

Perlindungan Konsumen terhadap Pencantuman Harga yang Berbeda dengan Harga Pembelian

Gabriela Sapardi*, Teng Berlianty, Sarah Selfina Kuahaty

Universitas Pattimura, Indonesia

Email: gabriellasapardi02@gmail.com*, teng.berlianty@lecturer.unpatti.ac.id,

sarah.kuahaty@lecturer.unpatti.ac.id

Keywords:

*Consumer Protection;
Price Labeling;
Business Actors.*

Abstract

This research examines consumer legal protection against discrepancies between displayed prices and purchase prices in modern retail transactions at minimarkets and supermarkets. The research is motivated by the frequent occurrence of differences between prices displayed on shelves and the prices charged at cashiers, which result in consumer losses and legal uncertainty. Although consumer protection has been regulated under Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and the Regulation of the Minister of Trade Number 35 of 2013 concerning the Display of Prices for Goods and Service Tariffs, its implementation in practice remains ineffective. This study aims to analyze the forms of business actors' legal responsibility regarding inaccurate price information and to examine fair legal remedies for consumers who suffer losses due to price discrepancies. The research employs a normative juridical method using statutory and theoretical approaches. The results indicate that business actors bear legal responsibility to provide accurate, clear, and non-misleading price information to consumers. However, the implementation of consumer protection still faces various obstacles, such as weak government supervision, low consumer legal awareness, administrative and cashier system errors, and the lack of optimal consumer dispute resolution mechanisms. Therefore, stronger government supervision, synchronization of pricing systems by business actors, increased legal education for consumers, and stricter enforcement of business liability are necessary to create legal certainty, justice, and effective consumer protection in trade transactions.

Kata Kunci:

Perlindungan Konsumen;
Pencantuman Harga;
Pelaku Usaha.

Abstrak

Penelitian ini mengkaji perlindungan konsumen terhadap pencantuman harga yang berbeda dengan harga pembelian dalam transaksi perdagangan modern di minimarket dan supermarket. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin sering terjadinya perbedaan antara harga yang tercantum pada etalase dengan harga yang dibayarkan konsumen di kasir, sehingga menimbulkan kerugian serta ketidakpastian hukum bagi konsumen. Meskipun perlindungan terhadap hak-hak konsumen telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa, pelaksanaannya dalam praktik masih belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait informasi harga yang tidak sesuai serta mengkaji upaya hukum yang berkeadilan bagi konsumen atas kerugian akibat perbedaan harga tersebut. Penelitian menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan teoritis. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum untuk memberikan informasi harga yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan kepada konsumen. Namun, implementasi perlindungan konsumen masih menghadapi berbagai kendala, seperti lemahnya pengawasan, rendahnya kesadaran hukum konsumen, kesalahan administrasi dan sistem kasir, serta kurang optimalnya mekanisme penyelesaian sengketa konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pengawasan pemerintah, sinkronisasi sistem harga pada pelaku usaha, peningkatan edukasi hukum bagi konsumen, serta penerapan tanggung jawab pelaku usaha secara tegas agar tercipta kepastian hukum, keadilan, dan perlindungan yang efektif bagi konsumen dalam transaksi perdagangan.

PENDAHULUAN

Perkembangan perdagangan pada era modern mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat serta kemajuan teknologi dan sistem distribusi barang dan jasa (Berutu et al., 2024; Fazira et al., 2025; Panggabean et al., 2024). Perdagangan tidak lagi terbatas pada pasar tradisional, melainkan telah berkembang ke berbagai bentuk tempat penjualan modern seperti swalayan, minimarket, pusat perbelanjaan, dan toko ritel berbasis jaringan nasional. Kehadiran tempat-tempat tersebut bertujuan untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, serta efisiensi bagi konsumen dalam memperoleh kebutuhan sehari-hari. Pola konsumsi masyarakat yang semakin praktis dan cepat menjadikan minimarket dan swalayan sebagai pilihan utama karena menawarkan harga yang terlihat pasti, sistem pelayanan mandiri, serta ketersediaan barang yang beragam.

Di balik kemudahan tersebut, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen sering kali menempatkan konsumen pada posisi yang lemah. Konsumen cenderung tidak memiliki kesempatan untuk menawar harga, memahami secara menyeluruh informasi produk, maupun menegosiasikan syarat-syarat transaksi yang ditentukan sepihak oleh pelaku usaha. Kondisi ini membuka peluang terjadinya praktik perdagangan yang merugikan konsumen, seperti perbedaan harga etalase dan kasir, kenaikan harga sepihak, pencantuman harga yang tidak jelas, hingga promosi yang menyesatkan.

Seiring dengan meningkatnya potensi kerugian konsumen dalam transaksi perdagangan, negara memiliki kewajiban untuk memberikan perlindungan hukum sebagai bentuk kehadiran negara dalam menjamin keadilan dan kepastian hukum (Priliasari, 2023; Siregar, 2024). Upaya perlindungan konsumen di Indonesia secara normatif diwujudkan melalui lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Selanjutnya disebut sebagai UUPK) (Novita et al., 2021; Apandy et al., 2021). Undang-undang ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi dirinya, serta menciptakan sistem perdagangan yang sehat dan berkeadilan (Maharani et al., 2021; Fithri et al., 2021; Aswar et al., 2023).

Dalam konteks harga jual, UUPK secara tegas mengatur kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan harga barang dan/atau jasa. Pasal 10 UUPK melarang pelaku usaha menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif tertentu secara tidak benar atau menyesatkan. Selain itu, Pasal 7 Huruf b UUPK mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai harga barang yang diperdagangkan. Dengan

demikian, harga yang tercantum pada rak barang harus sama dengan harga yang dibayarkan konsumen di kasir, dan apabila terjadi perbedaan, maka harga yang berlaku adalah harga yang paling menguntungkan konsumen.

Pengaturan harga jual juga berkaitan dengan prinsip kepastian hukum dalam transaksi perdagangan. Ketidakjelasan atau ketidaksesuaian harga mencerminkan adanya ketidakpastian hukum, yang bertentangan dengan hukum. Sesuai dengan Pasal 28D Ayat (1) UUD 1945 Tentang Jaminan Kepastian Hukum yang mengatur bahwa: Setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan dan kepastian hukum yang adil serta perlakuan yang sama di hadapan hukum. Oleh karena itu, adanya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu perjanjian lisan dengan pelaku usaha itu sangat penting.

Adapun regulasi teknis mengenai pencantuman harga secara tegas diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Selanjutnya disebut Permendag Nomor 35 Tahun 2013) Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa. Permendag ini mengharuskan setiap pelaku usaha untuk mencantumkan harga barang dengan jelas, mudah dibaca, dan tidak menyesatkan. Pengaturan ini mempertegas bahwa harga pada etalase harus sinkron dengan harga pada sistem kasir. Apabila terjadi perbedaan, pelaku usaha wajib memberikan harga yang paling menguntungkan konsumen. Ketentuan ini pada dasarnya mengandung prinsip keberpihakan terhadap konsumen sebagai bentuk pelaksanaan asas consumer protection. Hal ini tegas dicantumkan dalam Pasal 2 Ayat (1) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 yang mengatur bahwa:

“Setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang eceran dan/atau jasa kepada konsumen wajib mencantumkan harga barang atau tarif jasa secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat”.

Dalam konteks hukum perdata, harga yang tercantum pada etalase merupakan bentuk penawaran (*offer*) dari pelaku usaha kepada masyarakat. Ketika konsumen mengambil barang tersebut dan membawanya ke kasir, secara hukum telah terjadi penerimaan (*acceptance*) yang menciptakan perjanjian lisan yang sah sebagaimana diatur dalam prinsip umum hukum perjanjian dalam Pasal 1320 KUHPerdata, khususnya mengenai unsur kesepakatan. Dengan demikian, konsumen memiliki kedudukan hukum yang kuat untuk menuntut harga yang tercantum di etalase sebagai harga yang mengikat pelaku usaha. Ketika kasir memaksa harga yang lebih tinggi, hal tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap asas konsensualisme dan asas kepercayaan yang menjadi inti hukum perjanjian.

Dalam praktiknya, terdapat berbagai kasus yang menunjukkan lemahnya perlindungan konsumen terkait harga jual. Seperti kasus perbedaan harga barang di rak dengan harga di kasir yang kerap ditemukan di minimarket, di mana konsumen dikenakan harga lebih tinggi saat pembayaran. Kasus lain adalah promosi potongan harga yang tidak sesuai dengan kenyataan atau syarat dan ketentuan yang tidak diinformasikan secara jelas kepada konsumen.

Kasus Keluhan Harga Tidak Sesuai di Ciamis (2025), Pada bulan Juli 2025, seorang konsumen di Kecamatan Sindangkasih, Kabupaten Ciamis mengalami kerugian akibat perbedaan harga antara label produk di rak dan harga yang tercantum pada struk pembayaran di minimarket Alfamart. Konsumen tersebut membeli dua botol minuman kesehatan merek Benecol yang pada label rak tercantum harga Rp9.600 per botol. Namun ketika melakukan pembayaran di kasir, harga yang muncul dalam sistem adalah Rp10.100 per botol. Akibatnya,

konsumen harus membayar total Rp20.200, padahal seharusnya hanya Rp19.200, sehingga terdapat selisih Rp1.000 yang dianggap merugikan konsumen. Menyadari adanya perbedaan harga tersebut, konsumen kemudian menyampaikan keluhan kepada pihak toko karena merasa dirugikan oleh pencantuman harga yang tidak sesuai antara label rak dan sistem kasir.

Kasus Selisih Harga Barang di Dea Bakery Kediri (2025). Pada Juni 2025, konsumen di Dea Bakery Kota Kediri menemukan bahwa harga kue yang tercantum di rak sebesar Rp125.000 ternyata dikenakan Rp195.000 di kasir. Ketidaksesuaian ini baru diketahui setelah konfirmasi ke kasir, yang mengakui belum memperbarui harga di rak. Seorang tokoh masyarakat setempat menyatakan bahwa kesalahan semacam ini merupakan tanggung jawab pelaku usaha dan melanggar prinsip informasi harga yang benar dalam hukum perlindungan konsumen.

Kasus Keluhan Konsumen Akibat Error Sistem di Alfamart Ungaran (2025). Seorang pelanggan bernama Rivai mengalami perbedaan total pembayaran hingga Rp35.500 akibat kesalahan sistem di gerai Alfamart Ungaran pada 2025, di mana harga yang dihitung oleh sistem kasir jauh lebih tinggi daripada harga yang tercantum di rak tanpa pemberitahuan sebelumnya. Manajemen toko malah menawarkan pengembalian dengan cara tunai meskipun pembayaran dilakukan melalui transfer, yang dinilai tidak sepenuhnya menghormati hak konsumen atas transaksi yang adil.

Kasus Pengaduan Konsumen Tentang Selisih Harga di Minimarket Secara Umum. Laporan dari berbagai media dan lembaga konsumen menyebutkan bahwa perbedaan harga antara yang dipajang di rak dengan yang ditagihkan di kasir termasuk fenomena yang sering dialami pembeli di minimarket dan supermarket. Keluhan seperti ini sering kali direspon dengan pengembalian selisih harga saat protes dilakukan, namun konsumen tetap merasakan dampak awal dari informasi yang membingungkan atau tidak akurat.

Pada kenyataannya, kasus ini menunjukkan adanya kesenjangan antara aturan dan realita yang terjadi. Konsumen seringkali menerima harga kasir meskipun tidak sesuai dengan harga etalase karena tidak ingin berkonflik atau tidak ingin antrian menjadi panjang. Kasir sendiri tidak memiliki kewenangan untuk mengubah harga tanpa persetujuan atasan. Sementara itu, hukum telah memberikan pedoman yang jelas bahwa harga etalase adalah acuan yang mengikat pelaku usaha. Ketidaksinkronan antara realita dan aturan inilah yang menjadi akar permasalahan perlindungan konsumen yang perlu dianalisis.

Penelitian ini tidak hanya relevan dari aspek akademik, tetapi juga memiliki dampak langsung terhadap praktik perdagangan, kepastian hukum, dan perlindungan hak-hak konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman komprehensif mengenai bagaimana peraturan perlindungan konsumen seharusnya diimplementasikan, bagaimana tanggung jawab pelaku usaha semestinya dievaluasi, serta bagaimana negara dapat memperkuat pengawasan agar praktik perdagangan modern tetap berjalan sesuai asas keadilan, kejujuran, dan kepastian hukum.

Berdasarkan kondisi tersebut, penting untuk mengkaji perlindungan konsumen terhadap pencantuman harga yang berbeda dengan harga pembelian. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap informasi harga yang tidak sesuai serta mengkaji upaya hukum yang berkeadilan bagi konsumen atas kerugian akibat perbedaan harga dalam transaksi perdagangan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait informasi harga yang tidak sesuai antara harga etalase dan harga kasir dalam transaksi perdagangan modern, serta mengkaji upaya hukum yang berkeadilan bagi konsumen atas kerugian akibat perbedaan harga yang tidak sesuai dalam transaksi perdagangan di minimarket dan supermarket. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu hukum perlindungan konsumen dan hukum perdata dengan memperkaya literatur mengenai tanggung jawab pelaku usaha dan upaya hukum konsumen dalam sengketa harga, serta menganalisis kesenjangan antara norma hukum dan implementasinya dalam praktik perdagangan modern. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan bagi pemerintah dalam memperkuat pengawasan dan penegakan sanksi, pemahaman bagi pelaku usaha mengenai kewajiban hukum dan sinkronisasi sistem harga, edukasi bagi konsumen mengenai hak-haknya dan mekanisme penyelesaian sengketa, masukan bagi BPSK dan lembaga peradilan dalam menangani sengketa konsumen secara efektif dan berkeadilan, serta menjadi rujukan bagi akademisi dalam pengembangan kajian hukum perlindungan konsumen di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif (yuridis normatif). Penelitian hukum normatif adalah penelitian dengan melakukan analisis terhadap permasalahan dalam penelitian melalui pendekatan terhadap asas hukum serta mengacu pada norma hukum dalam peraturan Perundang-undangan yang berlaku dan dapat berupa pendapat para sarjana guna menyelesaikan masalah yang akan dihadapi dalam penelitian ini.

Pendekatan Masalah

1. Pendekatan perundang undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah seluruh peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

Peraturan yang dikaji meliputi:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999;
- c. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya Pasal 1369 dan Pasal 1320;
- d. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan;
- e. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 4, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 19, Pasal 45-49;
- f. Permendag Nomor 35 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa;
- g. Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2016.

Pendekatan perundang-undangan ini berfokus pada ketertiban hukum yang ada di masyarakat sebagai acuan dalam mempertimbangkan keadilan.

2. Pendekatan Teoritis (*Theoretical Approach*)

Pendekatan teoritis dilakukan dengan berdasar pada pandangan maupun teori-teori dalam ilmu hukum kemudian menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian hukum, asas hukum serta teori hukum yang relevan sesuai dengan permasalahan yang

akan dihadapi, kemudian penelitian ini menggunakan pendekatan kasus dengan mengkaji sesuai dengan isu yang dihadapi dalam penelitian.

Pendekatan teoritis ini berfungsi untuk menganalisis keadilan dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, bentuk tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat perbedaan harga, serta efektivitas perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sumber Bahan Hukum

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mengikat yakni sebagai berikut :

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999;
- c. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya Pasal 1369 dan Pasal 1320;
- d. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan;
- e. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 4, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 19, Pasal 45-49;
- f. Permendag Nomor 35 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa;
- g. Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2016.

Bahan hukum primer ini digunakan untuk menganalisis dasar perlindungan konsumen, bentuk tanggung jawab pelaku usaha, serta pencantuman harga barang dan tarif jasa.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan yang memberikan penjelasan dan analisis terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- a. Buku teks Hukum Perlindungan Konsumen, Asas-asas Hukum;
- b. Literatur mengenai teori keadilan, tanggung jawab, perlindungan hukum;
- c. Artikel jurnal ilmiah nasional dan internasional yang terindeks Google Scholar;

Bahan hukum sekunder ini berfungsi untuk membangun argumentasi hukum dan memperkuat analisis doktrinal terhadap peraturan perundang-undangan.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan yang memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti:

- a. Kamus hukum;
- b. Ensiklopedia hukum;
- c. Indeks dan bibliografi hukum.

Bahan hukum tersier digunakan untuk memperjelas istilah, konsep, dan terminologi hukum yang digunakan dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan cara studi kepustakaan (*library research*) dalam memperoleh data sekunder, maka peneliti mempelajari

buku-buku, jurnal, mensearching informasi pada internet serta pendapat hukum yang berhubungan dengan obyek penelitian.

Teknik yang dilakukan dalam analisis bahan hukum penelitian normatif yang menemukan kaidah-kaidah hukum, asas-asas hukum, dan doktrin-doktrin hukum untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan hukum. Kemudian, dianalisis dan disajikan dalam bentuk uraian teoritis dan kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan seluruh data, dan sifat gejala hukum dari bahan hukum yang bersangkutan, sehingga memungkinkannya permasalahan ini untuk dibahas sesuai dengan bahan hukum yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya Hukum Yang Berkeadilan Bagi Konsumen Atas Kerugian Perbedaan Harga Yang Tidak Sesuai

Penyelesaian sengketa konsumen merupakan mekanisme hukum yang disediakan untuk menyelesaikan konflik antara konsumen dan pelaku usaha akibat adanya kerugian yang timbul dalam transaksi. Dalam praktiknya, sengketa konsumen dapat diselesaikan melalui dua jalur utama, yaitu litigasi (pengadilan) dan non-litigasi (di luar pengadilan). Kedua jalur ini memiliki karakteristik yang berbeda, baik dari segi prosedur, biaya, waktu, maupun hasil akhirnya, namun tetap memiliki tujuan yang sama yaitu memberikan perlindungan dan pemulihan hak konsumen. Adapun bentuk-bentuk penyelesaian sengketa sebagai berikut:

Penyelesaian Sengketa melalui Litigasi (Pengadilan)

Penyelesaian sengketa melalui litigasi merupakan mekanisme formal yang dilakukan di lembaga peradilan umum. Dalam proses ini, konsumen sebagai pihak yang dirugikan dapat mengajukan gugatan terhadap pelaku usaha berdasarkan dasar hukum perdata. Proses litigasi mencakup tahapan pemeriksaan perkara, pembuktian, hingga putusan hakim yang bersifat mengikat (*final and binding*). Dari segi kelebihan, jalur litigasi memberikan kepastian hukum yang kuat karena putusan pengadilan memiliki kekuatan eksekutorial yang dapat dipaksakan. Selain itu, proses ini juga dapat memberikan efek jera kepada pelaku usaha apabila terbukti melakukan pelanggaran yang merugikan konsumen. Namun, dalam praktiknya jalur litigasi sering dianggap kurang efektif untuk sengketa konsumen berskala kecil seperti perbedaan harga di minimarket. Hal ini disebabkan oleh proses yang relatif lama, biaya perkara yang tidak sebanding dengan nilai kerugian, serta tingkat kompleksitas pembuktian yang cukup tinggi. Akibatnya, banyak konsumen memilih untuk tidak menempuh jalur ini meskipun secara hukum memiliki hak untuk melakukannya.

Penyelesaian Sengketa melalui Non-Litigasi

Penyelesaian sengketa non-litigasi merupakan alternatif penyelesaian yang dilakukan di luar pengadilan dengan tujuan mencapai kesepakatan secara damai antara konsumen dan pelaku usaha. Jalur ini lebih cepat dan tidak terlalu formal dibandingkan litigasi, sehingga lebih sesuai untuk sengketa konsumen yang bersifat sederhana dan bernilai kecil. Dalam konteks hukum Indonesia, penyelesaian non-litigasi dikenal sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa (APS) yang meliputi beberapa bentuk, yaitu negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.

a. **Negosiasi**

Negosiasi merupakan bentuk penyelesaian sengketa paling sederhana yang dilakukan langsung antara konsumen dan pelaku usaha tanpa melibatkan pihak ketiga. Tujuan utama dari negosiasi adalah mencapai kesepakatan bersama secara sukarela. Negosiasi sering terjadi di lokasi kejadian, misalnya di kasir atau layanan pelanggan minimarket. Konsumen biasanya menyampaikan keluhan terkait perbedaan harga, dan pelaku usaha akan memberikan solusi berupa pengembalian selisih harga. Namun, efektivitas negosiasi sangat bergantung pada itikad baik pelaku usaha, sehingga hasilnya tidak selalu konsisten.

b. **Mediasi**

Mediasi melibatkan pihak ketiga yang netral sebagai mediator untuk membantu para pihak mencapai kesepakatan. Mediator tidak memiliki kewenangan untuk memutus perkara, tetapi hanya memfasilitasi komunikasi agar tercapai solusi yang adil. Mediasi dapat dilakukan melalui lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

c. **Konsiliasi**

Konsiliasi merupakan bentuk penyelesaian sengketa yang hampir sama dengan mediasi, namun peran pihak ketiga (konsiliator) lebih aktif dalam memberikan usulan penyelesaian. Meskipun tidak mengikat, usulan tersebut dapat menjadi dasar bagi para pihak untuk mencapai kesepakatan. Konsiliasi sering digunakan ketika para pihak mengalami kesulitan mencapai kesepakatan secara langsung. Dalam praktiknya, metode ini membantu mempercepat penyelesaian sengketa tanpa harus masuk ke proses pengadilan.

d. **Arbitrase**

Arbitrase merupakan bentuk penyelesaian sengketa yang lebih formal dalam jalur non-litigasi. Dalam arbitrase, para pihak menyerahkan penyelesaian sengketa kepada arbiter yang memiliki kewenangan untuk memberikan putusan yang bersifat final dan mengikat. Arbitrase umumnya digunakan dalam sengketa yang lebih kompleks atau bernilai besar. Meskipun tidak umum digunakan dalam kasus perbedaan harga di tingkat konsumen, arbitrase tetap menjadi bagian penting dalam sistem penyelesaian sengketa alternatif.

Terdapat beberapa prinsip keadilan, yaitu sebagai berikut:

Prinsip Keadilan dalam Upaya Hukum Konsumen

Keadilan merupakan salah satu tujuan utama hukum yang harus diwujudkan dalam setiap hubungan hukum, termasuk dalam hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam konteks perlindungan konsumen, keadilan tidak hanya berarti kesetaraan formal di hadapan hukum, tetapi juga perlindungan substantif terhadap pihak yang secara faktual berada dalam posisi yang lebih lemah, yaitu konsumen. Menurut Aristoteles, keadilan terbagi menjadi keadilan distributif dan keadilan korektif, dimana keadilan korektif bertujuan untuk memulihkan keseimbangan yang terganggu akibat suatu perbuatan yang merugikan pihak lain. Dalam konteks konsumen, keadilan korektif menjadi sangat relevan karena berkaitan langsung

dengan upaya pemulihan kerugian akibat perbedaan harga yang tidak sesuai. Terkait dengan teori keadilan menurut Aristoteles terdapat dua bagian yang terdiri dari keadilan distributif dan keadilan komutatif yaitu sebagai berikut :

1) Konsumen harus menerima apa yang menjadi haknya

Pada poin ini dengan tegas menjelaskan bahwa konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum yang pasti, karena konsumen memiliki posisi yang lemah dalam suatu perjanjian itu sendiri. Hal ini dijelaskan demikian karena minimnya informasi yang diterima oleh konsumen menyebabkan kurang pahamiannya informasi yang diberikan oleh pihak yang lainnya, oleh karena itu konsumen perlu mendapatkan perlindungan hukum untuk mencegah adanya sikap keselewengan yang bisa kapan saja memberikan kerugian bagi pihak konsumen.

2) Pelaku usaha wajib memberi hak yang setara dengan informasi yang diberikan

Dengan adanya kesetaraan hak dan kewajiban dalam suatu perjanjian maka Tindakan-tindakan yang bisa saja merugikan para pihak tidak dapat terjadi seperti pada kasus ini yang mana suatu perjanjian lisan yang melibatkan pihak konsumen serta pelaku usaha (kasir) berada pada perjanjian yang tidak melibatkan dokumen tertulis di dalamnya, sehingga dengan demikian pelaku usaha wajib memberikan hak yang setara kepada pihak konsumen sebagai suatu perjanjian yang baik dan benar, sebab ketika konsumen membayar lebih mahal dari harga yang ditawarkan maka akan terjadi ketidakadilan komutatif.

Dalam hubungan konsumen, konsumen jelas berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha, sehingga membutuhkan perlindungan hukum yang lebih kuat. Perbedaan harga di minimarket, konsumen seringkali berada pada posisi yang tidak memiliki pilihan selain menerima kondisi yang ada. Meskipun secara normatif konsumen memiliki hak, secara faktual mereka tidak memiliki kekuatan untuk menegakkan hak tersebut. Oleh karena itu, keadilan dalam konteks ini tidak cukup hanya bersifat normatif, tetapi harus diwujudkan dalam bentuk mekanisme yang benar-benar melindungi konsumen secara nyata.

Berdasarkan penjelasan diatas, terdapat beberapa prinsip keadilan dalam upaya hukum konsumen, sebagai berikut :

1. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam upaya hukum konsumen merupakan landasan utama dalam menentukan bagaimana hak-hak konsumen yang dirugikan, khususnya akibat perbedaan harga yang tidak sesuai, dapat dipulihkan secara proporsional. Keadilan dalam konteks ini tidak hanya dimaknai sebagai kesamaan perlakuan, tetapi juga sebagai upaya untuk menempatkan para pihak dalam posisi yang seimbang sesuai dengan kondisi faktualnya. Menurut Aristoteles, keadilan terbagi menjadi keadilan distributif dan keadilan korektif, di mana keadilan korektif bertujuan untuk memulihkan keseimbangan yang terganggu akibat adanya kerugian.

Dalam konteks perlindungan konsumen, konsep ini sangat relevan karena setiap kerugian yang dialami konsumen akibat informasi harga yang tidak benar harus dikembalikan pada kondisi semula melalui mekanisme ganti rugi atau kompensasi. John Rawls juga menegaskan bahwa keadilan harus memberikan perlindungan lebih

kepada pihak yang paling tidak diuntungkan (*the least advantaged*). Dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, posisi konsumen secara struktural lebih lemah karena keterbatasan informasi dan daya tawar. Oleh karena itu, upaya hukum yang berkeadilan harus memberikan keberpihakan kepada konsumen agar ketimpangan tersebut dapat dikoreksi.

Selanjutnya, Hans Kelsen mengaitkan keadilan dengan kepastian hukum, yaitu bahwa hukum harus diterapkan secara konsisten dan dapat diprediksi. Dalam praktik perbedaan harga, ketidakpastian sering terjadi karena adanya dua harga yang berbeda untuk satu barang. Kondisi ini tidak hanya menciptakan kebingungan, tetapi juga ketidakadilan bagi konsumen karena tidak ada standar yang jelas mengenai harga mana yang harus berlaku.

Selain itu, Jeremy Bentham berpendapat bahwa hukum harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat. Dalam konteks ini, upaya hukum bagi konsumen harus dirancang sedemikian rupa agar mudah diakses, cepat, dan tidak memerlukan biaya yang tinggi. Namun dalam praktik, banyak konsumen tidak menggunakan mekanisme hukum karena nilai kerugian yang kecil tidak sebanding dengan usaha yang harus dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip kemanfaatan belum sepenuhnya terwujud.

Lebih lanjut, Roscoe Pound menyatakan bahwa hukum harus berfungsi sebagai alat rekayasa sosial yang melindungi kepentingan masyarakat, khususnya kelompok yang lemah. Dalam perlindungan konsumen, hal ini berarti hukum harus mampu memberikan perlindungan nyata terhadap konsumen yang dirugikan, termasuk dalam kasus perbedaan harga. Namun dalam kenyataannya, banyak konsumen yang tidak memperoleh perlindungan yang efektif karena lemahnya penegakan hukum dan rendahnya kesadaran hukum masyarakat.

Jika dikaitkan dengan praktik di lapangan, seperti perbedaan harga antara etalase dan kasir di minimarket, terlihat adanya kesenjangan antara konsep keadilan dan realitas. Secara teoritis, konsumen berhak mendapatkan perlindungan dan pemulihan kerugian, namun secara praktis konsumen seringkali tidak memperjuangkan haknya karena berbagai keterbatasan. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip keadilan belum sepenuhnya terimplementasi secara substantif, melainkan masih bersifat normatif.

Prinsip keadilan dalam upaya hukum konsumen harus mencakup beberapa aspek sekaligus, yaitu pemulihan kerugian (keadilan korektif), perlindungan terhadap pihak yang lemah, kepastian hukum, kemanfaatan, serta fungsi sosial hukum. Tanpa integrasi dari seluruh aspek tersebut, keadilan dalam perlindungan konsumen tidak akan tercapai secara optimal.

2. Prinsip Keseimbangan

Prinsip keseimbangan dalam hubungan konsumen merupakan prinsip yang menekankan adanya kesetaraan posisi antara pelaku usaha dan konsumen dalam suatu hubungan hukum. Dalam praktiknya, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen seringkali tidak berada dalam posisi yang seimbang, karena pelaku usaha memiliki keunggulan dalam hal informasi, ekonomi, dan kontrol terhadap sistem transaksi. Oleh

karena itu, prinsip keseimbangan menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan secara tidak proporsional.

Menurut Roscoe Pound, hukum harus mampu menyeimbangkan berbagai kepentingan yang ada dalam masyarakat, sehingga tidak ada pihak yang mendominasi pihak lainnya. Dalam konteks perlindungan konsumen, hal ini berarti hukum harus mampu mengoreksi ketimpangan antara pelaku usaha dan konsumen agar tercipta hubungan yang lebih adil.

Otto von Gierke menekankan bahwa hubungan hukum harus mencerminkan prinsip kebersamaan dan keseimbangan antara para pihak. Prinsip ini menunjukkan bahwa dalam suatu transaksi, kedua belah pihak harus memiliki kedudukan yang setara dalam menentukan hak dan kewajibannya.

Selanjutnya, Pitlo berpendapat bahwa keseimbangan dalam perikatan merupakan syarat penting untuk terciptanya keadilan dalam hubungan hukum. Dalam hubungan konsumen, keseimbangan ini tercermin dari adanya kesesuaian antara informasi yang diberikan oleh pelaku usaha dan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar.

Selain itu, Ridwan Halim menyatakan bahwa hukum harus melindungi pihak yang lemah agar tercipta keseimbangan dalam masyarakat. Dalam konteks ini, konsumen sebagai pihak yang lemah membutuhkan perlindungan khusus agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha yang memiliki posisi lebih kuat.

Lebih lanjut, Frans Hendra Winarta (2012) menegaskan bahwa keseimbangan dalam hubungan hukum hanya dapat tercapai apabila terdapat akses yang sama terhadap keadilan bagi para pihak. Hal ini berarti bahwa konsumen harus memiliki akses yang mudah terhadap mekanisme penyelesaian sengketa agar dapat memperjuangkan haknya. Dalam praktik perbedaan harga antara etalase dan kasir, prinsip keseimbangan jelas belum terpenuhi. Konsumen tidak memiliki kemampuan untuk memverifikasi harga selain berdasarkan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha.

Pelaku usaha seringkali berada pada posisi yang lebih kuat karena mengendalikan sistem transaksi. Konsumen pada akhirnya hanya memiliki dua pilihan, yaitu menerima kondisi tersebut atau membatalkan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara pelaku usaha dan konsumen masih bersifat tidak seimbang.

Kondisi ini semakin diperparah dengan rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-haknya serta kurangnya akses terhadap mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Oleh karena itu, untuk mewujudkan prinsip keseimbangan, diperlukan peran aktif negara dalam mengawasi pelaku usaha serta menyediakan mekanisme perlindungan yang mudah diakses oleh konsumen.

3. Prinsip Kepastian Hukum

Prinsip kepastian hukum merupakan salah satu pilar utama dalam sistem hukum yang berfungsi untuk memberikan kejelasan, konsistensi, dan prediktabilitas dalam penerapan hukum. Dalam konteks perlindungan konsumen, khususnya terkait kerugian akibat perbedaan harga yang tidak sesuai, kepastian hukum menjadi sangat penting agar

konsumen mengetahui hak-haknya secara jelas dan memiliki dasar yang kuat untuk menuntut pemulihan kerugian.

Menurut Hans Kelsen, hukum harus disusun secara sistematis dan diterapkan secara konsisten agar dapat memberikan kepastian bagi masyarakat. Dalam konteks ini, kepastian hukum menuntut adanya aturan yang jelas mengenai harga yang berlaku dalam transaksi konsumen, sehingga tidak terjadi kebingungan antara harga yang tercantum di etalase dan harga yang dikenakan di kasir.

Sejalan dengan itu, Gustav Radbruch (1950) menyatakan bahwa kepastian hukum merupakan salah satu nilai dasar hukum selain keadilan dan kemanfaatan. Tanpa kepastian hukum, keadilan tidak dapat diwujudkan karena masyarakat tidak memiliki pedoman yang jelas dalam bertindak. Dalam kasus perbedaan harga, ketidakpastian ini seringkali menyebabkan konsumen berada dalam posisi yang dirugikan.

Selanjutnya, Lon L. Fuller menekankan bahwa hukum harus memenuhi prinsip-prinsip tertentu, seperti kejelasan, konsistensi, dan tidak bertentangan satu sama lain. Dalam praktik, perbedaan antara harga etalase dan harga kasir menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dalam penerapan aturan, yang pada akhirnya merusak kepastian hukum.

Selain itu, Sudikno Mertokusumo berpendapat bahwa kepastian hukum berarti adanya jaminan bahwa hukum dapat dilaksanakan dengan baik dan memberikan perlindungan kepada masyarakat. Dalam perlindungan konsumen, hal ini berarti bahwa konsumen harus dapat mengandalkan informasi harga yang diberikan oleh pelaku usaha tanpa harus meragukan kebenarannya.

Lebih lanjut, Satjipto Rahardjo mengingatkan bahwa kepastian hukum tidak boleh bersifat kaku, tetapi harus tetap memperhatikan keadilan substantif. Dalam konteks ini, meskipun aturan telah ditetapkan, penerapannya harus tetap mempertimbangkan kepentingan konsumen sebagai pihak yang lebih lemah. Prinsip kepastian hukum seringkali tidak terpenuhi dalam transaksi konsumen.

Perbedaan harga antara etalase dan kasir menciptakan ketidakpastian yang merugikan konsumen. Konsumen tidak mengetahui harga mana yang harus diikuti, sehingga seringkali dipaksa menerima harga yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara normatif terdapat aturan, implementasinya belum memberikan kepastian yang nyata. Oleh karena itu, diperlukan penegakan hukum yang konsisten serta pengawasan yang efektif untuk memastikan bahwa informasi harga yang diberikan oleh pelaku usaha benar-benar dapat dipercaya.

4. Prinsip Kemanfaatan

Prinsip kemanfaatan dalam upaya hukum konsumen menekankan bahwa hukum harus memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, khususnya bagi konsumen yang dirugikan akibat perbedaan harga yang tidak sesuai. Dalam konteks ini, hukum tidak hanya berfungsi sebagai aturan normatif, tetapi juga sebagai sarana untuk memberikan solusi yang efektif, efisien, dan dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen.

Menurut Jeremy Bentham, hukum harus diarahkan untuk mencapai kebahagiaan terbesar bagi sebanyak mungkin orang (*the greatest happiness for the greatest number*).

Dalam konteks perlindungan konsumen, prinsip ini menghendaki agar upaya hukum mampu memberikan manfaat maksimal bagi konsumen, baik dalam bentuk pemulihan kerugian maupun kemudahan dalam mengakses keadilan.

Sejalan dengan itu, John Stuart Mill mengembangkan gagasan bahwa kemanfaatan hukum tidak hanya diukur dari kuantitas, tetapi juga kualitas manfaat yang diberikan kepada masyarakat. Hal ini berarti bahwa upaya hukum bagi konsumen tidak hanya harus tersedia, tetapi juga harus efektif dan benar-benar memberikan hasil yang adil dan bermakna.

Selanjutnya, Satjipto Rahardjo menekankan bahwa hukum harus memberikan manfaat nyata dan tidak boleh terjebak pada formalitas semata. Dalam perlindungan konsumen, hal ini berarti bahwa proses hukum tidak boleh terlalu rumit sehingga justru menyulitkan konsumen untuk memperoleh haknya.

Selain itu, Soerjono Soekanto menyatakan bahwa efektivitas hukum sangat ditentukan oleh sejauh mana hukum tersebut dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Dalam praktik, jika hukum tidak memberikan manfaat yang dirasakan secara langsung, maka masyarakat cenderung tidak akan memanfaatkannya.

Lebih lanjut, Lawrence M. Friedman berpendapat bahwa keberhasilan suatu sistem hukum bergantung pada struktur, substansi, dan budaya hukum yang mendukungnya. Dalam konteks ini, kemanfaatan hukum bagi konsumen tidak hanya ditentukan oleh aturan yang ada, tetapi juga oleh bagaimana aturan tersebut diterapkan dan diterima oleh masyarakat.

Perbedaan harga di minimarket, prinsip kemanfaatan seringkali belum terwujud secara optimal. Konsumen yang mengalami kerugian kecil cenderung tidak menempuh upaya hukum karena proses yang dianggap rumit dan tidak sebanding dengan nilai kerugian. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara normatif tersedia mekanisme hukum, secara praktis belum memberikan manfaat yang nyata bagi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme penyelesaian sengketa yang sederhana, cepat, dan biaya ringan agar benar-benar dapat dimanfaatkan oleh konsumen.

Selain itu, kemanfaatan hukum juga harus dilihat dari kemampuannya dalam mencegah terjadinya pelanggaran di masa depan. Jika pelaku usaha tidak merasakan konsekuensi yang signifikan atas kesalahan yang dilakukan, maka pelanggaran yang sama akan terus berulang. Dengan demikian, upaya hukum yang berkeadilan harus mampu memberikan efek jera sekaligus manfaat nyata bagi konsumen.

5. Prinsip Perlindungan terhadap Pihak yang Lemah

Prinsip perlindungan terhadap pihak yang lemah merupakan salah satu prinsip fundamental dalam hukum, khususnya dalam hukum perlindungan konsumen. Prinsip ini menegaskan bahwa hukum harus memberikan perhatian dan perlindungan lebih kepada pihak yang secara faktual berada dalam posisi yang tidak seimbang, baik dari segi ekonomi, informasi, maupun kekuatan tawar. Dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, konsumen umumnya berada pada posisi yang lebih lemah, sehingga membutuhkan perlindungan hukum yang efektif untuk menjamin keadilan.

Menurut Roscoe Pound, hukum harus berfungsi sebagai alat untuk melindungi kepentingan sosial, khususnya kelompok yang rentan dalam masyarakat. Dalam konteks ini, konsumen sebagai pihak yang lemah harus mendapatkan perlindungan agar tidak dirugikan oleh pelaku usaha yang memiliki kekuatan lebih besar.

Sejalan dengan itu, John Rawls menekankan bahwa keadilan harus memberikan keuntungan terbesar bagi pihak yang paling tidak diuntungkan (*the least advantaged*). Dalam hubungan konsumen, prinsip ini mengharuskan adanya kebijakan dan mekanisme hukum yang berpihak kepada konsumen sebagai pihak yang lebih lemah.

Selanjutnya, Karl Marx melihat bahwa ketimpangan dalam hubungan sosial dan ekonomi dapat menyebabkan eksploitasi terhadap pihak yang lemah. Dalam konteks perlindungan konsumen, hal ini dapat terjadi ketika pelaku usaha memanfaatkan posisi dominannya untuk memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan.

Selain itu, Satjipto Rahardjo berpendapat bahwa hukum harus berpihak kepada rakyat kecil dan tidak hanya melayani kepentingan formal semata. Dalam konteks ini, perlindungan terhadap konsumen harus menjadi prioritas dalam penegakan hukum.

Lebih lanjut, Philippe Nonet bersama Philip Selznick dalam konsep responsive law menyatakan bahwa hukum harus responsif terhadap kebutuhan masyarakat, khususnya kelompok yang lemah. Hal ini menunjukkan bahwa hukum tidak boleh bersifat kaku, tetapi harus mampu menyesuaikan diri dengan kondisi sosial yang ada.

Perbedaan harga antara etalase dan kasir, konsumen jelas berada pada posisi yang lemah karena tidak memiliki akses terhadap sistem penentuan harga. Konsumen hanya dapat menerima informasi yang diberikan oleh pelaku usaha tanpa memiliki kemampuan untuk memverifikasi kebenarannya. Ketika terjadi perbedaan harga, pelaku usaha seringkali memiliki kendali penuh dalam menentukan harga yang harus dibayar oleh konsumen.

Selain itu, konsumen seringkali enggan untuk memperjuangkan haknya karena nilai kerugian yang kecil dan proses yang dianggap rumit. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara normatif terdapat perlindungan hukum, secara praktis konsumen masih berada dalam posisi yang dirugikan. Oleh karena itu, prinsip perlindungan terhadap pihak yang lemah harus diwujudkan melalui mekanisme hukum yang sederhana, cepat, dan mudah diakses.

Dengan demikian, prinsip ini menuntut adanya keberpihakan hukum kepada konsumen sebagai pihak yang lemah, baik dalam bentuk regulasi, penegakan hukum, maupun penyediaan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif. Tanpa adanya perlindungan khusus, keadilan dalam hubungan konsumen tidak akan tercapai secara optimal.

6. Prinsip Itikad Baik

Prinsip itikad baik merupakan salah satu prinsip fundamental dalam setiap hubungan hukum, termasuk dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Prinsip ini menuntut agar para pihak dalam suatu transaksi bertindak secara jujur, terbuka, dan tidak merugikan pihak lain. Dalam konteks perlindungan konsumen, khususnya terkait

perbedaan harga yang tidak sesuai, itikad baik menjadi landasan penting dalam menentukan apakah pelaku usaha telah menjalankan kewajibannya secara patut.

Menurut Hugo Grotius (2005) itikad baik merupakan prinsip dasar dalam hukum yang mengharuskan setiap orang untuk menepati janji dan tidak merugikan pihak lain. Dalam konteks ini, pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi harga yang benar dan tidak menyesatkan konsumen.

Sejalan dengan itu, R. Subekti menyatakan bahwa itikad baik harus ada sejak tahap perundingan hingga pelaksanaan perjanjian. Hal ini berarti bahwa pelaku usaha tidak hanya wajib bersikap jujur pada saat transaksi berlangsung, tetapi juga dalam setiap tahap interaksi dengan konsumen, termasuk dalam pencantuman harga.

Selanjutnya, Ridwan Khairandy menegaskan bahwa itikad baik mengandung unsur kejujuran, kepatutan, dan keadilan dalam pelaksanaan perjanjian. Dalam praktik, hal ini menuntut pelaku usaha untuk tidak memanfaatkan kelemahan konsumen, termasuk dalam hal perbedaan harga yang merugikan.

Selain itu, Agus Yudha Hernoko berpendapat bahwa itikad baik merupakan standar perilaku yang harus dipenuhi oleh para pihak dalam hubungan hukum. Dalam konteks perlindungan konsumen, standar ini menjadi ukuran untuk menilai apakah pelaku usaha telah bertindak secara wajar atau tidak.

Lebih lanjut, Sutan Remy Sjahdeini menyatakan bahwa itikad baik tidak hanya bersifat subjektif, tetapi juga objektif, yaitu dinilai berdasarkan norma kepatutan yang berlaku dalam masyarakat. Dengan demikian, pelaku usaha tidak dapat berlindung di balik alasan teknis apabila tindakan yang dilakukan secara objektif merugikan konsumen.

Perbedaan harga antara etalase dan kasir, prinsip itikad baik seringkali dipertanyakan. Jika perbedaan harga terjadi secara berulang tanpa adanya perbaikan sistem, maka hal tersebut menunjukkan kurangnya itikad baik dari pelaku usaha. Konsumen sebagai pihak yang dirugikan tidak memiliki kemampuan untuk mengoreksi sistem tersebut, sehingga sepenuhnya bergantung pada kejujuran pelaku usaha.

Selain itu, seringkali pelaku usaha berdalih bahwa kesalahan harga merupakan kesalahan sistem atau human error. Namun, dari perspektif itikad baik objektif, alasan tersebut tidak dapat sepenuhnya dibenarkan apabila tidak diikuti dengan upaya perbaikan dan pemberian kompensasi kepada konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa itikad baik tidak hanya diukur dari niat, tetapi juga dari tindakan nyata dalam memperbaiki kerugian yang terjadi. Maka dari itu, prinsip itikad baik dalam upaya hukum konsumen tidak hanya berfungsi sebagai norma moral, tetapi juga sebagai standar hukum yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha dalam setiap transaksi.

Penyelesaian Non-Litigasi melalui Lembaga Sengketa BPSK

Penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) merupakan mekanisme di luar pengadilan yang bertujuan memberikan penyelesaian yang cepat, sederhana, dan biaya ringan. Berdasarkan UUPK, BPSK berwenang menyelesaikan sengketa melalui mediasi, konsiliasi, atau arbitrase. Dalam praktiknya,

konsumen mengajukan pengaduan ke BPSK, kemudian para pihak dipertemukan untuk mencari kesepakatan. Jika tercapai, sengketa selesai secara damai akan tetapi jika tidak, dapat diputus melalui arbitrase yang bersifat mengikat. Dengan demikian, BPSK menjadi alternatif penting penyelesaian sengketa konsumen tanpa harus melalui pengadilan.

Sesuai dengan kasus yang penulis teliti, seperti di Ciamis, Kediri, Ungaran, dan fenomena umum di minimarket terlihat bahwa permasalahan utama bukan hanya pada kesalahan harga, tetapi juga pada ketidakseimbangan posisi antara konsumen dan pelaku usaha, serta ketidakefektifan mekanisme penyelesaian langsung di tempat. Dalam kondisi tersebut, jalur non-litigasi melalui lembaga sengketa menjadi solusi untuk mencegah terjadinya pelanggaran-pelanggaran jangka Panjang.

Adapun kelebihan jalur Non-Litigasi dari kasus ini, Menurut Roger Fisher dan William Ury, penyelesaian sengketa yang baik adalah yang berfokus pada solusi praktis.

1) Cepat (tidak berbulan-bulan)

Penyelesaian sengketa secara non-litigasi dapat dilakukan dalam waktu yang relatif singkat dibandingkan proses melalui pengadilan. Konsumen dan pelaku usaha dapat langsung menyelesaikan permasalahan melalui negosiasi, mediasi, atau pengaduan kepada lembaga penyelesaian sengketa konsumen tanpa harus melalui tahapan persidangan yang panjang. Hal ini memberikan keuntungan bagi konsumen karena haknya dapat segera dipulihkan tanpa harus menunggu proses hukum yang memakan waktu berbulan-bulan.

2) Murah (Tanpa Biaya Besar)

Penyelesaian non-litigasi juga lebih hemat biaya karena tidak membutuhkan biaya perkara, biaya pengacara, maupun biaya administrasi pengadilan yang besar. Dalam kasus perbedaan harga yang umumnya melibatkan kerugian dengan nominal kecil, mekanisme non-litigasi menjadi lebih efektif dan rasional bagi konsumen. Dengan biaya yang ringan, konsumen tetap dapat memperoleh keadilan tanpa terbebani pengeluaran tambahan.

3) Tidak Rumit

Proses non-litigasi memiliki prosedur yang lebih sederhana dan fleksibel dibandingkan proses litigasi di pengadilan. Konsumen tidak harus memahami prosedur hukum yang kompleks atau menyiapkan dokumen yang rumit. Penyelesaian dapat dilakukan secara langsung melalui komunikasi antara konsumen dan pelaku usaha sehingga lebih mudah diakses oleh masyarakat. Kesederhanaan proses ini memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperjuangkan haknya.

4) Bisa Menyelesaikan Banyak Kasus Kecil Sekaligus

Penyelesaian secara non-litigasi memungkinkan penanganan berbagai kasus kecil secara lebih efisien. Dalam praktik perdagangan, kasus perbedaan harga sering terjadi dengan nilai kerugian yang kecil tetapi dialami oleh banyak konsumen. Melalui mekanisme non-litigasi, sengketa-sengketa tersebut dapat diselesaikan secara cepat dan kolektif tanpa harus membawa setiap kasus ke pengadilan. Dengan demikian, penyelesaian non-litigasi mampu memberikan perlindungan hukum yang lebih efektif dan praktis bagi masyarakat luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara normatif pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi harga yang benar, jelas, dan tidak menyesatkan serta bertanggung jawab penuh atas kerugian yang dialami konsumen akibat ketidaksesuaian harga. Bentuk tanggung jawab tersebut meliputi pengembalian kerugian, pemberian kompensasi, serta perbaikan sistem internal agar kesalahan tidak terulang. Namun dalam praktik, sebagaimana terlihat dalam kasus di Ciamis, Kediri, dan Ungaran, tanggung jawab pelaku usaha masih bersifat minimalis dan tidak menyeluruh. Pelaku usaha umumnya hanya melakukan pengembalian selisih harga tanpa memberikan kompensasi tambahan atau perbaikan sistem yang signifikan. Bahkan dalam beberapa kasus, mekanisme pengembalian tidak sesuai dengan metode pembayaran konsumen. Hal ini disebabkan oleh rendahnya kesadaran hukum, nilai kerugian yang relatif kecil, serta anggapan bahwa proses hukum akan memakan waktu dan biaya. Akibatnya, penyelesaian yang terjadi seringkali tidak memberikan keadilan secara substantif dan tidak mencegah terulangnya pelanggaran. Peneliti menyarankan agar pemerintah memperkuat pengawasan dan penegakan sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar ketentuan pencantuman harga, pelaku usaha meningkatkan sinkronisasi harga etalase dan kasir serta memberikan kompensasi yang adil kepada konsumen, konsumen meningkatkan kesadaran hukum dan keberanian menuntut haknya melalui mekanisme penyelesaian sengketa yang tersedia, BPSK dan lembaga peradilan menyederhanakan prosedur penyelesaian sengketa konsumen bernilai kecil, serta peneliti selanjutnya mengkaji efektivitas implementasi UUPK dan Permendag 35/2013 secara lebih mendalam di berbagai daerah.

REFERENSI

- Apandy, P. A. O., Melawati, & Adam, P. (2021). Pentingnya hukum perlindungan konsumen dalam jual beli. *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 3(1), 12–18. <https://doi.org/10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85>
- Aswar, A., et al. (2023). Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam memberikan perlindungan hukum yang adil bagi konsumen. *Alauddin Law Development Journal*, 5(1).
- Berutu, T. A., Lorena, D., Sigalingging, R., & Kasih, G. (2024). Pengaruh teknologi digital terhadap perkembangan bisnis modern. *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*, 2(3).
- Fazira, K. R., Devila, I., Ramadhani, N., Syahwaly, W. A., & Dores, E. (2025). Analisis jenis-jenis e-commerce dan implikasinya terhadap perkembangan sistem perdagangan digital. *Jurnal Perbankan Syariah Al-Maidah*, 1(1).
- Fithri, B. S., Munthe, R., & Lubis, A. A. (2021). Asas *ultimum remedium/the last resort principle* terhadap pelaku usaha dalam hukum perlindungan konsumen. *Doktrina: Journal of Law*, 4(1), 69–84. <https://doi.org/10.31289/doktrina.v4i1.4918>
- Harahap, R. S. P., & Chrisanta, F. (2023). Pembatasan klausul pada perjanjian baku dalam upaya perlindungan konsumen melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 4(4).
- Hendra Winarta, F. (2012). *Hukum penyelesaian sengketa*. Sinar Grafika.
- Hugo Grotius. (2005). *The rights of war and peace*. Liberty Fund.
- Kamran, M., Miru, A., & Maskun. (2021). Penipuan berbasis jual beli online dan perlindungan hukum terhadap konsumen. *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)*, 6(2).

- Khokim, M. I. (2025). Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian baku di Indonesia. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 4(2), 506–515. <https://doi.org/10.55606/jurish.v4i2.4977>
- Maharani, A., Darya Dzikra, A., & Penulis, K. (2021). Fungsi perlindungan konsumen dan peran lembaga perlindungan konsumen di Indonesia: Perlindungan, konsumen dan pelaku usaha.
- Masitha, D., Pesulima, T. L., & Balik, A. (2022). Perlindungan konsumen terkait harga barang yang tidak sesuai tertera pada etalase dan struk belanja. *TATOH: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(11), 1092–1102.
- Nugrahaningsih, W., Yuliana, M. E., & Rezi, R. (2023). Analisa yuridis perlindungan konsumen atas klausula baku pada surat kuasa dari perjanjian kredit. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10870–10876.
- Novita, Y. D., et al. (2021). Urgensi pembaharuan regulasi perlindungan konsumen di era bisnis digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 54.
- Panggabean, E. F., Yunas, H. A., Taufiqurrahman, T., & Nurbaiti, N. (2024). Perkembangan teknologi e-business terhadap globalisasi modern pada saat ini. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 132–139.
- Priliasari, E. (2023). Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(2), 261–279.
- Sa'diyah, A., Rahmawati, A. S., Lestari, D. E., Wibisono, D. S. P. D., Triyani, G. E., Khoiriyah, I., & Kasiyati, M. (2023). Hukum perlindungan konsumen terhadap ketidaksesuaian label harga perspektif UUPK No. 8.
- Sabue, H., Kasim, N. M., & Bakung, D. A. (2023). Tinjauan yuridis empiris terhadap divergensi harga display di kasir Indomaret dan Alfamart. *Eksekusi: Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara*, 1(4), 121–142.
- Siregar, S. P. (2024). Kepastian hukum perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 4(2).
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), khususnya Pasal 1320 dan Pasal 1369.
- Peraturan Mahkamah Agung Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, khususnya Pasal 4, Pasal 7, Pasal 8, Pasal 19, dan Pasal 45–49.