikan objek sasaran bagi produsen atau/ pelaku usaha. Sering kali produsen atau/pelaku usaha melihat konsumen dari plat kendaraan atau asal konsumen, jika hal tersebut terjadi pada konsumen. Konsumen bisa bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak – haknya atas ketidakadilan yang Ia dapatkan. Dengan kata lain, Ia tidak hanya tinggal diam saja ketika hak – haknya telah dilanggar oleh produsen atau/ pelaku usaha, dalam pasal 4 huruf c UUPK disebutkan bahwa hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau/ jasa.

Indonesia melalui UUPK menetapkan hak-hak konsumen yang mana terdapat dalam Pasal 4 yang menyatakan bahwa:

“Hak konsumen adalah:

- a) Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

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

Selain memperoleh hak-hak tersebut konsumen juga memiliki kewajiban yang mana diatur dalam Pasal 5 UUPK, yang menyatakan bahwa:

“Kewajiban konsumen adalah:

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

2.4 Harga

2.4.1 Pengertian Harga

Variabel penting dalam manajemen pemasaran adalah kebijakan penentuan harga. Dari segi manajemen, persoalan ini memerlukan suatu strategi yang tersendiri pula. Komponen pembentu harga yaitu cost dan benefit. Yang penting diperhatikan di sini adalah bahwa harga harus wajar bagi semua pihak, yaitu bagi produsen-pelaku usaha, konsumen dan produsen pesaingnya.¹²

Salah satu hak konsumen yang berkaitan dengan harga ini adalah hak konsumen untuk mendaatkan ganti rugi karena menderita kerugian ekonomis (economic loss). Artinya, konsumen berhak untuk tidak dirugikan, berhak mendapatkan produk dengan dengan harga yang wajar. Hak ini mestinya mendapat

¹² Ibid, hlm.222.

eksistensi konsumen sangat penting bagi produsen – pelaku usaha. Produsen – pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya adalah saling membutuhkan, mempunyai hubungan simbiosis mutualisme. Maka, konsumen perlu dibina, dipelihara, dan dijaga keberadaanya.¹³

Harga adalah jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal.¹⁴ Pengertian harga dan barang secara yuridis terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang diperdagangkan, yang selanjutnya disebut Permendag Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang diperdagangkan yang tercantum dalam Pasal 1 angka 1 dan angka 4 yaitu: “Harga adalah nilai barang dalam jumlah satuan atau jumlah tertentu yang dinyatakan dengan rupiah.”

Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.”

2.4.2 Prinsip Perlindungan atas Barang dan Harga

Ketentuan dalam UUPK yang melindungi konsumen dari penggunaan barang yang tidak sesuai dengan standar yang ditentukan, adalah pasal 8 ayat (1) a, yang menentukan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹⁵

¹³ Ibid, hlm.222-223.

¹⁴ Ahmadi Miru, Loc.cit., hlm.197.

¹⁵ Janus widjaja Tandjung, Marketing managemen Pendekatan pada Nilai-Nilai Pelanggaran, Edisi Kedua, (Malang: Banyuwedia Publising, 2004)., hlm.20.

2.4.3 Tahap – Tahap Penentuan Harga

Harga produk atau jasa sangat berhubungan dengan kualitas produk atau jasa itu sendiri. Jika kualitas produk adalah yang terbaik, tentunya harganya akan berada di atas rata-rata. Sebaliknya jika produk berkualitas sedang atau rendah, harganya pun akan mengikuti. Harga juga berhubungan dengan dengan nilai atau value produk atau barang dan/atau jasa, jika suatu produk memberikan nilai atau value tertinggi, maka produk tersebut bernilai tinggi bagi konsumen sehingga produk tersebut juga mempunyai harga tertinggi. Strategi penentuan harga produk sangat menentukan keberhasilan suatu produk di pasaran. Dalam penentuan harga produk dapat dilakukan dengan tahap- tahap sebagai berikut:¹⁶

1. Melakukan survei pasar harga produk kompetitor yang sejenis atau sekategori;
2. Menetapkan sasaran harga produk atau jasa;
3. Memperkirakan permintaan pasar terhadap produk atau jasa;
4. Memperkirakan biaya (COGS: Cost Of Good Sales) dan menentukan biaya;
5. Menganalisis harga, biaya, dan penawaran pesaing;
6. Menetapkan metode penentu strategi harga produk atau jasa; Menetapkan harga akhir atau yang disebut dengan HET(harga eceran tertinggi);

2.5 Rumah Makan

2.5.1 Pengertian Rumah Makan

Pengertian rumah makan menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KN.73/PVVI05/MPPT-85 Tentang Peraturan Usaha Rumah Makan, dalam peraturan ini yang dimaksud dengan pengusaha jasa pangan adalah: “suatu usaha yang menyediakan jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.” Sedangkan menurut peraturan Menteri Kesehatan No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan maka yang dimaksud rumah makan adalah satu jenis usaha jasa pangan yang bertempat di sebagian atau seluruh bangunan yang permanen dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk

¹⁶ Titik Wijayanti, 2012, *Marketing Plan! Perlukah ?*, PT. Elek Media komputindo, hlm.70.

proses pembuatan, penyimpanan dan penjualan makanan dan minuman bagi umum di tempat usahanya.

2.5.2 Ketentuan Umum Pembinaan dan Pengawasan Pendirian Rumah Makan

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 1979 tentang Penyerahan Sebagian Urusan Pemerintahan Dalam Bidang Kepariwisata Kepada Daerah Tingkat I, Rumah Makan merupakan sektor usaha yang tercakup dalam bidang kepariwisataan dan pembinaannya diserahkan kepada pemerintah daerah tingkat I. Namun untuk tercapainya kesatuan tata cara pengaturan dan pembinaan urusan rumah makan tersebut, maka pemerintah mengeluarkan SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No : KM73/PW 105/MPPT-85 tentang Peraturan Urusan Rumah Makan. Berdasarkan SK tersebut menunjukkan bahwa pembinaan dan pengawasan rumah makan dilakukan oleh gubernur, sedangkan tata cara pengawasan ditetapkan oleh Gubernur sebagai Kepala Daerah Tingkat I.

Sementara itu, menurut SK Direktorat Jenderal Pariwisata No. 15/U/II/88 tentang Pelaksanaan Ketentuan dan Penggolongan Restoran/rumah makan menunjukkan bahwa Perijinan dalam bidang usaha rumah makan secara umum dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Ijin Sementara Usaha Rumah Makan

Ijin Sementara Usaha Rumah Makan adalah ijin yang bersifat sementara yang berlaku sampai 3 tahun dan diberikan oleh Direktur Jenderal untuk membangun rumah makan.

2. Ijin Tetap Usaha Rumah Makan

Ijin Tetap Usaha Rumah Makan adalah ijin tetap yang diberikan oleh Direktur Jenderal untuk mengusahakan rumah makan.

Sedangkan untuk penyediaan jasa-jasa lainnya dilingkungan rumah makan yang tidak menjadi bagian dari ijin tetap usaha rumah makan, wajib diselenggarakan atas dasar ijin usaha tersendiri sesuai dengan peraturan dan

perundang-undangan yang berlaku. Pembinaan dan pengawasan terhadap pembangunan dan pengusahaan rumah makan dilakukan oleh Direktur Jenderal atau Pejabat yang ditunjuk, demikian pula terhadap pemindahan hak kepemilikan rumah makan atau perubahan nama dan atau lokasi juga wajib dilaporkan secara tertulis.

2.5.3 Tanggung Jawab Pengelola Rumah Makan

Setiap rumah makan dan restoran harus memiliki ijin dari Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, dan untuk memperoleh ijin tersebut maka setiap rumah makan atau restoran wajib memiliki sertifikat laik sanitasi yang higienis dari Dinas Kesehatan Kabupaten atau Kota. Setiap rumah makan atau restoran diwajibkan memperkerjakan seorang penanggungjawab yang mempunyai pengetahuan hygiene sanitasi makanan dan telah memiliki sertifikat hygiene sanitasi makanan. Tenaga penjamah makanan yang bekerja pada rumah makan dan restoran wajib berbadan sehat dan melakukan pemeriksaan kesehatan secara berkala minimal 2 kali dalam satu tahun. Setiap penjamah makanan wajib memiliki sertifikat kursus penjamah makanan, yang dapat diperoleh dari instansi penyelenggara kursus sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku. Namun demikian pemerintah Indonesia sejak tahun 1999 melalui UU No. 22 tahun 1999 telah mencanangkan program kebijaksanaan Otonomi Daerah (Otda) yang pelaksanaannya dimulai sejak tahun 2001. Dengan adanya kebijaksanaan Otda tersebut maka beberapa instansi pemerintah yang berkompeten dibidang restoran dan rumah makan, seperti : Kanwil Pariwisata, Seni dan Budaya melebur menjadi Dinas Pariwisata Daerah. Sehingga segala kewenangan yang semula menjadi milik Kantor Wilayah menjadi milik Kantor Dinas dan segala bentuk perijinan, khususnya di bidang restoran dan rumah makan, mulai tahun 2001 telah dialihkan secara bertahap kepada Pemerintah Daerah Tingkat II.¹⁷

¹⁷ Soekresno, 2000, *Management Food and Beverage, Servis Hotel*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, hlm.17.





BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaku Usaha Rumah Makan menurut Pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mewajibkan pelaku usaha rumah makan untuk senantiasa beritikad baik dalam melakukan usahanya. Terutama dalam pemberian informasi tentang pencantuman harga menu makanan dan minuman di sebuah rumah makan dalam Pasal 10 UUPK yang dinyatakan dengan jelas benar dan tidak menyesatkan konsumen. Maka dari itu pelaku usaha rumah makan berkewajiban mencantumkan harga menu makanan dan minuman menurut Pasal 2 ayat (1) dan Pasal 3 yang secara yuridis diatur dalam Permendag Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan.
2. Pelaku usaha rumah makan wajib bertanggung jawab kepada konsumen yang telah dirugikan atas ketidak sesuaian harga yang dikenakan saat pembayaran dengan mengganti kerugian karena telah menimbulkan kecacatan terhadap salah satu unsur salah satu sahnyanya perjanjian yang diatur dalam Pasal 1320, Pasal 1321, Pasal 1328 dan Pasal 1338 KUHPd. Apabila tanggung jawab tidak dipenuhi, konsumen dapat meminta pertanggungjawaban secara Perdata berupa pemberian ganti kerugian sebagaimana diatur dalam Pasal 19 UUPK, Administrasi Negara berupa sanksi denda diatur dalam Pasal 60 (2) dengan denda maksimal Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah). Dan Pertanggungjawaban Pidana diatur dalam Pasal 62 ayat (1) yaitu berupa sanksi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2000.000.000 (dua miliar rupiah).

3. Upaya penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh oleh konsumen akibat tidak adanya pencantuman harga pada sebuah rumah makan pelaku usaha yaitu dengan cara menggugat pelaku usaha, Sebagaimana diatur dalam Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui pengadilan (litigasi) maupun di luar pengadilan (non litigasi). Penyelesaian di luar pengadilan diutamakan karena pelaksanaannya berjalan cepat dan biaya murah. Sengketa diluar pengadilan dapat diajukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dan lembaga penyelesaian lainnya sesuai dengan kesepakatan para pihak yang bersengketa. Jika tidak tercapai kesepakatan, maka gugatan dapat diajukan ke pengadilan sesuai dengan Pasal 48 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

4.2 Saran

1. Bagi pemerintah harusnya memperketat peraturan kewajiban pelaku usaha, pelaku usaha yang bergerak dibidang rumah makan khususnya ditempat pariwisata untuk memberikan informasi dalam harga menu makanan dan minuman dengan benar, jelas dan jujur di sebuah rumah makan. Pemerintah juga memberi himbauan agar makan di rumah makan yang mencantumkan harga makanan dan minuman yang tersedia.
2. Bagi pelaku usaha diharapkan dapat beritikad baik dalam menjaga melakukan kegiatan usaha rumah makan tersebut dan lebih menyadari tanggung jawabnya untuk tidak berbuat curang dalam menentukan harga yang wajar dan sesuai dengan apa yang dicantumkan pada menu makanan dan minuman kepada konsumen.
3. Konsumen dan pelaku usaha yang bersengketa baik di pengadilan maupun non-pengadilan diharapkan mendapatkan hasil yang adil. Bagi konsumen yang dirugikan, agar dapat menuntut hak-haknya kembali dan mendapatkan ganti rugi yang sesuai. Dan bagi pelaku usaha agar

membayar ganti rugi tersebut apabila memang terbukti bahwa kerugian konsumen diakibatkan olehnya. Selain itu, baik pihak pengadilan maupun non pengadilan (BPSK, LPKSM dan badan lainnya) diharapkan memperlakukan pihak yang bersengketa secara adil dan tidak pandang bulu.



Daftar Pustaka

A. Buku

Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum dan Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*. Malang: UIN-Maliki Press

M. Sadar, Moh. Taufik Makarao, Habloel Mawadi. 2012. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonseia*. Jakarta Barat: @kademia

Sidharta. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo

Cerlina Tri Siwi Kristiyanti. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: Sinar Grafika

Ahmadi Miru. 2013. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Janus Sidabalok. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Dedi harianto. 2010. *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan*. Bogor: Galia Indonesia

Az. Nasution. 2001. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Diadit Media: Jakarta

Jenu Widjaja Tandjung. 2004. *Marketing Managemen Pendekatan pada Nilai-Nilai Pelanggan Edisi Kedua*, Malang: Bayumedia publising

Titik wijayanti. 2012. *Marketing Plan! Perlukah?*. Jakarta:PT. Elek Media Komputindo

B. Peraturan Perundang-Undangan

Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2014 tentang Standart Usaha Rumah Makan

Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1098/MENKES/SK/VII/2013 tentang Persyaratan Hygiene Sanitasi Rumah Makan dan Restoran

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013
tentang Pencatuman Harga Barang dan Tarif Jasa

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 62/M-DAG/PER/12/2009 tentang Kewajiban
Pencantuman Label pada Barang

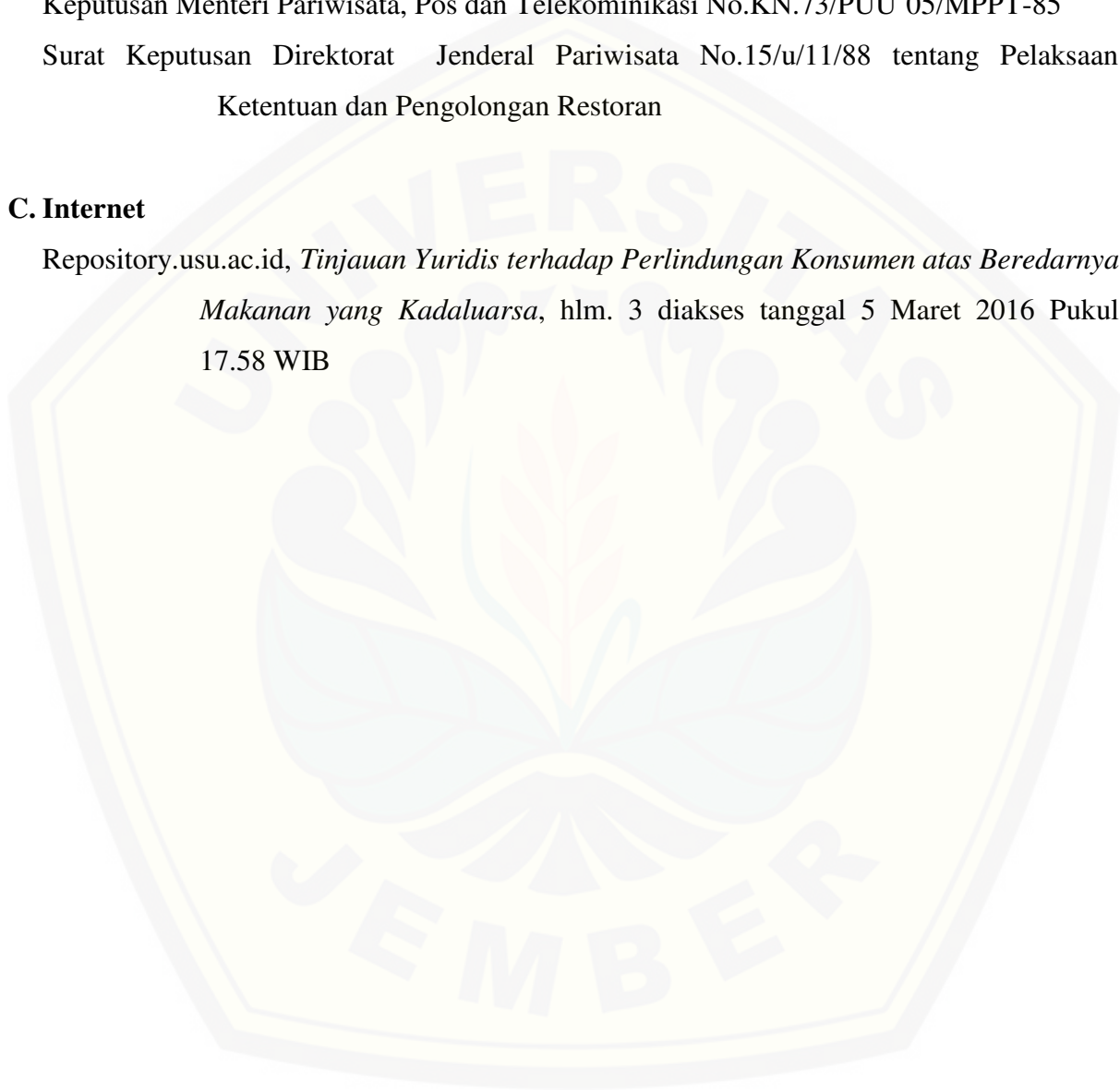
Keputusan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 11 Tahun
2014 tentang Standart Usaha Restoran

Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KN.73/PUU`05/MPPT-85

Surat Keputusan Direktorat Jenderal Pariwisata No.15/u/11/88 tentang Pelaksanaan
Ketentuan dan Pengolongan Restoran

C. Internet

Repository.usu.ac.id, *Tinjauan Yuridis terhadap Perlindungan Konsumen atas Beredarnya Makanan yang Kadaluarsa*, hlm. 3 diakses tanggal 5 Maret 2016 Pukul 17.58 WIB



LAMPIRAN :

Kasus getok harga tak cuma di Anyer, Singapura lebih parah

Reporter : Ardyan Mohamad | Rabu, 17 Desember 2014 08:58

Kasus getok harga tak cuma di Anyer, Singapura lebih parah

Toko di mal Sim Lim suka getok turis di singapura digerebek polisi. ©mediacorp

Prev Next

Intro 1 2 3

Merdeka.com - Beberapa bulan lalu, publik Indonesia terkejut mendapati praktik pedagang nakal menggetok turis di Pantai Karangbolong, Anyer, Banten. Ada keluarga yang wisata ke sana, harus pulang dengan dongkol lantaran biaya makan tak seberapa mencapai Rp 1 juta. Lebih jahat lagi, para pengusaha di sana sekongkol untuk tidak mencantumkan daftar harga di menu.

Kasus yang mencuat di Facebook itu sampai bikin pemda setempat mengimbau para pengusaha rumah makan agar tidak curang, sehingga merusak citra pariwisata Banten.

Tapi, dibanding Anyer, negeri jiran rupanya lebih parah dalam urusan menggetok turis. Apalagi yang tidak bisa berbahasa Inggris.

Singapura yang selama beberapa dekade terakhir dikenal sebagai surga belanja kini berkali-kali dihantam kasus pedagang nakal. Iming-iming bebas bea keluar yang jadi andalan negara kota itupun pun tak ada guna, bila pembeli digetok.

Mal Sim Lim Singapura, salah satu pusat belanja elektronik mirip Glodok di Jakarta, beberapa waktu lalu diserbu polisi. Aparat bergerak lantaran beberapa kios sudah berulang kali merugikan pelanggan, khususnya turis asing.

Ada bermacam modus dilakukan. Mulai dari memaksa turis yang tak bisa berbahasa Inggris menandatangani kontrak yang tak masuk akal. Atau menambah layanan tapi tak bilang-bilang, sehingga tagihan bengkak. Jumlah duit yang digetok bisa mencapai belasan juta Rupiah. Selain di Sim Lim, pembaca merdeka.com melaporkan Lucky Plaza termasuk 'berbahaya' buat belanja alat elektronik.

Para netizen Singapura, terutama yang tergabung dalam forum The Real Singapore mengeluhkan semakin banyaknya jumlah pengusaha nakal. Kalau kabar semacam ini terus berulang, maka wisatawan akan kabur dan malas pelesir ke Negeri Singa.

Masalah makin runyam lantaran sosiasi Konsumen Singapura (CASE) tak punya taji menghukum pedagang nakal. "Kami bukan bangsa penipu, kita harus melakukan sesuatu," ujar salah satu netizen.

Seperti apa memangnya kelakuan pengusaha nakal Singapura menggetok turis? Berikut rangkumannya oleh merdeka.com:

