SKRIPSI

PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS KETERSEDIAAN MINYAK GORENG CURAH DAN KESESUAIAN HARGA DI PASAR TRADISIONAL MAKASSAR

PROTECTION OF CONSUMER'S RIGHTS TO THE AVAILABILITY OF BULK COOKING OIL AND PRICE COMPATIBILITY IN THE MAKASSAR TRADITIONAL MARKET

Oleh:

NUR INNA

NIM. B011181455

PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023

HALAMAN JUDUL

PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS KETERSEDIAAN MINYAK GORENG CURAH DAN KESESUAIAN HARGA DI PASAR TRADISIONAL MAKASSAR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Sarjana Ilmu Hukum

Disusun dan diajukan oleh :

NUR INNA

NIM. B011181455

PROGRAM STUDI SARJANA ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023

PENGESAHAN SKRIPSI

PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS KETERSEDIAAN MINYAK GORENG CURAH DAN KESESUAIAN HARGA DI PASAR TRADISIONAL MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

NUR INNA

B011181455

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk
dalam rangka Penyelesaian Studi Program Sarjana
Departemen Hukum Perdata Program Studi Ilmu Hukum
Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin
pada tanggal 8 Juni 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan.

Menyetujui

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
Dr. Sakka Pati, SH., MH	**Andi Kurniawati, SH., MH**
NIP. 19710211 200604 2 001	NIP. 19890819 201807 4 001

Ketua Program Studi Sarjana Ilmu Hukum

Dr. Muhammad Ilham Arisaputra, S.H., M. Kn

NIP. 19840818 201012 1 005

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Diterangkan bahwa Skripsi mahasiswa:

Nama	: Nur Inna
Nomor Induk Mahasiswa	: B011181455
Peminatan	: Hukum Perdata
Departemen	: Hukum Keperdataan
Judul	: Perlindungan Konsumen Atas Ketersediaan Minyak Goreng Curah Dan Kesesuaian Harga Di Pasar Tradisional Makassar

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan pada ujian skripsi.

Makassar, 23 Mei 2023

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
Dr. Sakka Pati, SH., MH	Andi Kurniawati, SH., MH
NIP. 19710211 200604 2 001	NIP. 19890819 201807 4 001

#generated_by_law_information_system_fh-uh in 2023-05-24 19:48:05

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS HASANUDDIN
FAKULTAS HUKUM
Jln. Perintis Kemerdekaan KM.10 Kota Makassar 90245, Propinsi Sulawesi Selatan
Telp : (0411) 587219,546686, Website: https://lawfaculty.unhas.ac.id

PERSETUJUAN MENEMPUH UJIAN SKRIPSI

Diterangkan bahwa skripsi mahasiswa :

Nama	: NUR INNA
N I M	: B011181455
Program Studi	: Ilmu Hukum
Departemen	: Hukum Keperdataan
Judul Skripsi	: Perlindungan Konsumen Atas Ketersediaan Minyak Goreng Curah dan Sesesuaian Harga di PAsar Tradisional Makassar

Memenuhi syarat untuk diajukan dalam ujian skripsi sebagai ujian akhir program studi.

Makassar, Mei 2023

Dekan,

Prof. Dr. Hamzah Halim ,SH.,M.H.,M.A.P.
NIP. 19731231 199903 1 003

#generated_by_law_information_system_fh-uh in 2023-05-31 08:21:11

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Inna

NIM : B011181455

Program Studi : Ilmu Hukum

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa Skripsi dengan judul **Perlindungan Konsumen Atas Ketersediaan Minyak Goreng Curah Dan Kesesuaian Harga Di Pasar Tradisional Makassar** adalah karya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudian hari Skripsi karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Makassar, 24 Mei 2023

Yang Menyatakan

Nur Inna

UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan judul **"PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS KETERSEDIAAN MINYAK GORENG CURAH DAN KESESUAIAN HARGA DI PASAR TRADISIONAL MAKASSAR"** yang merupakan tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin. Selanjutnya selawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah meletakkan peradaban manusia seperti saat ini.

Pada kesempatan kali ini, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada orangtua Alm. Usman dan Almh.Nuheria, juga kepada saudara penulis Nasrullah, Nur Isma Jayanti, Nur Amalia, dan Nur Alfina Damayanti atas dukungannya selama ini. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada Ibu Dr. Sakka Pati, S.H., M.H. selaku pembimbing I, dan Ibu Andi Kurniawati, S.H., M.H. selaku pembimbing II. Selain itu, ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada tim penguji Ibu Dr. Nurfaidah Said, SH., M.Hum., M.Si selaku penguji I dan Ibu Dr. Aulia Rifai, SH.,MH selaku penguji II atas saran dan masukan selama penyusunan skripsi ini. Skripsi ini terselesaikan dengan bantuan banyak pihak, untuk itu penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Rektor Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Lopa, M.Sc. beserta jajarannya.
2. Dekan Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Hamzah Halim, S.H., M.H., M.A.P. beserta jajarannya.
3. Para dosen, pegawai dan staf akademik, pegawai kepustakaan, serta civitas akademika Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin yang telah memberikan saran serta melayani segala pengurusan administrasi.
4. Teman penulis, Sitti Haeria, Inayah Afiah, Heriyanti, semua teman-teman dan semua pihak atas dukungan dan bantuannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun diharapkan untuk perbaikan skripsi ini kedepannya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang hukum perdata. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak serta senantiasa melimpahkan ridho dan anugrah-Nya kepada kita semua.

Penulis

NUR INNA

ABSTRAK

NUR INNA (B011181455), *Perlindungan konsumen Atas Ketersediaan Minyak Goreng Curah dan Kesesuaian Harga Di Pasar Tradisional Makassar,* dibimbing oleh Sakka Pati sebagai Pembimbing Utama, dan Andi Kurniawati sebagai Pembimbing Pendamping**.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemenuhan hak konsumen atas ketersediaan dan kesesuaian harga dan kondisinya dalam pembelian minyak goreng curah di pasar tradisional Makassar di pasar tradisional Makassar serta penerapan harga penjualan minyak curah yang sesuai dengan ketetapan Menteri Perdagangan di pasar tradisional Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian empiris dengan menyebarkan kuesioner pada konsumen minyak goreng curah di Pasar Terong, Pasar Pannampu, dan Pasar Pa'baeng-baeng Kota Makassar dan wawancara terhadap penjual minyak goreng curah di Pasar Tradisional Makassar dan Dinas Perdagangan Kota Makassar yang hasilnya akan dianalisis secara kualitatif kemudian dijelaskan secara deskriptif menggunakan peraturan perundang-undangan, buku-buku hukum dan lain sebagainya yang terkait dengan penelitian ini.

Adapun hasil penelitian adalah 1) Pemenuhan hak konsumen atas ketersediaan dan kesesuaian harga dalam pembelian minyak goreng curah di Pasar Tradisional Makassar, pernah mengalami kelangkaan pada bulan Januari-Maret 2022, yang menyebabkan harga minyak goreng curah yang melambung tinggi dari harga eceran tertinggi yang telah ditetapkan oleh Menteri Perdagangan. 2) Penerapan Harga Eceran Tertinggi minyak goreng curah oleh pengecer di Pasar Tradisional Makassar pada umumnya, telah sesuai dengan ketetapan Menteri Perdagangan. Meskipun pada saat minyak goreng langka, penjual atau pengecer minyak goreng menaikkan harganya karena sulitnya untuk mendapatkan minyak goreng curah tersebut.

Kata kunci : Konsumen, Minyak Goreng Curah, dan Pasar Tradisional

ABSTRACT

NUR INNA (B011181455). *Protection of Consumer Rights to Availability of Bulk Cooking Oil and Price Conformity in Makassar Traditional Markets***.** supervised by Sakka Pati as Main Advisor and Andi Kurniawati as Associate Advisor.

his study aims to determine the fulfillment of consumer rights to the availability and suitability of prices and conditions in the purchase of bulk cooking oil in Makassar traditional markets and the application of selling prices for bulk oil in accordance with the stipulations of the Minister of Trade in Makassar traditional markets.

This study uses empirical research methods by distributing questionnaires to consumers of bulk cooking oil at Terong Market, Pannampu Market, and Pa'baeng-baeng Market Makassar City and interviews with bulk cooking oil sellers at Makassar Traditional Market and Makassar City Trade Office whose results will be analyzed qualitatively then explained descriptively using laws and regulations, law books and so on related to this research.

The results of the study are 1) Fulfillment of consumer rights to availability and price suitability in purchasing bulk cooking oil at the Makassar Traditional Market, experienced a shortage in January-March 2022, which caused the price of bulk cooking oil to soar from the highest predetermined retail price by the Minister of Commerce. 2) The highest retail application of bulk cooking oil by retailers in the three Makassar traditional markets, namely Terong Market, Pannampu Market, and Pa'baeng-baeng Market in general, is currently in accordance with the stipulation of the Minister of Trade. Even when cooking oil is scarce, the seller or retailer of cooking oil raises the price because it is difficult to get the bulk cooking oil.

Keywords: Consumers, Bulk Cooking Oil, and Traditional Markets

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **ii**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iv**
UCAPAN TERIMA KASIH ..... **vii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **15**
A. Latar Belakang 15
B. Rumusan Masalah 23
C. Tujuan Penelitian 23
D. Kegunaan Penelitian 24
E. Keaslian Penelitian 24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **28**
A. Hukum Perlindungan Konsumen 28
1. Konsumen 28
2. Pelaku Usaha 30
3. Perlindungan Konsumen 31
4. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen 33
5. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen 34
6. Hubungan Hukum Antara Produsen dan Konsumen 36
7. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha 41
8. Tanggung Jawab Pelaku Usaha 43
B. Perjanjian 45
1. Pengertian Perjanjian 45
2. Perjanjian Jual Beli 48
C. Pasar 50
1. Pengertian 50

2. Jenis-jenis Pasar 51
3. Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern.....52
4. Pengertian Pasar Tradisional.....54
5. Karakteristik Pasar Tradisional 55
6. Syarat-syarat Pasar Tradisional.....56
7. Tipe-tipe Pasar Tradisional 56
8. Karakter Konsumen di Pasar Tradisional.....57
9. Kondisi dan Permasalahan di Pasar Tradisional.....58
BAB III METODE PENELITIAN.....59
A. Tipe Penelitian.....59
B. Lokasi Penelitian.....59
C. Populasi dan Sampel.....59
D. Jenis dan Sumber Data 60
E. Teknik Pengumpulan Data.....61
F. Analisis Data.....62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....63
A. Pemenuhan Hak Konsumen atas Ketersediaan dan Kesesuaian Harga dan Kondisinya Dalam Pembelian Minyak Curah Di Pasar Tradisional Makassar 63
B. Penerapan Harga Penjualan Minyak Curah Yang Sesuai Dengan Ketetapan Menteri Perdagangan Di Pasar Tradisional Makassar 86
BAB 5 PENUTUP.....104
A. Kesimpulan.....104
B. Saran.....105
DAFTAR PUSTAKA.....106

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Konsumen yang Merasakan Kelangkaan Minyak Goreng di Pasar Tradisional Makassar 74
Tabel 4. 2 Konsumen yang Merasakan Harga Minyak Goreng Mahal 74
Tabel 4. 3 Pemenuhan Hak Konsumen Mendapatkan Barang yang Sesuai dengan Harga dan Kualitasnya Dalam Pembelian Minyak Goreng Curah/Kemasan 79
Tabel 4.4 Ketersediaan Minyak Goreng di Pasar Tradisional Makassar Saat Ini.....84
Tabel 4.5 Penerapan HET Minyak Goreng Curah di Pasar Tradisional....95
Tabel 4.6 Pendapat Konsumen Mengenai Harga Minyak Goreng Curah Saat ini di Pasar Tradisional Makassar 96
Tabel 4.7 Perkembangan Harga Minyak Goreng Curah di Pasar Tradisional Makassar Juni 2022 – Desember 2022.....99
Tabel 4.8 Perkembangan Harga Minyak Goreng Curah Di Pasar Pannampu, Pasar Terong, dan Pasar Pa'baeng-baeng Kota Makassar 100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Kemasan Minyak Curah di Pasar 69
Gambar 4. 2 Kemasan yang lebih higienis minyak curah.....70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Meningkatnya perekonomian, perdagangan, dan perindustrian memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk dapat memilih berbagai produk yang beragam dalam memenuhi kebutuhan bahkan keinginannya. Tidak hanya itu, perkembangan era globalisasi dan informasi serta perdagangan bebas memberikan kemudahan dalam mengakses serta memberikan ruang gerak yang luas kepada konsumen dalam transaksi perdagangan.

Perekonomian ideal dapat terwujud dengan adanya alokasi sumber daya serta pertukaran secara bebas antara barang dan uang sesuai dengan harga pasar. Perkembangan perekonomian saat ini, telah mendorong meningkatnya sektor produksi dan perdagangan yang dalam kenyataannya secara tidak sengaja di satu sisi menciptakan kekuatan posisi pelaku usaha yang tidak seimbang dengan konsumen. Tidak jarang ditemui pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usahanya seringkali mengabaikan kepentingan konsumen.[1]

Perlindungan konsumen adalah hal penting dari kegiatan bisnis yang sehat. Kegiatan bisnis yang sehat perlu adanya keseimbangan antara

[1] Indra Hidayatullah, "Peran Pemerintah Dalam Stabilitas Ekonomi Pasar", Jurnal Ekonomi Islam Iqtishoduna:, Vol. 8, Nomor 1 2019, hlm. 184.

pelaku usaha dengan konsumen.[2] Apabila perlindungan secara seimbang tidak ada, maka akan berdampak pada posisi konsumen yang lemah. Terlebih lagi jika produk yang dihasilkan terbatas, pelaku usaha dapat memonopoli keadaan, sehingga hal tersebut tentu saja akan merugikan konsumen.

Apabila pengaturan tidak ada maka akan berdampak pada ketidakpastian hukum. Oleh karena itu, untuk memberikan jaminan kepastian hukum maka ukurannya secara kualitatif telah ditentukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan aturan lain yang masih berlaku dan memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.[3]

Adanya undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan hukum konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang selanjutnya disebut UUPK. Kehadiran UUPK tidaklah untuk memadamkan usaha para pelaku usaha. UUPK justru akan memberikan dampak yang positif serta mendorong iklim usaha yang sehat, mendorong munculnya usaha yang hebat, dan tangguh dalam menghadapi persaingan dengan menyediakan berbagai varian produk yang berkualitas.

Upaya perlindungan terhadap konsumen telah diwujudkan dengan dibentuknya UUPK. Hal tersebut telah menjadi tanggung jawab negara untuk memberikan kepastian hukum dan menjamin terselenggaranya

[2] Ahmadi Miru, 2011, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, Cet. 1, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 1.
[3] Ahmadi Miru and Sutarman Yodo, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cet. 1, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 2.

keadilan dan kesejahteraan masyarakat dengan melindungi kepentingan pelaku usaha terutama konsumen dalam transaksi jual beli. Dengan demikian diharapkan masyarakat konsumen yang merasa dirugikan akan merasa terlindungi. Ini penting karena hukum mempunyai kekuatan untuk memaksa pelaku usaha untuk menaatinya, dan akan memberikan sanksi kepada pelanggarnya.

Konsumen menjadi objek dari aktivitas bisnis dari pelaku usaha melalui iklan, promosi, cara penjualan, dan penerapan perjanjian standar.[4] Perlindungan konsumen tersebut bertujuan untuk memberikan rasa aman bagi para konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Kebutuhan perlindungan terhadap konsumen juga haruslah seimbang dan bersifat adil.

Adapun tujuan dari dibentuknya UUPK diperuntukkan untuk pemberian keamanan, kepastian, serta rasa seimbang antara pelaku usaha dan konsumen. Sebagaimana aturan yang termuat dalam Pasal 3 UUPK yaitu meningkatkan kesadaran dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri dan menghindarkan diri dari akses negatif pemakaian/jasa, meningkatkan kemampuan konsumen dalam memilih dan menentukan serta menuntut haknya sebagai konsumen, terakhir untuk menciptakan kepastian hukum dan transparansi informasi.[5]

[4] Rinitami Njatriani, "Posisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Dalam Upaya Perlindungan Terhadap Konsumen", Jurnal Diponegoro Private Law Review, Vol. 1, Nomor 1 2017, hlm. 23.

[5] Pasal 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan jual beli.

Adanya hubungan timbal balik antara penjual dan pembeli telah melahirkan hak dan kewajiban setiap pihak. Hak dan kewajiban tersebut termuat dalam UUPK. Adapun hak-hak konsumen dalam Pasal 4 UUPK adalah Konsumen memiliki hak atas kenyamanan dan hak atas keamanan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, hak untuk memilih, hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar dan kondisinya, hak atas informasi mengenai barang atau jasa yang dibeli, hak untuk mendapatkan pembinaan, hak untuk dilayani secara adil, dan hak atas kompensasi atau penggantian.[6] Oleh karena itu, penjual berkewajiban untuk memenuhi hak-hak konsumen dan begitu pun sebaliknya.

Salah satu tempat kegiatan jual beli adalah pasar. Keberadaan pasar tradisional dan pasar modern sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat perkotaan.[7] Pasar tradisional merupakan tempat di mana kegiatan jual beli dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran baik itu hanya sementara maupun secara tetap dengan pelayanan terbatas. Oleh karena itu, pasar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli maka pasar termasuk salah satu tempat penerapan aturan UUPK untuk penjual dan pembeli. Melihat

[6] Pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
[7] Maritfa Nika Andriani, Muh Mukti Ali, "Kajian Eksistensi Pasar", Jurnal Teknik PWK, Vol. 2, Nomor 2 2013, hlm. 253.

bagaimana bentuk pemenuhan hak-hak konsumen serta pemenuhan tanggung jawab oleh penjual dalam kegiatan jual beli.

Pasar tradisional menjadi tujuan untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Berbagai jenis barang ada di dalamnya, mulai dari bahan pokok seperti sembako hingga kebutuhan tersier seperti perhiasan. Selain itu, barang-barang yang ada di pasar tradisional dijual dengan harga yang lebih murah dan terjangkau. Pembeli pun dapat menawar harga barang. Adapun barang yang paling banyak dijumpai di pasar tradisional adalah sembako. Sembako merupakan kebutuhan pokok utama sehari-hari yang harus ada dijual bebas di pasar. Bahan pokok yang termasuk dalam sembako ialah beras/sagu, jagung, sayur, buah, daging, susu, gula pasir, garam, minyak goreng, minyak tanah dan gas elpiji.

Pasar tradisional merupakan pasar rakyat yang menjadi tumpuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Harga bahan pokok yang paling terjangkau dapat kita temukan di pasar tradsional. Apabila harga bahan pokok khususnya minyak goreng di pasar tradisional tidak sesuai dengan kebijakan harga yang ditetapkan oleh Pemerintah, maka akan menyulitkan masyarakat.

Perpres Nomor 59 Tahun 2020 tentang Penetapan dan Penyimpanan Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting memuat aturan bahwa minyak goreng termasuk dalam kategori barang kebutuhan pokok. Minyak goreng merupakan hal yang sangat

dibutuhkan oleh setiap orang. Hal tersebut dapat kita lihat dalam aktivitas setiap ibu rumah tangga dan pedagang kecil yang setiap hari membutuhkan minyak goreng untuk memasak dan menggoreng makanannya. Oleh karena itu, ketersediaan minyak goreng perlu untuk diperhatikan dan dikendalikan oleh Pemerintah.

Minyak goreng merupakan bahan pangan yang berasal dari lemak nabati, yaitu pemurnian hewan atau tumbuhan yang biasanya digunakan untuk menggoreng makanan. Minyak goreng secara luas ada tiga macam yaitu minyak curah, minyak goreng kemasan sederhana, dan minyak goreng kemasan premium. Minyak yang banyak dijual di pasar tradisional ialah minyak curah. Minyak dalam bentuk kemasan plastik atau botol, dijual per liter dan hanya dapat dijumpai di pasar tradisional dan tidak dijumpai di pasar modern. Minyak goreng curah adalah minyak goreng sawit yang dijual kepada konsumen dalam kondisi tidak dikemas dan tanpa merek atau lebel.[8]

Berdasarkan jenis minyak goreng yang ada, minyak goreng curah yang paling rendah kualitasnya yaitu pada level 12 untuk ketahanan minyak. Kualitas suatu barang tentu saja akan berbanding lurus dengan harganya. Namun, kelangkaan suatu bahan pokok tentu akan memengaruhi harga dan daya beli masyarakat. Kenaikan harga minyak goreng premium di berbagai toko menjadikan banyak konsumen yang

[8] Henny Parida Hutapea, "Uji Kualitas Minyak Goreng Curah yang dijual Di Pasar Tradisional Surakarta dengan Penentuan Kadar Air, Bilangan Asam dan Bilangan Peroksida". Jurnal Quimica, Vol.3 No 1 2021. hlm 3.

memutuskan untuk memilih menggunakan minyak curah karena harganya yang lebih murah dari pada minyak kemasan yang bermerek.[9]

Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan *Domestic Market Obligation (DMO) dan Domestic Price Obligation (DPO)* serta harga eceran tertinggi minyak goreng berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 49 Tahun 2022 Tentang Tata Kelola Program Minyak Goreng Rakyat. Namun, adanya kelangkaan minyak goreng menimbulkan kericuhan di tengah masyarakat terjadi *panic buying*. Berkurangnya stok minyak goreng di pasaran diduga dilakukan oleh oknum-oknum yang mempermainkan stok dan harga minyak goreng. Mereka berbondong-bondong berebut minyak goreng dan terjadi pembelian secara berlebihan atau penimbunan.[10]

Kelangkaan minyak goreng terjadi di toko-toko maupun di pasar tradisional. Masyarakat sulit mendapatkan minyak goreng. Kelangkaan minyak goreng menyebabkan harganya melambung tinggi diatas harga eceran tertinggi yang telah ditetapkan oleh Menteri Perdagangan. Padahal, minyak goreng merupakan bahan pokok yang terjamin ketersediaannya oleh Pemerintah, selain itu harganya juga telah ditetapkan oleh Pemerintah. Namun, kelangkaan dan mahalnya harga minyak goreng masih saja menjadi masalah.

---

[9] Ibid, hlm 4.

[10] Liputan 6, 08 Maret 2022, Awas Jual Minyak Goreng Bunding Langgar Aturan Perlindungan Konsumen, <Awas, Jual Minyak Goreng Bundling Langgar Aturan Perlindungan Konsumen - Bisnis Liputan6.com>
Diakses Pada 10 Desember 2022.

Minyak curah yang kualitasnya rendah dengan harga jual yang mahal, memaksa masyarakat untuk membelinya karena tidak punya pilihan lain. Hal tersebut terbukti dalam pra penelitian yang dilakukan penulis di Pasar Tradisional Makassar yaitu Pasar Terong, Pasar Pannampu, dan Pasar Pa'baeng-baeng, sejumlah pedagang di pasar tradisional di Makassar, masih menjual harga minyak goreng curah diatas harga eceran tertinggi Rp.11.500 per liter (Rp. 17.250 per 1,5 liter). Para pedagang menjualnya dengan harga Rp.20.000 per 1,5 liter (14.250 per liter). Ini tentu saja merugikan konsumen lainnya karena mendapatkan minyak goreng yang tidak sesuai dengan nilai tukar dan kondisi yang telah ditetapkan pemerintah. Kerugian terhadap hak konsumen ini telah diatur dalam Pasal 4 Huruf b UUPK yaitu konsumen berhak atas barang dan jasa yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang diberikan.

Kebijakan yang telah diberlakukan oleh Menteri Perdagangan tersebut ditetapkan agar dapat mencukupi kebutuhan pasokan bahan baku dan untuk mencapai harga yang terjangkau minyak goreng sesuai dengan harga eceran tertinggi yang ditetapkan oleh pemerintah serta untuk menghindari timbulnya fenomena *panic buying* minyak goreng di tengah masyarakat.

Permasalahan seperti ini masih banyak dijumpai di pasar tradisional, yang merugikan konsumen mengingat kedudukannya yang lemah dalam kegiatan jual beli. Padahal, UUPK telah mengatur dengan jelas

mengenai hak-hak konsumen dan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai "Perlindungan Konsumen Atas Ketersediaan Minyak Goreng Curah Dan Kesesuaian Harga Di Pasar Tradisional Makassar".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pemenuhan hak konsumen atas ketersediaan dan kesesuaian harga dalam pembelian minyak goreng curah di pasar tradisional Makassar?
2. Bagaimana penerapan harga penjualan minyak curah yang sesuai dengan ketetapan Menteri Perdagangan di pasar tradisional Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai dari penulisan skripsi ini, adalah:

1. Menganalisis pemenuhan hak konsumen atas ketersediaan dan kesesuaian harga dan kondisinya dalam pembelian minyak goreng curah di pasar tradisional Makassar di pasar tradisional Makassar.
2. Menganalisis penerapan harga penjualan minyak curah yang sesuai dengan ketetapan Menteri Perdagangan di pasar tradisional Makassar.

D. Kegunaan Penelitian

Mengenai manfaat akan hasil penelitian skripsi ini terhadap rumusan permasalahan yang telah diuraikan, dapat dibagi menjadi dua jenis manfaat, yaitu:

1. Manfaat teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan hukum khususnya perlindungan konsumen. Sebagai bahan referensi dalam hal pendalaman ilmu hukum perlindungan konsumen sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Manfaat praktis

   Ditinjau dari permasalahan, penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

   a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi penegak hukum dalam melindungi konsumen dalam hal pemenuhan hak-hak konsumen dalam jual beli di pasar tradisional.
   b. Memberikan sumbangan pemikiran kepada pemerintah akan mengkaji lebih dalam mengenai hukum perlindungan konsumen terhadap hak-hak konsumen dalam jual beli di pasar tradisional.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian merupakan salah satu bukti bahwa penelitian yang dilakukan penulis bukan termasuk plagiarism atau plagiat dari

penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun penelitian yang akan dilakukan adalah Perlindungan Hak Konsumen dalam mendapatkan barang yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi barang dalam pembelian minyak curah di pasar tradisional Makassar.

1. Penelitian yang mirip dengan penelitian penulis ialah penelitian Rifka Asriani dengan NIM 10927007869 fakultas hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2013 dengan judul Perlindungan Konsumen terhadap Bahan Kimia Berbahaya pada Tahu di Pasar Tradisional Rumbio Kabupaten Kampar Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, penelitian Rifka Asriani berfokus pada perlindungan hukum konsumen terhadap bahan kimia yang terdapat di Tahu di pasar tradisional. Sedangkan penelitian penulis ialah mengenai bagaimana perlindungan terhadap hak-hak konsumen berdasarkan UUPK dalam jual beli di pasar tradisional Makassar serta tanggung jawab pelaku usaha dalam memenuhi hak-hak konsumen di pasar tradisional Makassar. Adapun objek pada penelitian Rifka Asriani di pasar tradisional Rumbio Kabupaten Kampar, sedangkan penelitian penulis di pasar tradisional yang ada di Makassar.

2. Selanjutnya, penelitian dengan judul Perlindungan Konsumen Pasar Tradisional terhadap Makanan yang Mengandung Bahan Tambahan Pangan yang Berbahaya (Studi Kasus di Pasar Tradisional Kabupaten Karanganyar) yang ditulis oleh Kiki Rahayu Prasasti NIM E0014223 tahun 2018 Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret. Penelitian tersebut mengkaji permasalahan, pertama apakah konsumen pasar tradisional Kabupaten Karanganyar ini telah mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah kabupaten terhadap pengawasan produk makanan yang mengandung Bahan Tambahan Pangan yang berbahaya, kedua apakah pemerintah Kabupaten Karanganyar sudah melakukan pemenuhan hak-hak konsumen khususnya makanan yang mengandung bahan tambahan pangan yang berbahaya berdasarkan undang-undang terkait. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis ialah menganalisis bagaimana pemenuhan hak-hak konsumen dalam jual beli di pasar tradisional di Makassar serta tanggung jawab penjual dalam memenuhi hak-hak konsumen tersebut berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Lokasi penelitian Kiki Rahayu adalah di Pasar Tradisional Kabupaten Karang anyar sedangkan penulis akan melakukan penelitian di Pasar Tradisional Makassar. Jenis penelitian Kiki Rahayu

ialah penelitian hukum normatif, sedangkan penulis ialah penelitian hukum empiris. Adapun kesamaannya ialah membahas mengenai perlindungan konsumen di pasar tradisonal.

Berdasarkan uraian di atas meski sebelumnya telah ada penelitian yang mirip dengan penelitian yang akan dilakukan konsumen. Namun, terdapat banyak perbedaan dalam penelitian tersebut mulai dari subjek, objek, hingga metode penelitian yang berbeda.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Hukum Perlindungan Konsumen

Terdapat berbagai istilah yang digunakan dalam perlindungan konsumen. Berbagai istilah yang dipergunakan memberikan makna yang berbeda-berbeda, sehingga memberikan akibat hukum yang berbeda. Karena itulah harus diketahui berbagai istilah yang sering dipergunakan dalam perlindungan konsumen.

1. Konsumen

Menurut istilah konsumen berasal dari Bahasa Inggris yaitu *consumer* atau dalam Bahasa Belanda yaitu *comsument*, yang dapat diartikan orang yang memerlukan, menggunakan, dan memakai produk. Para ahli hukum memuat aturan bahwa yang dimaksud konsumen ialah pemakai terakhir dari suatu produk.[11]

Pengertian konsumen dalam ketentuan Pasal 1 angka (2) bahwa “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”.[12] Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa yang termasuk konsumen tidak sebatas hanya

[11] Agustinus Samosir, "Penyelesaian Sengketa Konsumen Yang Dilakukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)", Legal Standing: Jurnal Ilmu Hukum, Vol.2, Nomor 2 2018, hlm. 135.
[12] Pasal 1 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

pemakai barang atau jasa untuk kebutuhannya sendiri tapi juga pemakai barang untuk kepentingan orang lain dan tidak dijual kembali.[13]

Cakupan pengertian konsumen dalam UUPK tidak hanya pemakai barang tapi juga untuk kepentingan makhluk lainnya. Hal tersebut berarti UUPK tidak hanya memberikan perlindungan kepada konsumen manusia tetapi juga yang bukan manusia seperti hewan, maupun tumbuh-tumbuhan. Menurut Prof. Ahamdi Miru dalam bukunya hal tersebut sudah tepat dalam rangka memberikan perlindungan yang seluas-luasnya kepada konsumen.[14]

Konsumen merupakan istilah yang paling sering dipergunakan masyarakat dalam sehari-hari, istilah tersebut haruslah memiliki batasan definisi agar dapat memberikan kemudahan dalam pembahasan tentang perlindungan konsumen. Terdapat berbagai pengertian terkait konsumen telah dikemukakan diantaranya dalam UUPK oleh para ahli dan akademisi.[15]

Definisi konsumen secara sempit seperti halnya orang yang memiliki hubungan perikatan pribadi dengan pedagang atau penjual, itulah pengertian sederhananya. Konsumen tidak hanya

[13] Agustinus Samosir. *Loc.cit.*
[14] Ahmadi Miru, *Op.cit*, hlm. 20-21.
[15] Ahmadi Miru, *Loc.cit.*

sebagai pembeli yang membeli suatu produk, melainkan juga termasuk yang bukan pemakai langsung, asalkan dia merasakan kerugian dari pemakaian dari produk tersebut.[16] Konsumen sendiri terbagi jadi dua golongan yaitu, pemakai dengan tujuan untuk dijual kembali dan pemakai untuk kebutuhan dirinya sendiri atau untuk orang lain.

Penggunaan istilah “pemakai” menimbulkan kesan bahwa barang tersebut bukanlah miliknya, meskipun telah terjadi jual beli atas barang tersebut. Jika seandainya istilah yang digunakan “setiap orang yang memperoleh” maka secara hukum dapat diartikan dengan lebih tepat, karena apa yang dibelinya dapat digunakan baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain.[17]

2. Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 UUPK bahwa :[18]

> “Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

[16] Muhammad Yusri, "Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam", Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 3, Nomor 1 2019, hlm. 6.
[17] Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *op.cit,* hlm. 4-5.
[18] Pasal 1 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa produsen atau pelaku usaha ialah orang atau sekelompok orang yang berusaha.[19] Pengertian yang luas tersebut memberikan konsumen kemudahan dalam meminta kerugian, bisa kepada grosir, leveransir, pengecer, dan sebagainya. Sehingga konsumen yang merasakan kerugian dari suatu produk tidak begitu kesulitan untuk mencari kepada siapa dapat meminta penggantian, atau menuntut atas kerugian yang dialami.[20]

3. Perlindungan Konsumen

Konsumen haruslah mendapatkan perlindungan secara hukum untuk melindungi kepentingannya dalam kegiatan jual beli. Maksud dari perlindungan secara sah menurut hukum adalah untuk memberikan jaminan kepastian hukum kepada konsumen. Dalam perlindungan tersebut ada beberapa tujuan, yang dapat dilihat dalam Pasal 3 UUPK :[21]

a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian;
c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;

[19] Dinaryati Rahim, "Analisis hukum tanggung Jawab Produsen dalam Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen", Jurnal Administrasi Publik dan Politik, Volume 4 Nomor 2 2020, hlm 147.
[20] Ahmadi Miru, *Op.cit,* hlm. 8-9.
[21] Pasal 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin keberlangsungan usaha produksi barang, keamanan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.

Perlindungan terhadap konsumen semakin terasa sangat penting seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan kendaraan bagi produktivitas dan efesiensi produsen dalam pembuatan barang atau jasa yang dihasilkannya. Dalam mencapai sasaran usahanya tersebut, baik secara langsung ataupun tidak langsung, akan memberikan dampak kepada konsumen. Oleh karena itu, diperlukannya upaya-upaya yang memadai untuk melindungi kepentingan konsumen, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang terkait dengan perlindungan konsumen.[22]

Hak dan kewajiban yang berasal dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen haruslah dilindungi hukum, sehingga masyarakat konsumen akan merasa aman dan nyaman dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan hidupnya. Hal inilah yang menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen dapat diartikan sebagai suatu pemberian jaminan kepastian hukum bahwa seorang konsumen akan mendapatkan apa yang

[22] Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2022, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 5.

menjadi hak serta kewajibannya, sehingga yang bersangkutan akan merasa aman.[23]

4. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan bagi konsumen adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat, hal tersebut sangat penting dalam menjamin terpenuhinya kepentingan konsumen. Dalam kegiatan ekonomi khususnya transaksi jual beli, menciptakan hubungan ketergantungan antara penjual dan pembeli yang melakukan kegiatan tersebut, serta pemerintah sebagai penengah diantara keduanya. Dasar hukum untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen di Indonesia, adalah:

a. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33.
b. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
c. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha-usaha Tidak Sehat.
d. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

[23] Desy Ary Setyawati, Dahlan Ali, and M. Nur Rasyid, "Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik", Syiah Kuala Law Journal, Vol. 1, Nomor 3 2017, hlm. 37.

e. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2021 Tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen yang ditujukan kepada seluruh Dinas Indag Prov/Kab/Kota.
f. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Selain dari beberapa aturan yang disebutkan sebelumnya, masih ada beberapa aturan yang materinya masih berkaitan dengan perlindungan konsumen, diantaranya yang berkaitan dengan HAKI, undang-undang mengenai merek, undang-undang mengenai paten, undang-undang mengenai hak cipta. Kemudian, ada juga undang-undang perbankan, undang-undang ketenagakerjaan, undang-undang usaha kecil. Selanjutnya, kedepannya juga masih terbuka kemungkinan untuk dibentuknya undang-undang baru mengenai perlindungan konsumen, mengingat kegiatan ekonomi yang semakin bebas di era globalisasi ini. Tidak hanya itu, undang-undang perlindungan konsumen merupakan payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.[24]

5. Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen

[24] Penjelasan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Penting untuk diadakannya keseimbangan antara pelaku usaha dengan konsumen, upaya yang dilakukan untuk menciptakan keseimbangan tersebut adalah dengan pemberdayaan konsumen melalui penegakan hak-hak konsumen sebagaimana telah tercantum dalam ketentuan perundang-undangan. Sehingga dalam rangka perlindungan konsumen tidak terlepas dari penegakan hak konsumen.[25]

Dalam pembentukan pengaturan mengenai perlindungan konsumen, di dalamnya terdapat refleksi prinsip-prinsip perlindungan hukum konsumen. Prinsip-prinsip tersebut sebagai berikut:[26]

a. Prinsip Perlindungan Kesehatan atau Harta Konsumen

   Prinsip ini bermaksud untuk menjamin perlindungan terhadap konsumen agar dalam membeli atau mengonsumsi suatu produk tidak mengganggu kesehatannya (menurun), dan hartanya tidak berkurang. Ini penting bagi konsumen, bahkan WTO menjadikan suatu bahasan tersendiri mengenai persetujuan tentang Pelaksanaan Tindakan Perlindungan Kesehatan Manusia, Hewan, dan Tumbuh-tumbuhan.

b. Prinsip Perlindungan atas Barang dan Jasa

[25] Ahmadi Miru, *op.cit,* hlm. 180.
[26] *Ibid,* hlm. 184-210.

Prinsip ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari ketidakseimbangan antara pemanfaatan barang dengan kualitas dibawah standar dan harga yang lebih tinggi dari yang seharusnya. Kondisi barang tidak sesuai dengan nilai tukarnya. Dengan prinsip ini, maka konsumen akan terlindungi dari perilaku pelaku usaha yang memberikan barang kualitas rendah dengan harga yang tinggi.

c. Prinsip Penyelesaian Sengketa secara Patut

Prinsip penyelesaian sengketa secara patut adalah harapan setiap orang yang bersengketa, khususnya sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Ketidakseimbangan kedudukan konsumen dan pelaku usaha sudah ditengahi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penyelesaian sengketa antara para pihak konsumen dan pelaku usaha, dapat terlaksana secara patut jika setiap ketentuan dalam UUPK tersebut dipatuhi, baik melalui litigasi maupun non litigasi.

6. Hubungan Hukum Antara Produsen dan Konsumen

Setiap perjanjian jual beli pada dasarnya terdapat di dalamnya hak dan kewajiban bagi kedua pihak yang membuat perjanjian tersebut, yaitu hak dari penjual untuk menerima suatu harga dari barang yang telah dijualnya kepada konsumen tersebut sesuai dengan kesepakatan keduanya serta hak dari

pembeli adalah menerima barang yang dibelinya dari penjual tersebut berdasarkan kesepakatan keduanya.[27]

Hubungan antara produsen dengan konsumen secara luas adalah hubungan yang berkelanjutan dan berkesinambungan. Hubungan itu terjadi karena adanya saling membutuhkan dan saling ketergantungan yang cukup tinggi diantara keduanya. Produsen membutuhkan konsumen sebagai pembeli, karena tanpa konsumen, produsen akan rugi dan keberlangsungan usahanya tidak lancar. Begitupun terhadap konsumen, kebutuhannya sangat bergantung pada produsen. Adanya saling ketergantungan dan saling membutuhkan maka terciptalah hubungan timbal balik diantara keduanya secara terus-menerus sepanjang masa. Sesuai dengan tingkat saling ketergantungan dan kebutuhan keduanya yang tidak terputus.[28]

Hubungan konsumen dan produsen tersebut terjadi mulai dari proses produksi hingga proses pendistribusian barang atau produk dalam rangka untuk mencapai sasaran usaha.[29] Berikut hak dan kewajiban dari pelaku usaha dan konsumen yang diatur dalam UUPK.

---

[27] Raden Ajeng Astari Sekarwati dan Susilowati Suparto, "Perlindungan Konsumen Untuk Memperoleh Hak Layanan Purna Jual di Indonesia Dan Eropa", Jurnal Bina Mulia Hukum, Vol. 5 No. 2, 2021, hlm. 277.
[28] Celine Tri Kristiyanti, *op.cit,* hlm. 9.
[29] *Ibid*.

1. Hak dan Kewajiban Konsumen

Perlindungan hukum terhadap konsumen yaitu dengan melindungi kepentingan konsumen. Meskipun sangat beragam, namun secara garis besar hak-hak konsumen tersebut dapat terbagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasarnya, yaitu :[30]

a. Hak yang melindungi konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
b. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar;
c. Hak untuk mendapatkan penyelesaian yang patut dalam permasalahan yang dihadapi.

Adapun beberapa hak-hak konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 UUPK antara lain :[31]

a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa
b. Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. Informasi yang dimaksud adalah informasi mengenai kegunaan produk, tanggal kadaluwarsa, efek samping penggunaan produk, identitas produsen yang membuat produk barang atau jasa.
d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan
e. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

[30] Abdul Halim Barkatullah, 2019, *Hak-Hak Konsumen*, Nusamedia, Bandung, hlm. 2.
[31] Pasal 4 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

f. Hak atas ganti rugi yang dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang tidak seimbang, akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen.

Kewajiban konsumen terdapat dalam ketentuan Pasal 5 UUPK, sebagai berikut :[32]

1. Membaca serta mengikut petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan keselama tan,
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pemeliharaan barang atau jasa,
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati,
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Resiko dalam dunia bisnis yang dirasakan oleh setiap pelaku usaha adalah apakah diminati atau tidak diminatinya barang yang dijualnya, karena peran pelaku usaha adalah menyediakan barang di pasar atau di masyarakat. Pelaku usaha adalah setiap orang atau badan usaha baik badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan di dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik secara sendiri maupun Bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha.[33]

a. Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK)

[32] H. U. Adil, 2016, *Dasar-Dasar Hukum Bisnis*, Edisi Kedua, Mitra Wacana Media, Jakarta, hlm. 197.
[33] Faisal Santiago,2012, *Pengantar Hukum Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta, hlm. 81.

Tidak hanya konsumen yang disebutkan hak-haknya dalam UUPK, pelaku usaha juga mempunyai hak yang harus dipenuhi oleh konsumen dalam kegiatan jual beli. Hak pelaku usaha diatur dalam ketentuan Pasal 6 UUPK, yaitu sebagai berikut :[34]

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi barang dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad buruk,
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen,
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan, serta
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

b. Berdasarkan KUHPerdata

Kewajiban hukum merupakan kewajiban yang harus dilakukan karena apabila tidak dikerjakan maka akan menimbulkan akibat hukum. Sehubungan dengan kewajiban pelaku usaha berdasarkan ketentuan Pasal 1474 KUHPerdata, terdapat dua kewajiban utama pelaku usaha yaitu menyerahkan barang dan menanggung barang yang diperjualbelikan. Oleh karena itu, penjual harus menjamin barang yang dijualnya dari cacat tersembunyi yang akan merugikan pembeli barang tersebut.[35]

[34] H. U. Adil, *op.cit,* hlm. 198.
[35] Ahmadi Miru dan Sakka Pati, 2020, *Hukum Perjanjian Penjelasan Makna Pasal-Pasal Perjanjian Bernama Dalam KUH Perdata (BW),* Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 17-18.

7. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha sebagai penyedia barang atau jasa dalam kegiatan usahanya, terdapat beberapa hal yang dilarang untuk dilakukan untuk melindungi kepentingan konsumen. Paling utama adalah pelaku usaha dilarang untuk memperlakukan konsumen secara tidak adil atau membeda-bedakannya dalam pelayanan terhadap konsumen. Sehingga ketentuan Pasal 8 UUPK, pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan/atau jasa sebagai berikut :[36]

a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangan waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
h. Tidak mengikut ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau

[36] Pasal 8 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;

j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam Bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Selain itu, hal yang dilarang selanjutnya adalah pelaku usaha dilarang untuk mempromosikan, menawarkan, mengiklankan barang atau jasa :[37]

a. Secara tidak benar dan/atau seolah-olah barang tersebut telah memenuhi standar mutu tertentu, potongan harga, mode tertentu, sejarah, atau guna tertentu;
b. Secara tidak benar dan seolah-olah barang atau jasa tersebut telah mendapatkan sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu, dibuat perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan, serta telah tersedia bagi konsumen;
c. Langsung atau tidak langsung merendahkan barang atau jasa lain;
d. Menggunakan kata-kata berlebihan, secara aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko/efek samping tanpa keterangan lengkap;
e. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti;
f. Dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika bermaksud tidak dilaksanakan;
g. Dengan menjanjikan hadiah cuma-cuma, dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tapi tidak sesuai dengan janji;
h. Dengan menjanjikan hadiah barang atau jasa lain, untuk obat-obat tradisional, suplemen makanan, alat Kesehatan dan jasa pelayanan Kesehatan.

Selanjutnya, pelaku usaha dalam hal menawarkan barang atau jasa untuk diperdagangkan dilarang mempromosikan,

[37] Pasal 9 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

mengiklankan, atau membuat pernyataan tidak benar atau menyesatkan mengenai :[38]

a. Harga dan potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan
b. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak/ganti rugi atas barang dan/atau jasa serta bahaya penggunaan barang atau jasa
c. Kegunaan suatu barang atau jasa.

Selanjutnya yang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu menawarkan barang atau jasa dengan cara lain yang menimbulkan gangguan kepada konsumen segi fisik maupun psikis, dilarang menyesatkan dan mengelabui konsumen seolah-olah barang tersebut telah memenuhi standar mutu tertentu, tidak cacat konsumen, menjual barang yang berbeda dengan yang ditawarkan, tidak menyediakan barang atau jasa dalam jumlah tertentu dan cukup dengan maksud menjual barang lain, serta menaikkan harga sebelum dijual.[39]

8. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam ketentuan Pasal 19 UUPK, sehingga berdasarkan ketentuan tersebut dapat diketahui beberapa bentuk tanggung jawab pelaku usaha yaitu :[40]

a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan
b. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran

[38] Pasal 10 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
[39] H. U. Adil, *op. cit,* hlm. 201.
[40] Ahamdi Miru & Sutarman Yodo, *Op.cit,* hlm. 126

c. Tanggung jawab ganti kerugian atas konsumen

Dapat dipahami, bahwa ganti kerugian yang dilakukan pelaku usaha ats kerugian yang dialami oleh konsumen, merupakan kerugian yang berasal dari penggunaan produk, baik itu kerugian secara fisik, kerugian materi, maupun kerugian psikis. Ganti kerugian didasarkan pada dua hal yaitu ganti kerugian atas wanprestasi dan ganti kerugian atas perbuatan melawan hukum.

a) Ganti kerugian atas wanprestasi

Ganti kerugian karena wanprestasi berarti sebelumnya telah terjadi perjanjian diantara para pihak. Sehingga wanprestasi terjadi karena prestasi yang tidak dipenuhi oleh salah satu pihak dalam perjanjian. Hal yang termasuk dalam wanprestasi yaitu tidak melakukan prestasi sama sekali, melakukan prestasi tapi terlambat, melakukan prestasi tapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan, dan melakukan yang larang dalam perjanjian. Sehingga apabila debitur melakukan wanprestasi maka akibatnya mengganti kerugian, atau debitur menjadi tanggung gugat atas benda yang menjadi objek perjanjian, serta kreditur dapat meminta pembatalan perjanjian.[41]

b) Ganti kerugian atas Perbuatan Melawan Hukum

[41] *ibid,* hlm. 128.

Tuntutan ganti kerugian atas dasar perbuatan melawan hukum tidak mesti didahului oleh suatu perikatan oleh para pihak yang terlibat. Jadi pihak ketiga juga dapat menuntut ganti kerugian, karena tidak diikat oleh perjanjian, maka siapa pun yang merasa dirugikan dapat menuntut ganti kerugian. Seiring dengan perkembangan, perbuatan melanggar hukum tidak lagi hanya sebatas perbuatan melanggar undang-undang tetapi terdapat beberapa perbuatan yang termasuk perbuatan melawan hukum, yaitu: melanggar hak orang lain; bertentangan dengan kewajiban hukum si pembuat; bertentangan dengan kesusilaan baik; berlawanan dengan sikap hati-hati dalam masyarakat.[42]

B. Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Perjanjian merupakan kesepakatan antara dua orang atau lebih yang berjanji untuk melakukan suatu prestasi atau tidak melakukan prestasi dan secara tertulis. Adapun wujud prestasi dalam Pasal 1234 KUHPerdata yaitu memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, dan tidak berbuat sesuatu. Berdasarkan Pasal 1313 KUHPerdata "perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain, dua orang yang saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal". Adanya perjanjian untuk menjaga kepentingan para pihak, oleh

[42] *Ibid,* hlm. 129-130.

karena itu perjanjian yang dibuat haruslah ditaati oleh para pihak dan tidak boleh dilanggar, itu semata-mata untuk melindungi kepentingan dari para pihak yang membuat perjanjian.[43]

Adapun hal-hal yang timbul dari perjanjian yaitu timbulnya penawaran dan penerimaan, bersifat pribadi atau perdata, dibuat oleh para pihak sesuai kehendaknya, mengikat para pihak yang bertandatangan, larangan untuk melakukan perubahan sepihak terhadap perjanjian yang telah disepakati, tidak ada unsur penipuan, paksaan, dan adanya sanksi jika melanggar isi perjanjian.[44] Dalam Pasal 1320 KUHPerdata, telah disebutkan mengenai syarat sah suatu perjanjian, yaitu sebagai berikut:

a. Kesepakatan

   Kesepakatan antara para pihak yang membuat perjanjian merupakan syarat pertama yang bersifat subjektif. Berdasarkan ketentuan Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdata bahwa kesepakatan merupakan persesuaian kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya. Persesuaian disini yang dimaksud adalah pernyataan para pihak yang membuat perjanjian, karena kehendak masing-masing orang tidak dapat terlihat atau tersembunyi dari orang lain.[45]

[43] Faisal Santiago, *op.cit,* hlm. 20
[44] *Ibid.*
[45] Salim H. S, 2019, *Hukum Kontrak: Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Cet. 9, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 33.

b. Kecakapan Bertindak

Kecakapan merupakan syarat yang bersifat subjektif yang harus dimiliki oleh seseorang yang hendak membuat perjanjian, karena kecakapan bertindak merupakan kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum yang akan menimbulkan akibat hukum. Orang yang cakap memiliki wewenang untuk melakukan perbuatan hukum.[46]

c. Suatu Hal tertentu

Suatu hal tertentu merupakan syarat objektif perjanjian dimana adanya objek dalam perjanjian. Prestasilah yang menjadi objek dari suatu perjanjian. Dan prestasi terdiri dari perbuatan memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, dan tidak berbuat sesuatu. Adapun yang diperjanjikan merupakan suatu hal atau suatu barang yang jelas, syarat ini harus ada untuk menentukan apa yang menjadi kewajiban para pihak.[47]

Dalam Pasal 1335 KUHPerdata, bahwa suatu perjanjian yang tidak mempunyai suatu hal tertentu, maka tidak memiliki kekuatan hukum. Dari ketentuan tersebut, dapat dipastikan bahwa setiap perjanjian pasti memuat suatu kausa tertentu.[48]

---

[46] *Ibid,* hlm.33-34.
[47] *ibid.*
[48] Subekti, 2005, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Cet. 32, PT. Intermasa, Jakarta, hlm. 137.

d. Kausa yang Halal

Dalam ketentuan Pasal 1337 KUHPerdata yang disebutkan ialah kausa yang terlarang. Terdapat beberapa hal yang dilarang dalam suatu kausa tertentu yaitu yang bertentangan dengan udang-undang, kesusilaan, atau ketertiban umum. Bertentangan dengan undang-undang contohnya para pihak membuat perjanjian yang sepakat untuk melakukan suatu perbuatan jahat atau kejahatan. Berkaitan dengan bertentangan dengan kesusilaan yaitu misalnya salah satu pihak dari perjanjian harus meninggalkan agamanya dan memeluk agama lain. Perjanjian seperti ini, dinyatakan batal demi hukum yang artinya dari awal dianggap tidak pernah terjadi. Syarat ini termasuk dalam syarat objektif karena berkaitan dengan objek dalam suatu perjanjian.[49]

2. Perjanjian Jual Beli

Perjanjian jual beli merupakan perjanjian yang paling sering dilakukan oleh semua orang dalam kehidupan sehari-hari sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pengaturannya terdapat dalam ketentuan Pasal 1457-1540 KUHPerdata. Perjanjian jual beli merupakan perjanjian timbal balik yang bersifat konsensual yaitu mengikat para pihak yang

[49] Subekti, *Loc.cit.*

telah sepakat (pada saat terjadinya kesepakatan), meskipun belum ada pembayaran atas harga barang ataupun belum ada penyerahan.[50]

Dinamakan perjanjian timbal balik karena perjanjian jual beli bermaksud untuk mengalihkan hak milik atas barang yang dijual belikan dengan pemberian imbalan atas penyerahannya berupa uang, jika imbalannya bukan uang maka bukan merupakan jual beli melainkan tukar menukar.[51] Penjual berkewajiban untuk menyerahkan barang kepada pembeli serta menjamin barang yang dijualnya dari cacat tersembunyi, serta berhak untuk menerima pembayaran berupa uang atas penyerahan barang yang dilakukannya. Sedangkan si pembeli berkewajiban untuk memberikan pembayaran berupa uang kepada penjual atas barang yang diterimanya atau dibelinya, serta berhak untuk menerima barang atas harga yang telah dikeluarkannya untuk membeli barang tersebut.

Berdasarkan Pasal 1457 KUHPerdata, Jual beli adalah "suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan". Berdasarkan pengertian tersebut dapat kita lihat para pihak yang mengadakan

[50] Ahmadi Miru & Sakka Pati, *op,cit,*hlm. 3
[51] *Ibid.*

perjanjian saling memberikan prestasi, pihak yang satu menyerahkan barang sedangkan yang pihak lain menyerahkan pembayaran harga barang. Tidak ada dalam ketentuan disebutkan mengenai bentuk pembayarannya, namun itu haruslah berupa uang, jika bukan uang maka itu bukan jual beli.[52]

Adapun mengenai kapan lahirnya suatu perjanjian jual beli, dalam ketentuan Pasal 1458 KUHPerdata bahwa perjanjian jual beli itu lahir saat terjadinya kesepakatan antara para pihak (konsensuil).[53] Pasal 1459 KUHPerdata, menjelaskan lebih lanjut bahwa sejak adanya kesepakatan para pihak maka lahirlah perikatan antara penjual dan pembeli. Namun, hak milik atas benda tersebut belum beralih kepada pembeli, selama belum dilakukannya penyerahan atas benda tersebut. Maka ketentuan ini, menentukan lebih lanjut bahwa dalam jual beli harus ada penyerahan. Untuk adanya penyerahan maka si pembeli berkewajiban untuk memberikan imbalan harga kepada penjual untuk benda yang menjadi objek jual beli.[54]

C. Pasar

1. Pengertian

Pasar berasal dari bahasa Latin, dengan akar kata "*mercatus*", yang berarti berdagang atau tempat berdagang. Ada

[52] *Ibid,* hlm. 5
[53] *Ibid,* hlm. 5-6.
[54] Moch. Isnaeni, 2016, *Perjanjian Jual Beli*, Cet. 1, PT. Rafika Aditama, Bandung, hlm. 55-56.

beberapa perbedaan dalam pengertiannya. Pertama, pasar dalam artian fisik, kedua dalam artian sebagai tempat mengumpulkan; ketiga, suatu ketentuan tertentu mengenai pertemuan pada suatu tempat berbelanja. Menurut Swedberg, dalam pengertian barunya, yaitu “membeli dan menjual secara umum” dan penjualan yang dikontrol oleh penerimaan dan penawaran.[55]

Definisi pasar berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 dalam ketentuan umum Pasal 1 angka (1) bahwa pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat pembelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.[56]

2. Jenis-jenis Pasar

Adapun jenis-jenis pasar dapat dibedakan berdasarkan bentuknya, berdasarkan waktunya, berdasarkan barang yang diperdagangkan, berdasarkan luas kegiatannya, dan berdasarkan organisasinya, yaitu sebagai berikut :[57]

a. Pasar berdasarkan bentuknya: terbagi dua, yaitu pasar konkret adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli secara

[55] Irfan Fahmi, 2018, *Pengantar Sosiologi Pasar*, Pertama, Prenadamedia Grup: Kencana, Jakarta, hlm. 9.
[56] Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern.
[57] Fithri Azizah, Makalah: "Pasar Dan Pemasaran", Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 28 November 2021, hlm. 10.

langsung, dan pasar abstrak adalah pasar yang transaksinya terjadi melalui via telepon, internet, dll.

b. Pasar berdasarkan waktunya, terbagi 4 yaitu: pasar keperluan sehari-hari, pasar mingguan, pasar bulanan, dan pasar tahunan
c. Pasar menurut barang yang diperdagangkan, terbagi 2 yaitu: pasar barang konsumsi (yang dijual adalah barang kebutuhan sehari-hari), dan pasar input dimana faktor-faktor produksi contohnya tenaga kerja, tanah yang dijual, ahli mesin dll.
d. Pasar berdasarkan luas kegiatannya, terbagi 4 yaitu: pasar lokal (hanya penduduk setempat), pasar daerah (menjual barang yang dibutuhkan penduduk daerah), pasar nasional, dan pasar internasional.
e. Pasar berdasarkan organisasinya, terbagi 2 yaitu: pasar persaingan sempurna adalah pasar yang harga barang yang diperjualbelikan ditentukan karena banyaknya penjual dan pembeli di dalamnya. Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar yang jumlah pembeli lebih banyak dari penjualnya seperti pasar monopoli, pasar duopoli, dan pasar oligopoli dll.

3. Perbedaan Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya secara langsung penjual dan pembeli, dengan ciri fisik di dalam bangunan

terdapat kios-kios, los, dan dasaran terbuka. Namun, pasar mulai berkembang baik segi bangunannya maupun jasanya. Sedangkan pasar modern merupakan pasar yang berada di perkotaan dengan pengelolanya manajer modern, yang menyediakan barang atau jasa denga pelayanan yang baik.[58]

Seiring dengan perkembangan ekonomi, kemudahan dalam kegiatan ekonomi terjadi di masyarakat. Banyaknya toko-toko maupun tempat pembelanjaan baru dan modern. Namun, hal tersebut tidak membuat keberadaan pasar tradisional terkikis zaman, buktinya masih banyak pasar tradisional yang masih eksis sampai sekarang dan ramai dikunjungi oleh masyarakat.[59]

Berdasarkan hal tersebut, terdapat perbedaan yang mendasar antara pasar modern dengan pasar tradisional. Pertama, di pasar tradisional adanya kegiatan tawar menawar harga antara pedagang dan pembeli secara langsung. Sehingga terjalin hubungan personal dan emosional antara pedagang dan pembeli yang tidak dijumpai di pasar modern. Suasana pasar tradisional yang khas dan menarik, tidak hanya sekedar menjadi tempat jual dan beli tetap juga menjadi tempat interaksi sosial dan ilustrasi nilai-nilai tradisional melalui tingkah laku para aktor didalamnya. Sedangkan di pasar modern, penjual dan pembeli

[58] *Ibid*.
[59] Dedi Mulyadi, 2021, *Pemberdayaan Pasar Tradisional Ditengah Kepungan Pasar Modern* Media Sains Indonesia, Bandung, hlm. 5.

tidak bertransaksi secara langsung, harga barang sudah tetap dan telah ada label harga serta tidak ada ikatan personal maupun emosional antara penjual dan pembeli, berada dalam suatu gedung, dan mereka melakukannya secara mandiri. [60]

4. Pengertian Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat yang muncul dari kebutuhan masyarakat terutama untuk kebutuhan pokok bahan pangan. Awalnya, terjadi kegiatan tukar menukar barang antar orang dan kegiatan tersebut terjadi di sembarang tempat. Kemudian, seiring berjalannya waktu dibuatlah kesepakatan untuk menentukan tempat atau lokasi yang dapat menjadi pusat transaksi. Selanjutnya, pertukarannya diganti dengan pemberian mata uang atau penentuan nilai barang kepada lawan barternya sebagai pelunasan untuk barang yang diterimanya. Sehingga masyarakat yang tidak memiliki barang dapat juga membeli kebutuhannya.[61]

Definisi pasar tradisional secara umum adalah lokasi atau tempat bertemunya penjual dan pembeli, terjadinya kegiatan jual beli, tawar menawar barang yang dijual dengan harga barang tersebut. Barang-barang yang dijual di pasar tradisional adalah barang-barang kebutuhan pokok seperti hasil pertanian, hasil laut

[60] *Ibid*.
[61] Herman Malano, 2013, *Selamatkan Pasar Tradisional*, Gramedia Pustaka Utama, Surabaya, hlm. 1.

dan bahan tambahan pangan. Interaksi antara penjual dan pembeli di pasar tradisional dilakukan secara langsung.[62]

Merujuk pada pengertian dari Badan pusat Statistik (BPS) Indonesia, bahwa pasar tradisional merupakan pasar rakyat yang dibangun oleh siapa saja, baik itu oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta, BUMN atau BUMD, yang dikelola oleh sendirian ataupun bekerja sama dengan pihak lain. Selain itu, barang-barang yang dijual di pasar tradisional sebagian besar merupakan kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, sayur-mayur, ikan, buah, daging, kain, kue, pakaian, dan sebagainya.[63]

5. Karakteristik Pasar Tradisional

Hakekat pasar tradisional bahwa menjadi tempat kegiatan jual beli, proses penukaran, juga suatu realitas sosial, bahwa setiap pasar memiliki karakteristiknya masing-masing yang tidak leaps dari berbagai faktor baik itu geografis, budaya, dan sejarahnya.[64] Namun secara umum pasar tradisional memiliki beberapa ciri-ciri, yaitu :[65]

b. Adanya tawar menawar antara pembeli dan penjual;

[62] Tulus Tambunan, 2020, *Pasar Tradisional dan Peran UMKM*, PT Penerbit IPB Press, Bogor, hlm. 7.
[63] *Ibid,* hlm.8.
[64] JJ Rizal (dkk), 2013, *Menguak Pasar Tradisional Indonesia*, Direktorat Internalisasi Nilai dan Diplomasi Budaya, Jakarta.
[65] Kompas Cyber Media, 'Pasar Tradisional: Pengertian, Ciri, dan Jenisnya Halaman all', *KOMPAS.com*, 2020 <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/28/060000169/pasar-tradisional-pengertian-ciri-dan-jenisnya> [accessed 2 February 2022].

c. Pemerintah daerah adalah pemilik, serta membangun dan mengelolanya;
d. Berbagai usaha yang beragam berkumpul di lokasi yang saja;
e. Barang dan jasa yang ditawarkan merupakan produk lokal;
f. Memiliki kesan yang semrawut, kumuh, dan kotor.

6. Syarat-syarat Pasar Tradisional

Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi suatu pasar tradisional berdasarkan pada Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan dan Toko Modern, yaitu sebagai berikut :[66]

a. Aksebilitas, merupakan memperhitungkan akses dari dan ke tempat tersebut, hal ini secara konkret berbentuk transportasi atau jalan atau pengaturan lalu lintas;
b. Kompatibilitas, yaitu penyesuaian serta keterpaduan antar daerah yang menjadi tempat perdagangannya;
c. Fleksibilitas, yaitu kemungkinan untuk pengembangan kawasan pasar dengan memperhatikan kenyataan kondisi lingkungan dan keterpaduan prasarana;
d. Ekologis, yaitu keselarasan antar tempat yang menjadi tatanan kegiatan alam.

7. Tipe-tipe Pasar Tradisional

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 21 Tahun 2021 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan, pasar tradisional dibagi menjadi 4 tipe yaitu :[67]

[66] Agus Syahnuarto, 2016, "*Redesain Pasar Terong dengan Pendekatan Arsitektur Vernakuler di Makassar",* Skripsi, Sarjana Teknik Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin, Maakassar, hlm 20.
[67] Pasal 8 Permendag Nomor 21 TAHUN 2021 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan.

a. Pasar tradisional tipe A dengan kriteria: beroperasi setiap hari dengan jumlah pedagang kurang lebih 400 orang dan luas 5.000 m^2
b. Pasar tradisional tipe B dengan kriteria beroperasi sekurang-kurangnya 3 hari dalam sepekan, dengan jumlah penjual kurang lebih 275 orang, serta luas 4.000 m^2
c. Pasar tradisional tipe C dengan kriteria, beroperasi paling sedikit 2 hari dalam satu pekan dengan jumlah penjual kurang lebih 200 orang, serta luas 3.000 m^2
d. Pasar tradisional tipe D dengan kriteria beroperasi paling sedikit 1 hari dalam satu pekan, dengan jumlah penjual kurang lebih 100 orang, serta luas 2.000 m^2.

8. Karakter Konsumen di Pasar Tradisional

Umum diketahui bahwa pada pasar tradisional sebagian besar menyediakan produk lokal terutama sembako, karena pasar tradisional merupakan tempat yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat. Sembako merupakan sembilan bahan pokok yang terdiri dari beras / sagu, jagung, sayur-mayur / buah-buahan, daging sapi atau ayam, gula pasir, susu, minyak goreng, garam, dan minyak tanah / gas elpiji.

Dalam pertimbangan harga oleh konsumen, berharap adanya kesesuaian antara harga dengan kenyamanan yang diterima. Tingkat kepercayaan konsumen menentukan kualitas pasar tersebut.[68] Masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi berbagai kebutuhan pokok sehari-harinya. Oleh karena itu apabila terjadi perubahan pada harga sembako tentu memengaruhi tingkat permintaan produk oleh konsumen. Jika hal tersebut terjadi, maka

[68] Asgami Putri and Dedi Zargustin, "Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian Produk Sayur Organik Di Pasar Modern (Studi Kasus Pasar Buah Pekanbaru)", Jurnal Agribisnis, Volume 2, Nomor 1 2021, hlm 21.

konsumen beralih pada produk sembako yang serupa sebagai pengganti. Selain itu, konsumen di pasar tradisional melakukan jual beli secara langsung dan tawar menawar mengenai harga barang diantara keduanya. Hal tersebut berbeda dengan pasar modern yang harganya tidak dapat ditawar lagi dan sudah tetap.

9. Kondisi dan Permasalahan di Pasar Tradisional

Kondisi pasar tradisional yang memiliki beberapa permasalahan dan kesan diantaranya :[69]

a. Berlokasi yang kumuh, bau, dan kotor, semrawut, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan;
b. Kurangnya sarana dan prasarana yang tidak memadai untuk kegiatan jual beli;
c. Stok barang yang terbatas menyebabkan pasar tradisional selalu kalah dengan pasar-pasar saingannya;
d. Pandangan buruk masyarakat yang melekat pada pasar tradisional yang dipengaruhi oleh perilaku pedagang;
e. Kawasan pasar yang berstatus sebagian besar tanah milik Pemerintah Daerah dan sebagian milik Pemerintah Desa;
f. Masih kurangnya kesadaran pedagang terkait perlindungan konsumen;
g. Penyediaan bahan makanan yang kurang higienis.

[69] <https://www.kompasiana.com/meitaevalaurina/5dbeead3d541df75a619d322/problematika-rendahnya-sarana-prasarana-parsar-tradisional> [accessed 2 February 2022].