



Kebijakan Hukum Penetapan Harga Kuliner di Destinasi Wisata: Antara Prinsip Kebebasan Berusaha dan Perlindungan Konsumen

Gyska Indah Harya¹, Gideon Setyo Budiwitjaksono², Rahayu Sri Utami³

Program Studi Hukum, Universitas Maarif Hasyim Latif, Indoneisa¹⁻³

Email Korespondensi: ayu_utami@dosen.umaha.ac.id, gyska_indah_harya@student.umaha.ac.id, gideon_setyo_budiwitjaksono@student.umaha.ac.id

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Februari 2026, Article published: 01 Maret 2026

ABSTRACT

The phenomenon of unreasonable price increases for food and beverages in tourist destinations during holidays has raised public concern and reflects an imbalance between business and consumer interests. Business operators often exploit high demand, undermining fairness and transparency in transactions. This study examines the disharmony between the principle of freedom of enterprise, allowing businesses to set prices based on market mechanisms, and the principle of consumer protection, ensuring fair pricing and accurate information. Using a normative juridical method with statutory and conceptual approaches, this research explores the legal basis for price determination in tourism. The findings indicate the absence of specific regulations on reasonable pricing limits, although the principles in Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection and Law No. 10 of 2009 on Tourism provide a strong foundation. An integrative legal policy is required to balance business freedom and consumer protection through transparency and ethics.

Keywords: pricing policy, freedom of enterprise, consumer protection, tourism

ABSTRAK

Fenomena kenaikan harga makanan dan minuman yang tidak wajar di destinasi wisata saat musim liburan menimbulkan keprihatinan publik dan mencerminkan ketidakseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha sering memanfaatkan tingginya permintaan dengan cara yang mengabaikan prinsip keadilan dan transparansi dalam transaksi. Penelitian ini mengkaji disharmoni antara prinsip kebebasan berusaha, yang memberi hak kepada pelaku usaha untuk menetapkan harga berdasarkan mekanisme pasar, dan prinsip perlindungan konsumen, yang menjamin harga yang adil serta informasi yang benar. Dengan metode yuridis normatif melalui pendekatan perundang-undangan dan konseptual, penelitian ini menelaah dasar hukum penetapan harga di sektor pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan belum adanya regulasi khusus mengenai batas kewajaran harga, meskipun prinsip dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 memberikan dasar normatif yang kuat bagi kebijakan hukum yang seimbang.

Kata kunci: kebijakan harga, kebebasan berusaha, perlindungan konsumen, pariwisata.

PENDAHULUAN

Fenomena kenaikan harga makanan dan minuman secara signifikan di destinasi wisata pada saat musim liburan atau momen tertentu merupakan realitas ekonomi yang semakin sering menjadi perdebatan publik dan akademik. Kegiatan wisata cenderung menimbulkan lonjakan permintaan atas barang dan jasa esensial, termasuk kuliner, sehingga pelaku usaha seringkali menetapkan harga jauh di atas harga normal pasar. Permasalahan ini, sering disebut dalam diskursus populer sebagai getok harga atau price gouging, mengakibatkan para wisatawan mengalami kerugian ekonomi dan ketidakadilan dalam transaksi konsumsi sehari-hari. Praktik semacam ini tidak hanya berdampak pada kepuasan wisatawan, tetapi juga dapat merusak reputasi suatu destinasi serta mempengaruhi daya saing dan keberlanjutan sektor pariwisata secara umum. Penelitian empiris juga menunjukkan bahwa kegiatan pariwisata cenderung mendorong kenaikan harga relatif pada tingkat lokal, termasuk dalam sektor makanan dan jasa konsumsi, sehingga memperberat beban ekonomi wisatawan terutama dari golongan berpenghasilan menengah ke bawah.

Dalam perspektif hukum, fenomena price gouging dan kenaikan harga konsumsi yang berlebih di destinasi wisata menyentuh sejumlah isu substantif dalam hukum perlindungan konsumen dan hukum ekonomi. Di satu sisi, pelaku usaha memiliki hak untuk menentukan harga atas barang dan jasa yang diperdagangkan sebagai bagian dari kebebasan berusaha dalam sistem pasar bebas. Di sisi lain, konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai harga serta mendapatkan perlakuan yang adil dalam setiap transaksi ekonomi. Ketidakseimbangan antara hak pelaku usaha dan hak konsumen menimbulkan persoalan hukum yang mendesak, yakni sejauh mana hukum nasional dapat mengatur atau membatasi praktik penetapan harga dalam sektor pariwisata agar tidak merugikan konsumen, tanpa menghapuskan prinsip kebebasan berusaha?

Perlindungan konsumen secara umum diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang menegaskan bahwa pelaku usaha dilarang melakukan praktik yang menimbulkan kerugian secara tidak adil terhadap konsumen. Misalnya, UUPK mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi harga yang benar, jelas, dan jujur, yang menjadi bagian tak terpisahkan dari hak konsumen atas informasi. Ketentuan ini memiliki relevansi signifikan dalam konteks kenaikan harga yang tidak wajar di kawasan wisata, karena konsumen selaku wisatawan sering kali tidak mengetahui secara transparan harga makanan atau minuman sebelum melakukan transaksi. Studi kasus empiris di beberapa objek wisata di Indonesia menunjukkan bahwa kurangnya informasi harga yang transparan sering mengakibatkan wisatawan merasa dirugikan dan terjebak pada praktik getok harga.

Selain itu, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata juga menegaskan hak wisatawan atas perlindungan hukum dan informasi yang sah dalam kegiatan pariwisata. Konteks ini mencerminkan bahwa wisatawan sebagai konsumen dalam sektor pariwisata memiliki hak dan perlindungan ganda, baik sebagai konsumen umum berdasarkan hukum perlindungan konsumen maupun sebagai subyek dalam hukum kepariwisataan. Dalam tataran normatif,

fenomena kenaikan harga di luar batas kewajaran ini tidak hanya menjadi isu moral atau etika bisnis, tetapi juga isu kepastian hukum yang harus direspons melalui kebijakan hukum yang tepat baik di tingkat nasional maupun daerah.

Secara teoritis, masalah ini mengandung simpang siur antara dua prinsip hukum yang kadang tampak bertentangan: prinsip kebebasan berusaha dan prinsip perlindungan konsumen. Kebebasan berusaha merupakan bagian dari hak ekonomi dalam sistem pasar kapitalis yang diakui secara konstitusional dalam Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945, yang memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk berinovasi dan menetapkan strategi harga sesuai dinamika pasar. Namun prinsip ini tidak bersifat absolut, karena hukum juga mengamanatkan keadilan sosial dan perlindungan terhadap pihak yang lemah dalam hubungan ekonomi. Ketidakseimbangan ini memunculkan persoalan hukum normatif: bagaimana hukum mengatur agar pelaku usaha tetap dapat beroperasi dan menentukan harga, namun tanpa menimbulkan ketidakadilan atau kerugian yang berlebihan bagi konsumen?

Penelitian terdahulu mengenai hubungan antara perlindungan konsumen dan daya saing destinasi wisata menunjukkan bahwa kebijakan perlindungan konsumen merupakan faktor yang menentukan dalam menciptakan destinasi yang kompetitif dan berkelanjutan. Studi internasional menegaskan bahwa upaya perlindungan konsumen yang lebih efisien dan transparan dapat mengurangi ketidakpuasan wisatawan dan meningkatkan reputasi tempat wisata di mata pelancong global. Namun literatur hukum positif Indonesia terkait kebijakan penetapan harga makanan dan minuman dalam konteks ini masih relatif terbatas, terutama yang membahas fenomena tersebut dari kerangka kebijakan hukum yang menyeimbangkan antara kebebasan berusaha dan perlindungan konsumen.

Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji secara yuridis normatif fenomena kenaikan harga makanan dan minuman di destinasi wisata yang sering dipandang sebagai praktik price gouging, dan implikasi hukumnya dalam sistem perlindungan konsumen Indonesia. Fokus kajian ini bukan hanya terhadap fenomena empirisnya, tetapi bagaimana kebijakan hukum baik dalam tingkatan Undang-Undang maupun instrumen regulasi lainnya dapat menyeimbangkan perlindungan konsumen dengan ruang kebebasan pelaku usaha dalam konteks ekonomi pariwisata. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana pengaturan hukum Indonesia terkait penetapan harga makanan dan minuman di destinasi wisata dalam perspektif perlindungan konsumen?; bagaimana prinsip kebebasan berusaha diinterpretasikan dalam kerangka penetapan harga di sektor pariwisata kuliner?; apa model kebijakan hukum yang tepat untuk menyeimbangkan hak pelaku usaha dan hak konsumen dalam kasus kenaikan harga di destinasi wisata?

METODE

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang berfokus pada pengkajian norma-norma hukum positif serta konsep-konsep hukum yang relevan untuk menjawab permasalahan penelitian. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dikaji bersifat normatif, yakni mengenai sejauh

mana hukum mengatur dan menyeimbangkan antara kebebasan pelaku usaha dalam menetapkan harga serta hak konsumen untuk memperoleh perlindungan hukum terhadap praktik kenaikan harga yang tidak wajar di destinasi wisata. Dengan metode ini, penelitian tidak menggunakan data empiris, melainkan menganalisis aturan hukum tertulis dan doktrin melalui interpretasi terhadap sumber hukum yang relevan. Sebagaimana dikemukakan oleh Soerjono Soekanto, penelitian hukum normatif menitikberatkan pada kajian asas, sistematika, dan sinkronisasi hukum positif guna menjawab persoalan hukum secara konseptual maupun normatif.

Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai regulasi yang berkaitan langsung dengan perlindungan konsumen, penetapan harga, dan kegiatan usaha pariwisata, antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 sebagai dasar kebebasan berusaha dan keadilan sosial. Pendekatan konseptual digunakan untuk memahami prinsip kebebasan berusaha, keadilan ekonomi, dan perlindungan konsumen berdasarkan teori hukum ekonomi dan keadilan. Bahan hukum yang digunakan mencakup bahan primer (peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan), sekunder (literatur ilmiah dan jurnal), serta tersier (kamus dan ensiklopedia hukum). Seluruh bahan dikumpulkan melalui studi pustaka dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif untuk menemukan sinkronisasi antara prinsip kebebasan berusaha dan perlindungan konsumen dalam kebijakan hukum penetapan harga di destinasi wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Hukum Indonesia Terkait Penetapan Harga Makanan dan Minuman di Destinasi Wisata dalam Perspektif Perlindungan Konsumen

Penetapan harga barang dan jasa merupakan bagian penting dari aktivitas ekonomi yang berlandaskan pada prinsip kebebasan berusaha. Namun, dalam konteks hukum Indonesia, kebebasan tersebut tidak bersifat absolut karena harus tunduk pada prinsip keadilan, perlindungan kepentingan umum, dan tanggung jawab sosial sebagaimana diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Dalam sektor pariwisata, fenomena kenaikan harga makanan dan minuman yang tidak wajar di destinasi wisata menjadi isu hukum kompleks, sebab melibatkan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen wisatawan yang keduanya memiliki perlindungan hukum. Oleh karena itu, pengaturan penetapan harga di kawasan wisata perlu ditempatkan dalam kerangka perlindungan konsumen, dengan memperhatikan peraturan yang relevan serta asas-asas dasar sistem hukum ekonomi nasional.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menjadi dasar utama hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. UUPK menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memperlakukan

konsumen secara adil, jujur, dan tidak diskriminatif. Pasal 4 huruf a dan c memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh kenyamanan, keamanan, dan informasi yang benar mengenai barang dan/atau jasa. Selanjutnya, Pasal 7 huruf b mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi harga yang jelas dan jujur. Dengan demikian, praktik penetapan harga tanpa transparansi atau yang melampaui batas kewajaran dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap prinsip dasar perlindungan konsumen. Pasal 10 UUPK juga melarang promosi atau penawaran yang menyesatkan, termasuk terkait harga dan potongan harga. Oleh karena itu, kenaikan harga berlebihan tanpa alasan rasional di destinasi wisata dapat dianggap melanggar asas perlakuan adil terhadap konsumen. Dalam konteks hukum, "harga wajar" diartikan sebagai harga proporsional yang mencerminkan kualitas barang atau jasa serta tidak merugikan konsumen secara berlebihan.

Selain UUPK, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata juga memberikan perlindungan hukum bagi wisatawan sebagai konsumen jasa pariwisata. Pasal 20 ayat (2) menyebutkan bahwa wisatawan berhak memperoleh perlindungan hukum dan keamanan dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata, sedangkan Pasal 26 menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar dan menjamin kenyamanan serta keselamatan wisatawan. Artinya, wisatawan berhak atas kepastian hukum dalam transaksi ekonomi, termasuk mengenai harga makanan dan minuman di tempat wisata.

Namun, secara normatif, masih terdapat kekosongan hukum terkait batas kewajaran harga di sektor pariwisata. Ketidakjelasan ini menyebabkan lemahnya perlindungan konsumen terhadap praktik "getok harga" yang sering terjadi di destinasi populer seperti Yogyakarta, Bali, dan Labuan Bajo. Ketiadaan standar harga atau informasi yang terbuka membuat wisatawan rentan menjadi korban eksploitasi harga. Praktik ini mencederai prinsip keadilan dan dapat dikategorikan sebagai bentuk usaha yang tidak jujur.

Dalam perspektif hukum ekonomi, praktik kenaikan harga secara berlebihan dapat dikaitkan dengan konsep *economic exploitation*. Menurut teori keadilan ekonomi John Rawls, ketidakseimbangan ekonomi hanya dapat diterima jika memberi manfaat bagi semua pihak, termasuk yang lemah. Dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, posisi tawar pelaku usaha jauh lebih kuat karena menguasai informasi dan harga, sedangkan wisatawan sering tidak memiliki akses atau alternatif. Karena itu, hukum berperan sebagai mekanisme penyeimbang, bukan hanya alat pengaturan ekonomi, melainkan juga instrumen perlindungan sosial terhadap pihak yang rentan.

Prinsip-prinsip perlindungan konsumen Indonesia juga sejalan dengan standar internasional. Di Uni Eropa, *Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices* melarang praktik komersial yang menyesatkan, termasuk menyembunyikan atau manipulasi harga. Di Amerika Serikat, *Consumer Protection Act* memberikan sanksi tegas terhadap praktik *price gouging* pada periode tertentu, seperti musim liburan atau keadaan darurat. Dengan demikian, meskipun Indonesia belum memiliki aturan spesifik tentang batas harga di sektor pariwisata, arah normatifnya sejalan dengan prinsip global yang menolak praktik kenaikan harga yang tidak wajar.

Selain itu, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat juga relevan. Pasal 19 huruf d melarang pelaku usaha melakukan diskriminasi harga terhadap konsumen tertentu tanpa alasan objektif. Misalnya, penetapan harga lebih tinggi bagi wisatawan asing dibanding wisatawan domestik tanpa dasar rasional dapat dianggap melanggar prinsip persaingan usaha yang sehat. Namun, penegakan hukum di sektor pariwisata masih terbatas karena lemahnya pembuktian dan pengawasan di tingkat daerah.

Dalam praktik, pengawasan harga di kawasan wisata sebagian besar dilakukan oleh pemerintah daerah melalui Dinas Perdagangan dan Dinas Pariwisata. Sayangnya, pengawasan ini masih bersifat reaktif, dilakukan setelah muncul keluhan wisatawan, dan belum berbasis sistem proaktif. Padahal, sesuai teori *preventive consumer protection*, perlindungan yang efektif harus bersifat pencegahan, bukan hanya penindakan. Karena itu, diperlukan kebijakan hukum yang tegas melalui peraturan daerah untuk menetapkan standar kewajaran harga, kewajiban pencantuman harga, dan sanksi bagi pelanggaran.

Beberapa daerah telah mencoba menerapkan kebijakan pengawasan non-regulatif seperti imbauan moral, sertifikasi “usaha wisata ramah konsumen”, atau publikasi daftar harga resmi. Namun, karena bersifat imbauan tanpa kekuatan hukum mengikat, efektivitasnya masih rendah. Hal ini menunjukkan perlunya kebijakan hukum yang normatif dan mengikat, baik di tingkat nasional maupun daerah. Dalam konteks ini, hukum tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian sosial (*social control*), tetapi juga sebagai sarana rekayasa sosial (*social engineering*) untuk membentuk perilaku bisnis yang etis dan adil di sektor pariwisata.

Dari perspektif sistem hukum nasional, pengaturan harga wisata dapat dikembangkan melalui peraturan pelaksana UUPK atau melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengenai standar pelayanan dan transparansi harga. Pendekatan ini sejalan dengan teori *integrated legal policy* dari Lawrence M. Friedman, yang memandang hukum sebagai sistem yang terdiri atas substansi, struktur, dan kultur hukum. Substansi hukum meliputi aturan mengenai kewajaran harga dan transparansi informasi; struktur hukum mencakup lembaga pengawasan seperti BPSK, KPPU, dan pemerintah daerah; sedangkan kultur hukum berkaitan dengan kesadaran pelaku usaha untuk menaati prinsip keadilan dan keterbukaan. Tanpa sinergi ketiga unsur tersebut, kebijakan hukum tidak akan efektif dalam menegakkan perlindungan konsumen di sektor wisata.

Dengan kata lain bahwa hukum Indonesia belum secara spesifik mengatur batas kewajaran harga di destinasi wisata, namun prinsip perlindungan konsumen memberikan dasar hukum yang kuat untuk mencegah praktik harga yang tidak adil dan tidak transparan. Prinsip kebebasan berusaha tetap dijamin, tetapi harus dijalankan dalam kerangka itikad baik, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, transparansi harga, serta pengawasan adaptif di tingkat nasional dan daerah untuk menyeimbangkan kepentingan pelaku usaha dan hak konsumen dalam industri pariwisata kuliner Indonesia.

Prinsip Kebebasan Berusaha dalam Kerangka Penetapan Harga di Sektor Pariwisata Kuliner

Kebebasan berusaha merupakan salah satu pilar utama dalam sistem ekonomi modern yang berorientasi pada mekanisme pasar. Dalam konteks hukum ekonomi Indonesia, prinsip ini diakui sebagai bagian dari hak asasi manusia di bidang ekonomi yang dijamin oleh konstitusi dan berbagai peraturan perundang-undangan. Namun, kebebasan tersebut tidak bersifat absolut, karena dibatasi oleh kewajiban untuk menghormati kepentingan umum, menjunjung keadilan sosial, serta menghindari praktik yang merugikan pihak lain, khususnya konsumen. Dalam sektor pariwisata kuliner, kebebasan pelaku usaha untuk menetapkan harga sering kali berbenturan dengan prinsip keadilan dan perlindungan konsumen, terutama ketika harga ditentukan tanpa transparansi atau bersifat eksploitatif terhadap wisatawan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana prinsip kebebasan berusaha diinterpretasikan dalam kerangka hukum penetapan harga agar tercapai keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan keadilan sosial.

Secara konstitusional, kebebasan berusaha diatur dalam Pasal 27 ayat (2) dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945. Pasal 27 ayat (2) menjamin hak setiap warga negara untuk memperoleh pekerjaan dan penghidupan yang layak, sedangkan Pasal 33 menegaskan bahwa perekonomian nasional disusun sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan dan diarahkan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dengan demikian, kebebasan berusaha bukan berarti kebebasan tanpa batas, melainkan kebebasan yang dijalankan dalam kerangka keadilan sosial dan tanggung jawab terhadap kesejahteraan umum. Prinsip ini menegaskan bahwa pelaku usaha dalam menetapkan harga memiliki kewajiban moral dan hukum untuk melindungi kepentingan konsumen serta menjaga keseimbangan ekonomi yang adil.

Dalam teori ekonomi klasik Adam Smith, kebebasan berusaha dipandang sebagai fondasi efisiensi ekonomi yang bergantung pada mekanisme pasar bebas. Namun, dalam praktiknya, pasar tidak selalu berfungsi ideal. *Market failure* terjadi ketika salah satu pihak memiliki kekuasaan lebih besar dalam menentukan harga, sebagaimana terlihat pada sektor pariwisata. Pelaku usaha di lokasi wisata strategis sering kali memiliki posisi tawar yang lebih kuat daripada wisatawan yang minim informasi dan alternatif. Dalam situasi ini, kebebasan berusaha yang tidak dibatasi justru dapat menimbulkan ketimpangan dan eksploitasi terhadap konsumen.

Dalam sistem hukum Indonesia, prinsip kebebasan berusaha harus dijalankan dengan asas itikad baik (*good faith*) dan tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Hal ini tercermin dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang mewajibkan pelaku usaha untuk beritikad baik dan tidak merugikan konsumen. Pasal 7 huruf a UUPK menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam menjalankan usahanya, termasuk dalam menetapkan harga barang dan jasa. Dengan demikian, meskipun pelaku usaha berhak menentukan harga, kebebasan tersebut dibatasi oleh norma hukum yang melarang praktik harga yang tidak jujur, menyesatkan, atau bersifat eksploitatif.

Dalam praktiknya, kebebasan berusaha di sektor pariwisata kuliner sering disalahartikan sebagai legitimasi untuk menaikkan harga secara ekstrem saat musim

liburan. Kenaikan harga yang tidak seimbang dengan biaya produksi merupakan penyimpangan terhadap prinsip ekonomi pasar yang sehat. Berdasarkan teori *unfair trade practices*, kebebasan ekonomi harus berjalan dalam koridor persaingan sehat dan keadilan kontraktual. Ketika pelaku usaha menggunakan kekuasaan ekonominya untuk memperoleh keuntungan berlebih tanpa nilai tambah proporsional, kebebasan tersebut telah melanggar prinsip keadilan dan berubah menjadi bentuk eksploitasi ekonomi.

Secara normatif, pembatasan terhadap kebebasan berusaha dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pasal 19 huruf d melarang pelaku usaha menetapkan harga tertentu atau melakukan diskriminasi harga terhadap pelaku usaha atau konsumen tanpa dasar objektif. Walaupun ditujukan bagi usaha besar, prinsip ini juga berlaku bagi pelaku usaha kecil di sektor pariwisata kuliner, terutama ketika mereka menggunakan posisi strategis di lokasi wisata untuk mengenakan harga tidak proporsional.

Prinsip kebebasan berusaha juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Undang-undang ini membuka ruang partisipasi bagi siapa pun dalam kegiatan usaha pariwisata, namun sekaligus mewajibkan pelaku usaha untuk mematuhi norma, etika, dan keadilan bisnis. Pasal 26 huruf b menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar dan jujur mengenai produk dan jasa yang ditawarkan, termasuk harga. Dengan demikian, kebebasan berusaha di sektor pariwisata bukanlah hak mutlak, melainkan kebebasan yang dibatasi oleh prinsip transparansi dan tanggung jawab sosial terhadap konsumen.

Interpretasi kebebasan berusaha juga berkaitan erat dengan teori keadilan distributif Aristoteles dan John Rawls, yang menegaskan bahwa kebebasan ekonomi harus dibatasi oleh keadilan untuk menjaga keseimbangan antara pihak kuat dan lemah. Dalam konteks pariwisata kuliner, pelaku usaha memiliki kontrol terhadap sumber daya dan informasi lokal, sedangkan wisatawan—terutama dari luar daerah—berada dalam posisi lemah karena tidak mengetahui standar harga. Hukum harus hadir untuk memastikan agar kebebasan berusaha tidak menimbulkan ketimpangan struktural yang bertentangan dengan keadilan sosial sebagaimana diamanatkan UUD 1945.

Prinsip ini juga sejalan dengan Pasal 28D ayat (2) UUD 1945 yang menegaskan hak setiap orang untuk bekerja serta memperoleh imbalan dan perlakuan yang adil dan layak. Walaupun pasal ini berbicara tentang hubungan kerja, secara substansial ia mencerminkan prinsip dasar bahwa kegiatan ekonomi harus dijalankan secara adil dan berimbang. Hal ini sejalan dengan pandangan Peter Drucker mengenai *business ethics*, bahwa kebebasan ekonomi tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab moral terhadap masyarakat. Oleh karena itu, penetapan harga yang eksploitatif, meskipun tidak secara eksplisit dilarang, tetap bertentangan dengan etika bisnis dan prinsip keadilan.

Perdebatan tentang batas kebebasan berusaha juga berkaitan dengan peran negara dalam ekonomi. Dalam sistem ekonomi campuran Indonesia, negara berperan sebagai regulator sekaligus pengarah kegiatan ekonomi. Sebagaimana

dikemukakan oleh Satjipto Rahardjo, hukum berfungsi sebagai alat kontrol sosial dan sarana rekayasa sosial (*social engineering*). Dalam konteks pariwisata kuliner, peran negara sangat penting untuk memastikan agar mekanisme pasar berjalan sehat dan tidak merugikan kepentingan masyarakat. Dengan demikian, kebebasan berusaha harus diimbangi kebijakan hukum yang melindungi konsumen dari praktik harga tidak wajar.

Kebebasan berusaha yang bertanggung jawab dapat diwujudkan melalui penerapan prinsip *price transparency*, yakni kewajiban bagi pelaku usaha untuk mencantumkan harga secara jelas dan mudah diakses sebelum transaksi. Transparansi harga merupakan bentuk tanggung jawab sosial sekaligus manifestasi kebebasan ekonomi yang sehat. Negara seperti Jepang dan Korea Selatan telah menerapkan regulasi ketat terkait keterbukaan harga di kawasan wisata, yang terbukti meningkatkan kepercayaan wisatawan dan menjaga reputasi pariwisata nasional. Indonesia dapat meniru praktik tersebut melalui pengaturan khusus dalam peraturan daerah atau kebijakan Kementerian Pariwisata.

Secara konseptual, kebebasan berusaha yang ideal dalam sistem hukum Indonesia adalah kebebasan yang berorientasi pada keadilan sosial dan keseimbangan kepentingan. Mengacu pada teori Lawrence M. Friedman, efektivitas sistem hukum ditentukan oleh keseimbangan antara substansi, struktur, dan kultur hukum. Dalam konteks penetapan harga pariwisata kuliner, substansi hukum diperlukan untuk mengatur kewajaran harga, struktur hukum dibutuhkan untuk pengawasan efektif, dan kultur hukum dibangun melalui kesadaran etis pelaku usaha. Dengan sinergi ketiga unsur tersebut, kebebasan berusaha dapat menjadi kekuatan yang mendukung pasar yang adil, transparan, dan berkelanjutan.

Dengan kata lain, kebebasan berusaha dalam sektor pariwisata kuliner harus dipahami secara proporsional sebagai hak yang disertai kewajiban moral dan hukum. Negara perlu hadir melalui kebijakan hukum yang efektif untuk menjamin keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan perlindungan konsumen, agar sistem ekonomi pariwisata Indonesia tidak hanya efisien secara pasar, tetapi juga adil secara sosial.

Model Kebijakan Hukum yang Tepat untuk Menyeimbangkan Hak Pelaku Usaha dan Hak Konsumen dalam Kasus Kenaikan Harga di Destinasi Wisata

Kenaikan harga makanan dan minuman di destinasi wisata pada musim liburan atau momen tertentu mencerminkan ketidakseimbangan antara dua kepentingan yang sama-sama dilindungi hukum: hak pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan melalui kebebasan berusaha, dan hak konsumen untuk mendapatkan perlakuan yang adil serta harga yang wajar. Dalam konteks ini, hukum memiliki fungsi strategis untuk menyeimbangkan kepentingan ekonomi dan kepentingan sosial melalui kebijakan hukum yang bersifat preventif sekaligus represif. Kebijakan hukum yang ideal tidak hanya memberi sanksi terhadap pelanggaran, tetapi juga menciptakan sistem yang mencegah praktik eksploitasi harga di sektor pariwisata.

Menurut Satjipto Rahardjo, kebijakan hukum adalah upaya sadar pembuat hukum untuk mencapai tujuan sosial tertentu melalui instrumen hukum. Dalam

konteks kenaikan harga di kawasan wisata, kebijakan hukum perlu diarahkan untuk menyeimbangkan *economic freedom* dan *social justice*. Model kebijakan hukum yang ideal harus mengatur perilaku pelaku usaha secara normatif sekaligus memperkuat aspek kelembagaan dan budaya hukum. Sejalan dengan pandangan Lawrence M. Friedman, sistem hukum yang efektif terdiri atas tiga unsur yang saling terintegrasi: substansi hukum (*legal substance*), struktur hukum (*legal structure*), dan budaya hukum (*legal culture*).

Aspek pertama dari kebijakan hukum ideal adalah substansi hukum, yaitu materi peraturan yang mengatur perilaku ekonomi secara adil. Saat ini, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Namun, kedua regulasi tersebut belum mengatur batas kewajaran harga (*price fairness*) maupun mekanisme pengawasan harga di sektor wisata secara eksplisit. Untuk menutup kekosongan ini, perlu adanya revisi atau harmonisasi regulasi melalui peraturan turunan, seperti Peraturan Pemerintah atau Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang menetapkan pedoman kewajaran harga berdasarkan faktor biaya produksi, lokasi, dan kondisi pasar.

Selain itu, prinsip *price transparency* harus dijadikan norma wajib. Pelaku usaha diwajibkan mencantumkan harga secara jelas di menu, papan informasi, atau media digital. Pelanggaran terhadap kewajiban ini perlu dikategorikan sebagai pelanggaran administratif dengan sanksi bertingkat, mulai dari peringatan tertulis hingga pencabutan izin usaha. Transparansi harga akan memperkuat kepercayaan konsumen sekaligus menciptakan persaingan pasar yang sehat. Negara-negara seperti Jepang dan Korea Selatan telah menerapkan *Tourism Fair Trade Guidelines* untuk mencegah eksploitasi wisatawan—model yang dapat diadaptasi dalam konteks Indonesia.

Untuk memperkuat perlindungan hukum, mekanisme penyelesaian sengketa juga perlu diperluas. Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) harus dioptimalkan agar dapat menangani kasus sengketa di sektor pariwisata, tidak hanya di perdagangan umum. Dengan memperluas yurisdiksi BPSK di daerah wisata dan meningkatkan kapasitas aparat penegak hukum, wisatawan memiliki saluran hukum efektif untuk menuntut ganti rugi atas praktik *price gouging*.

Aspek kedua adalah struktur hukum, yaitu lembaga dan mekanisme penegakan hukum. Saat ini, pengawasan harga di kawasan wisata menjadi tanggung jawab Dinas Pariwisata, Dinas Perdagangan, dan aparat penegak hukum daerah. Namun, koordinasi antar-lembaga masih lemah dan bersifat reaktif, hanya bergerak setelah ada keluhan. Oleh karena itu, perlu dibentuk sistem pengawasan terpadu (*integrated monitoring system*) yang melibatkan pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat.

Salah satu model yang dapat diterapkan adalah pembentukan *Tim Pengawas Harga Wisata* (TPHW) di bawah koordinasi Dinas Pariwisata. Tim ini terdiri dari unsur pemerintah daerah, asosiasi pelaku usaha, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dan aparat kepolisian. Fungsi utamanya meliputi audit harga berkala, penerbitan laporan harga referensi, dan tindak lanjut laporan masyarakat. Untuk mendukung efisiensi, sistem digitalisasi data harga dapat

dikembangkan agar pelaku usaha wajib mendaftarkan kisaran harga produk dan jasanya melalui platform resmi pariwisata daerah. Sistem ini memungkinkan wisatawan membandingkan harga sebelum bertransaksi dan meningkatkan keterbukaan publik.

Dalam penerapan sanksi, struktur hukum harus menegakkan prinsip proporsionalitas agar tidak menghambat aktivitas ekonomi. Model *graduated sanctions system* dapat diterapkan, yakni peringatan untuk pelanggaran ringan, denda administratif untuk pelanggaran sedang, dan pencabutan izin untuk pelanggaran berat. Selain itu, partisipasi masyarakat dan pelaku usaha juga perlu diperkuat melalui pembentukan *Forum Kemitraan Wisata Adil (Fair Tourism Partnership Forum)*, yang berfungsi memberikan masukan kebijakan dan memfasilitasi dialog antara pelaku usaha, konsumen, dan pemerintah.

Elemen ketiga adalah budaya hukum, yakni kesadaran dan sikap masyarakat terhadap hukum dan keadilan. Tanpa budaya hukum yang baik, substansi dan struktur hukum tidak akan efektif. Dalam sektor pariwisata kuliner, kesadaran pelaku usaha terhadap etika bisnis dan kejujuran ekonomi masih lemah. Oleh karena itu, pembangunan etika bisnis perlu menjadi bagian integral dari kebijakan hukum pariwisata.

Pemerintah bersama asosiasi pelaku usaha dapat merumuskan *kode etik pariwisata kuliner* yang menegaskan prinsip transparansi, kejujuran, dan perlakuan adil terhadap konsumen. Pelaku usaha yang mematuhi kode etik dapat diberikan sertifikasi *Tourism Business Ethics Label* sebagai bentuk insentif moral dan ekonomi. Program ini tidak hanya mendorong praktik usaha etis, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik.

Selain itu, edukasi konsumen (*consumer education*) perlu diperkuat. Pemerintah daerah dapat meluncurkan kampanye informasi harga wajar melalui media sosial, brosur, dan situs pariwisata resmi. Upaya ini bertujuan meningkatkan kesadaran wisatawan agar lebih kritis dan berani melapor jika mengalami praktik harga yang tidak adil.

Budaya hukum juga harus ditopang oleh perilaku aparat penegak hukum yang adil dan konsisten. Penegakan hukum tidak boleh diskriminatif dan harus dilakukan tanpa pandang bulu, termasuk terhadap pelaku usaha besar. Konsistensi penegakan ini membangun kepercayaan publik terhadap hukum dan memperkuat legitimasi negara sebagai pelindung keadilan sosial, sebagaimana ditekankan oleh Satjipto Rahardjo bahwa hukum bukan sekadar alat kekuasaan, tetapi juga sarana pembebasan sosial.

Dari ketiga unsur di atas, dapat dirumuskan model *Balanced Tourism Pricing Policy* sebagai konsep kebijakan hukum integratif untuk menyeimbangkan kepentingan pelaku usaha dan konsumen. Model ini memiliki empat pilar utama, yaitu: transparansi harga sebagai kewajiban hukum bagi semua pelaku usaha pariwisata; Pengawasan digital terpadu melalui platform daring yang menyediakan informasi harga referensi dan kanal pengaduan; Sertifikasi etika usaha wisata, yakni pemberian label “Usaha Wisata Jujur” bagi pelaku usaha yang memenuhi standar transparansi dan etika; Penegakan hukum proporsional, yang menyeimbangkan aspek sanksi dan pembinaan bagi pelaku usaha.

Model ini mencerminkan pendekatan preventif dan restoratif dalam kebijakan hukum, menempatkan hukum tidak hanya sebagai alat penindakan (*repressor*), tetapi juga sebagai sarana pendidikan (*educator*) dan motivasi sosial.

Pada akhirnya, kebijakan hukum yang ideal dalam penetapan harga pariwisata kuliner bukanlah kebijakan yang membatasi pasar, tetapi yang menuntun pasar menuju keadilan. Kebebasan berusaha tetap dihormati sebagai hak ekonomi warga negara, namun harus dijalankan dengan transparansi, moralitas, dan tanggung jawab sosial. Dengan menerapkan model kebijakan hukum yang integratif, Indonesia dapat mewujudkan sistem pariwisata yang kompetitif secara ekonomi sekaligus berkeadilan secara sosial.

SIMPULAN

Fenomena kenaikan harga makanan dan minuman secara tidak wajar di destinasi wisata mencerminkan ketidakseimbangan antara hak pelaku usaha dan hak konsumen. Prinsip kebebasan berusaha yang dijamin oleh Pasal 27 ayat (2) dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 memberikan hak bagi pelaku usaha untuk menetapkan harga, namun kebebasan tersebut tidak bersifat mutlak. Ia harus dijalankan dalam batas moral, keadilan sosial, dan tanggung jawab ekonomi terhadap kepentingan konsumen. Ketika pelaku usaha menetapkan harga secara eksploitatif atau tanpa transparansi, tindakan tersebut melanggar asas keadilan kontraktual dan bertentangan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Dengan demikian, permasalahan kenaikan harga tidak hanya bersifat ekonomi pasar, tetapi juga merupakan isu hukum normatif yang menuntut rekonstruksi kebijakan hukum agar kebebasan berusaha tidak mengorbankan hak konsumen atas harga yang adil dan wajar.

Kerangka hukum yang berlaku saat ini belum secara tegas mengatur batas kewajaran harga maupun mekanisme pengawasan di sektor pariwisata kuliner, sehingga perlindungan konsumen masih lemah terhadap praktik *price gouging*. Oleh karena itu, hukum harus berfungsi tidak hanya sebagai alat represif, tetapi juga sebagai instrumen preventif dan edukatif untuk membentuk perilaku usaha yang etis. Kebijakan hukum ideal perlu dibangun melalui pendekatan sistemik yang mengintegrasikan substansi, struktur, dan budaya hukum. Model kebijakan yang tepat adalah *Balanced Tourism Pricing Policy*, yang menekankan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan perlindungan konsumen melalui empat pilar utama: transparansi harga sebagai kewajiban hukum, pengawasan digital terpadu, sertifikasi etika usaha wisata, dan penegakan hukum proporsional. Dengan penerapan model ini, kebebasan berusaha dapat dijalankan secara bertanggung jawab, sementara konsumen wisatawan memperoleh jaminan atas keadilan harga dan kepastian hukum dalam setiap transaksi pariwisata.

DAFTAR RUJUKAN

Apriani, Henny. "Consumer Education as Preventive Legal Protection." *Jurnal Law Reform* 17, no. 1 (2021): 85–94.

-
- Apriani, Henny. "Preventive Protection in Consumer Law: Strengthening Legal Policy in Indonesia." *International Journal of Law and Society* 4, no. 3 (2021): 102-118.
- Consumer Protection Legislation: A Neglected Determinant of Destination Competitiveness? *Journal of Travel Research* (ResearchGate).
- Craswell, Richard. "Passing on the Costs of Legal Rules: Efficiency and Distribution in Buyer-Seller Relationships." *Stanford Law Review* 43, no. 3 (1991): 561-575.
- Dewi, Kurnia. "Peran Negara dalam Mengatur Kegiatan Ekonomi Berdasarkan Pasal 33 UUD 1945." *Jurnal Konstitusi* 17, no. 4 (2020): 789-805.
- Drucker, Peter F. *The Practice of Management*. New York: Harper & Row, 1954.
- European Parliament. *Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices*. Brussels: Official Journal of the European Union, 2005.
- Friedman, Lawrence M. *Law and Society: An Introduction*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1977.
- Friedman, Lawrence M. *The Legal System: A Social Science Perspective*. New York: Russell Sage Foundation, 1975.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.
- Lee, Seung-Hwan. "Price Transparency and Fairness in Tourism Services." *Journal of Travel & Tourism Marketing* 36, no. 5 (2019): 557-571.
- Ministry of Tourism Thailand. *Tourism Pricing Digital Strategy Report*. Bangkok: MOT, 2021.
- Ningsih, Rika Dwi. "Keadilan Ekonomi dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen." *Jurnal RechtsVinding* 12, no. 1 (2023): 44-60.
- Nurhayati, Rahmi. "Penerapan Sanksi Administratif dalam Hukum Ekonomi Indonesia." *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi* 8, no. 1 (2021): 33-47.
- Purwanto, Dedi. "Kemitraan Pemerintah dan Pelaku Usaha dalam Kebijakan Pariwisata Berkelanjutan." *Jurnal Administrasi Publik* 9, no. 3 (2022): 229-245.
- Rahardjo, Satjipto. *Hukum dan Masyarakat*. Bandung: Angkasa, 1980.
- Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Rahmawati, Fitria. "Etika Bisnis dan Perlindungan Konsumen di Sektor Pariwisata." *Jurnal Hukum Ius Civile* 7, no. 2 (2023): 199.
- Rahmawati, Fitria. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Praktik Getok Harga di Kawasan Wisata." *Jurnal Hukum Ius Civile* 7, no. 2 (2023): 187-202.
- Rawls, John. *A Theory of Justice*. Cambridge: Harvard University Press, 1999.
- Santoso, Nurhadi. "Implementasi Perlindungan Konsumen dalam Kebijakan Harga Wisata Kuliner di Daerah Pariwisata." *Jurnal Ilmu Hukum Yustisia* 11, no. 2 (2022): 67-83.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 2019.
- Singapore Tourism Board. *Consumer Pricing Transparency Initiative*. Singapore: STB, 2020.
- Smith, Adam. *The Wealth of Nations*. London: Methuen, 1776.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

The Price Tag of Tourism: Does Tourism Activity Increase the Prices of Goods and Services? Tourism Economics. SAGE Journals.

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

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

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.