

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini kegiatan bisnis telah berkembang pesat terutama dalam bidang perdagangan. Pada perkembangan jaman seperti sekarang kegiatan bisnis dalam bidang perdagangan juga telah memudahkan masyarakat untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan dengan berbagai macam pilihan yang telah disediakan oleh pelaku usaha yang selalu berusaha untuk melakukan pembaharuan atau inovasi terhadap barang atau jasa agar tidak terbatas dan konsumen tidak merasa bosan dengan apa yang akan atau telah mereka jual, selain itu hal tersebut juga bertujuan agar saat pedagang menawarkan apa yang dijual konsumen tetap tertarik untuk membeli. Pengertian bisnis menurut sebagian ahli ekonomi berpendapat bahwa bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari keuntungan semata-mata.¹

Kegiatan bisnis yang telah berkembang pesat saat ini tidak hanya membantu konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan, namun juga bisa menjadi lapangan pekerjaan baru dan pelaku usaha juga mempunyai peran dalam membantu mengurangi angka pengangguran. Selain itu, berbisnis atau membuka usaha sendiri juga bisa membantu memperbaiki perekonomian baik dalam lingkup yang kecil seperti mengurangi pengangguran di sekitar lingkungan sendiri hingga dalam lingkup yang besar seperti membantu perekonomian negara.

Belakangan ini terdapat banyak usaha kecil seperti dalam bidang kuliner yang semakin digemari oleh pelaku usaha. Banyaknya usaha kuliner sekarang dipengaruhi oleh faktor kemudahan dalam membuka usaha tersebut seperti bahan baku yang mudah didapatkan dan banyaknya lokasi yang menyediakan tempat untuk membuka usaha kuliner. Hal tersebut tentu saja menuntut pelaku usaha agar lebih kreatif dan selalu berinovasi agar konsumen tetap tertarik dengan usaha yang dijalankan. Pengertian konsumen sendiri adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk

¹ M. Yusri, "Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam", Jurnal Ulumuddin: Pemikiran Hukum Islam, Vol. 7, No. 1, Juli-Desember 2011, hal. 9.

diperdagangkan.² Sedangkan pengertian pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.³ Beragam pilihan kuliner yang tersedia tersebut tentu saja dapat memancing minat konsumen sehingga selalu digemari yang menjadikan usaha kuliner sebagai destinasi wisata dan/atau menjadi ikon makanan khas dari suatu daerah atau kota-kota besar.

Kegiatan usaha yang berkembang pesat dan juga persaingan yang ketat antara pelaku usaha menuntut mereka untuk selalu melakukan inovasi dan menawarkan berbagai cara dalam menarik dan/atau mempertahankan konsumen. Dengan cara yang semakin beragam dalam menawarkan usaha kuliner mereka, terkadang pelaku usaha hanya menjadi fokus dengan bagaimana cara agar memperoleh keuntungan semaksimal mungkin tanpa memikirkan kepuasan konsumen mereka. Upaya yang mereka tempuh juga tidak jarang tidak mengikuti prosedur yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan atau peraturan pemerintah lainnya yang membuat konsumen merasa dirugikan padahal dalam kegiatan usaha kuliner yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen mempunyai peran penting atas keberlangsungan dan kemajuan usaha tersebut.

Pelaku usaha juga mempunyai peran penting yaitu menjaga kualitas suatu produk agar tidak menimbulkan kerugian bagi kedua belah pihak dan pelaku usaha juga mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas kepada konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan. Misalnya pada bidang kuliner, saat konsumen sudah menikmati makanan yang telah disediakan pada salah satu rumah makan, maka konsumen memiliki kewajiban untuk membayar dengan harga yang telah ditentukan oleh pemilik rumah makan, sedangkan pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk menyediakan makanan dengan baik. Saat konsumen telah membayar dengan harga yang sudah ditentukan, maka pada saat itu timbul

²Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 2.

³Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 3.

suatu transaksi dan hubungan kontraktual antara pelaku usaha dan konsumen. Namun saat konsumen telah melaksanakan kewajibannya, terkadang konsumen masih sering menjadi pihak yang dirugikan, baik dari produsen atau pelaku usaha maupun sebagai akibat ketidaktahuan konsumen mengenai informasi itu sendiri karena produk dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha.⁴ Seperti yang terjadi pada rumah makan “*Lontong Orari*” di daerah Banjarmasin, Kalimantan Selatan, karena pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga pada daftar menu makanan mereka, akibatnya ada konsumen yang merasa dirugikan ketika membayar karena menganggap harga makanan tidak sesuai seperti pada umumnya. Ketidakjelasan pencantuman harga makanan dan pembayaran tambahan lainnya tidak jarang memicu pertengkaran antara konsumen dan pengelola⁵. Karena ketidaktahuan konsumen terhadap harga pada daftar menu salah satu rumah makan tersebut konsumen bisa merasa dirugikan dan membuat konsumen memerlukan perlindungan bagi dirinya. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁶

Munculnya permasalahan tersebut di atas, membuat penulis tertarik dan ingin mengetahui lebih lanjut mengenai seperti apa praktik pencantuman harga pada rumah makan ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. penulisan skripsi ini akan dilakukan berdasarkan wawancara kepada narasumber sekaligus pemilik Rumah Makan Lontong Orari yaitu Ibu Hj. Rusminah.

Penulis juga akan mengkaji mengenai kewajiban pencantuman harga menu pada rumah makan menurut pandangan Islam. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa prinsip-prinsip etika berdagang dalam ajaran Islam seperti dalam fikih Islam (fikih muamalah) yang dapat menjadi pegangan dan tuntunan bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya seperti melarang semua transaksi kegiatan usaha yang mengandung kecurangan dan ketidakpastian dalam berbagai peristiwa

⁴Putri Ariya Dita, “Perlindungan Konsumen Terhadap Tidak Adanya Pencantuman Harga Menu Dalam Sebuah Rumah Makan”, (Skripsi Fakultas Hukum Universitas Jember), hal. 3, diakses pada Tanggal 4 Desember 2017.

⁵ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Ed. Revisi, Cet. 3, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2009), hal. 270.

⁶Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 1.

hukum seperti *ba'i al-gharar* (jual beli mengandung tipuan)⁷ dalam segala bentuk terhadap pihak lain yang berguna untuk melindungi konsumen. Dalam Hadits Abu Hurairah ra, bahwasanya ia berkata:⁸

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ
وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

“Rasulullah SAW melarang jual beli dengan cara hashah (yaitu: jual beli dengan melempar kerikil) dan cara lain yang mengandung unsur penipuan.” (HR Muslim, No: 2783).

Selanjutnya ada pula larangan gharar yang merupakan salah satu bentuk perlindungan konsumen yang dijamin dalam Islam.⁹ Hal ini sesuai firman Allah SWT dalam surah Al-An'am ayat 152:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ
بِالْقِسْطِ ۚ لَّا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا ۚ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ
وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku yang adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.” (QS. Al-An'am (6): 152).

Penggalan ayat tersebut merupakan suruhan untuk mencukupkan timbangan dan takaran yang berarti juga suruhan menepati janji, mutu dan kualitas barang dagangan. Orang tidak diperbolehkan menipu untuk mendapatkan untung. Ayat tersebut secara jelas telah melarang ketidakpastian (*gharar*). Kata “sempurnakanlah timbanganmu” menunjukkan bahwa kita harus melakukan

⁷ Nurul Tika Pratiwi dan Aprina Chintya, “Studi Komperatif Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam”, FIKRI: Jurnal Kajian Agama Sosial dan Budaya, Vol. 2, No. 1, Juni 2017, hal. 155.

⁸ Muhamad, *Lembaga Perekonomian Islam Perspektif baru, Teori, dan Aplikasi*, Ed. 1, Cet. 1 (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017) hal. 240.

⁹ Nurul Tika Pratiwi dan Aprina Chintya, *Ibid.*, hal. 158.

segala sesuatu dengan jelas dan adil dan tidak diperbolehkan menipu untuk mendapatkan keuntungan.¹⁰

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mendapatkan suatu rumusan masalah yang akan dikaji dalam skripsi ini, yaitu :

1. Bagaimana penerapan kewajiban pencantuman harga pada rumah makan ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha apabila terdapat sengketa konsumen yang merasa dirugikan akibat harga menu yang tidak diketahui?
3. Bagaimana praktik kewajiban pencantuman harga pada rumah makan ditinjau dari hukum islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui praktik kewajiban pencantuman harga pada rumah makan ditinjau dari UUPK.
 - b. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha ketika ada sengketa konsumen yang merasa dirugikan akibat harga menu yang tidak diketahui.
 - c. Untuk mengetahui praktik kewajiban pencantuman harga pada rumah makan dari perspektif hukum islam.

2. Manfaat Penelitian

Dalam menulis skripsi ini, penulis berharap setiap penelitian yang ada didalamnya diharapkan akan memberikan manfaat dari penelitian yang telah dibuat, yaitu :

- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan manfaat secara khusus kepada akademis dan kepada masyarakat secara umum yang

¹⁰ *Ibid.*

membutuhkan informasi mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen yang tidak mendapatkan informasi mengenai harga menu di rumah makan.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis memberikan masukan kepada pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan terhadap rumah makan yang tidak mencantumkan harga.

D. Kerangka Konseptual

1. Praktik adalah pelaksanaan secara nyata apa yang disebut dalam teori.¹¹
2. Harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu.¹²
3. Rumah Makan adalah suatu tempat untuk menyantap makanan dan minuman yang disediakan dengan konsep formil dan dipungut pembayaran atas makanan dan minuman.¹³
4. Bisnis adalah suatu kegiatan diantara manusia yang menyangkut memproduksi, menjual, dan membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.¹⁴
5. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁵
6. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia,

¹¹ Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring, <http://kbbi.web.id/praktik/html> . Diakses pada Tanggal 2 Januari 2018

¹² Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring, <http://kbbi.kata.web.id/?s=Harga>. Diakses Tanggal 2 Januari 2018.

¹³ Indonesia. *Peraturan Daerah Kota Banjarmasin tentang Pajak Restoran*, Nomor 11 Tahun 2011, Pasal 1 Angka 12.

¹⁴ DR. A. Sony Keraf, *Etika Bisnis : Tuntutan dan Relevansinya*, ed. baru, cet. 3 (Yogyakarta : Kanisius, 2000), hal. 50.

¹⁵ Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 2.

baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹⁶

7. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁷

E. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Kegiatan penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris, yaitu penelitian hukum yang meneliti bahan pustaka atau data sekunder yang kemudian dilanjutkan dengan penelitian terhadap data primer di lapangan, atau terhadap masyarakat.¹⁸ Di dalam penelitian hukum, data sekunder mencakup bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.¹⁹

b. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari masyarakat.²⁰ Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan-bahan kepustakaan berupa buku-buku dan segala peraturan perundang-undangan atau dokumentasi. Data sekunder yang digunakan antara lain:

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat.²¹

Dalam hal ini terdiri dari:

- a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
- b. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
- c. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan;

¹⁶Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 3.

¹⁷Indonesia, *Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen*, UU Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 1.

¹⁸Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, cet.3, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2014), hal. 52.

¹⁹*Ibid.*

²⁰Soerjono Soekanto, *op. cit.*, hal. 51.

²¹Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, ed. 1, cet. 17, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal.113.

- d. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Rumah Makan;
 - e. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Jasa Boga;
 - f. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/MPP/KEP/12/2001 tentang pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK;
 - g. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35/M-DAG/PER/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan;
 - h. Peraturan Daerah Kota Banjarmasin Nomor 11 Tahun 2011 Tentang Pajak Restoran;
 - i. Peraturan Daerah Kota Banjarmasin Nomor 8 Tahun 2015 tentang Perizinan Usaha Tempat Makan.
2. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer.²² Yang digunakan sebagai bahan hukum sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku hukum, hasil penelitian hukum seperti skripsi, tesis, serta artikel dan jurnal hukum.
3. Bahan hukum tersier, yakni bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder.²³ Dalam hal ini, yang dipergunakan oleh penulis yaitu berupa kamus, ensiklopedia, dan berbagai sumber dari situs internet.

j. Pengumpulan Data

Di dalam penelitian lazimnya dikenal paling sedikit tiga jenis alat pengumpulan data, yaitu studi dokumen atau bahan pustaka, pengamatan atau observasi, dan wawancara atau interview.²⁴ Pada penelitian ini, penulis menggunakan alat pengumpulan data berupa studi kepustakaan untuk mendapatkan konsep-konsep, teori dan peraturan perundang-

²²*Ibid.*

²³*Ibid.*

²⁴Soerjono Soekanto, *op. cit.*, hal. 66.

undangan yang terkait dengan permasalahan. Selain itu penulis juga akan melakukan pengumpulan data di lapangan dengan melakukan wawancara ke salah satu rumah makan di daerah Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

k. Penyajian dan Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan yuridis normatif melalui kasus dan undang-undang. Data yang diperoleh dianalisa secara kualitatif. Analisis data yang digunakan adalah kualitatif, Metode kualitatif adalah suatu tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif-analitis.²⁵

F. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis membagi ke dalam lima bab, penulis berusaha menyusun secara berurutan dan sistematis, dimana antara bab yang satu dengan bab yang lain merupakan satu kesatuan.

Bab 1 adalah Pendahuluan yang menguraikan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan diadakannya penelitian, manfaat penulisan, kerangka konseptual, metode penelitian yang digunakan, serta sistematika penulisan.

Bab 2 adalah Tinjauan Pustaka yang akan membahas mengenai tinjauan yuridis dari perlindungan hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan atas tindakan pelaku usaha.

Bab 3 adalah Pembahasan Ilmu yang akan membahas jawaban atas rumusan masalah yang telah tercantum dalam bab 1, yakni untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen yang tidak mendapatkan informasi mengenai harga menu di rumah makan secara rinci.

Bab 4 adalah Pembahasan Agama yang akan membahas jawaban mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen yang tidak mendapatkann informasi mengenai harga menu di rumah makan menurut pandangan hukum islam.

Bab 5 adalah Penutup yang membahas mengenai kesimpulan dan saran tindak lanjut atas hasil pembahasan dari rumusan masalah.

²⁵Soerjono Soekanto, *op. cit.*, hal. 250.