

PENGAWASAN TERHADAP GERAI PENJUALAN DALAM PRESPEKTIF PERLINDUNGAN KONSUMEN

Dimas Rahmat Yusuf¹, Suwitno Y. Imran², Dolot Alhasni Bakung³

^{1,2,3}Fakultas Hukum, Universitas Negeri Gorontalo

Email: yusufdimas098@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received :28-08-2024

Revised : 22-09-2024

Accepted :26-09-2024

Kata Kunci: Pengawasan,
Gerai Penjualan,
Perlindungan Konsumen

DOI:10.62335

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pengawasan terhadap gerai penjualan dalam perspektif perlindungan konsumen. Dalam era perdagangan modern, konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan produk dan layanan, yang kadang kala berisiko terhadap keamanan dan kenyamanan konsumen. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah dan lembaga terkait dapat melindungi hak-hak konsumen, serta menilai efektivitas regulasi yang ada. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dan analisis terhadap kebijakan perlindungan konsumen yang berlaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat regulasi yang mengatur pengawasan gerai penjualan, implementasinya di lapangan masih kurang optimal. Faktor-faktor seperti rendahnya pengawasan rutin, ketidaktahuan konsumen tentang hak-hak mereka, serta kurangnya penegakan hukum yang tegas turut menjadi hambatan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan peningkatan kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat konsumen dalam meningkatkan pengawasan dan kesadaran akan perlindungan konsumen.

PENDAHULUAN

Dalam usaha untuk perlindungan konsumen pemerintah sudah Menetapkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dengan adanya peraturan ini, diharapkan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha dapat diminimalkan, sehingga hak-hak konsumen dapat terjamin. Konsumen berhak mendapatkan kepastian mengenai informasi yang jelas tentang barang tersebut. Hak untuk memperoleh informasi yang benar dimaksudkan agar konsumen dapat

mengetahui informasi yang tepat mengenai produk atau jasa, sehingga mereka dapat memilih barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Berkaitan dengan regulasi di atas beberapa pasal telah di jelaskan pada Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berkaitan dengan permasalahan tersebut sebagaimana Pasal 4 Menyebutkan hak-hak konsumen, termasuk hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa. Pasal 7 Mengatur kewajiban pelaku usaha, termasuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang/jasa yang dijual. Pasal 8 Menegaskan bahwa pelaku usaha dilarang untuk memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan terkait harga, barang, atau jasa. Dan pasal 9 Melarang pelaku usaha memberikan promosi atau penawaran iklan yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Jual beli yang sering terjadi dimasyarakat adalah jual beli makanan, sehingga dalam hal ini sering juga ditemui para penjual yang melakukan tindakan yang merugikan. Dengan alasan inilah maka diciptakan Undang-undang perlindungan konsumen Nomor 8 Tahun 1999 yang bertujuan supaya konsumen selalu mendapat perlindungan dalam setiap transaksi yang dilakukan sedangkan etika berbisnis menurut Islam sebagai pegangan teguh bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.

Di Indonesia, hingga saat ini, masalah perlindungan konsumen masih belum mendapatkan perhatian yang cukup. Penegakan perlindungan konsumen dianggap berhasil jika setiap konsumen dapat melindungi diri mereka sendiri dari segala hal yang merugikan. Salah satu cara yang efektif untuk mengurangi ketidakpuasan adalah dengan menyampaikan pengaduan; konsumen dapat melaporkan ketidakpuasan mereka terhadap barang atau jasa yang digunakan, baik melalui pihak ketiga, seperti lembaga konsumen. Salah satu lembaga konsumen yang telah beroperasi lama adalah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang dirancang untuk melindungi dan memenuhi hak-hak konsumen. Sebagai contoh, pelaku usaha atau penjual diwajibkan untuk menampilkan tanda atau label harga sebagai bentuk pemberitahuan kepada konsumen. Salah satu hak konsumen terkait harga barang adalah hak untuk mendapatkan ganti rugi dan produk dengan harga yang wajar. Berdasarkan penjelasan di atas, pelaku usaha dianggap telah melanggar hukum karena tidak menjalankan kewajibannya dengan baik dan tidak memberikan informasi harga barang yang jelas kepada konsumen. Dalam hukum perlindungan konsumen, terdapat larangan bagi pelaku usaha dan konsumen untuk saling merugikan, yang dilandasi oleh nilai-nilai etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.¹

Di dalam usaha Gerai Penjualan, perlu adanya melihat produk apa yang diminati oleh para konsumen. Saat ini sudah banyak sekali gerai penjualan yang menyajikan produk menarik. Selain mereka menawarkan produk yang beraneka ragam, ada pula beberapa gerai penjualan yang bersaing karena menyajikan produk yang sama. Dengan

¹ Lili Indianingsih,dkk, 2021, "Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Perbedaan Harga pada Rak barang dengan struk kasir di RIA Swalayan Mojosari ", DIH, Jurnal Ilmu Hukum, hlm 232.

begitu, para pemilik usaha gerai penjualan harus dapat menarik para konsumen dengan produk yang menurut mereka dapat menarik minat beli konsumen.

Harga memainkan peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, sehingga menjadi faktor penentu keberhasilan pemasaran. Penelitian yang dilakukan oleh Fatonah dan Soebandiono (2010) serta Novandri (2010) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Keberhasilan dalam penetapan harga merupakan elemen kunci dalam strategi pemasaran. Harga termasuk unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Selain itu, harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan.

Maka dari itu, informasi adalah salah satu hal yang paling penting untuk masyarakat atau konsumen yang bukan hanya menerima barang dan jasa dari pelaku usaha. Informasi dapat juga dilihat dari berbagai sumber lainnya yang memiliki kepercayaan, serta dapat mempertanggungjawabkan sehingga pada akhirnya konsumen tidak dirugikan baik materiil maupun inmateriil, untuk menjaga kesehatan dan keselamatan bagi konsumen dalam mengonsumsi atau menggunakan suatu.²

Dalam kemasan produk terdapat informasi yang dapat konsumen jadikan sebagai penentuan antara pilihan yang ada untuk membeli dan mengkonsumsinya. Informasi yang tidak jelas mengakibatkan kerugian bagi konsumen. Dengan maraknya permasalahan pada produk minuman yang terjadi di Indonesia sampai saat ini masih banyak ditemukannya masalah yang sama yang tidak mematuhi aturan yang telah dibuat mengenai pencantuman harga pada produk. Pengawasan pemerintah, lembaga konsumen terhadap pelaku usaha dan masyarakat sudah dilakukan bebarapa upaya sehingga dibuat beberapa peraturan yang berkaitan tentang perlindungan konsumen, meskipun demikian sampai saat ini masih terdapat pengawasan yang belum efektif.³

Adanya UU Nomor 8 Tahun 1999 sangat berperan aktif dalam perkembangan perindustrian dalam masyarakat di era saat ini, karena pelaku usaha dan konsumen memiliki hak dan kewajiban untuk mendapatkan suatu perlindungan hukum dimana produk agar tetap berkualitas. Dalam UUPK juga menjelaskan mencegah agar pelaku usaha lebih teliti dalam memperdagangkan produk yang sesuai standart yang ditetapkan oleh pemerintah.⁴ Dalam UU Kesehatan No. 36 Th. 2009 tertuang pasal 111 ayat (1) yang menyatakan bahwa makanan danatau minuman yang digunakan masyarakat harus didasarkan pada standar dan atau persyaratan kesehatan.

Berdasarkan laporan dan survei yang telah dilakukan oleh **Kementerian Perdagangan** serta laporan dari **Yayasan lembaga konsumen indonesia (YLKI)**, konsumen sering mengalami perbedaan harga antara yang tertera di rak dengan yang dibayar di kasir. Meskipun regulasi sudah jelas, pelanggaran ini tetap terjadi di gerai

² Op Cit...hlm hlm 121

³ Poernomo, H. S. L. (2020). "Analisis Perlindungan Hukum Konsumen Produk Makanan Kemasan yang Beredar di Kota Makassar." *Jurnal Law Review*, hal 40.

⁴Susanto, H. (2008). "Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan". Jakarta: Visi Media Pustaka. Hlm 121

modern dan minimarket. dalam kasus seperti yang dilaporkan tersebut juga terdapat banyak pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga secara lengkap atau tidak menampilkan harga sama sekali. ini melanggar ketentuan yang mengharuskan semua produk dijual dengan harga yang transparan dan mudah diakses konsumen. Sehingga Konsumen sering terjebak dengan promosi yang tidak jelas atau informasi diskon yang ambigu. Misalnya, diskon yang hanya berlaku dengan syarat tertentu yang tidak dijelaskan secara rinci pada iklan di rak. Penawaran seperti ini melanggar prinsip **keadilan transaksi** dan menciptakan ketidakpastian bagi konsumen. meskipun ada regulasi mengenai perlindungan konsumen, dalam praktiknya sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar sering kali tidak cukup kuat untuk mencegah pelanggaran serupa di masa depan. beberapa pengusaha hanya memberikan harga terbaru atau alternatif produk, tanpa menyelesaikan masalah utamanya.⁵

Berkaitan dengan hal tersebut diatas sangat jelas di atur pada pasal (4), (7), (8), dan (9) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal (2), (3), dan (5) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang pencantuman harga barang dan tarif jasa perdagangan, Pasal (66), (104) Undang-Undang nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan, pasal (22) Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktik monopoli, dan persaingan usaha tidak sehat.

METODE PENELITIAN

Penelitian hukum normatif (*normative law research*) mencakup penelitian terhadap sistematika hukum, penelitian terhadap taraf sinkronisasi hukum, penelitian sejarah hukum dan penelitian perbandingan hukum.⁶ penelitian hukum normatif memiliki definisi yang sama dengan penelitian doktrinal (*doctrinal research*) yaitu penelitian berdasarkan bahan-bahan hukum (*library based*) yang fokusnya pada membaca dan mempelajari bahan-bahan hukum primer dan sekunder.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Maraknya perdagangan ataupun penjualan berbagai macam produk belakang ini menjadikan masyarakat sangat dimudahkan dalam melakukan transaksi dalam memenuhi berbagai kebutuhannya hal ini telah menjadi sesuatu yang lumrah dilakukan oleh para pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, jika pelaku usaha terbukti melakukan ketidakjujuran terhadap konsumen, seperti adanya perbedaan antara harga yang tertera pada label rak dan harga yang muncul di kasir atau tanda terima pembayaran (struk), maka pelaku usaha tersebut dapat dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam undang-undang tersebut. Hal ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari tindakan curang dan memastikan adanya keadilan dalam

⁵Fathimah Timorria, 2020, " Kasus perbedaan Harga" berita :

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200304/12/1208759/harga-berbeda-antara-dirak-dan-saat-membayar-ini-respons-aprindo>

⁶Mukti Fajar Nur Dewanta, 2013, "Yulianto Ahmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris*", Cet 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Hlm. 153

transaksi, maka pelaku usaha telah melakukan perbuatan yang dilanggar dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 8 ayat (1) huruf f yang menyatakan bahwa “pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan pada label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”. Selain itu, apabila pedagang terbukti melakukan “kecurangan” berdasarkan Pasal 62 ayat (1) menyatakan “Pedagang melanggar ketentuan yang disebutkan dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1), huruf a, b, c, e, 17 ayat (2), serta pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”.⁷

Berdasarkan hasil penelitian di beberapa gerai ritel modern seperti supermarket dan minimarket, ditemukan bahwa **pencantuman harga produk sering kali tidak konsisten dengan harga yang dikenakan di kasir**. Regulasi yang seharusnya melindungi konsumen, seperti **Permendag No. 35/2013** dan **UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999**, mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan harga dengan jelas dan transparan. Namun, pada praktiknya, pelanggaran masih terjadi, sebuah produk makanan ringan di rak dicantumkan dengan harga Rp20.000, tetapi saat pembayaran di kasir, harga yang dikenakan menjadi Rp22.500. Hal ini melanggar ketentuan yang menyebutkan bahwa jika ada perbedaan harga, konsumen berhak mendapatkan harga terendah.⁸

Di samping sanksi yang tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sebaiknya pengelola minimarket juga dikenai sanksi tambahan sebagaimana yang diatur dalam Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, seperti:

- a. “Perampasan barang tertentu;
- b. Pengumuman putusan hakim;
- c. Pembayaran ganti rugi;
- d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. Pencabutan izin usaha

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Daftar Harga Barang dan Jasa yang Diperdagangkan bisa juga kita tinjau sebagai dasar hukum menjaga hak konsumen. Peraturan ini bertujuan agar konsumen memperoleh informasi yang akurat, jelas dan jujur mengenai harga barang atau jasa yang ditawarkan atau diperdagangkan oleh pelaku usaha dan agar konsumen dapat memiliki jaminan barang dan jasa dengan kualitas harga yang baik. Aturan tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha yang menjual barang atau jasa secara satuan, harus menampilkan harga barang atau tarif layanan dengan tegas, mudah dibaca dan mudah ditemukan. Jika dilihat dari perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang telah diuraikan

⁷ R. Soeroso, 2016 “*Pengantar Ilmu Hukum*”, Jakarta: Sinar Garfika, hlm 295

⁸ Bernadetha Aurelia Oktavira, 2022, “*Harga barang dikasir dan Rak berbeda, mana yang di pakai?*” <https://www.hukumonline.com/klinik/a/harga-barang-di-kasir-dan-di-rak-berbeda--mana-yang-dipakai-lt54ae3fd1da280/>

sebelumnya, maka nyata bahwa pengusaha harus bertanggung jawab sepenuhnya atas kesalahan yang terjadi. Berlandaskan penjelasan Pasal 8 ayat (1) huruf f yang telah disebutkan, terbukti bahwa pelaku usaha menjual barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi janji yang tercantum pada label. Janji tersebut bisa merujuk pada harga yang tertera pada label. Oleh karena itu, pelaku usaha harus menanggung kerugian yang dialami konsumen.

Seharusnya pelaku usaha memberikan suatu jaminan dan imbalan dalam memenuhi hak dan kesejahteraan konsumen apabila ada konsumen yang merasa dirugikan. Hak dan kewajiban merupakan serangkaian unsur yang saling berkaitan. Karena hukum sejati bukanlah tujuan akhir melainkan sarana atau alat untuk menegakkan keadilan, maka hukum harus bisa memberikan keadilan, bukan sebaliknya. Hak dan kewajiban bukan termasuk pada kumpulan peraturan atau kaidah, tetapi pada kesepadanan kewenangan dalam bentuk hak individu yang dimiliki oleh masing-masing pihak yang tercermin dalam kewajiban yang harus dilakukan oleh pihak lain. Di dalam konteks ini, sebelum konsumen dapat dianggap memenuhi syarat untuk memperoleh hak-hak yang diatur secara menyeluruh dalam peraturan hukum, pastinya konsumen memiliki berbagai tanggung jawab yang harus dilaksanakan dalam pelaksanaannya.

Faktanya, kondisi saat ini masih ada minimarket yang kasirnya sudah menginput harga barang, tetapi kasir tidak menunjukkan struk setelah pembayaran agar penipuan ini tidak diketahui konsumen. Lebih parahnya lagi, beberapa minimarket ada yang tidak memberikan struk belanja dengan alasan mesin bermasalah sehingga tidak dapat mencetak struknya. Padahal, sudah ada catatan yang menyatakan bahwa kasir wajib memberikan struk belanja kepada konsumen. Tindakan kecurangan seperti ini dilakukan oleh beberapa pekerja yang bekerja sama dan membagi hasil dari kecurangan mereka. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi tentang harga barang yang mereka beli. Harapannya, oknum kasir yang melakukan tindakan seperti ini tidak dipekerjakan lagi di Mini Market mana pun karena dapat menyebabkan kerugian baik secara materiil maupun imateriil bagi konsumen.⁹

Dalam menjalankan fungsi pembinaan dan pengawasan serta menjamin terlaksananya perlindungan konsumen atas barang-barang yang diperjual belikan, Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Kosumen (UU Perlindungan Konsumen) Pasal 29 mengatur hal ini, yaitu:

1. Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
2. Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.

⁹ Ramdani, Lintang Bundayanti, ikhwan aulia Fatahillah, "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Minimarket yang Mengalami Kerugian Akibat Kesalahan Pencantuman Harga Barang*", *Varia Hukum: Jurnal Forum Studi Hukum dan Kemasyarakatan*, P-ISSN (2085-1154) E-ISSN (2798-7663), hlm 104.

3. Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
4. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:
 - a. Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antar pelaku usaha dan konsumen;
 - b. Berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. Meningkatnya kualitas sumberdaya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sehubungan dengan ketentuan pasal 29 UU Perlindungan Konsumen tersebut diatas, factor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat pemahaman dan kesadaran akan haknya yang masih rendah dan hal ini berkorelasi dengan faktor pendidikan konsumen yang rendah. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam pasal 29 UU Perlindungan Konsumen disebutkan adanya tanggung jawab pemerintah atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen untuk memberdayakan konsumen dalam memperoleh haknya. Pemberdayaan konsumen tersebut, sesuai asas keadilan dan keseimbangan, tidak boleh merugikan kepentingan pelaku usaha, namun sebaliknya melalui perlindungan konsumen tersebut diharapkan dapat mendorong iklim berusaha yang sehat dan lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas. Upaya pembinaan perlindungan konsumen yang diselenggarakan oleh pemerintah sebagai amanat UU adalah sebagai upaya untuk menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban masing-masing sesuai asas keadilan.¹⁰ Terkait dengan pengawasan juga di atur dalam Pasal 30 UU Perlindungan Konsumen yaitu:

- 1.) Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- 2.) Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- 3.) Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- 4.) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 5.) Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

¹⁰ Putu Eka Trisna Dewi, 2022, "Pengawasan Dan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Bisnis E-Commerce Di Indonesia", Fakultas Hukum Universitas Ngurah Rai, hlm 5.

- 6.) Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah”.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terlihat bahwa pengawasan lebih banyak difokuskan pada peran masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dibandingkan dengan peran pemerintah yang dilakukan oleh menteri atau menteri teknis terkait. Pasal 30 ayat (4) dari undang-undang ini menyatakan bahwa jika pengawasan oleh masyarakat dan LPKSM menemukan adanya pelanggaran terhadap peraturan yang berlaku dan hal tersebut membahayakan konsumen, maka menteri atau menteri teknis terkait harus mengambil tindakan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah cenderung menunggu laporan dari masyarakat dan LPKSM untuk kemudian bertindak terhadap barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan ketentuan yang beredar di pasaran.

Kesadaran masyarakat yang masih rendah untuk melakukan tindakan pencegahan menjadi kendala, sering kali menimbulkan sikap acuh tak acuh terhadap masalah yang ada, dan baru melaporkan kepada pihak berwenang setelah terjadi masalah, seperti kasus keracunan makanan yang tidak layak konsumsi. Satu-satunya pihak yang diharapkan dapat menjalankan pengawasan sesuai dengan Pasal 30 ini adalah LPKSM. Namun, untuk menjalankan fungsi pengawasan yang melibatkan penelitian, pengujian, atau survei terhadap produk atau jasa yang diduga melanggar ketentuan, diperlukan biaya yang cukup besar, yang dapat menyebabkan inkonsistensi dalam hasil pengawasan. Bentuk pengawasan lebih lanjut diatur dalam Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen:

- 1.) “Pengawasan oleh pemerintah dilakukan terhadap pelaku usaha dalam memenuhi standar mutu produksi barang dan/atau jasa, pencatuman label dan klausula baku, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau masyarakat.
- 2.) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dalam proses produksi, penawaran, promosi, pengiklanan, dan penjualan barang dan/atau jasa.
- 3.) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat.
- 4.) Ketentuan mengenai tata cara pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) ditetapkan oleh Menteri dan atau menteri teknis terkait bersama-sama atau sendiri-sendiri sesuai dengan bidang tugas masing- masing”.

Menyangkut bentuk pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat, dalam pasal 9 PP Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, ditentukan bahwa:

- 1.) “Pengawasan oleh masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
- 2.) Pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan dengan cara penelitian, pengujian dan atau survei.
- 3.) Aspek pengawasan meliputi pemuatan informasi tentang risiko penggunaan barang jika diharuskan, pemasangan label, pengiklanan, dan lain-lain yang

disyaratkan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan dan kebiasaan dalam praktik dunia usaha.

- 4.) Hasil pengawasan sebagaimana dimaksud dalam ayat (2) dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis”.

Berdasarkan regulasi pengawasan terhadap gerai penjualan dilakukan berdasarkan berbagai regulasi yang bertujuan untuk melindungi konsumen dari praktik bisnis yang tidak adil. Regulasi utama yang mengatur pengawasan ini adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk melakukan pengawasan serta menindak pelanggaran dalam hal pencantuman harga dan informasi produk. Selain itu, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 35/M-DAG/PER/7/2013 menegaskan bahwa setiap pelaku usaha wajib mencantumkan harga barang/jasa secara jelas dan sesuai dengan harga yang dikenakan kepada konsumen di kasir.

Mekanisme pengawasan dilakukan melalui beberapa instansi seperti Kementerian Perdagangan, Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), serta lembaga-lembaga pengawasan daerah. Pengawasan bisa dilakukan secara rutin melalui inspeksi langsung atau melalui laporan pengaduan konsumen. Lembaga-lembaga ini bertugas memastikan bahwa gerai penjualan mematuhi aturan pencantuman harga dan tidak menyesatkan konsumen.

Selain pengawasan aktif dari instansi pemerintah, mekanisme pengaduan konsumen juga merupakan alat penting untuk mengidentifikasi pelanggaran. Konsumen dapat melaporkan pelanggaran melalui berbagai platform, baik melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) maupun platform pengaduan resmi dari Kementerian Perdagangan.

Dalam hal efektivitas pengawasan meskipun mekanisme pengawasan sudah ditetapkan, efektivitasnya dalam praktik masih menjadi tantangan. Berdasarkan temuan dan laporan dari berbagai organisasi konsumen seperti YLKI, sering terjadi perbedaan harga antara yang tercantum di rak dan yang ditagihkan di kasir, atau promosi yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan di media iklan atau di rak toko. Hal ini menunjukkan bahwa pengawasan masih belum optimal. Faktor yang memengaruhi efektivitas pengawasan meliputi:

- a) Sumber daya pengawas yang terbatas, terutama dalam mengawasi gerai-gerai penjualan di wilayah yang luas.
- b) Kurangnya penegakan sanksi yang tegas terhadap pelaku usaha yang melanggar regulasi, sehingga pelanggaran berulang sering kali tidak terselesaikan secara tuntas.
- c) Rendahnya kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka, yang menyebabkan kurangnya pengaduan atas praktik-praktik bisnis yang merugikan.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya mengenai pengawasan terhadap Pelaku Usaha dalam menjalankan usahanya, khususnya terkait dengan perlindungan konsumen terhadap kerugian yang dialaminya akibat kurangnya informasi mengenai harga produk yang dijual di gerai, penting untuk memahami lebih jelas dan mendalam mengenai hak

dan kewajiban konsumen. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki hak-hak sebagai berikut:

- (1.)“Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- (2.)Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- (3.)Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- (4.)Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- (5.)Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- (6.)Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- (7.)Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- (8.)Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- (9.)Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dari sembilan hak konsumen yang diberikan di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, terlebih lagi yang tidak aman atau membahayakan keselamatan konsumen jelas tidak layak untuk diedarkan dalam masyarakat. Selanjutnya, untuk menjamin bahwa suatu barang/atau jasa dalam penggunaannya akan nyaman aman maupun tidak membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar memperoleh advokasi, pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi sampai ganti rugi.¹¹ Selain memperoleh hak tersebut, sebagai *balance*, konsumen juga diwajibkan untuk:

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

Keterlibatan pemerintah dalam pengaturan ekonomi rakyat, seperti hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, didasarkan pada beberapa asas, yaitu asas keseimbangan kepentingan, asas pengawasan publik, dan asas campur tangan negara dalam kegiatan ekonomi, yang semuanya bersumber dari aspek hukum publik. Asas

¹¹ Abdul Halim Barkatullah, 2010, “*Hak-Hak Konsumen*”, Nusa Media, Bandung, hlm 34

keseimbangan ini menekankan keadilan bagi kepentingan semua pihak yang terlibat, yaitu konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah. Dalam hubungan ini, kepentingan pemerintah tidak terlibat langsung dalam transaksi dagang antara pelaku usaha dan konsumen. Sebaliknya, pemerintah mewakili kepentingan publik melalui berbagai pembatasan dan kebijakan yang dituangkan dalam peraturan perundang-undangan.

KESIMPULAN

Pengawasan Terhadap Gerai Penjualan Dalam Prespektif Perlindungan Konsumen Dalam Menjalankan Fungsi Pembinaan Dan Pengawasan Serta Menjamin Terlaksananya Perlindungan Konsumen Atas Barang-Barang Yang Diperjual Belikan Sebagaimana Yang Telah Dijelaskan Dalam UUPK Pemerintah Bertanggung Jawab Atas Pembinaan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Yang Menjamin Diperolehnya Hak Konsumen Dan Pelaku Usaha Serta Dilaksanakannya Kewajiban Konsumen Dan Pelaku Usaha. Pembinaan Oleh Pemerintah Atas Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Meliputi Upaya Terciptanya Iklim Usaha dan Tumbuhnya Hubungan Yang Sehat Antar Pelaku Usaha Dan Konsumen, Berkembangnya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dan Meningkatkan Kualitas Sumberdaya Manusia Serta Meningkatkan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan Di Bidang Perlindungan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Barkatullah, 2010, *"Hak-Hak Konsumen"*, Nusa Media, Bandung
- Lili Indianingsih, Dkk, 2021, *"Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Perbedaan Harga Pada Rak Barang Dengan Struk Kasir Di RIA Swalayan Mojosari"*, DIH, Jurnal Ilmu Hukum
- Poernomo, H. S. L. (2020). *"Analisis Perlindungan Hukum Konsumen Produk Makanan Kemasan Yang Beredar Di Kota Makassar."* Jurnal Law Review
- Susanto, H. (2008). *"Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan"*. Jakarta: Visi Media Pustaka
- Mukti Fajar Nur Dewanta, 2013, *"Yulianto Ahmad, Dualisme Penelitian Hukum Normatif Dan Empiris"*, Cet 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Putu Eka Trisna Dewi, 2022, *"Pengawasan Dan Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Bisnis E-Commerce Di Indonesia"*, Fakultas Hukum Universitas Ngurah Rai
- Ramdani, Lintang Bundayanti, Ikhwan Aulia Fatahillah, *"Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Minimarket Yang Mengalami Kerugian Akibat Kesalahan Pencantuman Harga Barang"*, Varia Hukum: Jurnal Forum Studi Hukum Dan Kemasyarakatan, P-ISSN (2085-1154) E-ISSN (2798-7663)
- Bernadetha Aurelia Oktavira, 2022, *"Harga Barang Dikasih Dan Rak Berbeda, Mana Yang Di Pakai?"* <https://www.hukumonline.com/klinik/a/harga-barang-di-kasih-dan-di-rak-berbeda--mana-yang-dipakai-lt54ae3fd1da280/>
- Fathimah Timorria, 2020, *"Kasus Perbedaan Harga"* Berita : <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200304/12/1208759/harga-berbeda-antara-dirak-dan-saat-membayar-ini-respons-aprindo>