



Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Penetapan Harga Yang Berbeda Atas Produk Sejenis

Dwiyanti Adelin Hetharie¹, Teng Berlianty², Muchtar Anshary Hamid Labetubun³

^{1,2,3} Fakultas Hukum Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia.

 : dwiyantihetharie@gmail.com

ABSTRACT: Along with progress from various aspects, especially progress in the economic sector, facilitating transactions by consumers, the existence of supermarkets adds to consumer satisfaction in shopping, because of its advantages compared to traditional markets. In order to prevent arbitrary actions from occurring on the part of business actors in order to obtain the maximum profit in various ways, including selling similar products at different prices, legislators realize that most business transactions are based on agreements between business actors. The method used in this research is a normative legal research method through a literature study with a conceptual approach and statutory approach. The legal materials used are primary, secondary and tertiary legal materials which are analyzed qualitatively to answer the problems studied. Business actors have the right to set prices for the products sold. In setting prices by business actors, there may be different prices for similar products. Factors that cause price differences for similar products are the negligence of sales clerks in making price adjustments, limited number of employees and deliberate fraud. Business actors are responsible for consumer losses due to price differences in similar products. Consumers are entitled to the right to compensation (compensation) for violations committed by business actors either due to negligence or on purpose. Supermarkets that make price differences on similar products can be subject to administrative sanctions or criminal sanctions. Business actors should be able to run their business properly in accordance with applicable regulations. If a price difference is found for similar products determined by the Business Actor, the Business Actor is proven to have violated Article 8 paragraph (1) letter (f) of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and may be subject to sanctions in the form of imprisonment and fines. Consumers are expected to be more careful and smarter in shopping so as not to be harmed by business actors.

Keywords: Responsibility; Businessmen; Pricing, Similar Products.

ABSTRAK: Seiring dengan kemajuan dari berbagai aspek terutama kemajuan dibidang ekonomi mempermudah transaksi oleh pihak konsumen, adanya supermarket menambah kepuasan para konsumen dalam berbelanja, karena kelebihanannya dibanding pasar tradisonal. Untuk mencegah timbulnya tindakan sewenang-wenang dari pelaku usaha demi memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan berbagai cara, termasuk menjual produk sejenis dengan harga yang berbeda, disadari oleh pembentuk undang-undang bahwa sebagian besar transaksi bisnis memang didasarkan pada perjanjian antara pelaku usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normatif melalui studi kepustakaan dengan pendekatan konseptual dan pendekatan perundang-undangan. Bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer, sekunder dan tersier yang dianalisis secara kualitatif untuk menjawab permasalahan yang dikaji. Pelaku usaha berhak untuk menetapkan harga terhadap produk yang dijual. Dalam penetapan harga oleh pelaku usaha dapat terjadi adanya harga yang berbeda terhadap produk sejenis. Faktor yang menyebabkan adanya perbedaan harga pada produk sejenis yaitu adanya kelalaian dari pramuniaga dalam melakukan penyesuaian harga, keterbatasan jumlah pegawai dan adanya kecurangan yang sengaja dilakukan. Pelaku usaha bertanggung jawab terhadap adanya kerugian konsumen akibat perbedaan harga pada produk sejenis. Konsumen berhak mendapatkan hak ganti rugi (kompensasi) terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha baik karena kelalaian maupun kesengajaan. Supermarket yang melakukan perbedaan harga pada, produk sejenis dapat dikenakan sanksi administratif maupun sanksi pidana. Pelaku usaha hendaknya dapat menjalankan usahanya dengan baik sesuai dengan aturan yang berlaku. Apabila ditemukan perbedaan harga pada produk sejenis yang ditetapkan oleh Pelaku Usaha maka pelaku usaha

terbukti melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf (f) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan dapat dikenakan sanksi berupa sanksi pidana penjara dan denda. Konsumen diharapkan lebih teliti dan lebih cerdas dalam berbelanja agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha.

Kata Kunci: Tanggung Jawab; Pelaku Usaha; Penetapan Harga, Produk Sejenis.

PENDAHULUAN

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi, baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.¹

Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Disisi lain, kondisi dan fenomena tersebut diatas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah.² Secara umum dan mendasar, hubungan antara produsen dengan konsumen merupakan hubungan yang terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain. Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan.

Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan usahanya. Sebaliknya, konsumen kebutuhannya sangat bergantung dari hasil produksi produsen.³ Saling ketergantungan karena kebutuhan tersebut dapat menciptakan suatu hubungan yang terus-menerus dan berkesinambungan sepanjang masa, sesuai dengan tingkat ketergantungan akan kebutuhan yang tidak terputus-putus. Hubungan antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejauh proses produksi, distribusi pada pemasaran dan penawaran. Rangkaian kegiatan tersebut merupakan rangkaian perbuatan dan perbuatan hukum yang tidak mempunyai akibat hukum dan yang mempunyai akibat hukum baik terhadap semua pihak maupun hanya terhadap pihak tertentu saja.⁴

Hal tersebut secara sistematis dimanfaatkan oleh produsen dalam suatu sistem distribusi dan pemasaran produk barang guna mencapai tingkat produktivitas dan efektivitas dalam rangka mencapai sasaran usaha. Sampai pada tahapan hubungan penyaluran atau distribusi tersebut menghasilkan suatu hubungan yang sifatnya massal, yakni adanya permintaan yang meningkat dan masyarakat sehingga produsen dituntut untuk meningkatkan produktivitasnya. Karena sifatnya yang massal tersebut, maka peran negara sangat dibutuhkan dalam rangka melindungi kepentingan konsumen pada umumnya.

Keadaan konsumen yang berada pada posisi lemah ini dimaknai sebagai bagian dari ketidakmampuan konsumen dalam memahami hak dan kewajiban yang dimilikinya, pandangan ini lahir dikarenakan tidak setiap konsumen memiliki pengetahuan dan

¹ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, h. 1

² *Ibid.* h. 1

³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta, 2017, h. 9

⁴ *Ibid.* h.10

pemahaman yang sama mengenai hak dan kewajiban yang berada dalam hukum perlindungan konsumen. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Pembangunan yang dilakukan membawa pula akibat sampingan yang semakin kompleks yang memerlukan penanganan serius, khususnya masalah perlindungan konsumen.⁵ Kurangnya pengetahuan dan pemahaman inilah yang menyebabkan konsumen menjadi objek bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha, karena itu, berbicara tentang perlindungan konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen. Dan dengan adanya hukum yang mengatur tentang perlindungan hukum terhadap konsumen seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta peraturan-peraturan hukum lainnya dapat membuat hak dan posisi konsumen seimbang dengan pelaku usaha. Dengan kepastian hukum yang melindungi konsumen, maka konsumen dapat menuntut dan menggugat pelaku usaha jika ternyata hak-hak konsumen telah dirugikan.

Tujuan dalam berniaga adalah untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan cara yang adil, sesuai dengan aturan-aturan hukum dagang, dan tidak melanggar hukum persaingan usaha. Dengan terciptanya persaingan usaha yang sehat maka akan menimbulkan daya tarik dan minat yang tinggi bagi para konsumen untuk menggunakan produk yang didagangkan oleh para produsen.⁶

Salah satu jenis Perjanjian yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 adalah kartel. Istilah kartel terdapat dalam beberapa bahasa seperti “*cartel*” dalam bahasa Inggris dan kartel dalam bahasa Belanda. “*Cartel*” disebut juga “*syndicate*” yaitu suatu kesepakatan (tertulis) antara beberapa perusahaan produsen dan lain-lain yang sejenis untuk mengatur dan mengendalikan berbagai hal, seperti harga, wilayah pemasaran dan sebagainya, dengan tujuan menekan persaingan dan atau persaingan usaha pada pasar yang bersangkutan, dan meraih keuntungan.

Adanya perbedaan harga antara produk yang sejenis misalnya dapat ditemui di pasar moderen yang ada di Kota Ambon yaitu pada swalayan Alfamidi (PT. Midi Utama Indonesia, Tbk). Sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang perdagangan umum yang meliputi bisnis di supermarket dan pasar mini. Bisnis utama perusahaan adalah ritel produk konsumen melalui jaringan minimarket dengan nama Alfamidi yang mulai beroperasi pada tahun 2007. Gerai Alfamidi yang berada pada wilayah satu kota yang sama misalnya Kota Ambon, Provinsi Maluku justru harga jual beberapa produknya terdapat perbedaan padahal produk tersebut memiliki kesamaan dari segi ukuran, maupun merek dari produk tersebut (sejenis).

Perjanjian Kartel harga (*price fixing agreement*) dilarang dalam Pasal 11 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal tersebut berbunyi sebagai berikut: “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian, dengan pelaku usaha pesaingnya, yang bermaksud untuk mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.” Unsur-unsur dari perjanjian kartel adalah pelaku usaha, perjanjian, pelaku usaha pesaingnya, bermaksud mempengaruhi harga, mengatur produksi dan atau pemasaran, barang, jasa, dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli, dan mengakibatkan

⁵ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, h. 31

⁶ Cut Mutia, dkk, Desember 2020, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Menaikkan Harga Gas LPG 3KG (Studi Penulisan di Kota Langsa)”, *Meukuta Alam*, Volume 2, No.2.,

persaingan usaha tidak sehat. Dari unsur-unsur Pasal 11, dapat dilihat bahwa perjanjian Kartel juga berkaitan langsung dengan konsumen. Barang dan/atau jasa yang harganya dipengaruhi atau diatur produksi dan/atau pemasarannya dalam perjanjian kartel, merupakan sesuatu yang dapat dimanfaatkan langsung oleh konsumen.

Dapat diketahui bahwa pengertian pasar yaitu untuk transaksi jual dan beli. Pada dasarnya, aktivitas jual beli yang terjadi di pasar didasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing. Persaingan tersebut terjadi baik diantara konsumen maupun pelaku usaha. Pelaku usaha memiliki kebebasan untuk memutuskan barang dan/atau jasa apa yang akan di distribusikan. Sedangkan konsumen mempunyai kebebasan untuk memilih dan membeli barang dan/atau jasa yang akan dibeli sesuai dengan tingkat daya belinya. Karena sering terjadi ketidakstabilan harga pasar dan kurangnya pengetahuan konsumen tentang bagaimana metode menentukan harga, kondisi tersebut bisa saja dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak mengenal nilai kemanusiaan, yang hanya memikirkan keuntungan materi dan menonjolkan keegoisannya tanpa melihat lingkungan sekitar hingga akhirnya konsumen dirugikan.

Persaingan dalam kegiatan usaha senafas dengan kegiatan usaha itu sendiri. Pada prinsipnya, setiap orang berhak menjual atau membeli barang atau jasa “apa”, “dengan siapa”, “berapa banyak” serta “bagaimana cara” produksi, inilah apa yang disebut dengan ekonomi pasar. Sejalan dnegan itu, perilaku dan struktur pasar terkadang tidak dapat diprediksi, sehingga tidak jarang pelaku usaha menimbulkan kecurangan, pembatasan yang menyebabkan sebagian atau beberapa pelaku usaha merugi bahkan mati.⁷

Pada dasarnya persaingan dalam dunia usaha merupakan syarat mutlak (*condition sine qua non*) bagi terselenggaranya suatu perekonomian yang berorientasi pasar (*market economy*). Peranan hukum dalam persaingan usaha adalah agar terselenggaranya suatu persaingan yang sehat dan adil (*fair competition*), sekaligus mencegah munculnya persaingan yang tidak sehat (*unfair competition*), karena persaingan yang tidak sehat hanya akan bermuara pada matinya persaingan usaha yang pada gilirannya akan melahirkan monopoli.⁸

Dalam dunia usaha sekarang ini, sesungguhnya banyak ditemukan perjanjian dan kegiatan usaha yang mengandung unsur-unsur yang kurang adil terhadap pihak yang ekonomi atau sosialnya lebih lemah dengan dalih pemeliharaan persaingan usaha yang sehat. Namun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa di balik praktik bisnis itu adanya berbagai macam persaingan, misalnya: ada persaingan yang sehat dan adil (*fair competition*) artinya persaingan hanya ditujukan untuk memperoleh laba dalam batas-batas yang wajar, ada persaingan yang tidak sehat (*unfair competition*), bahkan ada persaingan yang destruktif (*destructive competition*), seperti *predatory price*. Tentu saja, perilaku anti-persaingan seperti persaingan usaha yang tidak sehat dan destruktif tersebut dapat mengakibatkan inefisiensi perekonomian berupa hilangnya kesejahteraan (*economic walfare*), bahkan mengakibatkan keadilan ekonomi dalam masyarakat pun terganggu dan timbulnya akibat-akibat ekonomi dan sosial yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban, maupun kepentingan umum.

⁷Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, PTRaja Grafindo, Jakarta, 2012, hal. 1

⁸Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Kencana, Jakarta, 2012, hal. 107

Untuk mencegah timbulnya persaingan usaha yang tidak sehat, telah ditentukan secara jelas dan terstruktur mengenai perjanjian yang dilarang, kegiatan yang dilarang, dan posisi yang dominan. Disadari oleh pembentuk undang-undang bahwa sebagian besar transaksi bisnis memang didasarkan pada perjanjian antara pelaku usaha. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli melarang beberapa perjanjian, beberapa kegiatan dan penyalahgunaan posisi dominan.

Memperhatikan situasi dan kondisi tersebut, kurangnya pengetahuan dan pemahaman dari konsumen menyebabkan konsumen menjadi objek bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha. Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan seperangkat aturan hukum. Oleh karena itu, diperlukan adanya campur tangan negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum bagi konsumen. Berkaitan dengan itu telah disahkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normatif melalui studi kepustakaan dengan pendekatan konseptual dan pendekatan perundang-undangan. Bahan hukum yang digunakan yaitu bahan hukum primer, sekunder dan tersier yang dianalisis secara kualitatif untuk menjawab permasalahan yang dikaji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penetapan Harga oleh Pelaku Usaha

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama. Perjanjian penetapan harga ini dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli, karena penetapan harga secara bersama-sama ini akan menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari adanya penawaran dan permintaan, sebab perjanjian seperti itu akan meniadakan pesaing usaha di antara pelaku usaha yang mengadakan perjanjian tersebut.⁶¹

Penetapan harga secara horizontal adalah penetapan harga yang dilakukan pelaku usaha yang memproduksi atau menjual produk atau jasa yang sama baik dalam menaikkan harga, mengatur, mematok harga dari barang-barang atau jasa. Dalam Pasal 6 disebutkan “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang atau jasa yang sama.” Pasal tersebut secara tegas dan jelas menyatakan larangan melakukan penetapan harga-harga horizontal tanpa melihat efek negatif dari perjanjian tersebut terhadap persaingan, apakah harga yang ditetapkan itu tinggi atau rendah tidak menjadi persoalan.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli mengatur batas-batas para pelaku usaha dalam bertindak. Salah satunya adalah dilarangnya perjanjian-perjanjian yang dianggap dapat menimbulkan persaingan tidak sehat antar pelaku usaha dan yang dapat merugikan konsumen. Perjanjian penetapan harga horizontal (*price fixing*) diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat melarang pelaku usaha untuk mengadakan perjanjian

dengan pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar konsumen atau pelanggannya.

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyatakan bahwa : 1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaing untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama; 2) Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) tidak berlaku bagi : a) Suatu perjanjian yang dibuat dalam suatu usaha patungan; atau b) Suatu perjanjian yang didasarkan undang-undang yang berlaku

Berdasarkan ketentuan Pasal 5 ayat (1) ini, pelaku usaha dilarang mengadakan perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya guna menetapkan suatu barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan pada pasar yang bersangkutan, sebab perjanjian seperti itu akan meniadakan pesaingnya guna menetapkan suatu harga tertentu atas suatu barang dan/atau jasa yang akan diperdagangkan pada pasar yang bersangkutan, sebab perjanjian seperti itu akan meniadakan persaingan usaha di antara pelaku usaha yang mengadakan perjanjian tersebut. Untuk perjanjian tertentu seperti yang disebut dalam Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, tidak ada larangan *price fixing*, sepanjang hal tersebut tidak menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat dengan pesaing- pesaing bisnisnya.

Perjanjian penetapan harga dilarang oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli yang terbagi atas perjanjian penetapan harga (*Price Fixing Agreement*) diatur dalam Pasal 5, diskriminasi harga (*Price Discrimination*)⁹ diatur dalam Pasal 6, perjanjian jual rugi (*predatory Pricing*) diatur dalam Pasal 7, dan pengaturan harga jual kembali (*Resale Price Maintenance*) diatur dalam Pasal 8.⁶⁵

Berikut adalah penjelasan keempat jenis perjanjian harga tersebut:

- a. Perjanjian Penetapan Harga Antar Pelaku Usaha (Pasal 5 Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli)

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli melarang perjanjian antar produsen atau pelaku usaha dimana produsen/pelaku usaha menetapkan harga yang harus dibayar pembeli untuk barang dan/atau jasa yang diperdagangkan di pasar bersangkutan yang sama dari segi faktual dan geografis. Perjanjian harga akan menjadikan harga menjadi tinggi. Karenanya, penetapan harga merupakan tindakan yang mencederai persaingan. Tindakan tersebut akan merugikan konsumen dengan bentuk harga yang lebih tinggi dan jumlah barang yang lebih sedikit tersedia. Larangan melakukan perjanjian penetapan harga karena menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari penawaran dan permintaan (*supply and demand*). Pasal 5 Ayat 1 berbunyi : “pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan.” Pihak yang melakukan perjanjian harus saling bersaing, berarti pelaku usaha tersebut berada pada pasar bersangkutan faktual yang sama baik secara vertikal maupun horizontal. Perjanjian dapat dilakukan dengan tertulis maupun lisan.

⁹ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Penerbit PT GramediaPustaka Utama, Jakarta, 2004, h.. 44

Perjanjian penentuan harga, baik yang bersifat terbuka maupun yang disamarkan, pada dasarnya merupakan tindakan yang mencederai asas persaingan. Tindakan tersebut akan merugikan konsumen dengan bentuk harga yang lebih tinggi dan jumlah barang yang lebih sedikit tersedia. Harga adalah pembayaran untuk barang dan jasa yang tidak hanya meliputi biaya pokok, tetapi juga mencakup biaya tambahan seperti diskon atau penundaan pembayaran. Hal ini menegaskan bahwa setiap penjual “bebas” menetapkan sendiri harga penjualannya.

Menurut Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 4 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 5 (penetapan Harga) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli, secara umum bentuk-bentuk penetapan harga yang termasuk ke dalam aturan pelarangan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli adalah sebagai berikut:

- 1) Kesepakatan menaikkan atau menurunkan harga.
 - 2) Kesepakatan memakai suatu formula standart sebagai dasar perhitungan harga.
 - 3) Kesepakatan memelihara suatu perbandingan tetap antara harga yang dipersaingkan dengan suatu perbandingan tetap antara harga yang dipersaingkan dengan suatu produk tertentu.
 - 4) Kesepakatan meniadakan diskon atau membuat keseragaman diskon.
 - 5) Kesepakatan persyaratan pemberian kredit kepada konsumen.
 - 6) Kesepakatan meniadakan produk yang ditawarkan dengan harga murah di pasar, sehingga membatasi pasokan dan memelihara harga tinggi.
 - 7) Persetujuan kepatuhan pada harga yang diumumkan.
 - 8) Kesepakatan tidak menjual bila harga yang disetujui tidak dipenuhi.
 - 9) Kesepakatan menggunakan harga yang seragam sebagai langkah awal untuk negosiasi.
- b. Penetapan Harga Yang Berbeda Terhadap Barang Dan/ Atau Jasa Yang Sama (*Price Discrimination*) (Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli)

Penetapan harga merupakan salah satu bentuk kegiatan yang banyak dilaporkan dan diputus KPPU. Ketentuan ini diatur dalam Pasal 5 sampai Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Namun, perkara yang banyak ditangani KPPU adalah perkara penetapan harga yang terkait dengan pelanggaran pasal 6. Perjanjian yang berisikan penetapan harga yang berbeda (*price discrimination*) terhadap barang dan/ atau jasa yang sama dilarang oleh Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dalam hal ini yang dilarang adalah membuat perjanjian yang memberlakukan diskriminasi terhadap kedudukan konsumen yang satu dengan konsumen lainnya, dengan jalan memberikan harga yang berbeda-beda terhadap barang atau jasa yang sama. Adapun menurut Kamus Lengkap Ekonomi yang disusun Christopher Pass dan Bryan Lowes, yang dimaksud dengan *price discrimination* adalah kemampuan seorang pemasok untuk menjual produk yang sama pada sejumlah pasar yang terpisah dengan harga-harga yang berbeda. Dasar diskriminasi harga yang banyak diterapkan oleh pelaku usaha adalah dengan cara melihat kepada siapa konsumennya (elastisitas permintaannya).

Pasal 6 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 menyatakan bahwa : “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/ atau jasa yang sama.” Berdasarkan ketentuan Pasal 6 tersebut, diskriminasi harga dilarang apabila pelaku usaha membuat suatu perjanjian dengan pelaku usaha lain yang

mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar harga yang tidak sama atau berbeda dengan harga yang harus dibayar pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama, karena hal ini dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat di kalangan pelaku usaha atau dapat merusak persaingan usaha.

Hal yang dilarang pada Pasal ini adalah membuat perjanjian yang memberlakukan diskriminasi terhadap kedudukan konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya, dengan cara memberikan harga yang berbeda-beda terhadap barang atau jasa yang sama. Namun demikian, dapat saja terjadi harga yang berbeda antara konsumen satu dengan yang lain disebabkan perbedaan biaya seperti promosi dan lain-lain.

c. Penetapan Harga Di Bawah Harga Pasar (*Predatory Pricing*) (Pasal 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli)

Penetapan harga di bawah harga pasar atau kegiatan jual rugi atau *predatory pricing* ini merupakan suatu bentuk penjualan atau pemasokan barang dan/atau jasa dengan cara jual rugi yang bertujuan untuk mematikan pesaingnya. Berdasarkan sudut pandang ekonomi *predatory pricing* ini dapat dilakukan dengan menetapkan harga yang tidak wajar. Di mana harga lebih rendah dari pada biaya variabel rata-rata.¹⁰ Mengenai perjanjian yang menetapkan harga di bawah harga pasar (*predatory pricing*) diatur dalam pasal 7 dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli, yaitu : "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat."

d. Perjanjian Penetapan Harga Jual Kembali (*Resale Price Maintenance*) (Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli)

Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain, yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan/atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan/atau jasa yang telah diterimanya dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah dijanjikan, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat. Pasal ini dirumuskan secara *rule of reason*, sehingga dapat diartikan pelaku usaha diperbolehkan membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima produk tidak akan menjual atau memasok kembali produk yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah dari pada harga yang telah diperjanjikan asalkan tidak mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

UU No. 5 Tahun 1999 melarang perjanjian antar produsen, di mana produsen menetapkan harga yang harus dibayar pembeli untuk barang dan/atau jasa yang diperdagangkan di pasar bersangkutan yang sama dari segi faktual dan geografis. Perjanjian harga akan menjadikan harga menjadi tinggi, bukan harga pasar. Karenanya, penetapan harga merupakan tindakan yang mencederai persaingan. Tindakan tersebut akan merugikan konsumen dengan bentuk harga yang lebih tinggi dan jumlah barang yang lebih sedikit tersedia. Larangan melakukan perjanjian penetapan harga karena menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari penawaran dan permintaan (*supply and demand*) Pasal 5 Ayat 1 berbunyi: "Pelaku Usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga

¹⁰ Susanti Adi Nugroho, *Op. Cit.*, h. 152

atas suatu barang dan/jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan." Melihat rumusan pasal tersebut berarti larangan ini ber-sifat per se yang tidak mengharuskan melihat implikasi atau ada-nya hambatan persaingan usaha.

Perjanjian penetapan harga dilarang oleh UU No. 5 Tahun 1999 disebabkan penetapan harga bersama-sama akan menyebabkan tidak dapat berlakunya hukum pasar tentang harga yang terbentuk dari adanya tawaran dan permintaan. "Pelaku usaha dilarang melakukan perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya. Selain itu, pihak yang melakukan perjanjian harus saling bersaing, berarti pelaku usaha tersebut berada pada pasar bersangkutan faktual yang sama baik secara vertikal maupun horizontal.

Perjanjian dapat dilakukan dengan tertulis ataupun lisan. Harga adalah pembayaran untuk barang dan jasa yang tidak hanya meliputi biaya pokok, tetapi juga mencakup biaya tambahan seperti diskon atau penundaan pembayaran. Hal ini menegaskan bahwa setiap penjual "bebas" menetapkan sendiri harga penjualannya. Misalnya, terjadinya kartel harga di mana anggota-anggota kartel menyepakati harga tertentu terhadap suatu barang, karenanya para pihak yang melakukan perjanjian tidak mempunyai pilihan lain, apakah menaikkan atau menurunkan harga. Inilah yang menghilangkan persaingan.

Dalam, praktiknya, pada pasar yang bersifat oligopolis ataupun pasar yang dikuasai oleh pelaku usaha yang memiliki posisi dominan penentuan harga dapat dilakukan hanya dengan memberikan tanda kepada pelaku usaha lainnya dengan bentuk menaikkan harga yang biasanya akan selalu diikuti oleh pelaku usaha lainnya. Atau juga dengan cara membuat pengumuman atau artikel di media massa yang mengindikasikan bahwa perlu kenaikan harga sehingga pelaku usaha lainnya tahu bahwa mereka harus ikut menaikkan harga. Hal ini merupakan bentuk kolusi yang disamarkan (*tacit collusion*). Perjanjian penetapan harga dikecualikan dalam tiga hal, yakni :

- a) Perjanjian harga yang diizinkan. Seperti penentuan harga yang dilakukan oleh pemerintah. Contoh kasus, sewaktu perusahaan penerbangan di dalam negeri terlibat perang harga yang sebetulnya menguntungkan konsumen, tindakan yang diambil pemerintah adalah mendamaikan perusahaan penerbangan dengan jalan menentukan harga yang harus dipatuhi oleh semua perusahaan penerbangan.
- b) Perjanjian harga yang dibuat dalam-joint venture. Sebenarnya tidak jelas yang dimaksud dengan joint venture dalam UU ini. Sehingga joint venture di sini dapat diartikan penggabungan usaha tertentu dari ketentuan Pasal 5 ayat 1 UUNo. 5 Tahun 1999.
- c) Perjanjian Harga Langsung.

B. Penetapan Harga Yang Berbeda Pada Produk Sejenis

Harga barang tentunya harus sesuai dengan kualitas produk dan tidak merugikan konsumen. Dengan jumlah harga yang tertera pada label (*price tag*) akan mempermudah konsumen untuk mengetahui harga barang tanpa perlu bertanya pada pihak karyawan atau pihak kasir.

Tabel 1.
Harga Barang

| No. | Produk yang dijual pada Swalayan Alfamidi Hallong | Produk yang dijual pada Swalayan Alfamidi Passo |
|-----|---|---|
| | | |

| | | |
|----|--|--|
| 1. | Koko Krunch Cup 30.62 gram Rp. 9.300,- | Koko Krunch Cup 30.62 gram Rp. 10.100,- |
| 2. | Mosigae Spicy Topokki 192 gram Rp. 25.500,- | Mosigae Spicy Topokki 192 gram Rp. 25.900,- |
| 3. | Filma Minyak Goreng Rp. 51.500,- | Filma Minyak Goreng Rp. 60.000,- |
| 4. | SGM Eksplor Rp. 56.500,- | SGM Eksplor Rp. 56.500,- |
| 5. | Silver Quin : Rp. 19.500,- | Silver Quin : Rp. 20.700,- |

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat adanya perbedaan harga beberapa produk yang di jual pada Alfamidi Cabang Hallong dengan Alfamidi Cabang Passo. Perbedaan harga yang ada pada tabel tersebutnya sebagai sample karena ada lebih banyak lagi produk sejenis yang dijual dengan harga berbeda pada swalayan alafamidi yang gerainya tersebar di Kota Ambon. Mengenai aturan pencantuman harga barang dan jasa yang akan dijual telah diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan. Pada dasarnya setiap pelaku usaha yang menjual barang baik secara eceran kepada konsumen harus mencantumkan harga atau tarif jasa secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat. Hal ini dapat dilihat pada Pasal 2 ayat (1) Permendag 35/2013) akan tetapi ini tidak berlaku bagi pemilik usaha mikro.

Sementara pada Pasal 3 ayat (1) Permendag 35/2013 ditentukan bahwa harga pada barang tersebut diletakan atau ditempelkan pada barang yang bersangkutan serta diletakan dekat dengan barang dan disertai dengan jumlah satuannya. Selain itu harga yang dicantumkan wajib menggunakan mata uang dan nominal rupiah yang berlaku. Apabila barang yang akan dijual dikenakan pajak atau biaya lainnya harus dimuat informasi harga yang sudah termasuk atau yang belum termasuk pajak atau biaya lainnya dalam pencantuman harga. Nyatanya tidak semua harga yang ditentukan dan tertera pada label (*price tag*) di supermarket merupakan harga asli dari barang tersebut, ketika konsumen membayar dikasir terjadi lah perbedaan harga antara yang tertera pada label (*price tag*) dan harga kasir. Hal ini tentu membuat konsumen merasa rugi, terlebih lagi jika harga dikasir lebih mahal dari harga yang tertera pada label (*price tag*). Tak jarang ada yang membatalkan proses pembelian karena merasa pihak supermarket mempermainkan para konsumen.

Ada beberapa faktor penyebab terjadinya perbedaan harga Pada Produk Sejenis oleh Pelaku Usaha (Alfamidi) di Kota Ambon, antara lain :

1) Data harga barang bermasalah dari pusat Berdasarkan wawancara dengan salah satu supervisor Alfamidi Cabang Passo tanggal 20 Februari 2023 bahwa sebelum adanya perubahan harga yang terjadi di supermarket, kantor pusat akan memberitahukan beberapa barang yang mengalami perubahan harga melalui *e-mail* atau memberitahukannya langsung kepada kepala toko masing-masing supermarket. Namun tidak jarang terjadi kekeliruan terhadap harga yang akan dikirim apalagi beberapa produk yang sering mengalami promo. Hal ini terlihat ketika adanya pembelian di sekitar kasir, kemungkinan harga pada kasir belum diatur diskon atau masa berlaku diskon telah berakhir tetapi harga yang tertera pada label (*price tag*) belum dicabut atau belum dilakukan

perubahan atau penyesuaian harga mengikuti harga terbaru.

2) Kebijakan perusahaan yang kurang berpihak pada keterbatasan Pramuniaga atau Karyawan Toko, bahwa Keterbatasan jumlah karyawan dan banyaknya daftar harga yang harus diganti dapat menjadi pemicu adanya perbedaan harga antara satu toko dengan toko lainnya dalam satu kota yang sama. Terbatasnya jumlah karyawan dan banyaknya pelanggan yang harus dilayani menyebabkan karyawan tidak sempat mengganti harga terbaru yang seharusnya diletakan pada label.

3) Kemungkinan adanya kecurangan dari pihak supermarket (Alfamidi), bahwa Hal yang kemungkinan terjadi terkait perbedaan harga antar satu cabang swalayan Alfamidi dengan cabang lainnya yaitu kemungkinan pada adanya kecurangan dari pramuniaga atau karyawan yang bertugas di kasir maupun dari pihak management toko karena kekuasaan ada di bagian management baik yang mengatur dan menetapkan strategi toko. Kekuasaan yang diberikan bisa saja disalahgunakan untuk kepentingan pribadi dengan cara memanipulasi harga pada kasir.

C. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Penetapan harga Yang Berbeda Untuk Produk Sejenis

Pasal 1 huruf (e) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat disebutkan bahwa: "Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi," dalam kegiatan menjalankan usaha, undang-undang memberikan 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.

Di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen digunakan istilah pelaku usaha bagi pihak-pihak yang menghasilkan dan memperdagangkan produk, yaitu mereka yang terlibat di dalam penyediaan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Yang menjadi hak-hak dari pelaku usaha itu menurut Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut : 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik; 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen; 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundangan-undangan lainnya.

Tampaknya bahwa pokok-pokok hak dari produsen-pelaku usaha adalah :

1) Menerima pembayaran

Hak menerima pembayaran berarti produsen-pelaku usaha berhak menerima sejumlah uang sebagai pembayaran atas produk yang dihasilkan dan diserahkan kepada pembeli.

2) Mendapat perlindungan hukum

Hak mendapat perlindungan hukum berarti produsen-pelaku usaha berhak memperoleh perlindungan hukum jika ada tindakan pihak lain, yaitu konsumen, yang dengan iktikad tidak baik menimbulkan kerugian baginya.

3) Membela diri

Hak membela diri berarti produsen-pelaku usaha berhak membela diri dan membela hak-haknya dalam proses hukum apabila ada pihak lain yang mempersalahkan atau merugikan haknya.

4) Rehabilitasi

Hak rehabilitasi, artinya pelaku usaha berhak memperoleh rehabilitasi atas nama baiknya (dipulihkan nama baiknya) sebagai produsen-pelaku usahajika karena suatu tuntutan akhirnya terbukti bahwa pelaku usaha ternyata bertindak benar menurut hukum.

Sementara itu, kewajiban pelaku usaha menurut Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah :

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi danjaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, 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) Memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian kerugian apabila barang dan/atau barang yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian. Dengan demikian, pokok-pokok kewajiban produsen-pelaku usaha adalah:⁵¹

Dari uraian di atas, maka dapat penulis jabarkan ada beberapa kewajiban dari pelaku usaha sebagai bentuk tanggungjawab atas produk yang ditawarkan kepada konsumen, yaitu:

a) Beritikad baik

Kewajiban beritikad baik berarti produsen-pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya wajib melakukannya dengan iktikad baik, yaitu secara berhati- hati, mematuhi dengan aturan-aturan, serta dengan penuh tanggung jawab.

b) Memberi informasi

Kewajiban memberi informasi berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi informasi kepada masyarakat konsumen atas produk dan segala hal sesuai mengenai produk yang dibutuhkan konsumen. Informasi itu adalah informasiyang benar, jelas, dan jujur.

c) Melayani dengan cara yang sama

Kewajiban melayani berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi pelayanan kepada konsumen secara benar dan jujur serta tidak membeda-bedakan cara ataupun kualitas pelayanan secara diskriminatif.

d) Memberi jaminan;

e) Memberi kesempatan mencoba

Kewajiban memberi kesempatan berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba produk tertentu sebelum konsumen memutuskan membeli atau tidak membeli, dengan maksud agar konsumen memperoleh keyakinan akan kesesuaian produk dengan kebutuhannya.

f) Memberi kompensasi

Kewajiban memberi kompensasi berarti produsen-pelaku usaha wajib memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian kerugian akibat tidak atau kurang bergunanya produk untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan fungsinya dan karena tidak sesuai produk yang diterima dengan yang diperjanjikan.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tampak bahwa beritikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Tentang kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi disamping merupakan hak konsumen, juga karena ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen.

Pelaku usaha mempunyai tugas dan kewajiban untuk ikut serta menciptakan dan menjaga iklim usaha yang sehat yang menunjang bagi pembangunan 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.¹¹ Persoalan mengenai tanggung jawab pelaku usaha merupakan persoalan yang berkaitan langsung dengan hukum perlindungan konsumen. Dalam lalu lintas perdagangan barang dan/atau jasa, tujuan utama dari pelaku usaha adalah mendapatkan keuntungan (yang berlaku sebagai hak). Pemenuhan hak pelaku usaha yang berbentuk keuntungan/laba (*profit*) diwujudkan dalam kewajiban konsumen untuk membayar sejumlah harga tertentu kepada pelaku usaha. Sejalan dengan itu, konsumen memiliki hak

¹¹ Janus Sidabalok, *Op.Cit.*, h. 80

untuk memperoleh kenikmatan atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Bentuk kenikmatan atas konsumsi barang dan/atau jasa oleh konsumen antara lain rasa aman dan rasa selamat.¹²

Asas keamanan dan keselamatan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tidak lain dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan. Jaminan atas keamanan dan keselamatan ini merupakan hak konsumen, jaminan tersebut diberikan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dengan cara merumuskan sejumlah pasal yang berisi tentang tanggung jawab pelaku usaha apabila dikemudian hari terbukti bahwa hak konsumen atas keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa tidak terpenuhi.

Secara umum, tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai pertanggungjawaban produsen, yang disebut dengan pelaku usaha, pada Bab VI dengan judul Tanggung Jawab Pelaku Usaha, Pasal 19 ayat (1) dan Pasal 24. Ketentuan pasal-pasal tersebut adalah sebagai berikut:

a) Tanggung jawab pelaku usaha pada umumnya:

Pasal 19 menentukan :

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

b) Tanggung jawab pedagang perantara:

Pasal 24 ayat (1) menentukan :

“Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila :

- 1) Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
- 2) Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.”

Memperhatikan substansi Pasal 19 ayat (1) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha, meliputi :

- 1) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- 2) Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran; dan
- 3) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Berdasarkan hal ini, maka adanya produk barang dan/atau jasa yang cacat bukan merupakan satu-satunya dasar pertanggungjawaban pelaku usaha. Hal ini berarti bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi segala kerugian yang dialami konsumen. Pertanggungjawaban dalam kaitannya dengan hukum merupakan kewajiban untuk melakukan sesuatu atau berperilaku menurut cara tertentu tidak menyimpang dari peraturan yang ada. Dalam hukum perlindungan konsumen, Terdapat 5 (lima) prinsip Pertanggungjawaban pelaku usaha, yaitu:

¹²Andika Wijaya, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta Timur, 2016, h. 113

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*liability based on fault*)

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan, didasarkan pada perbuatan melawan hukum sebagaimana di atur dalam Pasal 1365, 1366, dan 1367 KUHPPerdata. Prinsip ini menyartakan bahwa seseorang atau pihak lain yang berada dalam pengawasannya baru dapat dimintakan pertanggung-jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang terjadi. Unsur perbuatan melawan hukum tersebut yakni:

a. Perbuatan melawan hukum

Unsur melawan hukum yang pertama adalah melanggar hak orang lain, yang menurut Van Grinten, bahwa tidak seorangpun boleh merusak barang orang lain tanpa kewenangan. Kalau orang bertindak demikian, maka ia melanggar hak orang lain sehingga dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum.¹³ Hal melakukan pelanggaran hak orang lain tidak secara serta merta bertanggung gugat atas kerugian yang timbul, karena diperlukan adanya kesalahan dari orang yang bersangkutan. Bertentangan dengan kewajiban hukum pembuat, sebagai bentuk kedua perbuatan melawan hukum adalah kewajiban menurut undang-undang, baik yang termasuk hukum publik maupun hukum privat.

Berdasarkan yurisprudensi, melanggar kewajiban undang-undang tidak begitu saja merupakan perbuatan melanggar hukum, karena memiliki persyaratan tertentu, yaitu: 1) Dengan pelanggaran ini, kepentingan penggugat dilanggar atau diancam; 2) Kepentingan itu dilindungi oleh kewajiban yang dilanggar; 3) Kepentingan itu termasuk yang dilindungi berdasarkan Pasal 1365 KUHPdt; 4) Pelanggaran tersebut bersifat tidak pantas terhadap penggugat, mengingat sikap dan perbuatannya sendiri; 5) Tidak ada alasan pembenar.¹⁴

b. Adanya kesalahan

Berdasarkan Pasal 1365 KUHPdt, salah satu syarat untuk membebani tergugat dengan tanggung gugat berdasarkan perbuatan melawan hukum adalah adanya kesalahan. Kesalahan mempunyai tiga unsur yaitu: 1) Perbuatan yang dilakukan dapat disesalkan; 2) Perbuatan tersebut dapat diduga akibatnya: a) Dalam arti obyektif, sebagai seorang ahli dapat menduga akibatnya; b) Dalam arti subyektif, sebagai seorang ahli dapat menduga akibatnya. 3) Dapat dipertanggungjawabkan debitur dalam keadaan cakap.¹⁵

c. Terdapat kerugian

Kerugian yang diderita seseorang secara garis besar dapat dibagi atas dua bagian yaitu kerugian yang menimpa diri dan kerugian yang menimpa harta benda seseorang, sedangkan kerugian harta benda sendiri dapat berupa kerugian nyata yang dialami serta kehilangan yang diharapkan.¹⁶

d. Adanya hubungan kausal antara kesalahan dan kerugian

Hubungan kausal antara perbuatan dan kerugian didasarkan teori *adequate veroorzaking* dari Von Kries yang menjelaskan bahwa pembuat hanya bertanggung-jawab untuk kerugian yang selayaknya dapat diharapkan sebagai akibat dari perbuatan melawan hukum.¹⁷ Berdasarkan tanggung jawab keperdataan (*civil liability*) bahwa unsur kesalahan yang menimbulkan kerugian pada orang lain merupakan syarat untuk adanya perbuatan

¹³ Sudjana dan Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Cv. KENI Media, Bandung, 2016, h. 159.

¹⁴ *Ibid*

¹⁵ Purwahid Patrick, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang Lahir dari Perjanjian dan Undang-Undang)*, Mandar Maju, Bandung, 2004, h. 11.

¹⁶ *Ibid*, h. 22.

¹⁷ R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Binacipta, Bandung, 2002, h. 87.

melawan hukum dan pihak yang merasa dirugikan harus membuktikan adanya perbuatan melawan hukum tersebut. Dalam kaitan dengan perbuatan melawan hukum oleh pelaku usaha, prinsip tanggung jawab ini sulit dilakukan oleh pihak konsumen karena keterbatasan informasi atau pengetahuan tentang barang yang diterimanya.

Substansi hukum perlindungan konsumen mengalami perkembangan dan perubahan dari hukum yang berkarakteristik represif dalam bentuk prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan (*fault based liability*) kepada prinsip tanggung jawab yang berpihak atau responsif terhadap kepentingan konsumen dalam bentuk prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*).

2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab (pembuktian terbalik)

Menurut prinsip tanggung jawab ini, beban pembuktian berada pada pihak yang melakukan perbuatan melawan hukum. Hal ini berarti perbedaan prinsip tanggung jawab berdasarkan atas praduga (*rebuttable presumption of liability principle*) dengan prinsip tanggung jawab berdasarkan atas unsur kesalahan (*fault liability atau liability based on fault principle*) adalah pihak yang dibebani pembuktian.¹⁸

Prinsip tanggung jawab berdasarkan atas adanya unsur kesalahan, beban tanggung jawab berada pada pihak yang dirugikan, sedang pada prinsip tanggung jawab berdasarkan atas praduga, pihak yang merugikan harus membuktikan. Berdasarkan prinsip tanggung jawab ini, konsumen yang merasa dirugikan dapat menggugat bahwa pelaku usaha telah melanggar kewajiban dan larangan yang semestinya tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha atau pihak yang dirugikan bertanggung-jawab atas kerugian yang timbul, kecuali dapat membuktikan dalam keadaan memaksa (*force majeure* atau *overmacht*) atau kesalahan yang dirugikan. Contohnya pelaku usaha (perusahaan farmasi) sudah memberikan obat, baik secara lisan maupun dituliskan pada bungkus obat tersebut.

Konsumen menggunakan obat tersebut lebih dari takaran yang telah ditentukan (*over dosis*), sehingga sakitnya semakin parah. Dalam kasus ini pelaku usaha secara hukum tidak bertanggung-jawab berdasarkan "*rebuttable presumption of liability principle*" karena kesalahan berada pada konsumen itu sendiri.¹⁹

3. Prinsip untuk selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of non-liability*)

Prinsip praduga selalu tidak bertanggung jawab (*presumption of nonliability*) merupakan kebalikan dari prinsip praduga bertanggung jawab (*rebuttable presumption of liability principles*). Prinsip ini hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas dan pembatasan demikian biasanya secara common sense. Dapat dimintakan pertanggungjawabannya sepanjang bukti kesalahan pihak pelaku dapat ditunjukkan ada pada konsumen.²⁰

4. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan (*limitation of liability*)

Prinsip ini berkaitan dengan upaya pelaku usaha untuk tidak bertanggung-jawab terhadap hal-hal tertentu, misalnya mencantumkan klausula bahwa "kehilangan ditanggung oleh pemilik (konsumen" atau "barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan". Klausula tersebut bersifat menghilangkan tanggung jawab pelaku usaha (klausula eksonerasi) yang dikenal dengan klausula baku. Klausula baku dilarang oleh Pasal 18

¹⁸ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta, 2006, h. 74.

¹⁹ *Ibid*, h. 75.

²⁰ *Ibid*, h. 62.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, khususnya Ayat (1) huruf a, b, dan c serta Ayat (2), yang berakibat setiap klausula baku yang ditetapkan oleh pelaku usaha pada konsumen atau perjanjian yang dinyatakan batal demi hukum dan pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

5. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability Principle* atau *No-Fault Liability Principle*)

Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) sering diidentikkan dengan prinsip tanggung jawab absolut (*absolute liability*). Kendati demikian ada pula para ahli yang membedakan dua terminologi di atas. Ada pendapat yang mengatakan *strict liability* adalah prinsip tanggung jawab yang menetapkan kesalahan tidak sebagai faktor yang menentukan. Hal tersebut ada pengecualian yang memungkinkan untuk dibebaskan dari tanggung jawab, misalnya keadaan *force majeure*. Sebaliknya, *absolute liability* adalah prinsip tanggung jawab tanpa kesalahan dan tidak ada pengecualiannya. Selain itu, ada pandangan yang agak mirip, yang mengaitkan perbedaan keduanya pada ada atau tidak adanya hubungan kausalitas antara subyek yang bertanggung-jawab dan kesalahannya. Hubungan itu harus ada, pada *strict liability*. Sedangkan pada *absolute liability*, hubungan itu tidak selalu ada. Maksudnya, pada *absolute liability*, dapat saja tergugat yang diminta pertanggungjawaban itu bukan pelaku langsung kesalahan (misalnya dalam kasus bencana alam).

Prinsip tanggung jawab *strict liability* paling cocok diterapkan dalam kaitan dengan perlindungan konsumen. Karena pelaku usaha langsung harus bertanggung-jawab kepada konsumen yang dirugikan tanpa mempertimbangkan ada tidaknya unsur kesalahan. Namun Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 ternyata tidak mengatur prinsip tanggung jawab ini, padahal di beberapa negara prinsip ini sudah lazim digunakan.²¹

Dari uraian bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha di atas, maka dalam kaitannya dengan penetapan harga oleh pelaku usaha terhadap produk sejenis yang mengakibatkan kerugian kepada konsumen, maka pelaku usaha dapat dimintakan pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*). Artinya bahwa dari perbuatan pelaku usaha menetapkan harga yang tidak sama (berbeda) terhadap satu produk sejenis merupakan sebuah kesalahan sehingga dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, dan oleh karena itu, konsumen dapat menuntut ganti kerugian, untuk melindungi pihak konsumen dari ketidakadilan, Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah menentukan larangan-larangan kepada pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya. Larangan-larangan tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen : Pasal 8 menentukan :

- 1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
 - a) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran

²¹ Moh Jihad Labetubun, Merry Tjoanda, Muchtar Anshary Hamid Labetubun, *Perlindungan Hukum Konsumen Terkait Jual Beli Tiket Pesawat Secara Online*, Tatohi Volume 1 Nomor 12 Februari 2022: 1215-1229.

- sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g) Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- 2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 - 3) pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 - 4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pada intinya substansi pasal ini tertuju pada dua hal, yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud. Larangan-larangan yang dimaksudkan ini, hakikatnya menurut Nurmadjito yaitu untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar dimasyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal-usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.

Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur kewajiban konsumen adalah membaca dan mengikuti petunjuk dan prosedur pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan serta keselamatan. Berdasarkan ketentuan itu dihimbau pada para konsumen untuk membaca daftar harga pada label (*price tag*) dengan benar dan memastikannya pada saat pembayaran agar tidak menimbulkan kerugian bagi para konsumen.

Akibat hukum merupakan suatu perbuatan yang ditimbulkan karena suatu sebab, dan dilakukan oleh subjek hukum. Perbuatan tersebut baik yang sesuai hukum maupun tidak sesuai dengan hukum. Sementara dijelaskan pada Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 perlindungan konsumen adalah segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk melindungi para konsumen. Akibat hukum akan muncul apabila pelaku usaha tidak menjalankan kewajibannya dengan baik dan menyebabkan konsumen melakukan keluhan (batal demi hukum) dalam hal adanya perbedaan harga antara produk sejenis yang dijual oleh swalayan Alfamidi.

Adapun tanggung jawab pelaku usaha tercantum pada Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen antara lain :

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi yang dimaksud dalam ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau barang yang sejenis atau pemberian santunan sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku.
- 3) Penggantian ganti rugi dilaksanakan dalam waktu 7 hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi yang dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak menghapus kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian dan adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan yang dimaksud pada ayat (1) dan (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha terbukti tidak melakukan kesalahan dan kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen. Jika pelaku usaha yang memperdagangkan barang secara eceran tidak mencantumkan harga secara jelas dan mudah dibaca seperti yang termuat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan, serta tidak menetapkan harga barang dengan rupiah yang berlaku maka pelaku usaha yang bersangkutan dapat dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha khususnya dibidang perdagangan.

Hal ini dilakukan setelah diberikannya peringatan secara tertulis sebanyak 3 (tiga) kali waktu masing-masing peringatan paling lama 1 (satu) bulan. Sementara jika dapat dibuktikan adanya perbedaan harga pada produk sejenis oleh pelaku usaha yang sama maka pelaku usaha supermarket dapat dipastikan telah melanggar Pasal 8 ayat (1) huruf f yang menyebutkan “pelaku usaha dilarang memproduksi atau menjual barang dan jasa yang tidak sesuai dengan yang dinyatakan dalam label, keterangan, atau promosi penjualan barang atau jasa tersebut. Ancamannya berupa sanksi pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak 2.0000.000.000,00 (dua milyar rupiah) sesuai dengan Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun sanksi pidana tersebut dapat dijatuhkan hukuman tambahan yaitu: 1) Perampasan barang tertentu; 2) Pengumuman keputusan oleh hakim; 3) Pembayaran berupa ganti rugi; 4) Penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian pada konsumen; 5) Penarikan barang dari peredaran; dan 6) Pencabutan izin usaha.

Namun langkah pembuktian dalam hal itu biasanya sulit dilakukan karena konsumen ada pada kondisi yang lebih lemah dari pada pelaku usaha. Selain itu sulitnya pembuktian, konsumen juga sulit mendapatkan hak ganti rugi (kompensasi) terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Maka dari itu perlu adanya akibat hukum. Jika mengacu pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang diperdagangkan, apabila adanya perbedaan harga pada produk sejenis oleh pelaku usaha yang sama maka harga yang digunakan adalah harga yang termurah. Sementara jika mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen apabila ditemukan perbedaan harga pada (price tag) dan harga kasir maka pelaku usaha terbukti melanggar pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

KESIMPULAN

Pelaku usaha berhak untuk menetapkan harga terhadap produk yang dijual. Dalam penetapan harga oleh pelaku usaha dapat terjadi adanya harga yang berbeda terhadap produk sejenis. Hal ini dapat disebabkan karena beberapa faktor. Faktor yang menyebabkan adanya perbedaan harga pada produk sejenis yaitu adanya kelalaian dari pramuniaga dalam melakukan penyesuaian harga, keterbatasan jumlah pegawai dan adanya kecurangan yang sengaja dilakukan. Pelaku usaha bertanggung jawab terhadap adanya kerugian konsumen akibat perbedaan harga pada produk sejenis. Pertanggungjawaban pelaku usaha tersebut didasarkan pada tanggungjawab berdasarkan kesalahan (*liability based on fault*). Oleh sebab itu, konsumen berhak mendapatkan hak ganti rugi (kompensasi) terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha baik karena kelalaian maupun kesengajaan. Supermarket yang melakukan perbedaan harga pada produk sejenis dapat dikenakan sanksi berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

REFERENSI

Jurnal

- Cut Mutia, dkk, Desember 2020, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pelaku Usaha Yang Menaikkan Harga Gas LPG 3KG (Studi Penulisan di Kota Langsa)", *Meukuta Alam*, Volume 2, No. 2.
- Moh Jihad Labetubun, Merry Tjoanda, Muchtar Anshary Hamid Labetubun, Perlindungan Hukum Konsumen Terkait Jual Beli Tiket Pesawat Secara Online, *Tatohi* Volume 1 Nomor 12 Februari 2022: 1215-1229.

Buku

- Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2008.
- Andika Wijaya, *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta Timur, 2016.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2017.
- Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Raja Grafindo, Jakarta, 2012.
- Purwahid Patrick, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang Lahir dari Perjanjian dan Undang-Undang)*, Mandar Maju, Bandung, 2004.
- R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Binacipta, Bandung, 2002.
- Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2004.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta, 2006.
- Sudjana dan Elisantris Gultom, *Rahasia Dagang dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, KENI Media, Bandung, 2016.
- Susanti Adi Nugroho, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia, Dalam Teori Dan Praktik Serta Penerapan Hukumnya*, Kencana, Jakarta, 2012.