



Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Rak Display Dengan Struk Kasir Di Minimarket Berdasarkan Pasal 7 Ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2013

Ni Made Mahachandra Saraswati Mastera¹, Ni Ketut Sari Adnyani², Ratna Artha Windari³

Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia¹⁻³

Email Korespondensi: mahachandra@undiksha.ac.id, sari.adnyani@undiksha.ac.id,
ratnawindari@undiksha.ac.id

Article received: 01 November 2025, Review process: 11 November 2025

Article Accepted: 25 Desember 2025, Article published: 20 Februari 2026

ABSTRACT

This study is motivated by the frequent discrepancies between the prices displayed on shelves and those printed on cashier receipts in minimarkets, which may cause consumer losses and legal uncertainty. The research focuses on a juridical analysis of Article 7 paragraph (2) of Minister of Trade Regulation Number 35 of 2013, which stipulates that the lowest price shall apply in the event of a price discrepancy. This research employs a normative juridical method using statutory and conceptual approaches, based on library research of primary, secondary, and tertiary legal materials, analyzed descriptively and qualitatively through grammatical interpretation. The findings indicate that price labeling regulations under Law Number 8 of 1999, Ministerial Regulation Number 35 of 2013, and Ministerial Regulation Number 69 of 2018 have generally provided preventive and repressive legal protection for consumers. However, the phrase "stated price" in Article 7 paragraph (2) remains vague, as it does not clearly specify the form or location of the displayed price, leading to multiple interpretations in practice. Therefore, while the provision reflects a progressive consumer protection approach, it requires clearer formulation to ensure legal certainty.

Keywords: Consumer Protection, Price Listing, Price Differences, Minister of Trade Regulation No. 35 of 2013

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya perbedaan antara harga yang tercantum pada rak display dan harga yang tertera pada struk kasir di minimarket, yang berpotensi merugikan konsumen serta menimbulkan ketidakpastian hukum. Permasalahan difokuskan pada analisis yuridis Pasal 7 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2013 yang menetapkan bahwa harga terendah berlaku apabila terjadi perbedaan harga. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, melalui studi kepustakaan terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier, serta dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan teknik interpretasi gramatikal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaturan pencantuman harga dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Permendag Nomor 35 Tahun 2013, dan Permendag Nomor 69 Tahun 2018 pada dasarnya telah memberikan perlindungan preventif dan represif kepada konsumen. Namun, frasa "harga yang dicantumkan" dalam Pasal 7 ayat (2) masih mengandung kekaburan norma karena tidak menjelaskan secara tegas bentuk atau lokasi pencantuman harga, sehingga berpotensi menimbulkan multitafsir dalam praktik. Dengan

demikian, ketentuan tersebut berorientasi progresif dalam melindungi konsumen, tetapi memerlukan penyempurnaan rumusan guna menjamin kepastian hukum.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen, Pencantuman Harga, Perbedaan Harga, Permendag Nomor 35 Tahun 2013*

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor perdagangan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap barang dan jasa. Dinamika sosial dan ekonomi mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menyediakan produk yang kompetitif dan mudah diakses oleh konsumen. Persaingan usaha yang semakin intensif tidak hanya menciptakan peluang ekonomi bagi pelaku usaha, tetapi juga menghadirkan berbagai pilihan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah muncul dan berkembangnya pasar modern seperti minimarket yang hadir sebagai respons atas meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kemudahan dan efisiensi dalam berbelanja (Njatrijani, 2018: 1).

Keberadaan minimarket memberikan kemudahan akses, lokasi yang strategis, serta kenyamanan dalam proses transaksi. Minimarket menyediakan berbagai produk kebutuhan rumah tangga, makanan dan minuman, produk kecantikan, hingga perlengkapan bayi dengan variasi merek yang beragam. Selain itu, program promosi dan potongan harga menjadi strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat konsumen. Kondisi tersebut menjadikan minimarket sebagai salah satu pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari.

Dalam sistem pelayanan minimarket, konsumen secara mandiri memilih dan mengambil barang dari rak display yang telah dilengkapi label harga. Pencantuman harga pada rak display berfungsi sebagai sarana informasi yang memudahkan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian tanpa harus bertanya kepada petugas. Kejelasan harga menjadi faktor penting karena banyak konsumen mendasarkan pilihan pada pertimbangan nilai ekonomis suatu produk (Wahyuni, 2020: 7). Dengan demikian, transparansi informasi harga merupakan elemen krusial dalam menciptakan kenyamanan dan kepastian dalam transaksi jual beli.

Namun demikian, dalam praktiknya sering ditemukan ketidaksesuaian antara harga yang tercantum pada rak display dengan harga yang tercetak dalam struk pembayaran di kasir. Perbedaan harga tersebut menyebabkan konsumen harus membayar lebih tinggi dari harga yang sebelumnya dilihat dan dipertimbangkan. Meskipun selisih nominal terkadang relatif kecil, keadaan ini tetap menimbulkan kerugian dan ketidaknyamanan bagi konsumen (Amaliah & Badriyeh, 2023: 23). Fenomena tersebut juga kerap memicu perselisihan antara konsumen dan pihak minimarket pada saat transaksi berlangsung.

Kasus konkret mengenai selisih harga pernah terjadi pada Maret 2023, ketika seorang konsumen menemukan perbedaan harga antara label rak dan sistem kasir di salah satu gerai minimarket di Jakarta, di mana harga pada kasir lebih tinggi

dibandingkan harga yang tertera pada rak (Sari, 2024: 6). Peristiwa serupa juga diberitakan oleh Merdeka.com pada 27 Juli 2021 terkait ketidaksesuaian harga promosi di sebuah gerai minimarket di Pekanbaru, yang menunjukkan adanya selisih antara harga label dan harga pembayaran. Berbagai kasus tersebut menggambarkan bahwa persoalan selisih harga bukanlah peristiwa insidental, melainkan fenomena yang berulang. Kondisi ini berimplikasi pada menurunnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha.

Dalam perspektif hukum, perlindungan terhadap konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 4 huruf (c) memberikan “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai konsidi dan jaminan barang dan/atau jasa”, sedangkan Pasal 4 huruf (b) bahwa “hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan”. Di sisi lain, Pasal 7 huruf (b) mengatur kewajiban pelaku usaha untuk “memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa keakuratan informasi harga merupakan bagian integral dari perlindungan hukum konsumen.

Selain UUPK, pencantuman harga barang dan/atau jasa diatur secara lebih teknis dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013. Pasal 7 ayat (2) peraturan tersebut menyatakan “dalam hal terdapat perbedaan antara Harga Barang atau Tarif Jasa yang dicantumkan dengan Harga atau Tarif yang dikenakan pada saat pembayaran yang berlaku adalah Harga atau Tarif yang terendah”. Secara normatif, ketentuan ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari praktik pencantuman harga yang merugikan. Akan tetapi, dalam praktiknya ketentuan tersebut masih menimbulkan perdebatan interpretatif.

Permasalahan utama terletak pada frasa “harga atau tarif yang dicantumkan” dalam Pasal 7 ayat (2) yang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit mengenai bentuk harga yang dimaksud. Tidak terdapat kejelasan apakah yang dimaksud adalah harga pada rak display, harga dalam sistem kasir, atau harga yang tercantum dalam struk pembayaran. Kekaburan norma ini membuka ruang penafsiran yang berbeda-beda dan berpotensi merugikan konsumen dalam praktik transaksi. Dalam konteks teori hukum, kondisi tersebut dapat dikategorikan sebagai norma kabur yang memerlukan analisis yuridis lebih lanjut.

Dalam praktiknya, sejumlah sengketa terkait selisih harga telah sampai pada penyelesaian melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen maupun pengadilan negeri, yang menunjukkan bahwa permasalahan ini memiliki implikasi hukum yang nyata (Sabue et al., 2023: 89). Ketidakseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen dalam sistem pasar bebas turut memperkuat potensi kerugian konsumen (Adnyani, 2015: 71). Di satu sisi, pelaku usaha menguasai sistem informasi harga, sementara di sisi lain konsumen berada dalam posisi yang lebih lemah secara struktural. Hal ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara norma perlindungan yang tertulis dan implementasi di lapangan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengidentifikasi beberapa permasalahan utama, yaitu masih terjadinya selisih harga antara rak display dan

struk kasir, adanya kerugian yang dialami konsumen akibat pembayaran yang melebihi harga tercantum, serta kekaburan norma dalam Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan pencantuman harga dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia serta mengkaji secara yuridis ketentuan Pasal 7 ayat (2) tersebut. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan hukum perdata bisnis khususnya di bidang perlindungan konsumen, sedangkan secara praktis dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kedudukan hukum konsumen dalam menghadapi selisih harga di minimarket. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan isu selisih harga sebagai persoalan hukum normatif yang relevan untuk dikaji dalam kerangka perlindungan konsumen di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu suatu pendekatan penelitian hukum yang berfokus pada pengkajian norma-norma hukum positif, asas-asas hukum, serta doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum guna menganalisis permasalahan secara sistematis dan konseptual. Pendekatan ini bertujuan untuk menelaah ketentuan hukum yang mengatur perlindungan konsumen terhadap selisih harga antara rak display dan struk kasir di minimarket, khususnya Pasal 7 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2013, dengan menempatkannya dalam kerangka sistem hukum yang berlaku. Sebagaimana dikemukakan oleh Ali (2014: 58), penelitian hukum normatif menitikberatkan pada norma sebagai pedoman perilaku yang dianggap tepat dan sesuai, sedangkan menurut Benuf & Azhar (2020: 96), penelitian ini juga memperhatikan struktur hierarki peraturan secara vertikal maupun harmonisasi secara horizontal. Ruang lingkup penelitian mencakup kajian terhadap asas hukum, kaidah normatif, sistematika hukum, serta sinkronisasi peraturan perundang-undangan sebagaimana dijelaskan oleh Muhdlor (2012: 105), dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Bahan hukum yang digunakan berupa data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer, yakni KUH Perdata, UUPK, dan Permendag Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013; bahan hukum sekunder seperti buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu; serta bahan hukum tersier seperti kamus hukum dan KBBI. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan dengan cara membaca, mengkaji, dan mengklasifikasikan bahan hukum secara sistematis (Utama, 2020: 76). Analisis bahan hukum dilakukan secara deduktif dan deskriptif kualitatif dengan teknik argumentasi evaluatif (Ariawan, 2013: 30), serta menggunakan metode interpretasi gramatikal untuk menafsirkan norma yang berpotensi kabur dalam Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 (Rosidi et al., 2024: 58).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan terhadap Pencantuman Harga Barang atau Tarif Jasa yang Diperdagangkan Berdasarkan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Pengaturan mengenai pencantuman harga barang dan/atau tarif jasa dalam sistem hukum Indonesia merupakan bagian integral dari rezim perlindungan konsumen. Harga merupakan informasi esensial yang menentukan keputusan konsumen dalam melakukan transaksi. Tanpa kejelasan informasi harga, konsumen berada dalam posisi yang rentan karena tidak memiliki dasar yang cukup untuk menilai kesesuaian antara nilai barang dan jumlah pembayaran yang harus dikeluarkan. Ketidakakuratan atau ketidaksesuaian pencantuman harga berpotensi menimbulkan kesalahan informasi yang merugikan konsumen (Cahaya & Soimaturohmah, 2021: 326). Oleh karena itu, keberadaan regulasi yang mengatur transparansi harga merupakan manifestasi dari prinsip kepastian hukum dan keadilan dalam transaksi perdagangan.

Landasan normatif utama dalam pengaturan pencantuman harga terdapat dalam UUPK. Pasal 4 huruf c memberikan "hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai konsidi dan jaminan barang dan/atau jasa". Ketentuan tersebut mencakup pula informasi mengenai harga sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan. Hak atas informasi ini bertujuan agar konsumen dapat mengambil keputusan secara rasional serta memperoleh perlindungan hukum atas transaksi yang dilakukan. Transparansi harga juga berkontribusi terhadap terciptanya iklim perdagangan yang adil dan meningkatkan kepercayaan konsumen (Cahya & Parsa, 2020: 16).

Selain mengatur hak konsumen, UUPK juga menegaskan larangan bagi pelaku usaha. Pasal 8 huruf f menegaskan bahwa "tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut". Ketidaksesuaian antara harga yang dicantumkan dan harga yang dibayarkan termasuk dalam kategori pelanggaran terhadap ketentuan tersebut. Dalam konteks ini, perbedaan harga antara rak *display* dan struk kasir dapat dipandang sebagai bentuk ketidaksesuaian informasi yang merugikan konsumen (Khotimah & Chairunnisa, 2016: 20). Dengan demikian, norma tersebut memberikan dasar hukum untuk menilai perbuatan pelaku usaha yang tidak konsisten dalam pencantuman harga.

Pengaturan teknis lebih lanjut diatur dalam Permendag Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013. Pasal 2 ayat (1) mewajibkan "Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang secara Eceran dan/atau Jasa kepada Konsumen wajib mencantumkan Harga Barang atau Tarif Jasa secara jelas, mudah dibaca dan mudah dilihat". Ketentuan ini dipertegas dalam Pasal 3 ayat (1) yang mengatur bahwa harga harus dilekatkan atau ditempatkan dekat dengan barang serta dilengkapi jumlah satuan atau jumlah tertentu. Pengaturan tersebut dimaksudkan untuk menjamin aksesibilitas informasi harga bagi konsumen sebelum transaksi dilakukan. Kewajiban ini bukan sekadar administratif, melainkan merupakan instrumen perlindungan hukum terhadap konsumen.

Permendag Nomor 35 Tahun 2013 juga mengatur mengenai transparansi harga dalam kaitannya dengan pajak dan biaya tambahan. Pasal 3 ayat (2)

menegaskan “Dalam hal Barang yang diperdagangkan dikenakan pajak dan/ atau biaya-biaya lainnya, pencantuman Harga harus memuat informasi Harga Barang sudah termasuk atau belum termasuk pajak dan/atau biaya-biaya lainnya”. Ketentuan ini bertujuan untuk mencegah adanya beban biaya tambahan yang tidak diinformasikan sebelumnya kepada konsumen. Selain itu, Pasal 6 ayat (1) menyatakan bahwa “Kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan, Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang secara Eceran dan/ atau Jasa, wajib menetapkan Harga Barang dan/ atau Tarif Jasa dengan Rupiah”. Dengan demikian, regulasi ini memperkuat prinsip keterbukaan dan kepastian dalam sistem perdagangan eceran.

Dalam hal terjadi perbedaan harga, Pasal 7 ayat (1) dan ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 menegaskan bahwa harga yang berlaku adalah harga terendah apabila terdapat perbedaan antara harga yang dicantumkan. Ketentuan ini merupakan bentuk perlindungan langsung terhadap konsumen yang mengalami kerugian akibat ketidaksesuaian informasi harga. Praktik perbedaan harga antara rak *display* dan sistem kasir kerap terjadi dan menimbulkan pembatalan transaksi oleh konsumen karena merasa dirugikan (Maharani & Markeling, 2018: 7). Secara normatif, tanggung jawab atas ketidaksesuaian tersebut berada pada pelaku usaha sebagai pihak yang mengelola sistem penjualan. Oleh karena itu, Pasal 7 ayat (2) berfungsi sebagai mekanisme korektif dalam melindungi kepentingan konsumen.

Dari aspek sanksi, Pasal 9 Permendag Nomor 35 Tahun 2013 mengatur bahwa pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga secara jelas atau tidak menetapkan harga dalam rupiah dapat dikenai sanksi administratif berupa pencabutan izin usaha. Pencabutan tersebut dilakukan setelah pemberian peringatan tertulis sebanyak tiga kali dengan jangka waktu tertentu (Andriasari *et al.*, 2019: 2741). Pengaturan sanksi ini menunjukkan bahwa kewajiban pencantuman harga memiliki konsekuensi hukum yang serius. Dengan adanya ancaman sanksi administratif, norma hukum tidak hanya bersifat deklaratif, tetapi juga memiliki daya paksa. Hal ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan bagian dari kebijakan hukum yang ditegakkan secara sistematis.

Pengawasan terhadap pencantuman harga juga diperkuat melalui Permendag Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa. Pasal 27 huruf h menetapkan bahwa pencantuman harga merupakan objek pengawasan pemerintah. Selanjutnya, Pasal 28 huruf e menegaskan bahwa pengawasan dilakukan melalui pemeriksaan kesesuaian antara harga yang dicantumkan dan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Ketentuan ini memperlihatkan peran aktif pemerintah dalam menjaga konsistensi informasi harga dalam praktik perdagangan. Dengan demikian, sistem perlindungan konsumen tidak hanya bertumpu pada norma, tetapi juga pada mekanisme pengawasan yang terstruktur.

Dalam perspektif hukum perdata, pencantuman harga merupakan bagian dari unsur kesepakatan dalam perjanjian jual beli sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Kesepakatan mengenai harga menjadi salah satu syarat sahnya perjanjian, sehingga perubahan harga secara sepihak pada saat pembayaran

berpotensi menimbulkan cacat dalam kesepakatan. Pasal 1338 KUHPerdara yang menegaskan asas *pacta sunt servanda* memperkuat kedudukan harga sebagai bagian dari perjanjian yang mengikat para pihak. Perbedaan harga antara rak *display* dan struk kasir dapat dipandang sebagai pelanggaran terhadap asas itikad baik dalam perjanjian. Dengan demikian, persoalan selisih harga tidak hanya berdimensi administratif, tetapi juga berkaitan dengan prinsip fundamental hukum perdata.

Apabila dikaitkan dengan asas-asas perlindungan konsumen dalam Pasal 2 UUPK, pencantuman harga yang benar mencerminkan asas keseimbangan, keadilan, dan kepastian hukum. Konsumen sebagai pihak yang secara struktural lebih lemah harus memperoleh perlindungan terhadap praktik perdagangan yang tidak transparan (Hamid, 2017: 2). Dalam praktik, perbedaan harga sering disebabkan oleh kelalaian pelaku usaha dalam memperbarui sistem harga atau mencetak label harga terbaru (Taun & Sa'adah, 2022: 630). Namun, kelalaian tersebut tetap menimbulkan tanggung jawab hukum bagi pelaku usaha. Secara keseluruhan, pengaturan mengenai pencantuman harga dalam berbagai peraturan perundang-undangan telah membentuk kerangka perlindungan hukum yang komprehensif, meskipun dalam implementasinya masih ditemukan permasalahan normatif terkait kejelasan penerapan Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013.

Analisis Yuridis Ketentuan Pasal 7 Ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan

Perkembangan perekonomian nasional telah mendorong pertumbuhan signifikan sektor ritel modern, khususnya minimarket yang kini menjangkau hingga wilayah permukiman masyarakat. Model pelayanan mandiri, ketersediaan barang kebutuhan sehari-hari, serta pencantuman harga pada rak *display* menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Sistem pencantuman harga tersebut pada dasarnya dimaksudkan untuk memberikan kemudahan dan transparansi dalam proses pemilihan barang. Namun dalam praktiknya, kerap ditemukan perbedaan antara harga yang tercantum pada rak *display* dengan harga yang tertera pada struk kasir saat pembayaran dilakukan, sehingga menimbulkan persoalan hukum dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen (Sa'diyah *et al.*, 2023: 171).

Perbedaan harga tersebut menimbulkan kerugian nyata bagi konsumen, terutama dalam bentuk kerugian finansial akibat pembayaran harga yang lebih tinggi dari informasi awal yang diterima. Kondisi ini diperparah oleh kebijakan sebagian pelaku usaha yang tidak memperkenankan pengembalian barang setelah transaksi selesai dilakukan. Situasi demikian menempatkan konsumen pada posisi yang lemah karena pilihan yang tersedia terbatas pada menerima selisih harga atau membatalkan pembelian. Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, keadaan tersebut mencerminkan adanya ketidakseimbangan posisi tawar dalam transaksi perdagangan ritel modern.

Sebagai respons terhadap permasalahan tersebut, pemerintah menetapkan Permendag Nomor 35 Tahun 2013. Pasal 7 ayat (2) peraturan tersebut menyatakan bahwa "Dalam hal terdapat perbedaan antara Harga Barang atau Tarif Jasa yang

dicantumkan dengan Harga atau Tarif yang dikenakan pada saat pembayaran yang berlaku adalah Harga atau Tarif yang terendah". Ketentuan ini secara normatif dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari potensi kerugian akibat kesalahan atau kelalaian pelaku usaha dalam mencantumkan harga. Norma tersebut menunjukkan adanya upaya perlindungan hukum preventif yang dilakukan pemerintah untuk mencegah terjadinya pelanggaran dalam praktik perdagangan (Wulandari *et al.*, 2023: 50).

Substansi Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 tidak hanya menekankan kewajiban administratif pencantuman harga, tetapi juga mengandung prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam transaksi. Pelaku usaha bertanggung jawab atas kebenaran harga yang dicantumkan, baik pada label barang maupun media informasi lainnya. Transparansi harga menjadi elemen penting agar konsumen memperoleh informasi yang akurat sebelum mengambil keputusan pembelian. Dalam konteks ini, tanggung jawab pelaku usaha terhadap kebenaran harga merupakan bagian dari prinsip perdagangan yang beritikad baik (Damsar & Indrayani, 2018: 115).

Secara yuridis, kewajiban pelaku usaha untuk bertindak jujur dan tidak menyesatkan konsumen merupakan bagian dari asas perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK. Pelaku usaha tidak diperkenankan memperdagangkan barang atau jasa yang berpotensi merugikan konsumen akibat informasi yang tidak benar. Tindakan demikian dapat dikategorikan sebagai pelanggaran hukum dan berimplikasi pada pemberian sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (Masitha *et al.*, 2022: 109). Dengan demikian, Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 dapat dipahami sebagai peraturan pelaksana yang mengkonkretkan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam UUPK.

Meskipun memiliki tujuan perlindungan yang jelas, ketentuan Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 masih menyisakan persoalan normatif. Frasa "harga yang dicantumkan" tidak dijelaskan secara eksplisit mengenai lokasi atau media pencantumannya, apakah yang dimaksud adalah harga pada rak *display*, label barang, atau sistem kasir. Kekaburan norma ini membuka ruang multitafsir antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam konteks kepastian hukum, ketidakjelasan tersebut berpotensi melemahkan efektivitas perlindungan yang hendak diberikan.

Multitafsir terhadap frasa tersebut menimbulkan dua kemungkinan penafsiran utama, yakni harga pada rak *display* atau harga pada sistem kasir yang terhubung dengan komputerisasi pusat. Dalam praktik, konsumen cenderung berpegang pada harga yang terlihat secara langsung sebelum transaksi, sedangkan pelaku usaha sering menganggap harga dalam sistem kasir sebagai harga yang sah. Perbedaan interpretasi ini mencerminkan adanya ketidakjelasan rumusan norma. Apabila dikaitkan dengan asas pembentukan peraturan perundang-undangan yang baik sebagaimana diatur dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011, khususnya asas kejelasan rumusan, maka ketentuan tersebut belum sepenuhnya memenuhi standar normatif yang ditentukan (Taklima, 2018: 36).

Penguatan terhadap kewajiban pencantuman harga secara jelas juga dapat ditemukan dalam Permendag Nomor 69 Tahun 2018. Pasal 27 huruf h menegaskan bahwa pemenuhan ketentuan cara menjual melalui pencantuman harga menjadi objek pengawasan perdagangan. Selanjutnya, Pasal 28 huruf e memberikan dasar penindakan terhadap pelaku usaha yang tidak memenuhi ketentuan tersebut. Ketentuan ini berfungsi sebagai norma pengawasan dan penegakan administratif yang memperkuat kewajiban transparansi harga dalam praktik perdagangan.

Dari perspektif hak konsumen, kejelasan informasi harga merupakan bagian dari hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK. Selain itu, Pasal 10 huruf a UUPK melarang pelaku usaha menawarkan atau mempromosikan barang dengan cara yang menyesatkan mengenai harga. Perbedaan antara harga rak *display* dan struk kasir dapat dikualifikasikan sebagai bentuk *misleading price* apabila menimbulkan kesalahpahaman konsumen. Penyesatan harga merupakan pelanggaran terhadap prinsip fundamental perlindungan konsumen karena memengaruhi keputusan pembelian (Susanto, 2008: 10).

Dalam kerangka perlindungan hukum, ketentuan Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 mencerminkan bentuk perlindungan preventif, yaitu upaya pencegahan agar pelaku usaha tidak melakukan pelanggaran sebelum kerugian terjadi. Selain itu, perlindungan hukum represif juga tersedia melalui mekanisme penyelesaian sengketa, termasuk melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), serta penerapan sanksi administratif maupun pidana sesuai UUPK. Dengan demikian, sistem perlindungan konsumen terhadap perbedaan harga telah diatur secara komprehensif dalam kerangka normatif yang saling berkaitan.

Asas kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan menjadi landasan filosofis dalam penerapan Pasal 7 ayat (2) tersebut. Kepastian hukum menuntut agar konsumen tidak dirugikan akibat ketidaksesuaian informasi harga. Asas keadilan menekankan keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha, sedangkan asas kemanfaatan bertujuan menciptakan tertib perdagangan yang kondusif (Atmadja, 2018: 150). Apabila norma tidak dirumuskan secara jelas, maka ketiga asas tersebut sulit diwujudkan secara optimal dalam praktik.

Secara hierarkis, Permendag Nomor 35 Tahun 2013 merupakan peraturan pelaksana yang tidak boleh bertentangan dengan UUPK sebagai aturan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, penafsiran terhadap Pasal 7 ayat (2) harus selalu selaras dengan prinsip-prinsip yang terkandung dalam UUPK, khususnya mengenai hak atas informasi dan larangan penyesatan harga. Secara keseluruhan, ketentuan ini memiliki tujuan normatif yang progresif dalam melindungi konsumen dari kerugian akibat selisih harga, namun kekaburan frasa "harga yang dicantumkan" menunjukkan adanya kelemahan perumusan yang berimplikasi pada efektivitas perlindungan hukum dalam praktik perdagangan ritel modern.

SIMPULAN

(1) Ketentuan tersebut secara normatif dimaksudkan sebagai instrumen perlindungan hukum preventif bagi konsumen dalam menghadapi perbedaan harga antara rak *display* dan struk kasir di minimarket. Pengaturan yang menetapkan bahwa harga yang berlaku adalah harga terendah mencerminkan penerapan asas kepastian hukum, keadilan, dan kemanfaatan, serta selaras dengan prinsip perlindungan konsumen dalam UUPK, khususnya terkait hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur serta larangan penyesatan harga. Meskipun demikian, frasa “harga yang dicantumkan” dalam ketentuan tersebut mengandung kekaburan norma karena tidak memberikan batasan yang tegas mengenai bentuk atau lokasi pencantuman harga, sehingga berpotensi menimbulkan multitafsir dalam praktik perdagangan. Oleh karena itu, secara keseluruhan dapat dipahami bahwa Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 memiliki orientasi perlindungan yang progresif terhadap konsumen, namun efektivitasnya dalam menjamin kepastian hukum masih dipengaruhi oleh ketidakjelasan rumusan norma yang terkandung di dalamnya. (2) Pengaturan mengenai pencantuman harga barang dan/atau tarif jasa dalam hukum perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur secara komprehensif melalui UUPK, Permendag Nomor 35 Tahun 2013, Permendag Nomor 69 Tahun 2018, serta ketentuan dalam KUH Perdata. Keseluruhan regulasi tersebut menegaskan bahwa harga merupakan bagian dari informasi esensial yang wajib disampaikan secara benar, jelas, dan jujur kepada konsumen sebagai perwujudan asas kepastian hukum, keadilan, dan keseimbangan. Ketentuan Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 35 Tahun 2013 secara khusus memberikan perlindungan normatif apabila terjadi perbedaan harga dengan menetapkan bahwa harga terendah yang berlaku, sehingga tanggung jawab atas ketidaksesuaian dibebankan kepada pelaku usaha. Dengan demikian, sistem hukum yang ada pada dasarnya telah menyediakan instrumen preventif dan represif untuk menjamin konsistensi informasi harga dalam transaksi perdagangan, meskipun dalam praktiknya masih ditemukan permasalahan terkait penerapan norma tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Adnyani, N. K. S. (2015). Peranan Ibu Rumah Tangga Dalam Perlindungan Konsumen. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 1(1).
- Ali, Z. (2014). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Amaliah, D. S., & Badriyeh, S. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Akibat Perbedaan Harga Di Dengan Dikasih Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 7(2), 622-629.
- Andriasari, S., Njatrijani, R., & Turisno, B. E. (2019). Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Pada Dengan Struk Kasir Di Indomaret Semarang. *Diponegoro Law Journal*, 8(4), 2734-2749.
- Ariawan, I. G. K. (2013). Metode Penelitian Hukum Normatif. *Kertha Widya*, 1(1).
- Atmadja, I. D. G. (2018). Asas-asas hukum dalam sistem hukum. *Kertha Wicaksana*, 12(2), 145-155.

- Benuf, K., & Azhar, M. (2020). Metodologi penelitian hukum sebagai instrumen mengurai permasalahan hukum kontemporer. *Gema Keadilan*, 7(1), 20-33.
- Cahaya, Y. F., & Soimaturrohmah, S. (2021). Pengaruh label halal, citra merek dan label harga terhadap keputusan pembelian susu formula sgm. *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 161-167.
- Cahya, A. A. N. B. K., & Parsa, I. W. (2020). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Akibat Perbedaan Harga Barang Pada Label dan Harga Kasir. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 8(1), 1-17.
- Damsar, D., & Indrayani, I. (2018). *Pengantar Sosiologi Pasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hamid, A. H., & SH, M. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* Makassar: CV. Sah Media.
- Khotimah, C. A., & Chairunnisa, J. C. (2016). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce). *Business Law Review*, 1, 14-20.
- Maharani, A. A. S. A. S., & Markeling, I. K. (2018). Akibat Hukum terhadap Perbedaan Harga Barang pada Label (Price Tag) dan Harga Kasir. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 2(5), 1-15.
- Masitha, D., Pesulima, T. L., & Balik, A. (2022). Perlindungan Konsumen Terkait Harga Barang Yang Tidak Sesuai Tertera Pada Etalase Dan Struk Belanja. *TATOHI: Jurnal Ilmu Hukum*, 1(11), 1092-1102.
- Muhdlor, M. (2012). *Filsafat Ilmu Hukum*. Surabaya: LaksBang Pressindo.
- Njatrijani, R. (2018). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Semarang: CV. Tigamedia Pratama.
- Rosidi, A., Zainuddin, M., & Arifiana, I. (2024). Metode dalam penelitian hukum normatif dan sosiologis (field research). *Journal Law and Government*, 2(1), 46-58.
- Sabue, H., Kasim, N. M., & Bakung, D. A. (2023). Tinjauan Yuridis Empiris terhadap Divergensi Harga *Display* di Kasir Indomaret dan Alfamart. Eksekusi: *Jurnal Ilmu Hukum dan Administrasi Negara*, 1(4), 121-142.
- Sa'diyah, A., Rahmawati, A. S., Lestari, D. E., Wibisono, D. S. P. D., Triyani, G. E., Khoiriyah, I., ... & Kasiyati, M. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Label Harga Perspektif UUPK No. 8 Tahun 1999. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 7(1), 169-188.
- Sari, N. (2024). *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Indomaret Terhadap Konsumen Yang Mengalami Perbedaan Nilai Antara Lebel Harga Barang Dan Kasir Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan Konsumen* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SINTUWU MAROSO).
- Susanto, H. (2008). *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*. Jakarta: Visimedia.
- Taklima, M. (2018). Aspek Perbuatan Melawan Hukum Dan Iktikad Tidak Baik Dalam implikasi Pencantuman Harga Produk Dengan Pecahan Rupiah Yang Tidak Beredar. *Et-Tijarie: Jurnal Hukum dan Bisnis Syariah*, 5(1).
- Taun, T., & Sa'adah, N. (2022). Perlindungan Konsumen Terkait Harga Yang Berbeda di Rak Barang Dengan Struk di Kasir. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(24), 631-635.

- Utama, D. T. (2020). *Teknik Penelitian dan Analisis Bahan Hukum*. Jakarta: Prenada Media.
- Wahyuni, S. (2020). *Penggunaan Label Harga Yang Tidak Sesuai Dengan Real Harga Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Multi Mart Desa Simbarwaringin Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Wulandari, N. K. T., Ardhya, S. N., & Setianto, M. J. (2023). Implementasi Ketentuan Pasal 2 Ayat 1 Juncto Pasal 3 Ayat 1 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35/M-Dag/Per/7/2013 Terkait Pencantuman Harga Barang Dan Tarif Jasa Di Objek Wisata Pantai Penimbangan Singaraja. *Jurnal Ilmu Hukum Sui Generis*, 3(3), 46-56.