



**JURNAL
POROS HUKUM
PADJADJARAN**

P-ISSN: 2715-7202

E-ISSN: 2715-9418

Artikel diterima:
11 September 2022

Artikel diterbitkan:
30 November 2022

DOI:
<https://doi.org/10.23920/jphp.v4i1.1081>

Halaman Publikasi:
<http://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/JPHP/issue/archive>

Diterbitkan oleh:
Fakultas Hukum
Universitas Padjadjaran

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
KENAIKAN HARGA BARANG SECARA TIDAK
WAJAR AKIBAT PANDEMI COVID-19 DIKAITKAN
DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

***CONSUMER PROTECTION AGAINST INCREASED
INCREASE IN PRICES OF GOODS DUE TO THE COVID-
19 PANDEMIC LINKED TO LAW NUMBER 8 OF 1999
CONCERNING CONSUMER PROTECTION***

Luh Widya Saraswati^a, Susilowati Suparto^b, Elisatris Gultom^c

ABSTRAK

Dampak buruk dari situasi pandemi *Covid-19* membawa permasalahan baru pada perlindungan hak-hak konsumen. Hal ini terjadi ketika akses konsumen terhadap kebutuhan dasar menjadi sulit akibat tindakan *panic buying* oleh masyarakat. Tindakan *panic buying* tersebut berimbas pada meningkatnya permintaan akan sejumlah barang tertentu yang dirasa vital pada saat terjadinya pandemi *Covid-19*. Meningkatnya permintaan dan sedikitnya penawaran yang ada di pasaran mengakibatkan harga sejumlah barang tersebut mengalami peningkatan yang sangat drastis dari harga normal pada umumnya. Kenaikan harga yang tidak wajar ini membuat konsumen keberatan sebab konsumen tidak memiliki pilihan lain selain membeli barang-barang tertentu yang harganya telah naik secara drastis. Pihak penjual memanfaatkan kondisi abnormal akibat terjadinya pandemi *Covid-19* guna mengambil keuntungan yang sebesar-besarnya dari konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian deskriptif analitis. Tahap penelitian dilakukan dengan 2 cara, yaitu: studi kepustakaan dan studi lapangan. Setelah data diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode pendekatan yuridis kualitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Pertama, Dalam pengaturan terkait kenaikan harga barang yang tidak wajar belum ditemukan adanya ketentuan yang melarang pelaku usaha menetapkan harga tinggi. Kedua, Perlindungan hukum terhadap konsumen terkait dengan melonjaknya harga masker akibat virus *Covid-19* sampai saat ini di masa belum optimal. Pemerintah mengeluarkan berbagai peraturan terkait penanganan *Covid-19*, namun tidak ada pengaturan terkait perlindungan konsumen guna memperoleh barang yang sangat dibutuhkan sesuai dengan nilai tukar.

Kata kunci: covid-19; kenaikan harga; perlindungan konsumen.

^a Magister Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Jl. Banda No. 42 Bandung, email: zahra20026@mail.unpad.ac.id

^b Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Jalan Ir. Soekarno Km.21 Jatinangor, Sumedang, email: susilowati.suparto@unpad.ac.id

^c Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, Jalan Ir. Soekarno Km.21 Jatinangor, Sumedang, email: elisatris.gultom@unpad.ac.id

ABSTRACT

The bad impact of the Covid-19 pandemic situation brings new problems to the protection of consumer rights. This happens when consumers' access to basic needs becomes difficult due to panic buying by the community. The act of panic buying has resulted in increased demand for certain items that are considered vital during the Covid-19 pandemic. The increasing demand and the lack of supply in the market resulted in the prices of these goods experiencing a very drastic increase from the normal prices in general. This unreasonable price increase makes consumers object because consumers have no other choice but to buy certain goods whose prices have increased drastically. The seller takes advantage of abnormal conditions due to the Covid-19 pandemic to take the maximum benefit from consumers. The method used in this research is a normative juridical approach with descriptive analytical research specifications. The research phase is carried out in 2 ways, namely: literature study and field study. After the data was obtained, it was analyzed using a qualitative juridical approach. The results obtained from this study are: First, in the regulation related to the increase in the price of goods that are not fair, there is no provision that prohibits business actors from setting high prices. Second, legal protection for consumers related to the soaring price of masks due to the Covid-19 virus has not yet been optimal. The government issued various regulations related to the handling of Covid-19, but there were no regulations related to consumer protection in order to obtain much needed goods according to the exchange rate.

Keywords: covid-19, price increase; consumer protection.

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki banyak kebutuhan di dalam hidupnya. Kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya lazim disebut sebagai kegiatan ekonomi. Bila dilihat secara keseluruhan, kegiatan ekonomi memiliki lingkup yang sangat luas, termasuk di dalamnya kegiatan ekonomi makro yang menyangkut perekonomian suatu negara secara keseluruhan maupun mikro yang berfokus pada perekonomian swasta atau individu. Apabila dikaitkan dengan usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, maka usaha tersebut masuk ke dalam kegiatan ekonomi mikro.

Secara garis besar, kegiatan ekonomi (khususnya mikro) terdiri dari kegiatan produksi, konsumsi serta distribusi dimana ketiga kegiatan tersebut akan saling berkaitan satu dengan lainnya yang akan membentuk suatu siklus kegiatan ekonomi. Siklus tersebut dapat berjalan dengan baik dengan adanya peran dari para pelaku ekonomi tersebut terdiri dari: produsen, konsumen dan distributor. Adapun alur kegiatan ekonomi tersebut dimulai dari pihak produsen sebagai pihak yang memiliki bahan baku dan sumber daya tenaga serta keahlian yang cukup untuk memproduksi sejumlah kebutuhan manusia. Kemudian, hasil produksi tersebut disalurkan oleh pihak distributor untuk didistribusikan kepada pihak-pihak lain (umumnya penjual dalam skala kecil) hingga pada akhirnya sampai ke tangan konsumen melalui kegiatan jual-beli.

Dalam kegiatan sehari-hari, kegiatan jual-beli adalah salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang paling sederhana. Kegiatan ini melibatkan pihak penjual dan pihak pembeli. Lebih lanjut, apabila melihat kegiatan ekonomi dalam pandangan yang lebih kompleks, kegiatan ekonomi melibatkan interaksi antara penjual sebagai pihak

penyedia barang/jasa dan pembeli sebagai pihak yang menikmati barang/jasa dengan memberikan imbalan/balas jasa kepada pelaku usaha. Interaksi diantara kedua pihak tersebut melahirkan suatu hubungan hukum. Dimana hubungan hukum tersebut melibatkan hak maupun kewajiban yang dibebankan kepada para pihak yang berkepentingan. Oleh karena itu, baik hak maupun kewajiban haruslah dijalankan secara berimbang.

Sebagai negara hukum, Indonesia menjamin pemenuhan hak dan kewajiban bagi setiap warga negaranya. Dalam Undang-Undang Dasar 1945 (disingkat UUD 45) ditekankan mengenai perlindungan hak asasi manusia sebagai hak dasar yang melekat pada setiap individu dan pemenuhannya dijamin oleh negara. Hak Asasi Manusia yang dijamin oleh negara salah satunya adalah hak atas perlindungan sebagaimana diatur pada Pasal 28D UUD 1945. Secara implisit, dalam alinea ke-empat pada Pembukaan UUD 1945 menyebutkan bahwa negara Indonesia memiliki kewajiban untuk melindungi setiap warga negaranya guna memajukan kesejahteraan umum. Hal tersebut membawa konsekuensi lebih lanjut bahwa Indonesia berdasarkan hukum memiliki kewajiban untuk melindungi setiap hak asasi yang ada pada setiap warga negaranya agar kesejahteraan dapat tercapai, termasuk di dalamnya hak-hak yang timbul dalam suatu kegiatan ekonomi.

Dalam hubungan yang terjalin di antara keduanya, penjual dan pembeli masing-masing memiliki hak dan kewajibannya yang harus dilaksanakan secara berimbang, khususnya saat berlangsungnya kegiatan ekonomi. Indonesia sebagai negara hukum memiliki Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen) yang dibuat secara khusus untuk melindungi konsumen. Alasan pemberian perlindungan hukum kepada konsumen tersebut dapat dilihat dalam penjelasan UU Perlindungan Konsumen bagian umum yang secara garis besar menjelaskan:

1. Adanya pembangunan dan perkembangan perekonomian yang mengikuti arus globalisasi serta perdagangan bebas yang dapat membuat kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang;
2. Kedudukan konsumen lemah. Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usahamelalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen;
3. Lemahnya kedudukan konsumen diakibatkan karena rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan hak-haknya. Oleh karenanya, UU Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Perlindungan hak konsumen dapat dilakukan dengan berbagai cara, namun umumnya negara memberikan perlindungan melalui pengaturan hukum di negara tersebut. Adapun tujuan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen, diantaranya:¹

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan pelaku usaha;
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
4. Memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan;
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.

Menurut Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, disebutkan beberapa hak yang dimiliki oleh konsumen, diantaranya:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Di era globalisasi sekarang ini, banyak muncul berbagai macam produk barang dan pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen, baik melalui promosi, media

¹ Nurmadjito. (2000) "Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen dalam menghadapi Era Perdagangan Bebas", dalam: Syawali, H. dan Imaniyati, N.S., *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju. hlm. 7.

cetak atau elektronik, maupun penawaran barang secara langsung oleh penjual kepada pembeli. Hak-hak konsumen sebagaimana disebut diatas rentan untuk dieksploitasi oleh para pelaku usaha sebab pelaku usaha mempunyai andil yang besar dalam penentuan barang/jasa yang ditawarkan. Konsumen memiliki akses yang terbatas dalam hal mengetahui barang/jasa yang ditawarkan kepadanya sementara pelaku usaha dapat memanfaatkan keterbatasan konsumen tersebut untuk memperoleh keuntungan ekonomis yang sebesar-besarnya. Di sisi lain, tidak semua konsumen memahami hak-hak apa saja yang dimilikinya sebagai konsumen. Hal dapat dilihat dari Indeks Keberdayaan Konsumen (selanjutnya disebut IKK) pada tahun 2019 yang hanya mencapai 41,70% (empat puluh satu koma tujuh puluh persen)². IKK adalah indeks untuk mengukur kesadaran, pemahaman dan kemampuan menerapkan hak dan kewajiban konsumen dalam berinteraksi dengan pasar.³

Dari uraian di atas, terlihat bahwa hak-hak konsumen dapat menjadi objek eksploitasi oleh Pelaku Usaha. Apabila hak-hak konsumen dapat menjadi objek eksploitasi, maka terdapat kemungkinan hak-hak konsumen dapat terlanggar. Tingkat kemungkinan terjadinya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen akan semakin meningkat bila masyarakat dihadapkan pada kondisi abnormal yang dapat mengganggu tatanan ekonomi, politik serta sosial budaya secara luas.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam jaringan, abnormal memiliki arti tidak sesuai dengan keadaan yang biasa, memiliki kelainan atau tidak normal⁴. Sementara berdasarkan *Canbridge Dictionary*, abnormal didefinisikan sebagai “*different from what is usual or average, especially in a way that is bad*”⁵. Dari definisi yang ada, dapat dikatakan situasi dianggap abnormal apabila situasi yang terjadi di masyarakat berbeda dari kebiasaan atau rata-rata normal dan cenderung berimplikasi pada hal-hal yang negatif kepada masyarakat. Secara umum, situasi abnormal merupakan situasi di luar kebiasaan dan dapat mengganggu masyarakat ketika menjalankan aktivitas kesehariannya.

Salah satu contoh nyata dari kondisi abnormal yang dimaksud ialah ketika terjadinya peristiwa wabah virus *Covid-19*. Wabah virus *Covid-19* teridentifikasi pertama kali di kota Wuhan, Tiongkok, pada bulan Desember 2019⁶. Virus *Covid-19* menyebabkan penderitanya mengalami demam, gangguan pada saluran pernapasan

² Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. (2019). *Laporan Kinerja (Lapkin) Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Tahun 2019*, hlm. ii.

³ *Ibid.* hlm. 10

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Jaringan, “Definisi Abnormal”, 2021, <https://kbbi.web.id/abnormal>, Diakses 14 September 2022.

⁵ *Canbridge Dictionary*, “*Meaning of abnormal in English*”, 2021, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/abnormal>, Diakses 14 September 2022.

⁶ WHO, “*Corona Virus Dieases (Covid-19) Pandemic*”, 2021, <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov#:~:text=On%2031%20December%202019%2C,2019%2DnCoV%E2%80%9D>, Diakses 14 September 2022.

hingga pada kondisi tertentu dapat menyebabkan kematian⁷ (lebih lanjut penyakit yang disebabkan oleh virus *Covid-19* akan disebut sebagai *Corona-19 Virus Disease* atau *Covid-19*).

Menurut *World Health Organization* (selanjutnya disingkat WHO), sebuah organisasi internasional yang merupakan bagian dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (selanjutnya disingkat PBB) yang bergerak di bidang kesehatan dunia, jumlah kasus positif *Covid-19* di seluruh dunia berjumlah 194.608.040 (seratus sembilan puluh empat juta enam ratus delapan ribu empat puluh) kasus dengan jumlah kematian sebanyak 4.170.155 (empat juta seratus tujuh puluh ribu seratus lima puluh lima) jiwa per tanggal 27 Juli 2021.⁸ Sementara itu, jumlah kasus terkonfirmasi positif *Covid-19* di Indonesia 3.239.936 (tiga juta dua ratus tiga puluh sembilan ribu sembilan ratus tiga puluh enam) jiwa dan kasus kematian akibat *Covid-19* berjumlah 86.835 (delapan puluh enam ribu delapan ratus tiga puluh lima).⁹ Dengan ditemukannya jumlah kasus terkonfirmasi *Covid-19* dalam skala global, maka peristiwa wabah virus *Covid-19* dapat disebut sebagai peristiwa pandemi *Covid-19*.

Jumlah kasus terkonfirmasi serta kematian akibat virus *Covid-19* di Indonesia yang terus menelan banyak korban membuat pemerintah di Indonesia menetapkan penyebaran virus *Covid-19* di Indonesia sebagai bencana nasional melalui Keputusan Presiden Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Penetapan Status Bencana Non-alam *Covid-19* sebagai bencana nasional pada tanggal 13 April 2020. Akibat lebih lanjut dari pandemi *Covid-19*, masyarakat di seluruh dunia mengalami kepanikan. Pada Maret 2020, warga Malaysia dan Singapura beramai-ramai melakukan *panic buying* dengan membeli bahan makanan serta kebutuhan sehari-hari sebagai akibat dari dilakukannya kebijakan *lockdown* di Malaysia.¹⁰ Warga tersebut khawatir persediaan bahan pokok akan terganggu selama terjadinya *lockdown* sehingga mereka memilih untuk membeli kebutuhan pokok dengan jumlah yang tidak sedikit.

Selain Singapura dan Malaysia, Indonesia juga dilanda kepanikan yang serupa. Pada awal Maret 2020, Setelah Presiden Indonesia Joko Widodo mengkonfirmasi adanya 2 (dua) Warga Negara Indonesia (WNI) yang terpapar virus *Covid-19* pada awal Maret 2020, masyarakat mulai mencari stok masker yang tersedia di pasaran. Kebutuhan masker yang meningkat drastis namun tidak diimbangi dengan ketersediaan stok barang menyebabkan terjadinya kelangkaan. Kelangkaan tersebut pun mengakibatkan

⁷ Alo Dokter.com, "Virus Corona", <https://www.alodokter.com/virus-corona>, Diakses 14 September 2022.

⁸ Ibid., "Coronavirus Disease (Covid-19) Dashboard", 2021, https://covid19.who.int/?gclid=CjwKCAjwglISBhBfEiwALE19SQiXCnqY8JhcdO_LuA2PYujDnd5tD2TEQN52Q0cijNLdqEFkI_Xr6hoCRy4QAvD_BwE, diakses 14 september 2022.

⁹ Satuan Tugas Penanganan COVID-19, "Peta Sebaran", 2021, <https://covid19.go.id/peta-sebaran>, diakses 14 september 2022.

¹⁰ Tempo.Co, "Malaysia Lockdown, Warga Singapura Ikut-ikutan Panic Buying", 2020, <https://dunia.tempo.co/read/1320530/malaysia-lockdown-warga-singapura-ikut-ikutan-panic-buying/full&view=ok>, diakses 12 September 2022.

kenaikan harga masker di pasaran. Hal tersebut secara nyata terjadi di Pasar Pramuka selaku pusat penjualan alat kesehatan di Jakarta yang mengalami kelangkaan stok masker dan sisa stok masker yang tersedia pun dijual dengan harga Rp. 400.000,- (empat ratus ribu rupiah) per box.¹¹

Kelangkaan ini dimanfaatkan oleh penjual yang tidak bertanggung jawab untuk menjual masker dengan harga yang sangat tinggi. Dalam banyak kasus, telah ditemukan harga masker yang telah melebihi 100% (seratus persen) dari harga normal di pasaran. Sebagai contoh beberapa kios di Pasar Pramuka yang merupakan pusat penjualan alat kesehatan di Jakarta menjual kotak masker N-95 yang semula dijual dengan harga Rp. 195.000,- (seratus sembilan puluh lima ribu rupiah), kini semenjak pandemi dijual dengan harga Rp. 1.700.000,- (satu juta tujuh ratus ribu rupiah).¹² Oleh karena itu, konsumen terpaksa membeli masker tersebut dengan harga yang lebih tinggi dari harga normalnya sebelum pandemi.

Selain masker pernapasan, adapun kenaikan harga juga terjadi pada alat penunjang kesehatan lainnya seperti tabung oksigen. Data kenaikan harga tabung oksigen dipaparkan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (selanjutnya disingkat KPPU) dimana harga oksigen *portable* dijual di *market place* wilayah Jakarta naik antara 16% (enam belas persen) hingga 900% (sembilan ratus persen) dari harga normal. Selain di Jakarta, kenaikan harga tabung oksigen juga dialami di beberapa daerah di Indonesia, salah satunya di daerah Bangka Belitung dimana harga tabung oksigen per 1 (satu) meter kubik yang dijual di pasaran sebelum pandemi seharga Rp. 950.000,- (sembilan ratus lima puluh ribu rupiah) kini dijual seharga Rp. 4.000.000,- (empat juta rupiah).¹³

Kepanikan yang ada memicu terjadinya *panic buying* yang dilakukan oleh masyarakat terhadap alat bantu kesehatan guna mencegah paparan dari virus *Covid-19*. Tindakan *panic buying* tersebut berimbas pada meningkatnya permintaan akan sejumlah barang tertentu yang dirasa vital pada saat terjadinya pandemi *Covid-19*. Meningkatnya permintaan dan sedikitnya penawaran yang ada di pasaran mengakibatkan harga sejumlah barang tersebut mengalami peningkatan yang sangat drastis dari harga normal pada umumnya. Problema kenaikan harga masker ini membuat konsumen sangat dirugikan sebab konsumen terpaksa harus membeli barang-barang tersebut yang harganya telah naik dengan tidak wajar pada saat pandemi ini. Pihak penjual memanfaatkan kondisi abnormal akibat terjadinya pandemi *Covid-19* untuk mengambil

¹¹ Detik Finance, "Duh! Masker di Pasar Pramuka Mulai Langka", 2020, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4940912/duh-masker-di-pasar-pramuka-mulai-langka>, Diakses 17 September 2022.

¹² CNN Indonesia, "Wabah Corona, Harga Masker Rp1,7 Juta dari Semula Rp195 Ribu", 2020, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20200204141430-20-471526/wabah-corona-harga-masker-rp17-juta-dari-semula-rp195-ribu>, Diakses 17 September 2022.

¹³ Nurul Khadijah, "Banyak dicari, Harga oksigen di Jakarta Mengalami Kenaikan Hingga 900 Persen", <https://www.pikiran-rakyat.com/nasional/pr-012186347/banyak-dicari-harga-oksigen-di-jakarta-mengalami-kenaikan-hingga-900-persen?page=2>. Diakses 17 September 2022.

banyak keuntungan dari konsumen yang dengan terpaksa harus membeli produk dengan harga tinggi. Kenaikan harga tidak wajar di kondisi abnormal sering dikaitkan dengan istilah *price gouging* (secara harfiah dalam bahasa Indonesia disebut dengan pencengkilan harga).

Di Indonesia, peristiwa *price gouging* terjadi selama pandemi *Covid-19* berlangsung. Kenaikan harga secara tidak wajar terjadi pada produk perlindungan diri seperti: suplemen kesehatan, masker dan *hand sanitizer* yang mengalami kenaikan hingga 10 kali lipat dari harga normalnya sebelum terjadi pandemi.¹⁴ Untuk harga masker pernapasan, harga sekotak masker N95 dengan merek 3M yang biasa dijual dengan harga Rp. 300.000,- (tiga ratus ribu rupiah), namun semenjak pandemi harga sekotak masker N95 dapat dijual di rentang harga Rp. 1.500.000,- (satu juta lima ratus ribu rupiah) hingga Rp. 3.000.000,- (tiga juta rupiah).¹⁵ Tentunya dengan kenaikan harga masker yang sangat drastis menunjukkan telah terjadi ketidak-seimbangan kedudukan dimana pihak penjual memiliki kontrol yang besar terhadap penentuan harga jual suatu barang.

Bila melihat instrumen hukum di Indonesia, sejauh ini belum ditemukan regulasi yang secara khusus mengatur terkait dengan *price gouging*. Meskipun kenaikan harga yang tidak wajar tersebut terjadi dalam periode tertentu (khususnya pada kondisi abnormal), kenaikan harga tetap dirasa memberatkan kedudukan konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen yang tidak memiliki pilihan lain selain membeli barang yang mengalami kenaikan harga yang tinggi sebab barang-barang tersebut sangat dibutuhkan di kondisi darurat. Kondisi ini dapat dikatakan melanggar salah satu hak dasar konsumen, yaitu hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan dan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Keberadaan fenomena ekonomi ini tentunya memberatkan kedudukan konsumen, khususnya untuk mendapatkan barang dengan harga wajar di saat terjadinya kondisi abnormal.

Walaupun di Indonesia juga terdapat peristiwa dimana harga barang-barang naik secara tidak wajar dari harga normal, utamanya terhadap barang yang dianggap vital keberadaannya saat pandemi *Covid-19*, belum ada peraturan yang secara khusus melarang tindakan menaikkan harga tersebut. UU Perlindungan Konsumen sebagai peraturan utama dalam melindungi hak-hak konsumen juga belum mengakomodir larangan menaikkan harga barang secara tidak wajar di saat kondisi abnormal.

¹⁴ BPKN, "Perlindungan Konsumen Saat Pandemi Covid-19 di Indonesia Dinilai Peneliti Lemah", 2020, <https://www.bpkn.go.id/posts/show/id/1515>, Diakses 15 September 2022.

¹⁵ Bisnis.com, "Virus Corona Bikin Masker Langka, Harga N95 tembus Rp.100.000", 2020, https://jakarta.bisnis.com/read/20200205/77/1197526/virus-corona-bikin-masker-langka-harga-n95-tembus-rp100-ribu?utm_source=Desktop&utm_medium=Artikel&utm_campaign=BacaJuga_2, Diakses 14 September 2022.

Begitu juga peraturan lain hanya mengatur secara umum terkait larangan menaikkan harga sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan (selanjutnya disebut UU Perdagangan). Hanya ditemukan satu pasal yang membahas larangan perbuatan menaikkan harga, yaitu rumusan Pasal 107 yang berbunyi: "Pelaku usaha yang menyimpan barang kebutuhan pokok/dan atau barang penting dalam jumlah dan waktu tertentu, pada saat terjadi kelangkaan barang, gejolak harga, dan/atau hambatan lalu lintas perdagangan barang, akan dipidana penjara paling 5 (lima) tahun dan/atau pidana paling banyak Rp 50 miliar." Pasal tersebut masih dirasa belum cukup untuk melindungi hak-hak konsumen khususnya hak untuk mendapatkan harga yang wajar di situasi abnormal sebab tidak dijelaskan lebih lanjut detail dari unsur-unsur pembentuk pasal tersebut dan pasal tersebut dirasa masih terlalu umum.

Selain UU Perdagangan, terdapat peraturan lain yang secara tidak langsung masih terkait dengan larangan perbuatan menaikkan harga. Adapun peraturan yang dimaksud ialah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut UU Anti Monopoli). Meskipun sekilas apa yang diatur dalam UU tersebut terlihat secara tidak langsung masih berkaitan dengan larangan perbuatan menaikkan harga, namun terdapat ciri khas khusus terkait dengan obyek yang diaturnya. Hal yang secara spesifik dilarang dalam UU Anti Monopoli ialah monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Dalam Pasal 1 angka 2 dijelaskan mengenai definisi praktek monopoli sebagai "pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum." Sementara pada Pasal 1 angka 6 dijelaskan mengenai persaingan usaha tidak sehat sebagai "persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha."

Dalam rumusan UU Perdagangan maupun UU Anti Monopoli tidak ditemukan pasal yang spesifik mengatur tentang perbuatan *price gouging* sehingga untuk memberlakukan ketentuan yang terdapat dalam kedua peraturan tersebut terhadap peristiwa kenaikan harga barang secara tidak wajar yang terjadi selama kondisi abnormal, dalam hal ini pandemi *Covid-19*, diperlukan kajian yang lebih mendalam terkait dengan sebab terjadinya kenaikan harga barang secara tidak wajar agar dapat memberlakukan ketentuan serta sanksi yang tepat sesuai dengan ruang lingkup yang diatur dalam kedua peraturan tersebut.

Ketiaadaan peraturan yang secara khusus mengatur secara detail terkait dengan naiknya harga barang secara tidak wajar di saat terjadinya kondisi abnormal membuat

pemerintah khususnya para penegak hukum kesulitan dalam menentukan kaidah hukum mana yang dirasa tepat untuk diterapkan di saat kondisi abnormal berlangsung (dalam hal ini khususnya Pandemi *Covid-19*). Tentunya, keberadaan ketentuan yang mengatur tentang kenaikan harga barang secara tidak wajar pada kondisi abnormal akan menjadi sangat penting guna melindungi hak konsumen, terutama hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan sebagaimana diatur dalam Pasal 4 angka 2 UU Perlindungan Konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan suatu sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya menggunakan metode pendekatan yuridis normatif, yakni suatu metode pendekatan yang menekankan norma hukum serta menelaah kaidah hukum yang berlaku di masyarakat dengan cara meneliti bahan pustaka dan bahan sekunder baik itu bahan hukum primer, sekunder maupun tersier.¹⁶

Spesifikasi Penelitian yang digunakan ialah deskriptif analitis yang berupaya untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu keadaan, gejala dan selanjutnya menguraikan fakta-fakta serta menganalisis perundang-undangan yang berlaku.¹⁷ Oleh karena itu, metode ini dilakukan dengan menggambarkan Perlindungan Konsumen saat terjadinya kenaikan harga tidak wajar (*price gouging*) dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Penelitian yang digunakan yaitu penelitian melalui studi pustaka dengan mencari teori-teori, pandangan-pangan yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Adapun data-data yang dikumpulkan tersebut bersifat kualitatif, yaitu data yang memfokuskan pada uraian kajian yang tidak dapat diukur berdasarkan angka yang digunakan sebagai acuan untuk menjawab rumusan masalah. Data dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu¹⁸: Bahan Hukum Primer (peraturan perundang-undangan), Bahan Hukum Sekunder (buku, literatur, skripsi, tesis, jurnal, makalah hasil seminar, artikel dari media cetak dan media elektronik, dan bahan hukum lain yang dianggap relevan dengan penelitian), dan Bahan hukum tersier (kamus hukum, kamus besar bahasa Indonesia, ensiklopedia dan lain-lain). Dengan demikian, metode penelitian ini akan digunakan untuk meneliti Perlindungan Konsumen saat terjadinya kenaikan harga secara tidak wajar (*price gouging*) akibat

¹⁶ Peter Mahmud Marzuki. (2013). *Penelitian Hukum Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm 133.

¹⁷ Amiruddin dan Zainal Asikin. (2004). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada. hlm. 25.

¹⁸ Abdulkadir Muhmmad. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 82-83.

pandemic Covid-19 dikaitkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

PEMBAHASAN

Pengaturan Kenaikan Harga Barang Secara Tidak Wajar Akibat Pandemi Covid-19 Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen

Kondisi abnormal adalah situasi yang membatasi kemampuan kita untuk beradaptasi dengan lingkungan. Tentunya, kondisi seperti ini menimbulkan banyak efek negatif bagi hak-hak konsumen. Hal ini dapat dilihat ketika akses terhadap barang dan jasa yang menjadi kebutuhan mengalami kesulitan akibat praktik ekonomi yang tidak sehat. Perubahan pola sikap dan perilaku konsumen ini tentu saja bergantung pada konteks sosial yang dipengaruhi oleh akses terhadap teknologi atau konteks kekuatan ekonomi suatu masyarakat, tetapi kecenderungannya mengarah kepada pola konsumsi tersebut.¹⁹

Dalam hal ini, perlindungan terhadap konsumen bukan hanya kewajiban pemerintah, melainkan juga kewajiban pelaku usaha yang ikut andil untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Dalam hal ini, pemerintah membentuk regulasi dan penegakan hukum melalui aktivitas pengawasan barang. Namun, dalam hal ini pelaku usaha juga berperan penting untuk berkomitmen pada aturan perlindungan konsumen. UU Perlindungan Konsumen tidak dapat berjalan hanya dengan mengandalkan peran pemerintah tetapi saatnya pelaku usaha menjadi “sahabat” pemerintah yang mampu berperan serta dalam upaya menegakkan perlindungan konsumen di Indonesia.²⁰ Oleh karena itu, diperlukan perangkat perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan konsumen dan pelaku usaha sehingga dapat tercipta perekonomian yang sehat dan sejahtera.

Dalam transaksi jual beli, konsumen mutlak harus diberikan perlindungan. Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan karena posisi tawar konsumen yang cenderung lemah.²¹ Perlindungan konsumen adalah suatu masalah yang penting, diiringi dengan persaingan global yang terus berkembang. Perlindungan hukum sangat dibutuhkan dalam persaingan usaha mengingat konsumen yang selalu ditempatkan dalam posisi yang lemah.²²

Sejauh ini, pemerintah telah membuat regulasi melalui UU Perlindungan Konsumen, tetapi pada kenyataannya Indonesia sebagai negara hukum belum bisa sepenuhnya diwujudkan, dan masih diterapkan secara diskriminatif. Seperti disebutkan

¹⁹ Hidayat, Papang. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Hak-Hak Konsumen, Sebuah Panduan Akses terhadap Keadilan*, Modul ini diterbitkan atas dukungan dan kerja sama dengan Kedutaan Besar Inggris Jakarta, September 2020, hlm 16.

²⁰ Hijawati, H. (2020). Peredaran Obat Illegal Ditinjau Dari Hukum Perlindungan Konsumen. *Solusi*, 18 (3), 397.

²¹ Sudaryatmo. (1999). *Hukum dan Advokasi Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti. hlm 90.

²² Sood, Vivek. (2002). *Cyber Law Simplified*. Tata McGraw-Hill Publishing Company Limited 2002. hlm 57.

dalam Pasal 1 angka 1 UU Perlindungan Konsumen bahwa Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Pengertian ini menurut Ahmadi Miru dikatakan cukup memadai dan diharapkan sebagai benteng untuk menghapuskan tindakan sewenang-wenang yang merugikan konsumen hanya demi kepentingan pelaku usaha. Dalam membeli barang maupun menggunakan jasa, konsumen dituntut untuk teliti dalam menentukan apakah barang yang akan dibeli berkualitas atau tidak. Keseluruhannya akan menjadi menarik untuk ditelaah secara bersamaan karena tidak hanya berkaitan tetapi juga berkaitan dengan eksistensi suatu negara hukum dalam memberikan perlindungan kepada masyarakatnya.

Konsumen merupakan pihak yang menggunakan produk barang atau jasa dari pelaku usaha untuk keperluan pribadi maupun non komersial. Kedudukan konsumen sebagai pengguna barang/jasa, tentu memiliki risiko ketidaksesuaian produk maupun harga/nilai tukar yang akan mendatangkan kerugian bagi konsumen. Maka dari itu, konsumen perlu diberikan jaminan hukum agar dapat mendapatkan hak-haknya sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen. Subtansi dalam Pasal 4 ayat (2) tersebut mengatur berbagai hak yang melekat pada diri konsumen. Salah satunya hak mengenai kesesuaian nilai tukar harga produk sebagaimana disebutkan sebagai berikut. "hak konsumen adalah hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan". Unsur-unsur yang terdapat dalam pasal 4 ayat (2) tersebut diuraikan sebagai berikut:

1) Barang atau jasa

Barang atau jasa merupakan produk yang jual-belian oleh pelaku usaha kepada konsumen. Barang menurut Pasal 1 ayat (4) UU Perlindungan Konsumen adalah setiap benda berwujud maupun tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, sebagai objek yang diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen dari pelaku usaha. Dalam hal ini, masker/APD merupakan produk yang diperjual-belian oleh pelaku usaha. Sedangkan, jasa menurut Pasal 1 ayat (5) UU Perlindungan Konsumen adalah layanan yang berupa pekerjaan maupun prestasi yang disajikan dan ditawarkan kepada masyarakat dengan tujuan agar dimanfaatkan oleh pihak konsumen.

2) Nilai tukar.

Nilai tukar merupakan jumlah biaya tertentu untuk diberikan kepada pelaku usaha dari konsumen agar memperoleh barang yang dibutuhkan. Nilai tukar yang dimaksud dalam UU Perlindungan Konsumen ini adalah bukan termasuk pertukaran nilai mata uang sebagaimana yang diketahui umumnya,

namun diartikan sebagai harga yang wajib dibayarkan oleh konsumen kepada pelaku usaha yang disebut nilai tukar subjektif. Artinya, nilai tukar tersebut dibayarkan oleh konsumen sebagai penukaran atas barang atau jasa. Harga bersifat dapat berubah sewaktu-waktu (fluktuatif) berdasarkan persaingan pasar maupun peluang yang diberikan oleh pasar. Harga dari produk barang atau jasa sebagai faktor penentu utama permintaan pasar yang mempengaruhi kedudukan dan posisi pesaing. Nilai tukar yang pantas ialah harga wajar dengan kesesuaian produksi dengan kualitas barang. Dengan adanya kondisi fluktuasi harga tersebut, di kemudian hari akan merusak harga wajar yang seharusnya dibayarkan oleh konsumen.

Di sisi lain, pelaku usaha pun berupaya memperoleh keuntungan sebesar-besarnya dengan produksi barang seminimal mungkin. Hal ini akan mempengaruhi penetapan nilai tukar/harga sehingga posisi konsumen hanya diberikan ruang "*take it or leave it*" yang artinya ambil dengan harga tinggi atau meninggalkan produk tersebut karena biaya yang tidak sesuai perkiraan. Dalam hal ini, konsumen sangat bergantung dengan produk barang berupa masker/APD selama pandemi, karena memberikan manfaat untuk menghindari tersebarnya virus *Covid-19*. Segi kemanfaatan yang diberikan atas barang berupa masker/APD seharusnya ditukarkan dengan nilai harga pasaran yang wajar. Namun, karena permintaan barang semakin tinggi, pelaku usaha menaikkan harga masker tersebut dengan harga yang tidak wajar.

3) Kondisi produk

Kondisi produk adalah keadaan barang yang dikaitkan dengan mutu kualitas. Mutu yang diberikan oleh kondisi produk barang akan memengaruhi keputusan dan minat konsumen untuk memanfaatkan produk tersebut. Dalam hal ini, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur atas kondisi produk untuk menjamin hak konsumen dalam menerima kemanfaatan dari produk yang ditawarkan.

4) Jaminan yang dijanjikan

Jaminan yang dijanjikan berkaitan langsung dengan kondisi produk yang diinformasikan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha wajib menjamin setiap keselamatan dan keamanan produk apabila telah digunakan oleh konsumen. Hal ini berkaitan dengan Pasal 1491 KUH Perdata, dimana pelaku usaha wajib untuk menjamin dua hal meliputi: jaminan terhadap barang yang dijual dengan kondisi terbaik serta tidak terdapat kecacatan produk yang tersembunyi atau sedemikian rupa yang dapat menimbulkan alasan konsumen untuk membatalkan pembelian produk. Jaminan yang dilalaikan oleh pelaku usaha dapat dijerat dengan larangan sebagaimana diatur dalam Pasal 27 UU Perlindungan Konsumen

apabila produk tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dalam hal ini, meskipun terdapat kenaikan harga, keamanan dan keselamatan penggunaan masker/ APD dalam situasi pandemi masih tetap terjamin.

Dari ketentuan Pasal 4 ayat (2) UU Perlindungan Konsumen tersebut menandakan bahwa konsumen berhak memilih barang atau jasa sesuai kebutuhan yang diperlukan. Kebutuhan tersebut pun juga relatif tergantung masing-masing konsumen memerlukan barang tertentu melalui proses pencarian produk di pasaran. Apabila keinginannya telah cocok dengan produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha, maka konsumen berhak memperoleh produk tersebut yang kemudian produk tersebut wajib ditukar dengan harga jual yang ditetapkan oleh pelaku usaha. Nilai tukar atau harga yang ditetapkan oleh pelaku usaha wajib dipatuhi oleh konsumen sebagai sarana perolehan produk yang dibutuhkan. Namun, perubahan nilai tukar di pasaran berpotensi fluktuatif akibat beberapa faktor yang mempengaruhi penetapan harga.

Dalam Pasal 1 ayat (14) UU Anti Monopoli disebutkan larangan bagi pelaku usaha dalam penetapan harga, diantaranya:

1. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan pada pasar bersangkutan yang sama;
2. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan atau jasa yang sama;
3. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menetapkan harga di bawah harga pasar, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat; dan
4. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya, dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.

Selain itu, Pasal 11 huruf (f) UU Perlindungan Konsumen juga menyatakan terkait dengan ketentuan menaikkan harga yang menyatakan: "larangan yang diatur adalah menaikkan harga atau tarif barang dan/ atau jasa sebelum melakukan obral bagi pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang". Merujuk pada ketentuan tersebut diatas, maka dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat ketentuan yang secara eksplisit melarang pelaku usaha untuk menaikkan harga selama tidak melanggar larangan-larangan di atas. Namun, dalam hal ini perbuatan yang dilarang adalah ketika antara pelaku usaha yang satu dengan yang lainnya melakukan perjanjian

untuk menetapkan suatu harga tertentu, menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral/lelang.

Oleh karena itu, pengaturan terkait perlindungan hak yang dimiliki konsumen guna memperoleh barang yang sangat dibutuhkan sesuai dengan nilai tukar dalam situasi yang mendesak (*force majeure*) belum optimal. Pemerintah mengeluarkan berbagai peraturan terkait penanganan *Covid-19*, namun tidak ada pengaturan terkait perlindungan konsumen guna memperoleh barang yang sangat dibutuhkan sesuai dengan nilai tukar. Tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen terkait dengan melonjaknya harga masker akibat virus *Covid-19* tidak dapat dimintai suatu pertanggung jawaban secara material. Kewajiban yang dimiliki oleh pelaku usaha terhadap konsumen berdasar pada ketentuan Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen tersebut tidak dapat ditemukan ketentuan yang mengenai kewajiban pelaku usaha untuk tetap menjaga nilai tukar barang agar tetap sesuai dengan kondisi dan mutu barang. Konsumen dinyatakan berhak atas nilai tukar yang sesuai dengan kondisi dan juga jaminan yang telah diperjanjikan. Pertanggungjawaban pelaku usaha yang saat ini dapat diupayakan hanya pertanggung jawaban moral. Maka dari itu, konsumen diharapkan lebih menyadari serta peduli akan hak yang dimilikinya bahwa konsumen harus dilindungi haknya guna memperoleh barang yang sangat dibutuhkan sesuai dengan nilai tukar apalagi dalam situasi *force majeure*. Perlunya suatu pengaturan baru dalam UU Perlindungan Konsumen berkenaan dengan kewajiban guna memastikan suatu nilai tukar barang untuk mengantisipasi hal yang serupa terjadi kembali di kemudian hari.

Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Terdampak Terjadinya Peningkatan Harga Barang yang Tidak Wajar Akibat Pandemi Covid-19 Dikaitkan dengan Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum terus diupayakan oleh negara untuk melindungi masyarakatnya. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan jaminan kepastian hukum dengan tujuan agar masyarakat merasa terlindungi oleh perlindungan yang diciptakan oleh negara. Perlindungan hukum diupayakan untuk seluruh lapisan masyarakat tanpa pandang bulu. Dalam hal ini, konsumen menjadi salah satu bagian dari masyarakat tersebut. Pada Pasal 1 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen menyatakan: "Perlindungan Konsumen adalah segala bentuk upaya untuk menjamin adanya suatu kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen". Selain itu, perlindungan hukum terhadap konsumen dapat diartikan sebagai seperangkat aturan yang diciptakan oleh pemerintah yang berwenang sesuai dengan bidangnya. Hal tersebut bertujuan untuk menjamin perlindungan hukum dari berbagai kendala ataupun sengketa konsumen atas kerugian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha dalam bidang usaha. Hak perlindungan

yang dimiliki oleh konsumen pada umumnya karena konsumen dianggap berada pada posisi lemah dari pada pelaku usaha.²³ Oleh karena itu, konsumen layak untuk mendapatkan perlindungan hukum.

Perlindungan terhadap konsumen menjadi titik sentral dalam melindungi konsumen dari kenaikan harga barang ketika ada dalam kondisi abnormal. Untuk mengupayakan kepentingan konsumen, perlindungan konsumen berpedoman pada asas yang telah ditetapkan pada ketentuan Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen salah satunya adalah Asas Keadilan. Asas Keadilan menegaskan bahwa seluruh masyarakat diupayakan untuk berpartisipasi secara optimal serta dapat memberi kesempatan bagi konsumen serta pelaku usaha untuk menjalankan tanggung jawab (kewajiban) dan mendapatkan hak yang seadil-adilnya. Namun, dalam hal ini asas keadilan tersebut tidak diterapkan dengan baik, karena masyarakat merasakan ketidak-adilan dengan kenaikan harga yang tidak wajar ketika berada dalam kondisi abnormal. Seperti contohnya, masker yang dijual oleh pelaku usaha dengan harga tinggi, sehingga hak konsumen untuk mendapatkan harga masker yang wajar terabaikan.

Selain itu, perlindungan terhadap konsumen mengacu kepada Asas Keseimbangan yang terdapat pada Pasal 2 ayat (3) UU Perlindungan Konsumen agar kepentingan kedua belah pihak menjadi seimbang. Seperti contohnya, penjualan masker akibat Virus *Covid-19* yang menyebabkan konsumen merasa kedudukan konsumen terabaikan. Hal ini membuktikan bahwa asas keseimbangan belum dapat diimplementasikan dengan baik karena kepentingan konsumen diabaikan demi kepentingan pelaku usaha itu sendiri. Konsumen yang berkedudukan sebagai pengguna barang/jasa dalam kehidupan bermasyarakat guna memenuhi kepentingan pribadi atau orang lain dan bukan untuk di perdagangkan, seperti yang telah ditetapkan pada Pasal 1 ayat (2) UU Perlindungan Konsumen.²⁴ Konsumen menjadi bagian dari masyarakat Indonesia yang haknya harus dilindungi oleh negara.²⁵ Konsumen berasal dari istilah "*consumer*" yang dapat diartikan sebagai pengguna, pemanfaat dan pemakai suatu barang atau jasa demi mencapai tujuan yang diinginkan.²⁶ Dalam hal ini, perlindungan kepada hak konsumen akan selalu diupayakan demi kemaslahatan konsumen. Maka dari itu, konsumen harus benar-benar memahami setiap hak yang dimilikinya. Dalam Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, terdapat hak konsumen yaitu: Hak keselamatan, keamanan, serta kenyamanan saat barang/jasa dikonsumsi; Hak

²³ Dewi Sukmawati, Ni. Made, and I Wayan Novy Purwanto. (2019). Tanggungjawab Hukum Pelaku Usaha Online Shop Terhadap Konsumen Akibat Peredaran Kosmetik Palsu. *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana*, 7, no.3. hlm 01-14.

²⁴ C.S.T, Kansil, and Christine S.T. (2013) *Pokok-Pokok.Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jilid II, Jakarta, Sinar Grafika. hlm 213.

²⁵ Putri, Ni Made Santi Adiyani, I. Made Sarjana, and I. Made Dedy Priyanto (2017). Pelaksanaan Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Kota Denpasar. *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana*, 2 (2). 01-08.

²⁶ Barakatullah, Abdul Halim. (2010). *Hak-Hak Konsumen*, Bandung, NusaMedia. hlm 30.

melakukan pemilihan barang/jasa guna memperoleh barang/jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan diperjanjikan; Hak mengenai informasi yang jelas, jujur, tepat terkait jaminan serta kondisi atau keadaan barang dan/atau jasa; Hak didengarkan keluhan serta pandangan/pendapat ketika menggunakan barang/jasa; Hak memperoleh suatu perlindungan, pembelaan serta jalan guna menyelesaikan sengketa secara adil; Hak memperoleh pendidikan serta pembinaan bagi konsumen; Hak pelayanan dan mendapatkan perlakuan jujur, benar, tidak diskriminatif dan benar; Hak mendapat penggantian kerugian atas barang jasa apabila tidak serasi dengan yang diperjanjikan; dan Hak lain yang ditentukan pada peraturan perundang-undangan lainnya.

Ketentuan Pasal 4 huruf (b) UU Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa konsumen mendapatkan hak, untuk mendapat barang sesuai dengan nilai tukar. Sebelum konsumen membeli barang, hal utama yang harus diperhatikan oleh konsumen yaitu harga.²⁷ Harga dapat diartikan sebagai nilai jual barang yang dibayarkan oleh konsumen ketika ingin memiliki barang yang dijual oleh pelaku usaha.²⁸ Harga yang layak yaitu harga yang berdasarkan kepada norma yang berlaku dan menyesuaikan dengan kebiasaan pada tempat dan pada kalangan tertentu.²⁹ Dalam hal ini, penjualan masker/APD dengan harga yang tidak sewajarnya pada kondisi pandemi dapat diartikan sebagai suatu tindakan pelanggaran terhadap hak konsumen.

Pelaku usaha yang menjual masker dengan harga tinggi namun tidak disertai dengan kenaikan kualitas barang yang diperdagangkan merupakan suatu pelanggaran yang bertentangan dengan hak-hak konsumen. Tindakan seperti ini menyebabkan konsumen sangat dirugikan. Ketentuan Pasal 4 huruf (g) UU Perlindungan Konsumen menentukan setiap konsumen berhak mendapatkan pelayanan dengan benar, tidak diskriminatif dan jujur. Berdasarkan ketentuan tersebut, jika dikaitkan dengan larangan penyalahgunaan keadaan bahwa konsumen berhak mendapatkan suatu perlakuan serta mendapat pelayanan dengan jujur dan benar tanpa diskriminatif atas dasar agama, budaya, daerah, ras, suku, miskin, kaya, pendidikan maupun status sosial. Harga masker yang terlampau tinggi dalam situasi pandemi *Covid-19* menjadi wujud penyalahgunaan keadaan oleh pelaku usaha, sehingga konsumen merasa diperlakukan secara tidak adil. Konsumen dengan status sosial dan kemampuan ekonomi rendah merasa mendapatkan perlakuan diskriminasi dari pelaku usaha. Hal tersebut

²⁷ Maharani, AA Sagung Agung Sintia, and I. Ketut Markeling. (2014). Akibat Hukum Terhadap Perbedaan Harga Barang Pada Label (Price Tag) Dan Harga Kasir. *Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana*, 2, no.5.

²⁸ Dwisana, I. Made Arya, and I Wayan Wiryawan. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Yang Memiliki Nilai Nominal Berbeda Dengan Harga Pada Display Rak. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 5(1).

²⁹ Nasyiah, Iffaty. (2014). Prinsip Keadilan dan Keseimbangan dalam Penentuan Nilai Tukar Barang (Harga) Perspektif Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen. *De Jure: Jurnal Hukum dan Syar'iah* 6(2).

disebabkan karena konsumen tersebut tidak mampu membeli masker untuk melindungi diri dari bahaya ancaman virus *Covid-19*.

Di Indonesia, dalam upaya mewujudkan perlindungan terhadap konsumen sampai saat ini dirasa masih belum optimal. Dalam ketentuan UU Perlindungan Konsumen, terdapat pengaturan bahwa konsumen harus dilindungi haknya untuk memperoleh barang yang sangat dibutuhkan sesuai dengan nilai tukar dalam situasi mendesak (*force majeure*). Meskipun, pemerintah saat ini telah mengeluarkan berbagai peraturan terkait penanganan *Covid-19*, namun tidak ada baik peraturan menteri, keputusan presiden maupun instruksi presiden yang mengatur terkait perlindungan konsumen untuk memperoleh barang yang sangat dibutuhkan sesuai dengan nilai tukar.

Kenaikan harga masker yang tidak wajar pada saat situasi pandemi akibat virus *Covid-19* digolongkan sebagai situasi abnormal/*force majeure*. Hal ini terjadi karena masker dikategorikan sebagai suatu kebutuhan pokok di era Pandemi *Covid-19*, sehingga masker seharusnya tidak ditimbun oleh oknum-oknum pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab sehingga menimbulkan kelangkaan dan mengakibatkan harga melonjak naik. Dalam menanggulangi hal ini, ada beberapa masker yang memang dijual murah, tetapi tidak memenuhi standar kesehatannya, seperti masker kain yang hanya terdapat 1 lapisan saja, sedangkan pemerintah meminta kepada masyarakat untuk menggunakan masker yang terdapat 3 lapisan supaya lebih terlindungi dari paparan *Covid-19*. Dalam hal terjadi kelangkaan masker, akibatnya masyarakat terpaksa harus membeli masker dengan harga mahal, tetapi ada juga masyarakat yang kurang mampu dan tidak bisa membeli masker dengan harga mahal tersebut. Tentunya, hal ini termasuk kedalam pelanggaran hak konsumen dimana masyarakat sebagai konsumen jadi membeli barang dengan terpaksa karena keadaan yang memaksa/*force majeure*.

Perlindungan konsumen tentunya harus dijunjung tinggi, sudah seharusnya masyarakat memahami mengenai hak-haknya sebagai konsumen. Beberapa masyarakat juga sudah melakukan upaya pengaduan perihal keluhan mereka akan hal ini. Tetapi, keluhan konsumen ini kurang mendapat respon yang baik dari lembaga yang berwenang. Akibatnya, harga masker tetap melonjak tinggi. Pengaturan terkait dengan perlindungan hak konsumen untuk memperoleh barang yang dibutuhkan sesuai dengan nilai tukar dalam situasi Pandemi *Covid-19* dirasa belum optimal. Hal ini disebabkan karena masyarakat masih kesulitan untuk mendapatkan masker karena harga masker masih tergolong tinggi. Berkenaan dengan pengaturan *force majeure* berdasarkan ketentuan KUH Perdata maupun yurisprudensi, bahwa pandemi *Covid-19* ditetapkan menjadi suatu bencana dalam tingkatan nasional non alam. Pengaturan tersebut dilakukan guna mencapai tujuan untuk menaikkan martabat dan harkat bagi para konsumen. Pengaturan tersebut dapat mendukung rasa kepedulian, kemampuan,

kesadaran, pengetahuan dan kemandirian bagi konsumen untuk mendapatkan perlindungan secara optimal terhadap haknya dalam situasi abnormal/*force majeure*.

PENUTUP

Pengaturan terkait kenaikan harga barang secara tidak wajar sejauh ini belum ditemukan adanya ketentuan yang melarang pelaku usaha menetapkan harga tinggi jika tidak melanggar larangan-larangan yang terdapat dalam UUPK. Namun, dalam hal ini perbuatan yang dilarang adalah ketika antara pelaku usaha yang satu dengan yang lainnya melakukan perjanjian untuk menetapkan suatu harga tertentu, menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral/lelang.

Perlindungan hukum terhadap konsumen terkait dengan melonjaknya harga masker akibat virus *Covid-19* sampai saat ini belum optimal. Dalam UU Perlindungan Konsumen, pengaturan terkait perlindungan hak yang dimiliki konsumen guna memperoleh barang yang sangat dibutuhkan sesuai dengan nilai tukar dalam situasi abnormal (*force majeure*) belum optimal. Pemerintah mengeluarkan berbagai peraturan terkait penanganan *Covid-19*, namun tidak ada pengaturan terkait perlindungan konsumen guna memperoleh barang yang sangat dibutuhkan sesuai dengan nilai tukar.

Sudah seharusnya UU Perlindungan Konsumen direvisi mengingat zaman yang sudah semakin berkembang dan maju. Selain itu, masyarakat perlu di edukasi kembali perihal perlindungan hukum terhadap konsumen agar masyarakat paham betul terkait dengan hak-hak konsumen yang dimilikinya

Dalam hal tercapainya maksud dan tujuan dari perlindungan konsumen, sudah seharusnya pemerintah mengeluarkan pengaturan dan sanksi yang tegas bagi pelaku usaha yang dengan sengaja memanfaatkan keadaan dengan melakukan penimbunan bahan pokok hingga menimbulkan kelangkaan dan merugikan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdulkadir Muhammad. (2004). *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Amiruddin dan Zainal Asikin. (2004). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Barakatullah, Abdul Halim. (2010) *Hak-Hak Konsumen*. Bandung: NusaMedia.
- C.S.T, Kansil, and Christine S.T. (2013). *Pokok-Pokok. Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jilid II. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hajar, M. (2017). *Model Pendekatan Penelitian Hukum dan Fiqh*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Marzuki, Peter Mahmud. (2010). *Penelitian Hukum Cetakn*. VI. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Nasution, Az. (2012). *Hukum dan Konsumen*, Jakarta: Rajawali press.
- Nurmadjito. (2000) *Kesiapan Perangkat Peraturan Perundang-undangan tentang Perlindungan Konsumen dalam menghadapi Era Perdagangan Bebas*”, dalam: Syawali, H. dan Imaniyati, N.S., *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.
- Shidarta, (2000). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo.
- Sudaryatmo. (1999). *Hukum dan Advokasi Konsumen*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Wijaya, Gunawan. (2000). *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia.

Jurnal

- Dewi Sukmawati, Ni. Made, and I Wayan Novy Purwanto. (2019). “Tanggungjawab Hukum Pelaku Usaha Online Shop Terhadap Konsumen Akibat Peredaran Kosmetik Palsu”. *Jurnal Kertha Semaya*, 7 (3).
- Dwisana, I Made Arya, dan I Wayan Wiryanan. (2017). “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Produk yang Memiliki Nilai Nominal Berbeda dengan Harga pada Display Rak”. *Jurnal Kertha Semaya*, 5(1).
- Hijawati, H. (2020). “Peredaran Obat Illegal Ditinjau dari Hukum Perlindungan Konsumen”. *Solusi*, 18 (3).
- Maharani, AA Sagung Agung Sintia, dan I. Ketut Markeling. (2014). “Akibat Hukum Terhadap Perbedaan Harga Barang pada Label (Price Tag) dan Harga Kasir”. *Jurnal Kertha Semaya*, 2 (5).
- Mohammad Faisol Soleh. (2020). “Penimbunan Alat Pelindung Diri pada Masa Pandemi Covid-19: Kajian Hukum Pidana Bidang Perlindungan Konsumen”. *Undang Jurnal Hukum*, 3(1).
- Nasyiah, Iffaty. (2014). “Prinsip Keadilan dan Keseimbangan dalam Penentuan Nilai Tukar Barang (Harga) Perspektif Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen”. *De Jure: Jurnal Hukum dan Syar'iah*, 6(2).
- Putri, Ni Made Santi Adiyani, I. Made Sarjana, dan I. Made Dedy Priyanto (2017). “Pelaksanaan Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Kota Denpasar”. *Jurnal Kertha Semaya*, 2 (2).
- Theresia Louize Pesulima, et.all. (2021). “Perlindungan Konsumen Terhadap Peredaran Produk Kesehatan Ilegal di Era Pandemi Covid-19 Di Kota Ambon”. *Jurnal SASI*, 27 (2).
- Pratiwi, Wiwik. (2020). “Negara Hukum, Pemenuhan Perlindungan Konsumen dan HAM (Telaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. *J-PeHI: Jurnal Penelitian Hukum Indonesia*, 01 (01).

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar 1945.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.

Sumber Lain

Accenture. (2020). *How COVID-19 Will Permanently Change Consumer Behaviour*. PWC, Evolving Priorities: COVID-19 rapidly reshapes consumer behaviour.

Alo Dokter.com, "Virus Corona", <https://www.alodokter.com/virus-corona>.

Canbridge Dictionary, "Meaning of Abnormal in English", 2021, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/abnormal>.

Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga. (2019). *Laporan Kinerja (Lapkin) Direktorat Jenderal Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN) Tahun 2019*.

Hidayat, Papang. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Hak-Hak Konsumen, Sebuah Panduan Akses terhadap Keadilan*, Modul ini diterbitkan atas dukungan dan kerja sama dengan Kedutaan Besar Inggris.

Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Jaringan, "Definisi Abnormal", 2021, <https://kbbi.web.id/abnormal>.

Liputan6.Com. (2020). Ketua Pusat Krisis: Panic Buying Muncul karena Kecemasan Akan Wabah Corona Covid19. <https://www.liputan6.com/health/read/4208375/ketua-pusat-krisis-panic-buying-muncul-karena-kecemasan-akan-wabah-corona-covid-19>.

Mckinsey & Company. (2020) *Survey: Indonesian Consument Sentiment During The Coronavirus Crisis*.

Gani, Abdul. (1999) *Hubungan Antara Politik, Huk Asasi dan Pembangunan Hukum Indonesia*. Makalah pada Simposium Dalam Rangka Dies Natalis XL Unair.

Sood, Vivek. (2002). *Cyber Law Simplified* (Tata McGaw-Hill Publishing Company Limited 2002).

WHO. (2020). *WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard*, <https://www.euro.who.int/en/health-topics/health-emergencies/coronavirus-covid-19/novel-coronavirus-2019-ncov#:~:text=On%2031%20December%202019%2C,2019%2DnCoV%E2%80%9D>.