

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Populasi pertumbuhan penduduk dan keadaan ekonomi masyarakat khususnya di Indonesia sudah semakin berkembang setiap tahun. Dengan populasi penduduk Indonesia Menurut Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri yang mencapai 275,36 juta jiwa pada tahun 2022 menjadi peluang pasar yang potensial bagi para produsen didalam mengembangkan usahanya. Sebagaimana makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, yang memang kodratnya hidup dalam masyarakat umum, tidak bisa terlepas dari saling memerlukan adanya manusia-manusia lain yang sama-sama hidup dalam masyarakat. Dalam konteks inilah terjadinya pergaulan antar manusia dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan individu maupun sosial seperti melakukan perdagangan.

Negara Indonesia merupakan salah satu negara besar di Asia Tenggara dan merupakan negara berkembang yang memiliki tempat wisata yang cukup banyak dan negara berkembang yang melakukan perdagangan dan ekonomi. Oleh karena itu banyaknya tempat wisata di Indonesia membuat terbukanya peluang perekonomian seperti perdagangan di Indonesia yang merupakan salah satu mata pencaharian yang sangat menjanjikan. Adanya kegiatan perdagangan dapat diindikasikan dengan Bergeraknya roda perekonomian masyarakat dan dunia usaha. Salah satu wilayah di Indonesia yang terkenal akan

pariwisatanya yaitu Pulau Bali. Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki wilayah yang terdiri atas satu pulau. Pulau Bali memiliki objek wisata yang sangat beragam, baik wisata alam, wisata budaya, dan wisata bahari. Kekayaan dan keindahan alam serta keunikan seni budayanya menjadi daya tarik utama dari Bali. Bali juga mempunyai sarana dan prasarana yang mendukung wisatawan seperti, hotel, pusat souvenir, rumah makan, kolam renang, dan masih banyak lagi yang lainnya sehingga banyaknya kegiatan perdagangan dan perekonomian di Bali. Melihat banyaknya peluang yang di hasilkan dari adanya pariwisata di Bali, maka banyak masyarakat bali yang bergelut di bidang pariwisata sebagai pekerjaan sampingan maupun sabagai sumber penghasilan utama. Dengan banyaknya masyarakat yang ikut terjun dalam usaha pariwisata baik dari hotel, penyedia jasa tour sampai perdagangan pada area tempat wisata menjadikannya sebagai ajang persaingan dalam memperoleh pelanggan.

Harus diakui bahwa kegiatan perdagangan dan ekonomi tidak dapat dilepaskan dari persaingan di antara para pelaku usaha. Persaingan usaha timbul karena beberapa hal yang mempengaruhi di dalamnya termasuk adanya daya beli konsumen yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan hidup konsumen baik primer maupun sekunder. Persaingan dalam dunia usaha merupakan *condition sine qua non* atau persyaratan mutlak bagi terselenggara ekonomi pasar (Hemansyah, 2008:9), walaupun diakui dan tidak dapat dihindari bahwa persaingan usaha yang terjadi diantara setiap pelaku usaha adakalanya persaingan usaha itu sehat (*fair*

competition) dan tidak sehat (*unfair competition*). Persaingan akan memicu dan memacu kreativitas dan inovatif serta penelitian yang sangat bermanfaat untuk pembaharuan. Persaingan yang terjadi antara satu pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya bukan suatu hal yang dilarang. Salah satu tujuan persaingan adalah agar pihak lawan pesaing lebih memacu diri berbuat lebih baik agar tetap eksis dalam dunia usaha. Tetapi dewasa ini dalam kegiatan perdagangan, kerap pelaku usaha berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga dapat menimbulkan adanya persaingan usaha yang tidak sehat. Persaingan usaha tidak sehat dapat mengakibatkan satu pihak rugi dan dapat memengaruhi kelancaran perekonomian. Oleh karena itu, perlu adanya peraturan yang mengatur pelaku usaha agar tidak memicu persaingan usaha yang tidak sehat. Dalam kegiatan perdagangan ini diharapkan menimbulkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen agar bisa tercapai persaingan yang sehat dan kelancaran dalam perekonomian.

Persaingan usaha yang sehat menimbulkan dampak yang sehat pula bagi setiap pelaku ekonomi baik memberikan dampak positif untuk para pelaku usaha maupun para konsumen. Persaingan usaha tidak sehat dapat diartikan sebagai kondisi persaingan antara pelaku usaha yang berjalan secara tidak adil. Dalam Pasal 1 huruf (f) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat "Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau

menghambat persaingan usaha". Persaingan usaha yang dilakukan dengan ketidakjujuran dapat diartikan sebagai tingkah laku yang tidak sesuai dengan itikad baik, kejujuran di dalam usaha. Persaingan usaha yang tidak sehat akan memberikan dampak negatif baik terhadap pelaku usaha, konsumen, dan perekonomian. Diluar persaingan usaha tidak sehat antara pelaku usaha yang satu dengan pelaku usaha yang lainnya, dalam prakteknya dilapangan ternyata ada kondisi dimana harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha terhadap konsumen tidak seragam seperti pelaku usaha memberikan harga yang lebih rendah terhadap wisatawan masyarakat lokal dimana pelaku usaha tersebut membuka usaha dan memberikan harga yang lebih tinggi terhadap wisatawan masyarakat non lokal. Harga adalah nilai suatu barang dan jasa yang diukur dengan sejumlah uang. Berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Di dalam perusahaan harga merupakan penentuan bagi permintaan dan persaingan pasar. Cara yang umum digunakan dalam menentukan harga adalah dengan menggunakan patokan hitungan biaya produk tersebut dari awal disiapkan hingga siap jual. Menentukan harga berdasarkan biaya dilakukan dengan menambahkan presentase margin tertentu ke biaya produk, dan presentase tersebut dianggap sebagai keuntungan. Presentase didapatkan sesuai dengan rata-rata margin di pasaran.

Dengan adanya kondisi ketidakseragaman harga oleh satu pelaku usaha terhadap setiap konsumennya menggambarkan bahwa telah terjadi diskriminasi yang dalam hal ini adalah diskriminasi terhadap harga.

Diskriminasi harga mengacu pada pengenaan harga berbeda untuk produk atau jasa yang sama, kepada kelompok pelanggan yang berbeda, hal ini sangat bertentangan dengan peraturan mengenai perlindungan konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi pelaku usaha jelas sangat merugikan (Zulham, 2013:1). Diskriminasi harga adalah menaikkan laba dengan cara menjual barang yang sama dengan harga berbeda untuk konsumen yang berbeda atas berbagai macam alasan. Tujuan pokok dari kebijakan diskriminasi harga adalah untuk menaikkan jumlah keuntungan optimal. Dengan adanya deskriminasi terhadap harga ini membuat hak ekonomi dari konsumen belum terpenuhi karena masih adanya perlakuan berat sebelah dari pelaku usaha terhadap konsumen terkait persoalan harga sehingga menimbulkan ketidakadilan terhadap konsumen yang diakibatkan karena tidak adanya keterbukaan publik dalam artian pelaku usaha tidak menentukan standar yang jelas dalam penentuan harga sehingga membuat kerugian terhadap konsumen.

Kebijaksanaan harga yang ditetapkan pihak pelaku usaha dalam bentuk harga yang berbeda untuk konsumen yang berbeda dengan tidak mengurangi kualitas produk yang dihasilkan. Demikian halnya seperti di salah satu daerah yang ada di Bali yaitu Bedugul yang termasuk kedalam Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Kawasan wisata Bedugul merupakan salah satu tempat yang sering dikunjungi oleh wisatawan seperti di Pasar Merta Sari Candikuning yang terletak di Desa Candikuning yang memiliki tempat sangat strategis karena berdekatan

dengan obyek wisata yang terdapat di daerah Bedugul seperti, Kebun Raya Eka Karya Bali, Ulun Danau Beratan, The Blooms, The Agro Sila's dan berada di jalan Denpasar-Singaraja, sehingga membuat Pasar Merta Sari Candikuning digemari oleh wisatawan masyarakat non lokal yang ingin membeli oleh-oleh dari Bedugul. Pasar Merta Sari Candikuning merupakan pusat perbelanjaan tradisional untuk menjamin kelancaran distribusi serta sebagai terminal pengadaan atau penyaluran berbagai jenis sayur mayur dan buah buahan yang akan berpengaruh pada kegiatan perekonomian baik lokal maupun regional. Tidak hanya sayur mayur seperti sawi, kembang kol, brokoli ataupun paprika, beragam jenis buah seperti strawberry, markisa, alpukat, salak, jagung dan berbagai jenis rempah-rempah bisa ditemukan di Pasar Merta Sari Candikuning. Tidak hanya menjual bahan, dikarenakan letak Pasar Merta Sari Candikuning berada pada daerah pariwisata, Pasar Merta Sari Candikuning juga menjual berbagai jenis cinderamata ataupun oleh-oleh khas Bali yang menjadikan Pasar Merta Sari Candikuning sebagai tempat wisata belanja yang pas dan paling diminati oleh wisatawan ketika melewati kawasan wisata Bedugul, jadi untuk kebutuhan oleh-oleh khas Bali bukan hanya didominasi oleh Pasar seni Sukawati ataupun Krisna oleh-oleh khas Bali. Di Pasar Merta Sari Candikuning kita bisa menemukan barang-barang yang lebih beragam lagi yang dipadukan dengan suasana dan keindahan wisata alam Bedugul. Kondisi pasar yang bersih dan barang-barang dagangan yang tertata rapi, ditata dan dibentuk indah dengan tatanan kombinasi warna-warni buah serta sayur mayur yang memberikan kesan

berbeda dan memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan pasar tradisional lainnya. Hal tersebut yang menyebabkan para wisatawan sepiintas merasa tergoda untuk melihat lebih dekat lagi dan mengunjungi Pasar Merta Sari Candikuning. Sebuah pemberhentian yang tepat setelah mengunjungi beberapa daerah wisata yang ada di Bedugul seperti Ulun Danau Beratan, Kebun Raya Eka Karya Bali, dan tempat wisata lainnya yang berada tidak jauh dari Pasar Merta Sari Candikuning. Dari uraian mengenai Pasar Merta Sari Candikuning diatas, ditemukan suatu permasalahan yang terjadi di Pasar Merta Sari Candikuning yang menyangkut ketimpangan antara *das sollen* dan *das sein*. Penelitian ini memfokuskan pada diskriminasi harga jual beli antara wisatawan masyarakat lokal dengan wisatawan masyarakat non lokal. Dalam hal jual beli yang dilakukan di Pasar Merta Sari Candikuning diketahui terdapat permasalahan mengenai perbedaan penjualan harga barang yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap wisatawan masyarakat lokal dengan wisatawan masyarakat non lokal.

Mengacu pada persoalan yang telah dilakukan pada paragraf sebelumnya diatas apabila dikaitkan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku maka sesungguhnya telah terjadi kesenjangan antara *des sollen* (peraturan yang berlaku) dengan *das sein* (praktek yang terjadi di lapangan) dimana *das sollen* dalam hal ini adalah ketentuan Pasal 4 huruf (g) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut (UUPK) jo Pasal 7 huruf (c) UUPK yang menentukan bahwa konsumen berhak untuk

diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, sehingga pelaku usaha berkewajiban untuk memenuhi hak konsumen sebagaimana dimaksud.

Dengan adanya kesenjangan *das sollen* dan *das sein* sebagaimana yang dimaksud pada paragraf diatas, hal ini terlalu berimplikasi pada prihal keadilan dari sisi konsumen. Atas dasar ketidakadilan yang terjadi maka selanjutnya hal ini yang akan berimplikasi pada prihal kepastian hukum bagi konsumen yang berorientasi pada hak konsumen atas perlakuan yang tidak diskriminatif. Apabila hal ini terus dibiarkan maka minat konsumen untuk berbelanja pada Pasar Merta Sari Candikuning semakin lama akan semakin berkurang jika para pelaku usaha tidak diberikan wawasan umum mengenai kesetaraan harga dan akibat hukum jika diskriminasi harga tetap menjadi budaya yang terus dilakukan oleh para pelaku usaha, disamping itu kesenjangan antara *das sollen* dan *das sein* tidak hanya berakibat pada penurunan pada daya tarik konsumen namun hal tersebut juga berakibat pada citra pada Pasar Merta Sari Candikuning

Tidak ada kewajiban umum bagi pelaku usaha untuk menetapkan harga yang sama bagi semua pihak termasuk pada wisatawan masyarakat lokal atau wisatawan masyarakat non lokal, namun tersebut penyangkut rasa kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen untuk melayani konsumen secara jujur dan tidak diskriminatif dan persamaan hak yang semestinya didapat oleh para konsumen. Penerapan harga yang berbeda-beda terhadap konsumen yang berbeda asal daerah dengan barang yang

sama tidak hanya disamping untuk mencari keuntungan dari setiap penjualannya namun diskriminasi harga juga dipengaruhi oleh hal-hal internal yang menjadi alasan pelaku usaha melakukan hal tersebut. Diskriminasi harga yang kerap dilakukan oleh pelaku usaha yaitu salah satu contohnya dengan memberikan harga yang relatif lebih rendah bagi konsumen yang memiliki latar belakang yang sama seperti halnya berasal dari daerah tempat tinggal yang sama. Hal ini terjadi karena dilihat dari posisi objek penelitian yang berada di Bali yaitu Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, dimana Bali merupakan suatu daerah yang kental akan budaya dan rasa kekeluargaan serta tenggang rasa antar umat.

Para pelaku usaha di Pasar Merta Sari Candikuning yang berasal dari daerah yang sama dengan konsumen otomatis akan memberikan tenggang rasa tidak hanya dari segi perlakuan dalam melayani konsumen namun berpengaruh juga dari segi ekonomi dimana pelaku usaha kerap kali akan memberikan harga yang relatif lebih rendah terhadap konsumen. Namun pada dasarnya dalam suatu persaingan usaha yang bebas, harga mengenai penjualan jenis barang dapat dirundingkan secara bebas pula. Berdasarkan hal tersebut perlu diketahui mengenai gejala-gejala diskriminasi harga untuk menentukan apakah pemberian harga yang relatif berbeda yang dilakukan oleh pelaku usaha di Pasar Merta Sari Candikuning kepada para konsumen atas barang yang dijual merupakan tindakan yang melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen sebagaimana yang telah diatur dalam UUPK.

Mengacu pada persoalan-persoalan yang telah dilakukan pada latar belakang, maka perlu untuk dilakukan penelitian terhadap persoalan-persoalan tersebut, dengan harapan untuk dicari solusi terhadap persoalan yang terjadi. Agar nantinya penelitian ini dapat terfokus pada obyek permasalahan yang ada maka penelitian yang akan dilakukan diberi judul **“Implementasi Ketentuan Pasal 4 Huruf (g) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen jo Pasal 7 Huruf (c) Terkait Adanya Diskriminasi Dalam Hal Penentuan Harga Terhadap Konsumen Tertentu (Studi Kasus Pasar Merta Sari Candikuning, Baturiti, Tabanan)”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, penulis memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat ketidaksetaraan harga jual terhadap konsumen tertentu yaitu konsumen lokal dan konsumen non lokal.
2. Ketidaksetaraan harga jual semata-mata didasarkan pada tujuan keuntungan dipihak pelaku usaha.
3. Terjadi ketidaksesuaian antara kewajiban pelaku usaha berdasarkan ketentuan Pasal 7 huruf (c) UUPK dengan kondisi dilapangan.
4. Terjadi pelanggaran terhadap hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf (g) UUPK.
5. Pelanggaran yang terjadi berimplikasi pada keadilan yang merupakan tujuan utama dari hukum.

6. Pelanggaran yang terjadi juga berimplikasi pada kepastian hukum bagi konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat diselesaikan secara sistematis dan terarah maka perlu adanya batasan masalah agar tidak keluar dari jalur pembahasan yang penulis teliti. Adapun pembatasan masalah yang akan dikaji dibatasi dalam hal implementasi ketentuan Pasal 4 huruf (g) UUPK jo Pasal 7 huruf (c) terkait adanya diskriminasi dalam hal penentuan harga terhadap konsumen tertentu serta akibat hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan tindakan diskriminasi dalam hal penentuan harga terhadap konsumen tertentu.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi ketentuan Pasal 4 huruf (g) UUPK jo Pasal 7 huruf (c) terkait adanya diskriminasi dalam hal penentuan harga terhadap konsumen tertentu di Pasar Merta Sari Candikuning?
2. Bagaimana akibat hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan tindakan diskriminasi dalam hal penentuan harga terhadap konsumen tertentu di Pasar Merta Sari Candikuning?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Dalam penelitian ini yang menjadi tujuan umum adalah untuk mengetahui deskriminasi harga adalah tindakan penyelewengan terhadap UUPK.

2. Tujuan Khusus

Dalam penelitian ini yang menjadi tujuan khusus adalah :

- a. Untuk mengetahui implementasi ketentuan Pasal 4 huruf (g) UUPK jo Pasal 7 huruf (c) terkait adanya diskriminasi dalam hal penentuan harga terhadap konsumen tertentu.
- b. Untuk mengetahui akibat hukum terhadap pelaku usaha yang melakukan tindakan diskriminasi dalam hal penentuan harga terhadap konsumen tertentu.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan rujukan terhadap permasalahan yang diteliti dan untuk menambah wawasan khususnya bagi penyusun dan umumnya bagi perkembangan ilmu yang berkaitan dengan hukum diskriminasi harga terhadap wisatawan maupun di bidang-bidang hukum lain. Bagi akademik, dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan dapat digunakan sebagai masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis, dapat menambah pengetahuan pada bidang hukum khususnya mengenai deskriminasi harga adalah bentuk penyelewengan terhadap UUPK.
- b. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi agar lebih memahami praktik yang terjadi sehari-hari

terutama dalam hal terjadinya diskriminasi harga agar dapat menghindari perbedaan harga yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen yang satu dengan konsumen yang lain.

- c. Bagi Pemerintah, diharapkan dengan penelitian ini membantu dan memberikan solusi bagi pemerintah dalam menyelesaikan kasus persaingan usaha khususnya terkait diskriminasi harga

