

**ASAS KESEIMBANGAN DALAM PERJANJIAN PENJUALAN
MAKANAN TANPA MENCANTUMKAN HARGA
*THE PRINCIPLE OF BALANCE IN FOOD SALES AGREEMENTS
WITHOUT INCLUSION OF PRICE***

Rayhan Adhi Pradana

Fakultas Hukum, Universitas Indonesia

Korespondensi Penulis : rayhan.adhi@ui.ac.id

Citation Structure Recommendation :

Pradana, Rayhan Adhi. *Asas Keseimbangan dalam Perjanjian Penjualan Makanan Tanpa Mencantumkan Harga*. Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.7. No.4 (2026).

ABSTRAK

Praktik usaha kuliner di tempat wisata yang tidak mencantumkan harga menu meresahkan konsumen karena melanggar hak atas informasi yang jelas. Penelitian ini mengkaji bentuk penyesatan konsumen dalam konteks Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta akibat hukumnya. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa pencantuman harga tidak diwajibkan secara mutlak, namun ketidakjelasan harga yang berujung pada tagihan tidak wajar merupakan perbuatan menyesatkan yang dilarang Pasal 10 huruf a dan bertentangan dengan hak konsumen pada Pasal 4 huruf c. Pelaku usaha dapat dikenai sanksi pidana dan administratif, sedangkan konsumen dapat menempuh upaya litigasi atau penyelesaian melalui BPSK.

Kata Kunci: Asas Keseimbangan, Harga Tidak Tercantum, Penyesatan Harga, Penyelesaian Sengketa, Perlindungan Konsumen

ABSTRACT

The practice of food businesses in tourist areas not listing prices on menus disturbs consumers by violating their right to clear information. This study examines the form of consumer deception under Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection and its legal consequences. The results show that failure to list prices is not absolutely prohibited, but when unclear pricing leads to unreasonable charges, it constitutes misleading conduct prohibited by Article 10(a) and violates consumers' right under Article 4(c). Business actors may face criminal and administrative sanctions, while consumers may pursue litigation or settlement through the Consumer Dispute Resolution Body (BPSK).

Keywords: Balance Principle, Consumer Protection, Dispute Resolution, Misleading Pricing, Unlisted Prices

A. PENDAHULUAN

Usaha kuliner khususnya di tempat wisata dewasa ini telah menjadi suatu fenomena baru dalam perkembangan usaha di Indonesia yang sejalan beriringan dengan perilaku dan gaya hidup masyarakat Indonesia. Pada tahun 2022, usaha kuliner yang dikategorikan dalam sektor makanan dan minuman menjadi primadona dalam menunjang bisnis pariwisata. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian, sektor makanan dan minuman menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 37,77% pada triwulan I tahun 2022.¹ Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019, jumlah pelaku usaha kuliner di Indonesia mencapai 3,9 juta, dengan Provinsi Jawa Barat menempati posisi pertama, diikuti Jawa Timur dan Jawa Tengah. Mengacu pada data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) pada Maret 2021, kontribusi pelaku usaha kuliner terhadap PDB mencapai 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun.²³

Ramainya destinasi wisata turut memengaruhi pendapatan para pelaku usaha kuliner. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat bahwa pada momen Hari Raya Idul Fitri, sebagian pelaku usaha menerapkan prinsip "aji mumpung" dengan menaikkan harga lebih dari 100% dari harga normal⁴ Dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha umumnya menerapkan strategi *marketing mix* yang pada mulanya hanya meliputi empat elemen (4P) yaitu *product, price, place, promotion*,⁵⁶ kemudian berkembang menjadi 7P dengan tambahan *people*,

¹ Kementerian Perindustrian, *Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*, diakses dari <https://kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen>, diakses pada 29 Desember 2022.

² Warmiyana Zairi Absi dan Rusniati, *Prinsip Itikad Baik dalam Suatu Kontrak*, Justici, Vol.15, No.1 (2022).

³ Kementerian Keuangan, *Optimalkan Potensi UMKM terhadap PDB Indonesia melalui Lelang UMKM*, diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/15395/Optimalkan-Potensi-UMKM-terhadap-PDB-Indonesia-melalui-Lelang-UMKM.html>, diakses pada 29 Desember 2022.

⁴ Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, *Siaran Pers: Evaluasi Pengelolaan Sektor Pariwisata Selama Libur Lebaran*, diakses dari <https://ylki.or.id/2017/08/siaran-pers-evaluasi-pengelolaan-sektor-pariwisata-selama-libur-lebaran/>, diakses pada 29 Desember 2022.

⁵ I Made Dwi Satriawan dan I Made Dedy Priyanto, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Terkait Informasi Harga pada Daftar Menu Makanan sebagai Kewajiban Pelaku Usaha*, Kertha Desa: Journal Ilmu Hukum, Vol.10, No.8 (2022).

⁶ Grace Deo Seldudes Eta Nheu dan Dian Pramita Sugiarti, *Strategi Pemasaran Wisata Kuliner sebagai Destinasi Wisata di Dili, Timor-Leste*, Jurnal Destinasi Wisata, Vol.8, No.2 (2020), p.198.

process dan physical evidence.⁷⁸ Strategi tersebut diterapkan untuk meraih keuntungan, mengingat sifat usaha kuliner di lokasi wisata pada umumnya bersifat komersial.⁹ Ketatnya persaingan usaha mendorong setiap pelaku usaha menyusun strategi guna mempertahankan dan memenangkan pasar, sebab hubungan antara pelaku usaha dan konsumen pada dasarnya bersifat simbiosis mutualisme atau saling membutuhkan.¹⁰¹¹

Terlepas dari hubungan simbiosis tersebut, terdapat oknum pelaku usaha yang hanya mementingkan kepentingannya sendiri, salah satunya dengan tidak mencantumkan harga pada menu makanan. Fenomena ini kerap ditemukan di lokasi-lokasi wisata dan menimbulkan kekhawatiran serta ketidaknyamanan bagi konsumen. Padahal, Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen secara tegas mengatur bahwa konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Dengan tidak tercantumnya harga pada menu makanan, hak konsumen atas informasi yang sejelas-jelasnya telah dilanggar.¹²

Kekhawatiran tersebut bukan tanpa dasar. Sejumlah kasus konkret memperlihatkan bahwa ketiadaan informasi harga pada menu kerap berujung pada pengenaan harga yang tidak wajar. Kasus di lokasi wisata Situ Cileunca, Pangalengan, Jawa Barat pada awal 2022 menjadi sorotan publik ketika seorang konsumen dikenakan total tagihan sebesar Rp915.000 untuk pesanan yang jauh tidak sebanding dengan harga wajarnya.¹³ Kejadian serupa terjadi di Malioboro,

⁷ I Made Dwi Satriawan dan I Made Dedy Priyanto, *Op.Cit.*.

⁸ Kementerian Koperasi dan UKM, *Apa itu Marketing Mix? Mengenal Konsep 4P dan 7P*, diakses dari <https://smesta.kemenkopukm.go.id/apa-itu-marketing-mix-mengenal-konsep-4p-dan-7p/>, diakses pada 29 Desember 2022.

⁹ Ilvana Hatami, *Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima Kota Tua Ampenan)*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, 2022, p.17.

¹⁰ I Gusti Ayu Diah Pramesti Dewi dan Suatra Putrawan, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Tidak Tercantumnya Harga dalam Daftar Menu pada Rumah Makan*, Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum, Vol.9, No.5 (2021), p.806.

¹¹ Syaik Abdullah dan Annisa Syifaulhuda, *Analisis Hukum Ekonomi Syaria'ah tentang Jual Beli Makanan Tanpa Harga*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol.2, No.1 (2023).

¹² Ghansham Anand, dkk., *Formulasi Penegakan Hukum yang Sistematis terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen E-Commerce Terkait Tidak Dipenuhinya Janji oleh Pelaku Usaha: Sebuah Upaya Mewujudkan Perfect Procedural Justice*, Jurnal RechtsVinding: Media Pembinaan Hukum Nasional, Vol.12, No.2 (2023).

¹³ Riska Fitria, *Parah! Ini 5 Kejadian Getok Harga di Tempat Wisata*, diakses dari <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5898899/parah-ini-5-kejadian-getok-harga-di-tempat-wisata/2>, diakses pada 29 Desember 2022.

Yogyakarta, ketika satu porsi pecel lele yang biasanya berkisar Rp18.000–Rp20.000 dihargai Rp37.000.¹⁴ Pada Kedai Rizqi Maulana di Puncak, Jawa Barat, seorang konsumen dikenakan Rp206.000 untuk pesanan sederhana berupa mi instan, nasi putih, jagung bakar, roti bakar dan telur setengah matang.¹⁵ Pola yang sama juga terjadi di Kenjeran Park, Surabaya, di mana harga yang tertera pada spanduk promosi (Rp10.000) berbeda jauh dari tagihan akhir yang mencapai Rp288.000.¹⁶

Ketidakjelasan informasi harga pada menu makanan berakibat konsumen memiliki perhitungan yang keliru atas total biaya yang harus dibayarkan, sehingga pada saat pembayaran, harga yang ditagihkan kerap tidak sesuai dengan perkiraan konsumen dan bersifat merugikan. Dari pemaparan di atas, terdapat dua permasalahan hukum yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimanakah bentuk penyesatan konsumen oleh pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga pada menu makanan ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimanakah akibat hukum bagi pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga pada menu makanan dan upaya penyelesaian sengketa yang dapat ditempuh konsumen?

B. PEMBAHASAN

1. Penyesatan Konsumen oleh Pelaku Usaha yang Tidak Mencantumkan Harga pada Menu Makanan

Pengaturan mengenai perlindungan konsumen di Indonesia bukan merupakan hal baru dalam dunia hukum. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang telah diundangkan sejak tahun 2000 bertujuan mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Perlindungan konsumen memiliki beberapa aspek hukum yang menyangkut materi untuk mendapatkan perlindungan, bukan sekadar perlindungan fisik,

¹⁴ *Ibid.*.

¹⁵ *Ibid.*.

¹⁶ Ery Agus Priyono dan Katya Nabila Saka Birauti, *Implementasi Asas Kebebasan Berkontrak dalam Praktek Pembuatan Perjanjian Kerja Perancangan*, Law, Development and Justice Review, Vol.5, No.1 (2022).

melainkan juga perlindungan terhadap hak-hak konsumen yang bersifat abstrak.¹⁷ Berdasarkan *Business English Dictionary*, perlindungan konsumen diartikan sebagai perlindungan bagi konsumen terhadap pelaku usaha yang tidak adil atau melawan hukum.¹⁸ Az. Nasution menjelaskan bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen, yaitu asas dan kaidah yang mengatur hubungan dan masalah antarpihak yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup. Sementara itu, Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai segala upaya yang menjamin kepastian hukum guna memberikan perlindungan kepada konsumen.¹⁹

Dalam konteks ini, perlindungan konsumen dapat pula dipahami sebagai bagian dari perlindungan hukum. Philipus M. Hadjon mendefinisikan perlindungan hukum sebagai tindakan untuk melindungi atau memberikan pertolongan kepada subjek hukum dengan menggunakan perangkat-perangkat hukum,²⁰ yang terbagi menjadi perlindungan hukum preventif dan represif. Az. Nasution menambahkan bahwa hukum perlindungan konsumen berisi asas-asas dan kaidah yang bersifat mengatur sekaligus melindungi kepentingan konsumen.²¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sendiri mendasarkan perumusannya pada filosofi pembangunan nasional, yaitu pembangunan hukum yang melindungi konsumen dalam rangka membangun manusia Indonesia seutuhnya sesuai Pancasila dan UUD 1945. Tujuan perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 3 undang-undang itu antara lain meningkatkan kesadaran dan kemandirian konsumen, meningkatkan harkat dan martabat konsumen, memberdayakan konsumen dalam menuntut haknya,

¹⁷ M. Shidqon Prabowo, *Perlindungan Hukum Jamaah Haji Indonesia*, Mahakarya Rangkang, Yogyakarta, 2010.

¹⁸ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013, p.21.

¹⁹ Sonia Mahayani, dkk., *Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Barang yang Cacat Setelah Melakukan Transaksi Ditinjau dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*, Commerce Law, Vol.2, No.1 (2022).

²⁰ Philipus M. Hadjon, dkk., *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 2011, p.10.

²¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, p.13.

menciptakan sistem perlindungan konsumen yang menjamin kepastian hukum dan keterbukaan informasi, serta menumbuhkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan konsumen.²²

Subjek dalam relasi hukum perlindungan konsumen terdiri atas konsumen dan pelaku usaha. Berdasarkan Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, 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 kembali. Az. Nasution membedakan konsumen menjadi konsumen yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk diperjualkan kembali dan konsumen yang menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan pribadi.²³ Adapun pelaku usaha, berdasarkan Pasal 1 angka 3 undang-undang yang sama, didefinisikan secara luas sebagai setiap orang perorangan atau badan usaha, baik berbadan hukum maupun tidak, yang melakukan kegiatan usaha dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pengertian ini tidak terbatas pada produsen semata, tetapi meliputi pula pihak perantara seperti agen, distributor dan pengecer.²⁴

Upaya mewujudkan keseimbangan dalam relasi konsumen dan pelaku usaha tertuang dalam asas-asas perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 2 UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang meliputi asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, serta asas kepastian hukum.²⁵ Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberi keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah, baik dalam arti materiil maupun spiritual, dengan pemerintah berperan sebagai penyeimbang kepentingan para pihak.²⁶

²² Yahya Abdul Habib dan Jacobus Jopie Gilalo, *Penyelesaian dan Sanksi atas Tindak Pidana Konsumen terhadap Kejahatan Pelaku Usaha*, IBLAM Law Review, Vol.4, No.2 (2024).

²³ A.Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2014, p.12.

²⁴ Wibowo T Tunardy, *Pengertian Pelaku Usaha Serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha*, diakses dari <https://jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/>, diakses pada 29 Desember 2022.

²⁵ A.Z. Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, p.19.

²⁶ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian: Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Kencana, Jakarta, 2010, p.80.

Asas ini menghendaki agar konsumen dan pelaku usaha memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen, sehingga kepentingan ketiga pihak tersebut harus diwujudkan secara proporsional sesuai hak dan kewajibannya masing-masing.²⁷

Asas keseimbangan ini erat berkaitan dengan konsep itikad baik, yang tertuang dalam Pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai salah satu kewajiban pelaku usaha. Siti Ismijati Jenie mengartikan itikad baik sebagai kejujuran, sebagaimana termuat pula dalam Pasal 530 *Burgerlijk Wetboek* (BW) yang mengatur mengenai *bezit*.²⁸ Pasal 1338 ayat (3) BW menegaskan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik,²⁹ yang pada dasarnya sejalan dengan ketentuan Pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan pemaknaan itikad baik sebagai kejujuran, maka pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga pada menu makanan dapat dikatakan telah melakukan tindakan yang tidak jujur atas informasi mengenai harga. Dalam konteks ini, perlu pula ditekankan bahwa hukum Islam tidak melarang perjanjian yang mengandung unsur risiko atau ketidakpastian, namun apabila risiko tersebut menguntungkan satu pihak sementara merugikan pihak lain, maka hal tersebut termasuk dalam kategori *gharar* yang dilarang.

Pertanyaan mendasar yang muncul adalah apakah tindakan tidak mencantumkan harga pada menu makanan itu sendiri merupakan perbuatan yang dilarang oleh hukum. Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan secara tegas mewajibkan setiap pelaku usaha untuk mencantumkan harga barang dan/atau tarif jasa

²⁷ Rhey A. Karinda, Anna S. Wahongan dan Karel Yosi Umboh, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Bisnis Pembiayaan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Jurnal Lex Privatum, Vol.8, No.4 (2020), p.49.

²⁸ Siti Ismijati Jenie, *Pengukuhan Prof. Ismijati Jenie: Itikad Baik Sebagai Asas Hukum*, diakses dari <https://www.ugm.ac.id/id/berita/2066-pengukuhan-prof-ismijati-jenie-itikad-baik-sebagai-asas-hukum>, diakses pada 29 Desember 2022.

²⁹ Zahry Vandawati Chumaida, *Prinsip Itikad Baik dan Perlindungan Tertanggung pada Perjanjian Asuransi Jiwa*, Disertasi, Universitas Airlangga, Surabaya, 2013, p.104.

secara jelas dan mudah dilihat, dengan pengecualian bagi pelaku usaha mikro sesuai Pasal 2 ayat (2) peraturan tersebut. Meski demikian, adanya pengecualian tersebut tidak menghilangkan hak konsumen atas informasi yang jujur, jelas dan benar sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, perbuatan tidak mencantumkan harga pada menu makanan pada dasarnya bukan merupakan hal yang dilarang oleh undang-undang, sepanjang tidak berakibat menyesatkan konsumen.³⁰³¹

Persoalan baru timbul ketika ketidaktercantuman harga tersebut berujung pada pengenaan harga yang tidak wajar. Tindakan demikian tergolong sebagai perbuatan menyesatkan yang dilarang berdasarkan Pasal 10 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang secara tegas melarang pelaku usaha membuat pernyataan tidak benar atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, menyesatkan berarti "membawa ke jalan yang salah", sehingga dalam konteks kegiatan usaha, perbuatan menyesatkan oleh pelaku usaha dapat diartikan sebagai tindakan yang mengakibatkan konsumen memiliki pandangan atau perhitungan yang keliru, yang pada akhirnya menimbulkan kerugian.³²³³ Konsumen seringkali enggan menanyakan harga terlebih dahulu karena berbagai alasan, seperti rasa malu atau telah memiliki perkiraan harga sendiri, yang justru memperbesar potensi kerugian apabila harga yang dibebankan jauh melampaui ekspektasi tersebut.

Mengingat harga merupakan aspek vital yang memengaruhi langsung keputusan konsumen sebelum membeli suatu barang dan/atau suatu jasa³⁴,

³⁰ Nurhafni dan Sanusi Bintang, *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perjanjian Baku Elektronik*, Kanun Jurnal Ilmu Hukum, Vol.20, No.3 (Desember 2018).

³¹ I Made Wahyu Candra Prasetya dan Dewa Gede Pradnya Yustiawan, *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penipuan dan Praktik Curang pada Industri Jasa Pariwisata*, Kertha Desa: Jurnal Ilmu Hukum, Vol.13, No.11 (2025).

³² Depri Liber Sonata, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris: Karakteristik Khas dari Metode Meneliti Hukum*, Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum, Vol.8, No.1 (Januari-Maret 2014).

³³ Ahmad Fauzi dan Ismail Koto, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang Telah Dilanggar Haknya melalui Jalur Litigasi dan Non-Litigasi*, Jurnal Yuridis, Vol.9, No.1 (2022).

³⁴ Valerie Agustine Budianto, *Adakah Larangan Menetapkan Harga Sangat Tinggi bagi Pelaku Usaha?*, diakses dari <https://www.hukumonline.com/klinik/a/adakah-larangan->

maka kejelasan informasi harga menjadi krusial. Kerugian yang timbul dari tindakan menyesatkan ini wajib dipertanggungjawabkan oleh pelaku usaha berdasarkan Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Adapun pembuktian unsur kesalahan dalam perkara pidana terkait hal ini, sesuai Pasal 22 undang-undang tersebut, menjadi beban dan tanggung jawab pelaku usaha, bukan jaksa penuntut umum.

Pada akhirnya, tidak tercantumnya harga pada menu makanan merupakan perbuatan yang menyebabkan hak konsumen atas kejelasan informasi mengenai harga menjadi tidak terpenuhi sebagaimana dijamin Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penyesatan konsumen dalam konteks ini terjadi bukan semata-mata karena ketiadaan harga pada menu, melainkan karena rangkaian tindakan tersebut yang berujung pada pengenaan harga tidak wajar tanpa persetujuan konsumen, sehingga melanggar hak konsumen atas informasi dan menciptakan ketidakadilan dalam transaksi.

2. Akibat Hukum bagi Pelaku Usaha yang Tidak Mencantumkan Harga pada Menu Makanan

Persoalan ketidakseimbangan dalam relasi konsumen dan pelaku usaha sebagaimana diuraikan pada bagian sebelumnya tidak dapat dilepaskan dari konteks hak dan kewajiban masing-masing pihak. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki sejumlah hak, antara lain hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan; hak untuk memilih barang dan/atau jasa; hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur; hak untuk didengar pendapat dan keluhannya; serta hak memperoleh advokasi dan kompensasi atas kerugian yang dialami. Adapaun secara internasional, hak konsumen yang fundamental mencakup hak mendapat informasi yang jelas,

hak mendapat keamanan, hak memilih dan hak didengar. Sebaliknya, kewajiban konsumen berdasarkan Pasal 5 undang-undang tersebut mencakup kewajiban membaca informasi pemakaian, beritikad baik dalam transaksi, membayar sesuai nilai tukar yang disepakati dan mengikuti upaya penyelesaian sengketa secara patut.

Di sisi lain, pelaku usaha memiliki hak untuk menerima pembayaran sesuai kesepakatan, hak atas perlindungan hukum dari konsumen yang beritikad tidak baik, hak melakukan pembelaan diri dan hak atas rehabilitasi nama baik sebagaimana diatur Pasal 6 undang-undang tersebut. Kewajiban pelaku usaha berdasarkan Pasal 7 antara lain beritikad baik dalam menjalankan usaha, memberikan informasi yang benar dan jelas, melayani konsumen secara tidak diskriminatif, menjamin mutu barang dan/atau jasa, serta memberikan kompensasi atau ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen. Relasi hak dan kewajiban ini tidak dapat dilepaskan dari asas keseimbangan dan asas proporsionalitas yang berjalan beriringan, di mana asas proporsionalitas dimaknai sebagai pembagian hak dan kewajiban menurut proporsi yang meliputi segenap aspek kontraktual secara keseluruhan.

Dalam praktiknya, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha kerap diasumsikan sebagai hubungan yang subordinat, di mana konsumen berada pada posisi tawar yang lebih lemah dalam pembentukan kehendak akibat dominasi pelaku usaha dan kondisi-kondisi lain yang menyertainya. Ketidakseimbangan kedudukan ini membutuhkan intervensi pemerintah sebagai penyeimbang, yang bertujuan memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dengan membatasi sekaligus menyeimbangkan posisi tawar para pihak.³⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memaksa pelaku usaha untuk patuh terhadap ketentuannya, dengan ancaman sanksi pidana maupun administratif bagi yang melanggar, guna mencapai keseimbangan hak dan kewajiban para pihak.³⁶

³⁵ I Made Wahyu Candra Prasetya dan Dewa Gede Pradnya Yustiawan, *Op.Cit.*.

³⁶ Ahmad Fauzi dan Ismail Koto, *Op.Cit.*.

Berkaitan dengan terpenuhinya unsur pelanggaran, tindakan pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga pada menu makanan kemudian mengenakan harga tidak wajar dapat dikualifikasi sebagai perbuatan melanggar hukum (*onrechtmatige daad*) sebagaimana diatur Pasal 1365 BW, yang mensyaratkan terpenuhinya empat unsur, yaitu adanya perbuatan melanggar hukum, adanya kesalahan, adanya hubungan kausalitas dan adanya relativitas.³⁷ Meskipun kewajiban mencantumkan harga tidak diatur secara eksplisit dalam Pasal 10 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kewajiban tersebut diatur dalam peraturan turunan, yakni Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013. Konsumen sebagai pihak dengan posisi lebih lemah dapat dirugikan akibat penyesatan harga yang secara tegas dilarang Pasal 10 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sehingga unsur perbuatan melanggar hukum dalam konteks ini terpenuhi.

Konsumen yang dirugikan akibat tindakan tersebut dapat menempuh dua jalur penyelesaian sengketa sebagaimana diatur Pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu litigasi dan non-litigasi.³⁸ Jalur litigasi ditempuh melalui pengadilan umum berdasarkan Pasal 45 ayat (1) undang-undang tersebut. Meskipun secara normatif jalur ini tersedia, terdapat kekurangan yang melekat padanya, seperti putusan pengadilan yang tidak selalu menjamin pemulihan kerugian konsumen secara efektif, mengingat konsumen harus mengupayakan sendiri proses eksekusi terhadap harta pelaku usaha apabila putusan tidak dilaksanakan secara sukarela.³⁹ Proses yang panjang, biaya perkara yang memberatkan dan ketidakpastian eksekusi menjadikan jalur litigasi kurang efisien serta tidak sejalan dengan asas peradilan cepat, sederhana dan berbiaya ringan sebagaimana diamanatkan Pasal 2 ayat (4) Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman.

³⁷ Risadini Prasastinah Usanti, Agus Yudha Hernoko dan Erni Agustin, *Buku Ajar Hukum Perdata*, Universitas Airlangga, Surabaya, 2012, p.54.

³⁸ Rachmadi Usman, *Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, p.3.

³⁹ M. Yahya Harahap, *Hukum Acara Perdata tentang Gugatan, Persidangan, Penyitaan, Pembuktian dan Putusan Pengadilan*, Sinar Grafika, Jakarta, 2006, p.160.

Sebagai alternatif, jalur non-litigasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) menawarkan mekanisme yang lebih sederhana melalui konsiliasi, mediasi, atau arbitrase sesuai Pasal 52 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.³³ Konsiliasi menempatkan BPSK sebagai penghubung yang mempertemukan para pihak namun menyerahkan penyelesaian kepada mereka sendiri, mediasi menempatkan BPSK sebagai penasihat yang lebih aktif, sementara arbitrase memberikan kewenangan penuh kepada BPSK untuk memutus sengketa.³⁴ Proses ini ditempuh melalui tiga tahap, yaitu pemasukan gugatan, pemeriksaan dan pemberian putusan dalam jangka waktu 21 hari kerja, serta pelaksanaan putusan dan pengajuan upaya hukum apabila salah satu pihak keberatan.³⁵ Karakteristik BPSK yang relatif cepat dan berbiaya ringan menjadikannya pilihan yang lebih efisien dibandingkan jalur litigasi bagi konsumen yang ingin memperoleh pemulihan kerugian secara praktis.⁴⁰

Selain mekanisme penyelesaian sengketa, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga mengatur sanksi tegas bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuannya. Berdasarkan Pasal 45 ayat (3) undang-undang tersebut, penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana yang melekat pada pelaku usaha. Sanksi pidana sesuai Pasal 62 berupa denda paling banyak Rp2.000.000.000 atau pidana penjara paling lama 5 tahun, sementara sanksi administratif sesuai Pasal 60 ayat (2) berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp200.000.000. Pasal 63 undang-undang tersebut juga mengatur sanksi pidana tambahan berupa perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu, kewajiban penarikan barang dari peredaran, atau pencabutan izin usaha. Lebih spesifik, Pasal 9 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 mengatur bahwa pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga dapat dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha, dijatuhkan pasca mendapat peringatan tertulis sebanyak tiga kali dalam tenggang waktu masing-masing paling lama satu bulan.

⁴⁰ Fransisca Yanita Prawitasari, dkk., *Implementasi Prinsip Caveat Emptor dan Caveat Venditor dalam Kasus Peredaran Jamu Kuat Mengandung Bahan Kimia Obat*, Kertha Patrika, Vol.44, No.1 (2022).

Berdasarkan keseluruhan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa akibat hukum bagi pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga pada menu makanan tidak berdiri sendiri, melainkan terkait erat dengan ada atau tidaknya unsur penyesatan dalam bentuk pengenaan harga tidak wajar. Apabila unsur tersebut terpenuhi, pelaku usaha dapat dikenai sanksi pidana maupun administratif, sementara konsumen yang dirugikan memiliki dua pilihan jalur penyelesaian sengketa yang masing-masing memiliki karakteristik, kelebihan dan kekurangannya tersendiri.

C. PENUTUP

Penyesatan konsumen oleh pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga pada menu makanan merupakan suatu tindakan yang dilarang oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sekalipun perbuatan tidak mencantumkan harga itu sendiri tidak diatur secara tegas dalam undang-undang tersebut, melainkan diatur dalam peraturan turunan berupa Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan. Tindakan tersebut baru dikategorikan sebagai penyesatan yang melanggar hukum ketika ketidaktercantuman harga berujung pada pengenaan harga yang tidak wajar kepada konsumen, sehingga melanggar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas dan jujur sebagaimana dijamin Pasal 4 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sekaligus bertentangan dengan larangan dalam Pasal 10 huruf a mengenai pernyataan menyesatkan terkait harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa.

Akibat hukum bagi pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga pada menu makanan dan mengenakan harga tidak wajar berupa sanksi pidana dan administratif sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013. Konsumen yang mengalami kerugian akibat tindakan tersebut dapat menempuh upaya penyelesaian sengketa melalui dua jalur, yaitu litigasi melalui pengadilan umum dan non-litigasi melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dengan mekanisme konsiliasi, mediasi,

Rayhan Adhi Pradana

Asas Keseimbangan dalam Perjanjian Penjualan Makanan Tanpa Mencantumkan Harga

atau arbitrase. Jalur non-litigasi pada umumnya lebih efisien dan efektif mengingat keterbatasan proses litigasi, khususnya dari segi waktu, biaya dan kepastian eksekusi putusan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurahman, A. 1986. *Kamus Ekonomi – Perdagangan*. (Jakarta: Gramedia).
- Amriani, Nurnaningsih. 2012. *Mediasi: Alternatif Penyelesaian Sengketa Perdata di Pengadilan*. (Jakarta: RajaGrafindo Persada).
- Chomazah, Ali Achmad. 2002. *Hukum Pertanahan Seri Hukum Pertanahan I: Pemberian Hak atas Tanah Negara dan Seri Hukum Pertanahan II: Sertipikat dan Permasalahannya*. (Jakarta: Prestasi Pustaka).
- Hadjon, Philipus M., dkk.. 2011. *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press).
- Hadjon, Philipus M. 1989. *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*. (Surabaya: Bina Ilmu).
- Handajani, Sri, Gianto Al Imron dan Bambang Sugeng Ariadi. 2006. *Buku Ajar Hukum Perikatan*. (Surabaya: Universitas Airlangga).
- Harahap, M. Yahya. 2006. *Hukum Acara Perdata tentang Gugatan, Persidangan, Penyitaan, Pembuktian dan Putusan Pengadilan*. (Jakarta: Sinar Grafika).
- Hernoko, Agus Yudha. 2010. *Hukum Perjanjian: Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*. (Jakarta: Kencana).
- Kotler, Philip. 1980. *Principles of Marketing*. (New Jersey United States: Prentice-Hall, Inc.).
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika).
- Marzuki, Peter Mahmud. 2005. *Penelitian Hukum*. (Jakarta: Kencana).
- Mertokusumo, Sudikno. 2005. *Mengenai Hukum Suatu Pengantar*. (Yogyakarta: Liberty).
- Nasution, A.Z. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. (Jakarta: Diadit Media).
- _____. 1995. *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan).
- Prabowo, M. Shidqon. 2010. *Perlindungan Hukum Jamaah Haji Indonesia*. (Yogyakarta: Mahakarya Rangkang).
- Raharjo, Satjipto. 2000. *Ilmu Hukum*. (Bandung: Citra Aditya Bakti).
- Rahmadi, Takdir. 2011. *Mediasi Penyelesaian Sengketa Melalui Pendekatan Mufakat*. (Jakarta: Rajawali Pers).
- Siahaan, N. H. T. 2005. *Hukum Konsumen, Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*. (Jakarta: Panta Rei).
- Sidabalok, Janus. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. (Bandung: Citra Aditya Bakti).
- Soeroso, R. 2015. *Pengantar Ilmu Hukum*. (Jakarta: Sinar Grafika).
- Usanti, Trisadini Prasastinah, Agus Yudha Hernoko dan Erni Agustin. 2012. *Buku Ajar Hukum Perdata*. (Surabaya: Universitas Airlangga).
- Usman, Rachmadi. 2003. *Pilihan Penyelesaian Sengketa di Luar Pengadilan*. (Bandung: Citra Aditya Bakti).
- Widjaja, Gunawan dan Ahmad Yani. 2000. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama).
- Zulham. 2013. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana).

Publikasi

- Abdillah, Syaik dan Annisa Syifaulhuda. *Analisis Hukum Ekonomi Syari'ah tentang Jual Beli Makanan Tanpa Harga*. Jurnal Hukum Ekonomi Syariah. Vol.2. No.1 (2023).
- Absi, Warmiyana Zairi dan Rusniati. *Prinsip Itikad Baik dalam Suatu Kontrak*. Justici. Vol.15. No.1 (2022).
- Anand, Ghansham, dkk.. *Formulasi Penegakan Hukum yang Sistematis terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen E-Commerce Terkait Tidak Dipenuhinya Janji oleh Pelaku Usaha: Sebuah Upaya Mewujudkan Perfect Procedural Justice*. Jurnal RechtsVinding: Media Pembinaan Hukum Nasional. Vol.12. No.2 (2023).
- Dewi, I Gusti Ayu Diah Pramesti dan Suatra Putrawan. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Tidak Tercantumnya Harga dalam Daftar Menu pada Rumah Makan*. Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum. Vol.9. No.5 (2021).
- Dianata, Luh Putu Putri dan A.A Ketut Sukranatha. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Terkait Produk Kosmetik Tanpa Komposisi Bahan*. Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum. Vol.6. No.10 (2018).
- Fauzi, Ahmad dan Ismail Koto. *Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang Telah Dilanggar Haknya melalui Jalur Litigasi dan Non-Litigasi*. Jurnal Yuridis. Vol.9. No.1 (2022).
- Habib, Yahya Abdul dan Jacobus Jopie Gilalo. *Penyelesaian dan Sanksi atas Tindak Pidana Konsumen terhadap Kejahatan Pelaku Usaha*. IBLAM Law Review. Vol.4. No.2 (2024).
- Karinda, Rhey A., Anna S. Wahongan dan Karel Yosi Umboh. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Bisnis Pembiayaan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*. Jurnal Lex Privatum. Vol.8. No.4 (2020).
- Krisdayanto, Iqbal, dkk.. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Café Lina Putra Net Bandung*. Journal of Management. Vol.4. No.4 (2018).
- Mahardika, Bagus Tri. *Perancangan Sistem Informasi Management Siswa Berprestasi Berbasis Android Pada SMK PGRI Rawalumbu*. Jurnal Sains & Teknologi Fakultas Teknik. Vol.10. No.2 (2020).
- Mahayani, Sonia, dkk.. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Barang yang Cacat Setelah Melakukan Transaksi Ditinjau dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*. Commerce Law. Vol.2. No.1 (2022).
- Nheu, Grace Deo Seldudes Eta dan Dian Pramita Sugiarti. *Strategi Pemasaran Wisata Kuliner sebagai Destinasi Wisata di Dili, Timor-Leste*. Jurnal Destinasi Wisata. Vol.8. No.2 (2020).
- Nurhafni dan Sanusi Bintang. *Perlindungan Hukum Konsumen dalam Perjanjian Baku Elektronik*. Kanun Jurnal Ilmu Hukum. Vol.20. No.3 (Desember 2018).
- Prasetya, I Made Wahyu Candra dan Dewa Gede Pradnya Yustiawan. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen atas Penipuan dan Praktik Curang pada Industri Jasa Pariwisata*. Kertha Desa: Journal Ilmu Hukum. Vol.13. No.11 (2025).
- Prawitasari, Fransisca Yanita, dkk.. *Implementasi Prinsip Caveat Emptor dan Caveat Venditor dalam Kasus Peredaran Jamu Kuat Mengandung Bahan Kimia Obat*. Kertha Patrika. Vol.44. No.1 (2022).

- Priyono, Ery Agus dan Katya Nabila Saka Birauti. *Implementasi Asas Kebebasan Berkontrak dalam Praktek Pembuatan Perjanjian Kerja Perancangan*. Law, Development and Justice Review. Vol.5. No.1 (2022).
- Putra, Bintang Adi, Bimantoro Yusuf Habibie, Muhammad Akbar Ramadhan, M.Luthfi Arya Putra dan Nazwatul Khusna. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Perspektif Konsep dan Teknik Analisis dalam Kajian Yuridisi*. Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner. Vol.10. No.4 (2026).
- Satriawan, I Made Dwi dan I Made Dedy Priyanto. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Terkait Informasi Harga pada Daftar Menu Makanan sebagai Kewajiban Pelaku Usaha*. Kertha Desa: Journal Ilmu Hukum. Vol.10. No.8 (2022).
- Shohih, Hadis dan Ro'Fah Setyowati. *Prespektif Hukum Islam mengenai Praktik Gharar dalam Transaksi Perbankan Syariah*. Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis dan Investasi. Vol.12. No.2 (2021).
- Sonata, Depri Liber. *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris: Karakteristik Khas dari Metode Meneliti Hukum*. Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum. Vol.8. No.1 (Januari-Maret 2014).

Karya Ilmiah

- Chumaida, Zahry Vandawati. 2013. *Prinsip Itikad Baik dan Perlindungan Tertanggung pada Perjanjian Asuransi Jiwa*. Disertasi. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Hatami, Ilvana. 2022. *Pengembangan Usaha Kuliner Pedagang Kaki Lima (Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima Kota Tua Ampenan)*. Skripsi. Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram.

Website

- Budianto, Valerie Agustine. *Adakah Larangan Menetapkan Harga Sangat Tinggi bagi Pelaku Usaha?*. diakses dari <https://www.hukumonline.com/klinik/a/adakah-larangan-menetapkan-harga-sangat-tinggi-bagi-pelaku-usaha-lt58e0c696c0373>. diakses pada 29 Desember 2022.
- Fitria, Riska. *Parah! Ini 5 Kejadian Getok Harga di Tempat Wisata*. diakses dari <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5898899/parah-ini-5-kejadian-getok-harga-di-tempat-wisata/2>. diakses pada 29 Desember 2022.
- Hasanah, Sovia. *Arti Perbuatan Hukum, Bukan Perbuatan Hukum dan Akibat Hukum*. diakses dari <https://www.hukumonline.com/klinik/a/arti-perbuatan-hukum--bukan-perbuatan-hukum-dan-akibat-hukum-lt5ceb4f8ac3137>. diakses pada 29 Desember 2022.
- HukumOnline.com. *Asas Perlindungan Konsumen dan Tujuan Perlindungannya*. diakses dari <https://www.hukumonline.com/berita/a/asas-perlindungan-konsumen-dan-tujuannya-lt623bc8fd4931f>. diakses pada 29 Desember 2022.
- Jenie, Siti Ismijati. *Penguatan Prof. Ismijati Jenie: Itikad Baik Sebagai Asas Hukum*. diakses dari <https://www.ugm.ac.id/id/berita/2066-penguatan-prof-ismijati-jenie-itikad-baik-sebagai-asas-hukum>. diakses pada 29 Desember 2022.

- Kementerian Keuangan. *Optimalkan Potensi UMKM terhadap PDB Indonesia melalui Lelang UMKM*. diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/15395/Optimalkan-Potensi-UMKM-terhadap-PDB-Indonesia-melalui-Lelang-UMKM.html>. diakses pada 29 Desember 2022.
- Kementerian Koperasi dan UKM. *Apa itu Marketing Mix? Mengenal Konsep 4P dan 7P*. diakses dari <https://smesta.kemenkopukm.go.id/apa-itu-marketing-mix-mengenal-konsep-4p-dan-7p/>. diakses pada 29 Desember 2022.
- Kementerian Perindustrian. *Kontribusi Industri Makanan dan Minuman Tembus 37,77 Persen*. diakses dari <https://kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen>. diakses pada 29 Desember 2022.
- Sano, Albertus Versasius Dian. *Beberapa Definisi Tentang Data, Informasi dan Sistem Informasi menurut Beberapa Ahli*. diakses dari <https://binus.ac.id/malang/2020/12/beberapa-definisi-tentang-data-informasi-dan-sistem-informasi-menurut-beberapa-ahli/>. diakses pada 29 Desember 2022.
- Tunardy, Wibowo T. *Pengertian Pelaku Usaha Serta Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha*. diakses dari <https://jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/>. diakses pada 29 Desember 2022.
- Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia. *Siaran Pers: Evaluasi Pengelolaan Sektor Pariwisata Selama Libur Lebaran*. diakses dari <https://ylki.or.id/2017/08/siaran-pers-evaluasi-pengelolaan-sektor-pariwisata-selama-libur-lebaran/>. diakses pada 29 Desember 2022.

Sumber Hukum

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- Staatsblad Nomor 23 Tahun 1847 tentang *Burgerlijk Wetboek voor Indonesië* (BW).
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
- Undang-Undang Nomor 48 Tahun 2009 tentang Kekuasaan Kehakiman. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 157. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5076.
- Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Tugas, Fungsi, serta Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- Peraturan Pemerintah Nomor 89 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2020 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.