

TINJAUAN YURIDIS PELAKU USAHA DI BIDANG KULINER YANG TIDAK MEMBERIKAN INFORMASI HARGA DITINJAU DARI ASAS PERLINDUNGAN HUKUM

Leonardo

(Mahasiswa Program S1 Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara)

(email : Leonardo.205160212@stu.untar.ac.id)

Mariske Myeke Tampi, S.H., M.H.

(Dosen Fakultas Hukum Universitas Tarumanagara. Meraih Sarjana Hukum Pada Universitas Diponegoro, Magister Hukum Pada Universitas Kristen Satya Wacana)

(E-mail : Mariske@fh.untar.ac.id)

Abstract

Consumer protection is regulated in Law no. 8 of 1999 concerning Consumer Protection. Article 7 paragraphs (2) and (4) contain the obligations of business actors in carrying out business, as an effort to protect consumers, but this has not been achieved optimally, it can be seen in the phenomenon of business actors in the culinary sector that do not include prices in their food and beverage lists. which then causes losses to consumers because the price charged is unreasonable or excessive. Legal protection for consumers who are victims of such practices is still questionable. Seeing the many cases that have sprung up that have been found on social media, in which cases after getting considerable public attention, the local government then takes action against business actors with sanctions in the form of reprimands to closure, creating a situation where legal certainty and clarity is not created. because it is still unclear whether the practice of not including the price of food and drinks and then charging subjectively based on the willingness of the business actor is an act that is prohibited or not

Keywords: *Consumer Protection, Price Information, legal protection*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peraturan perundang-undangan Indonesia hanya mengakui tiga pelaku utama atau subyek dalam perekonomian nasional, yaitu Koperasi, Badan Usaha Milik Negara, dan Perusahaan Swasta. Istilah pelaku usaha umumnya dikenal dengan sebutan pengusaha. Pengusaha adalah setiap orang atau badan usaha yang menjalankan usaha memproduksi, menawarkan, menyampaikan atau mendistribusikan suatu produk kepada masyarakat luas selaku konsumen. Pengusaha memiliki arti yang luas, tidak semata-mata membicarakan produsen, tetapi juga pedagang perantara atau pengusaha.¹

¹ Mariam Darus, *Perlindungan Konsumen dilihat dari perjanjian baku (standar) Kertas Kerja pada simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Binacipta 1980), hal. 57.

Sedangkan Menurut Black's Law Dictionary yang dimaksud dengan konsumen, adalah "A person who buys goods or services for personal, family or household use, with no intention of resale; a nature person who uses products for personal rather than business purposes."²

Bila hanya tiga pelaku utama yang dapat disebut sebagai subyek, maka tanpa dipertanyakan-pun pastilah posisi konsumen memang hanyalah sebagai obyek atau bahkan memang konsumen bukanlah komunitas yang dapat diberi ruang prioritas.³ Menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum adalah sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.⁴

Menurut Muchsin, perlindungan hukum merupakan kegiatan untuk melindungi individu dengan menyasikan hubungan nilai-nilai atau kaidah-kaidah yang menjelma dalam sikap dan tindakan dalam menciptakan adanya ketertiban dalam pergaulan hidup antar sesama manusia.⁵ Perlindungan bagi konsumen pun menjadi suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan berusaha yang sehat. Kegiatan-kegiatan usaha yang sehat melahirkan perlindungan hukum bagi pihak pelaku usaha dan konsumen. Apabila tidak tersedianya suatu perlindungan hukum yang setara, maka akan menimbulkan konsekuensi di mana konsumen pasti memiliki posisi yang lebih lemah.⁶ Kerugian yang dialami oleh konsumen cenderung muncul karena dampak dari adanya hubungan perjanjian antara para pelaku usaha dengan konsumen-konsumen, maupun sebagai dampak dari adanya

² Bryan A. Gardner, ed. Black's Law Dictionary, seventh edition, ST. Paul: West Publishing, 1999), hal. 311.

³ Dr. ABD. Haris Hamid, S.H., M.H., Hukum Perlindungan Konsumen, (Makassar: SAH MEDIA, 2017), hal. 1.

⁴ Phillipus M. Hadjon, Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987), hal. 25.

⁵ Muchsin, Perlindungan dan Kepastian Hukum bagi Investor di Indonesia, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2003), hal. 14.

⁶ Ahmad Miru, Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 1.

perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh produsen.⁷ Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan bahwa perlindungan konsumen merupakan upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan bagi para konsumen.⁸ Upaya untuk menjamin akan kepastian hukum sudah ditentukan secara nyata melalui UUPK serta Undang-Undang lainnya yang berkaitan, baik dalam pengaturan melalui hukum privat maupun publik.

Konsumen adalah suatu unsur yang sangat penting di dalam kegiatan usaha perekonomian dan bisnis. Besarnya peran para konsumen dalam menunjang kegiatan perekonomian di suatu negara menimbulkan suatu keharusan untuk mendapatkan perlindungan hukum. Dalam upaya-upaya meningkatkan harkat dan martabat serta menjamin dan melindungi hak-hak yang dimiliki konsumen, konsumen juga perlu meningkatkan pengetahuan, kesejahteraan, kesadaran, kemampuan, kepedulian, dan kemandirian agar dapat melindungi diri sendiri serta menuntut agar pelaku usaha selalu disiplin dalam bertanggung jawab. Seiring berjalannya waktu, kesibukan konsumen semakin bertambah yang mana menimbulkan suatu kebiasaan agar konsumen harus selalu dapat bersikap efisien, efektif dan praktis. Dalam menyikapi hal-hal ini, dapat kita lihat bahwa sektor usaha kuliner atau pelaku usaha penyedia dan pengelola pangan sangat berkembang pesat di Indonesia. Di dalam hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha kuliner, ketika pihak konsumen memesan makanan, pada saat itu telah lahir hubungan kontraktual (*privity of contract*) yang mana konsumen dituntut untuk memenuhi kewajibannya membayar harga makanan tersebut, dan pelaku usaha kuliner dituntut melakukan kewajibannya untuk menyediakan makanan sesuai dengan pesanan konsumen.⁹

⁷ Ibid., hal.1.

⁸ Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42)*, Pasal 1 ayat (1)

⁹ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grafindo, 2004), hal. 6.

Dalam praktik konkretnya, konsumen kerap kali berada di dalam posisi yang tidak menguntungkan, dimana pihak produsen atau selaku pelaku usaha kuliner tidak memberikan informasi yang jelas sehingga berdampak dengan merugikan konsumen. Sebagai contoh kasus, di sebuah rumah makan di kawasan wisata Pantai Karang Bolong, Anyer, konsumen mendatangi sebuah rumah makan yang mana tidak mencantumkan harga di daftar menunya. Kemudian konsumen merasa dirugikan karena ketika melakukan transaksi pembayaran, harga yang harus dibayarkan oleh konsumen tersebut sangatlah tinggi dan memiliki perbedaan yang sangat signifikan dengan rumah makan yang menyajikan makanan serupa dan tempat serupa. Contoh kasus seperti ini mengakibatkan sebuah kedudukan dimana pelaku usaha dan konsumen tidak memiliki posisi yang seimbang. Konsumen menjadi objek eksploitasi bisnis yang mana pihak pelaku usaha berusaha meraup atau memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya melalui cara penjualan yang sepihak yang mana merugikan konsumen. Selain kasus tersebut, terdapat pula kasus yang terjadi di kota Jepara di wilayah wisata Bandengan JOP pada tanggal 26 Desember 2016 yang mana pada saat itu pihak konsumen tengah memasuki suatu rumah makan yang juga tidak mencantumkan harga makanan di daftar menunya, kemudian konsumen memesan dua gelas jeruk dingin, dua gelas teh dingin, satu gelas teh hangat, tiga porsi kerang masak, dua porsi ikan kerapu, empat bakul nasi, dan satu bungkus rokok. Setelah melakukan transaksi pembayaran, pihak konsumen sangat merasa dirugikan karena total uang yang harus dibayarkan adalah sejumlah dua juta tiga ratus empat ribu Rupiah, hal ini dianggap merugikan karena konsumen menilai makanan yang disajikan tidak sesuai dengan harga yang harus dibayarkan. Namun pihak konsumen tidak dapat berbuat lain selain membayarkan tagihan tersebut sebagai bentuk pemenuhan prestasi untuk membayar atas barang yang dipesannya. Dari dua kejadian di atas, dapat kita lihat bahwa masih banyak praktik-praktik yang dilakukan oleh pelaku usaha kuliner yang mana tidak sesuai atau bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dengan ketidaktahuan konsumen akan informasi atas barang yang diperdagangkan oleh pelaku usaha, dapat menimbulkan kerugian yang besar bagi konsumen. Konsumen perlu memiliki kesadaran dan pengetahuan bahwa sebagai konsumen, dirinya memiliki hak untuk memperoleh informasi. Dengan tidak memadainya informasi yang disediakan oleh pihak pelaku usaha untuk konsumen, memiliki dampak potensi terjadinya praktik-praktik yang merugikan.

Tujuan dibentuknya UUPK adalah untuk melindungi kepentingan konsumen ketika bertransaksi secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat. yang sekaligus dapat menjadi acuan pelaku usaha untuk dapat meningkatkan mutu produk yang di jualnya.) Tujuan itu dituangkan dalam yaitu dalam Pasal 7 huruf (b) dan (d) Jo. Pasal 10 UUPK:

1. Pasal 7 huruf (b): memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
2. Pasal 7 huruf (d): menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;¹⁰
3. Pasal 8: Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan.¹¹

Hal itu dibahas dalam pembahasan umum Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah dan terutama disebabkan oleh rendahnya

¹⁰ Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42)*, Pasal 7

¹¹ *Ibid.*, Pasal 8

pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang 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.¹²

Undang-Undang Perlindungan Konsumen mendefinisikan konsumen sebagai “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaatan barang dan jasa untuk tujuan tertentu. Sedangkan pengertian untuk undang-undang perlindungan konsumen di atas adalah setiap orang pemakai dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga orang lain maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.¹³

Perlindungan tersebut terlihat dalam ketentuan tentang perlunya hak masyarakat dilindungi, karena kurangnya pengetahuan dan kurangnya konsumen dalam memahami haknya sebagai konsumen. Hal itu tertuang dalam Pasal 4 dalam UUPK yang berisi tentang hak-hak konsumen, yaitu:

Hak konsumen adalah:

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;

¹² Ibid., Penjelasan, Umum, Alinea ke-4

¹³ Dr. Abdul Halim Barkatullah, Hak-hak Konsumen, (Bandung: Nusamedia, 2010), hal. 30.

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.¹⁴

Melihat masih banyak “oknum-oknum” pelaku usaha di bidang kuliner yang belum mengimplementasikan perilaku sebagaimana yang terdapat di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia, ditunjang dengan masih banyaknya pihak konsumen yang menjadi korban tanpa melakukan suatu tindakan perlawanan hukum bagi pelaku usaha yang merugikan tersebut, maka penulis tertarik untuk menulis jurnal ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penulisan Jurnal ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan mengenai kewajiban pelaku usaha di bidang kuliner yang tidak memberikan informasi harga di Indonesia?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan oleh konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha di bidang kuliner atas harga yang tidak wajar yang sebelumnya tidak dicantumkan di daftar menu di Indonesia?

C. Metode Penelitian

¹⁴ Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42)*, Pasal 4.

Penelitian hukum adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.¹⁵ Untuk membahas permasalahan dalam penulisan ini, maka penulis akan menggunakan metode sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian hukum untuk keperluan akademis yang digunakan untuk menyusun karya akademis.) Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yuridis normatif, yang bersifat deskriptif analisis, yang bertujuan memberikan data seteliti mungkin berdasarkan hukum positif yang berlaku.¹⁶

2. Jenis dan Sumber Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka.¹⁷

Pada tahapan ini peneliti melakukan kegiatan pengumpulan data sekunder yang didapat dari bahan-bahan pustaka yang lazim, berupa:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan yang merupakan produk hukum, antara lain:
 - 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - 2) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana;
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan seperti buku, artikel, jurnal, majalah yang berkaitan dan berisi informasi tentang tanggung

¹⁵ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-1, (Jakarta: Kencana Media Group, 2006), hal. 35.

¹⁶ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hal.86.

¹⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), hal. 13.

jawab pelaku usaha, hak-hak pelaku usaha, tanggung jawab konsumen, serta hak-hak konsumen. Bahan-bahan ini digunakan peneliti guna menunjang dan membantu peneliti dalam mengulas permasalahan dalam bahan hukum primer.

Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang akan memberikan petunjuk dan penjelasan mengenai bahan hukum primer dan sekunder, yaitu Kamus Besar Bahasa Indonesia.

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan-pendekatan yang digunakan dalam penelitian hukum adalah pendekatan undang-undang (statute approach), pendekatan kasus (case approach), dan pendekatan konseptual (conceptual approach).¹⁸

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan undang-undang yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang dijalani. Pendekatan undang-undang ini akan membuka kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari adakah konsistensi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan undang-undang lainnya atau antara regulasi dan undang-undang.

II. PEMBAHASAN

A. Pengaturan mengenai kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menu di Indonesia

Membahas mengenai kewajiban pelaku usaha untuk mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menu sebuah rumah makan, Penulis telah mengangkat tiga contoh kasus yang viral di media sosial terkait dengan restoran atau tempat makan yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menunya yaitu, yang pertama adalah Warung Makan lamongan Indah Lesehan Bu Anny, sebuah warung makan

¹⁸ Ibid., hal.133.

lesehan yang terletak di pinggir Jalan HOS Cokroaminoto, Kecamatan Slawi, Kabupaten Tegal, 100 meter ke arah timur dari perempatan PLN Jalan Ahmad Yani, Kecamatan Slawi; Warung Makan Sunda Ma Abeng, sebuah warung makan khas Sunda yang bertempat di kawasan Citayam, Bogor; dan Rumah Makan Seafood yang terletak di Pantai Bandengan, Jepara.

Dari ketiga contoh kasus ini, dapat ditemukan persamaan modus operandi yaitu:

1. Tidak adanya pencantuman harga makanan dan minuman di dalam daftar menu rumah makannya;
2. Harga yang kemudian diberikan kepada konsumen memiliki nominal yang “tidak wajar” dikarenakan bervariasi dan tidak memiliki parameter tertentu;
3. Adanya konsumen yang merasa dirugikan oleh rumah makan tersebut.

Dari tiga persamaan ini dapat kita lihat bahwa dengan premis tidak dicantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menu suatu rumah makan, menyebabkan ketidaktahuan konsumen akan informasi harga makanan tersebut, sehingga berdampak konsumen kemudian merasa dirugikan dan tidak puas akibat harga yang harus dibayarkan tidak sesuai dengan ekspektasinya. Selain itu, hal ini juga menimbulkan suatu celah dimana pedagang yang pada prinsip umumnya berdagang untuk meraih keuntungan, tidak berdagang dengan itikad baik karena memiliki peluang untuk menagihkan harga setinggi-tingginya kepada konsumen yang telah mengkonsumsi makanan atau minuman di rumah makannya.

Melihat dari regulasi yang sudah diaturkan oleh Pemerintah, di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sendiri sudah diatur mengenai hak konsumen di dalam Pasal 4 huruf b yaitu konsumen memiliki 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 huruf c yaitu konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Di dalam Pasal 4 huruf b dan huruf c ini telah tertulis secara jelas bahwa konsumen memiliki hak untuk mengetahui informasi mengenai harga suatu barang dan juga memiliki hak penuh dalam menukar barang tersebut sesuai dengan harga atau nilai tukar yang telah diperjanjikan sebelumnya terlebih dahulu, hal ini kemudian melahirkan suatu fakta bahwa di dalam suatu transaksi, harus terlebih dahulu disepakati nilai tukar suatu barang.

Kemudian melihat kewajiban pelaku usaha sebagaimana yang tercantum di dalam Pasal 7 UUPK huruf a yaitu pelaku usaha memiliki kewajiban untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, dan huruf b yaitu 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. Hal ini tentu berkaitan terhadap pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menu rumah makannya dikarenakan dari tiga contoh kasus yang Penulis angkat diatas, ditemukan bahwa ketiga rumah makan yang berbeda tersebut yang mana tidak mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menunya kemudian menagihkan kepada konsumen yang telah makan dan minum dirumah makannya total tagihan yang tidak masuk akal dan tidak sewajarnya. Hal ini jelas menunjukkan bahwa pelaku usaha dalam memperdagangkan barang dan/atau jasanya tidak berlandaskan atas itikad baik, kemudian informasi atas barang dan/atau jasanya tersebut juga tidak diberikan dengan benar, jelas, dan jujur melihat harga yang tidak tertera kemudian tagihan yang tidak sewajarnya.

Di dalam Pasal 10 UUPK sendiri tepatnya huruf a menyatakan secara jelas dan tegas bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar

atau menyesatkan mengenai harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa. Secara a contrario menurut Penulis maka dari Pasal ini dapat kita tarik kesimpulan bahwa pelaku usaha berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan mengenai harga dari suatu makanan atau minuman yang ditawarkannya.

Namun kemudian pendapat ini dibantah oleh DR. Anna Maria Tri dan Bapak Slamet Riyadi yang mana mereka berpendapat bahwa hal ini tidak tepat. DR. Anna Maria Tri berpendapat bahwa secara a contrario, interpretasi Pasal 10 UUPK akan lebih tepat apabila pelaku usaha harus membuat pernyataan yang benar dan jujur terkait harga makanan, yang mana berarti bukan mewajibkan pelaku usaha untuk mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menunya sehingga pengaplikasian Pasal 10 atas perbuatan seperti ini kurang tepat. Menurut beliau, tidak mudah untuk menilai suatu perbuatan yang tidak lazim oleh seseorang untuk selalu diartikan sebagai bentuk pelanggaran kaidah hukum, kecuali apabila terdapat larangan hukum yang secara nyata dan jelas menuliskan bahwa perbuatan tersebut dilarang. Adapun Bapak Slamet Riyadi berpendapat bahwa beliau cenderung menerapkan metode analogi dalam menginterpretasikan hukum, sehingga Pasal 10 dianggap tidak tepat karena tidak tertulis secara jelas bahwa pelaku usaha diwajibkan untuk mencantumkan harga di dalam menu makanannya. Hal ini kemudian juga menimbulkan banyak pertanyaan terkait apakah wajib bagi seorang pelaku usaha untuk memberikan informasi terkait harga yang ditawarkannya.

Namun berbeda pandangan dengan kedua ahli diatas, Dr. Renti Maharaini berpendapat bahwa seorang pelaku usaha memiliki kewajiban yang mutlak untuk memberikan informasi yang jelas dan benar terkait dengan harga makanan karena hal ini kemudian mencerminkan implementasi dari Pasal 7 UUPK yaitu beritikad baik. Menurut beliau, pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga di dalam daftar menu makanan dan minumannya yang mana kemudian merugikan konsumen

karena harga yang ditagihkan tidak sewajarnya atau sewenang-wenang dengan jelas telah melanggar kewajiban pelaku usaha Pasal 7 huruf a jo. Pasal 10 huruf a UUPK.

Kemudian DR. Anna Maria Tri serta Bapak Slamet Riyadi juga berpendapat bahwa dengan tidak adanya regulasi atau kebijakan yang mengatur secara jelas mengenai perbuatan seperti ini, maka cenderung perbuatan ini dianggap sebagai suatu penyimpangan sosial atau sesuatu yang tidak melanggar kaidah hukum melainkan hanya berbeda atau menyimpang dari kebiasaan. Menurut Bapak Slamet Riyadi, praktik sebuah rumah makan yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menunya yang kemudian menagihkan harga yang tidak wajar kepada pihak konsumen merupakan suatu celah hukum di Indonesia dimana perbuatan ini sudah sangat jelas melanggar hak yang dimiliki konsumen serta berpotensi besar untuk memberikan kerugian kepada konsumen sehingga perbuatan seperti ini tidak boleh dikategorikan sebagai perbuatan penyimpangan dari kebiasaan melainkan harus segera dibuat regulasi atau kebijakan yang jelas mengaturnya agar menciptakan kepastian hukum di Indonesia. Beliau menambahkan bahwa praktik seperti ini harus digolongkan sebagai suatu delik umum yang mana tidak memerlukan adanya laporan dari konsumen yang merasa dirugikan terlebih dahulu mengingat makna atau semangat dari dibentuknya hukum perlindungan konsumen ialah untuk membela hak dan kepentingan konsumen serta menciptakan keadaan yang seadil-adilnya.

Adapun faktor yang menyebabkan fenomena seperti ini terjadi di Indonesia dipengaruhi oleh banyak hal. Menurut DR. Anna Maria Tri, selain daripada pihak pemerintah untuk melindungi konsumen, konsumen di Indonesia juga dituntut untuk dapat menjadi konsumen yang cerdas. Beliau sangat menyayangkan melihat data Indeks Keberdayaan Konsumen (IKK) Indonesia yang mana dibandingkan dengan IKK dari negara lain, konsumen Indonesia masih berada di tingkatan paham saja, belum sampai tingkat kritis

sebagaimana yang ditemukan di negara lain yang menurut beliau konsumennya terdidik. Konsumen perlu memahami lebih dalam lagi dan dapat berperilaku kritis akan hak dan kewajiban yang dimiliki oleh dirinya dan pelaku usaha.

Bapak Slamet Riyadi mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi fenomena seperti ini dikarenakan kurangnya pemahaman konsumen atas hak dan kewajiban yang dimilikinya. Hal ini dapat disimpulkan melihat di BPKN sendiri sampai sekarang belum ditemukan laporan atas kasus seperti ini, sedangkan kasus seperti ini sudah banyak ditemukan di masyarakat luas yang mana viral di media sosial. Menurut beliau, seharusnya konsumen yang merasa dirugikan melaporkan segera kasus ini baik ke BPKN maupun ke dinas resmi daerah terkait semisal dinas penertiban atau perdagangan setempat karena kasus seperti ini merupakan pelanggaran atas hak konsumen. Bapak Slamet juga memberi pandangan bahwa faktor lain yang mempengaruhi perlindungan konsumen di Indonesia belum maksimal dikarenakan lembaga seperti BPKN yang mana memiliki fungsi dan tujuan untuk membela hak dan kepentingan konsumen tidak diberikan kewenangan untuk eksekusi, melainkan hanya untuk menerima laporan yang kemudian dioleh untuk direkomendasikan kepada pemerintah. Selain itu faktor lainnya berupa mental yang dimiliki konsumen di Indonesia masih perlu ditingkatkan, hal ini terbukti melihat pola pikir rata-rata konsumen Indonesia yang selalu “nerimo” serta malas hukum. Sebagai contohnya, ketika seorang konsumen membeli sebuah kipas angin yang mana kemudian kipas tersebut rusak karena cacat produksi, kemudian rata-rata konsumen tidak akan menuntut pelaku usaha untuk bertanggung jawab, melainkan lebih memilih untuk membeli kembali kipas angin yang baru dikarenakan harga yang relatif murah. Hal kecil seperti ini sebenarnya memiliki pengaruh besar karena hal ini mencerminkan sikap kepedulian serta pengetahuan akan hak yang dimiliki oleh konsumen.

B. Sanksi bagi pelaku usaha rumah makan yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menu dan upaya yang dapat dilakukan konsumen yang dirugikan

Membahas mengenai sanksi, berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 62 ayat (1) berbunyi bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Hal ini kemudian menimbulkan pertanyaan melihat kasus Rumah Makan Lesehan Ibu Anny yang telah menimbulkan kerugian pada banyak konsumen diberikan sanksi oleh pemerintah daerah Tegal berupa penutupan sementara saja. DR. Anna Maria Tri berpendapat bahwa pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman tidak hanya diukur melalui UUPK saja, mengingat asas *lex specialis derogat legi generali* yaitu dimana hukum yang khusus dapat mengesampingkan hukum yang sifatnya umum, sehingga dalam hal ini pelaku usaha lebih tepat dikenakan regulasi Permen Parekrif No. 12 Tahun 2004 Tentang Standar Usaha Restoran yang mana mengatur bagi pelanggar diberikan sanksi berupa sanksi administratif berupa teguran hingga penutupan baik sementara maupun permanen.

DR. Anna Maria Tri menambahkan bahwa aturan regulasi pelaku usaha restoran atau rumah makan sepenuhnya diserahkan kepada Pemerintah Daerah setempat untuk pelaksanaannya. Sanksi yang diberikan juga harus sesuai dengan keadilan dan kepatutan, sehingga memang diperlukan regulasi yang jelas agar terwujud jaminan kepastian hukum dan bukan semata-mata subjektivitas dari penegak hukum atau pemerintah baik pusat maupun daerah. Akan sangat aneh apabila keuntungan yang diraup oleh pelaku usaha yang tidak beritikad baik hanya sebesar puluhan hingga ratusan ribu namun dibebani sanksi hingga dua miliar rupiah.

Hal ini juga sejalan dengan pendapat Bapak Slamet Riyadi yang menyatakan bahwa Pemerintah Daerah setempat sebaiknya membuat suatu kebijakan atau regulasi yang tegas dan jelas terkait perbuatan seperti ini. Namun kontradiktif dengan Ibu Anna Maria, menurut Bapak Slamet Riyadi sanksi yang sebaiknya diberikan haruslah seberat mungkin dengan tujuan memberikan efek jera kepada pelaku usaha. Apabila sanksi yang diberikan hanyalah sekedar sanksi administratif yang mana paling berat adalah penutupan permanen, hal ini tidak menjamin pelaku usaha tersebut berubah, ada kemungkinan lain seperti pelaku usaha tersebut membuka suatu usaha baru dengan praktik yang sama sehingga potensi konsumen dirugikan masih ada tidak hilang.

Menurut Bapak Slamet Riyadi, untuk memberikan efek jera selain menggunakan sanksi penjara dan denda juga dapat diberikan sanksi sosial seperti publikasi identitas pelaku usaha yang curang sehingga masyarakat menjadi tahu dan lebih berhati-hati saat akan bertransaksi. Kemudian adapun hasil wawancara dengan Dr. Renti Maharaini yaitu beliau berpendapat bahwa sanksi yang diancamkan bagi pelanggar Pasal 10 UUPK terlalu berat sehingga akan lebih baik apabila konsumen yang mengalami kerugian atas rumah makan yang tidak mencantumkan harga makanan kemudian membuat laporan kepada dinas setempat sehingga kemudian dapat dilakukan mediasi dengan pelaku usaha dan kemudian apabila pelaku usaha tersebut memang melanggar prinsip itikad baik, dapat dijatuhkan sanksi peringatan hingga penutupan. Bagi pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga di dalam daftar menu makanan dan minumannya, maka hal ini dapat juga dilihat bahwa pelaku usaha tersebut memiliki niat atau tujuan untuk mengelabui konsumen sehingga apabila kemudian setelah diperiksa unsurnya terpenuhi, maka dapat juga dijeratkan di dalam pasal penipuan.

Berbeda dengan pendapat Ibu Renti, menurut Bapak Slamet Riyadi pelaku usaha yang melakukan perbuatan seperti ini tidak dapat dijatuhi delik

penipuan dikarenakan adanya konsensus saat akan bertransaksi di rumah makan tersebut. Analogi dari beliau berupa apabila ada seorang pedagang yang menjual kucing jenis Anggora saat masih usia bayi, kemudian ada konsumen yang membelinya namun ketika sudah dewasa kucing tersebut nyatanya bukan jenis Anggora sebagaimana yang dijanjikan, maka ini adalah bentuk penipuan. Namun di dalam konteks rumah makan, konsumen memesan suatu makanan atau minuman yang kemudian disuguhkan oleh pelaku usaha makanan dan minuman sesuai dengan pesanan konsumen tersebut, namun kemudian konsumen merasa dirugikan karena harga yang kemudian ditagihkan dianggap tidak wajar, hal ini disebabkan karena ketidaktahuan konsumen akan harga dari makanan tersebut sehingga perbuatan ini tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan penipuan.

Upaya yang dapat konsumen lakukan ketika fenomena seperti ini terjadi yaitu menurut DR. Anna Maria Tri, konsumen harus mempertajam diri dengan menjadi konsumen yang cerdas dan kritis dalam bertransaksi. Konsumen harus membiasakan bertanya sebelum membeli dan dapat bersikap kritis ketika haknya dilanggar. Apabila masih terdapat konsumen yang menjadi korban atas praktik seperti ini, Dr. Renti Maharaini menambahkan bahwa upaya tepat yang dapat konsumen lakukan adalah dengan memberi laporan kepada lembaga seperti BPKN, BPSK, atau LPKSM sehingga kemudian dapat segera dilakukan proses mediasi oleh pihak konsumen dengan pihak pelaku usaha.

Adapun kemudian Bapak Slamet Riyadi memiliki pendapat bahwa upaya hukum masih sulit dilakukan melihat belum adanya regulasi yang dengan jelas melarang praktik seperti ini. Opsi terbaik adalah dengan membuat laporan yang ditujukan untuk dinas terkait semisal dinas penertiban atau perdagangan di dalam wilayah tempat kejadian. Adapun ganti rugi yang dapat dituntut oleh konsumen kepada pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga makanan dan kemudian memberikan tagihan yang tidak wajar sulit untuk direalisasikan. Hal ini dikarenakan di dalam

UUPK hingga pembaruannya di dalam PP No. 4 Tahun 2019 tidak diatur mengenai hak ganti rugi yang dapat dituntutkan oleh konsumen.

Lanjut membahas mengenai upaya preventif yang sebaiknya diberikan oleh pemerintah baik pusat maupun daerah menurut DR. Anna Maria Tri sebaiknya pemerintah menerbitkan aturan yang jelas dan tegas penegakan hukumnya serta menghindari diskriminasi dalam penerapannya. Pemerintah harus dapat memberikan edukasi dan sosialisasi aturan tersebut ke seluruh pelaku usaha dan masyarakat (konsumen) sehingga dapat mewujudkan kejelasan dan kepastian hukum dalam pelaksanaan perlindungan konsumen di Indonesia.

Bapak Slamet Riyadi menuturkan bahwa sebaiknya pemerintah melakukan dua hal yaitu:

1. Pemerintah dapat memberikan sanksi yang berat dan tegas berupa denda kepada pelaku usaha yang melakukan praktik tidak mencantumkan harga makanan serta menagihkan harga yang tidak wajar kepada konsumen. Hal ini dengan tujuan dapat memberikan efek jera serta memberikan contoh kepada pelaku usaha lain agar tidak melakukan perbuatan serupa. Hal ini juga didasari karena menurut pandangan Beliau, masyarakat Indonesia memiliki ketakutan terhadap uang, seperti yang dapat dilihat di dalam kasu-kasu pidana masih banyak terdakwa yang lebih memilih untuk dipenjara dibandingkan membayarkan sejumlah denda. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memiliki ketakutan akan dimiskinkan;
2. Pemerintah sebaiknya juga melakukan sosialisasi besar-besaran kepada seluruh pedagang atau pelaku usaha di Indonesia yang mana berisikan tentang pemberitahuan bahwa praktik tidak mencantumkan harga makanan dan minuman serta menagihkan harga yang tidak wajar merupakan perbuatan yang tidak boleh dilakukan dan memiliki ancaman sanksi di dalamnya. Sosialisasi ini tentu akan efektif

dilakukan dengan memanfaatkan dinas UMKM di masing-masing daerah.

Menurut Dr. Renti Maharaini upaya preventif yang sebaiknya pemerintah lakukan adalah dengan memberikan pengawasan dan pembinaan lebih kepada pelaku usaha sehingga perbuatan yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen dapat dicegah dan dikurangi.

III. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan tinjauan serta analisis data yang telah Penulis uraikan di dalam bab-bab sebelumnya mengenai tinjauan yuridis terhadap pelaku usaha di bidang kuliner yang tidak memberikan informasi mengenai harga makanan yang dijualnya, dalam bab ini Penulis menarik kesimpulan, bahwa:

1. Pengaturan mengenai pelaku usaha di bidang kuliner atau rumah makan yang tidak mencantumkan informasi harga makanan dan minuman di dalam daftar menunya masih tidak jelas di Indonesia. Merujuk dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pasal yang paling mendekati dapat dilihat di dalam Pasal 10 huruf a yang mana berbunyi “pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai: a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;”. Dari tiga narasumber, dua diantaranya yaitu DR. Anna Maria dan Bapak Slamet Riyadi tidak setuju apabila pasal ini mengatur mengenai pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menunya. Penulis sependapat dengan pendapat kedua narasumber dimana pasal 10 huruf a UUPK ini tidak menyebutkan secara tegas dan jelas bahwa pelaku usaha di bidang kuliner wajib untuk mencantumkan harga makanan dan minuman,

melainkan hanya mewajibkan pelaku usaha untuk tidak menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan. Hal ini kemudian menimbulkan suatu celah hukum dimana praktik pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menunya kerap kali dianggap sebagai suatu perbuatan yang tidak salah atau bahkan apabila salah hanya sebatas menyimpang dari kebiasaan atau budaya saja. Padahal sudah jelas bahwa terdapat konsumen yang merasa dirugikan oleh praktik seperti ini karena dengan dilakukannya praktik seperti ini, pelaku usaha cenderung kemudian menagihkan total tagihan kepada konsumen dengan harga yang tidak wajar atau tidak seharusnya sehingga kemudian konsumen merasa dirugikan dan diresahkan. Adapun kemudian melihat Permen Parekraf No. 12 Tahun 2004 tentang Standar Usaha Restoran yang tunduk pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 12, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966), di dalam bagian lampiran, terdapat dengan jelas tertulis bahwa standar usaha restoran salah satunya ialah mencantumkan harga makanan dan minuman di dalam daftar menunya. Namun peraturan ini hanya melingkupi rumah makan yang memang memiliki sertifikat standar usaha restoran, sedangkan UMKM tidak termasuk di dalamnya, padahal UMKM yang menawarkan usaha kuliner memiliki potensi besar terjadinya praktik seperti ini yang merugikan konsumen.

2. Adapun kemudian mengenai upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen yang menjadi korban atas praktik seperti ini sangat sulit untuk dilakukan. Menurut Bapak Slamet, BPKN sampai saat ini belum menerima laporan atas kasus seperti ini padahal kasus seperti ini sudah sering terjadi di masyarakat, namun masyarakat yang telah menjadi korban tidak melaporkannya ke lembaga terkait melainkan hanya mengunggah kasus seperti ini ke media sosial sehingga

mendapatkan perhatian publik. Dengan tidak adanya regulasi yang jelas mengenai boleh atau tidaknya praktik tersebut dilakukan, maka tentu hal ini mempersulit konsumen dalam mengupayakan hak-hak miliknya yang telah dilanggar. Upaya hukum paling baik untuk saat ini adalah dengan melaporkan pelaku usaha yang telah melakukan praktik tersebut yang mana kemudian konsumen merasa dirugikan ke dinas perlindungan setempat seperti dinas ketertiban, dsb. Kemudian harapannya adalah aparat penegak setempat dapat mengadakan suatu mediasi antara konsumen yang dirugikan dengan pelaku usaha yang melakukan praktik tersebut, agar kemudian konsumen tersebut mendapatkan ganti rugi atas hak-haknya serta menimbulkan efek jera bagi pelaku usaha dengan memberikan teguran hingga sanksi sesuai dengan kebijakan pemerintah daerah terkait.

B. Saran

1. Pemerintah baik Pusat maupun Daerah sebaiknya segera membuat suatu regulasi atau kebijakan mengenai larangan praktik pelaku usaha yang tidak mencantumkan harga makanan dan minuman, agar kemudian kepastian hukum dapat diciptakan. Adapun sanksi yang diberikan sebaiknya sesuai dan sepatutnya namun tetap berlaku dengan tegas dan “kejam” agar efek jera dapat tersampaikan kepada oknum yang melakukan praktik tersebut. Adapun kemudian perbuatan seperti ini akan lebih baik apabila dikategorikan sebagai suatu delik umum dimana salah satu tujuan dari UUPK adalah untuk melindungi hak dari konsumen, sehingga sebaiknya tidak diperlukan pihak konsumen yang merasa dirugikan terlebih dahulu untuk menindak pelaku usaha yang melakukan praktik seperti ini. Adapun kemudian kebijakan ataupun regulasi yang telah dibuat sebaiknya di-edukasikan kepada masyarakat luas melalui Pemerintah Daerah setempat agar seluruh masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan memiliki pengetahuan akan apa yang dilarang dan apa yang tidak dilarang sehingga kemudian harapannya adalah perbuatan-perbuatan yang

dilarang dan berpotensi menimbulkan kerugian kepada orang lain dapat diminimalisir sekecil mungkin.

2. Konsumen juga harus dapat menjadi konsumen yang cerdas dan kritis dalam berpikir. Harus membiasakan budaya bertanya sebelum membeli agar dapat menghindari celah-celah seperti ini. Konsumen juga harus mengetahui dan memahami akan hak yang dimilikinya serta bersikap kritis ketika hak tersebut dilanggar oleh pelaku usaha.

IV. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku dan Jurnal

Barkatullah, Abdul Halim. *Hak-hak Konsumen*, (Bandung: Nusamedia, 2010).

Darus, Mariam, *Perlindungan Konsumen dilihat dari perjanjian baku(standar)Kertas Kerja pada simposium Aspek-Aspek HukumMasalah Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Binacipta 1980).

Gardner Bryan A., ed. *Black's Law Dictionary, seventh edition*, ST. Paul:West Publishing, 1999).

Hamid, ABD. Haris, S.H., M.H., *Hukum Perlindungan Konsumen*.(Makassar:SAH MEDIA, 2017)

Hadjon, Philipus M.. *Perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia*, (Surabaya,Bina Ilmu, 1987).

Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum, Cetakan ke-2*, Edisi Revisi,(Jakarta:Kencana, 2007).

Miru, Ahmadi. Yodo, Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. 6 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010).

Miru, Ahmadi. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum bagi Konsumen diIndonesia* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013).

- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Pertama, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2003).
- Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1991)
- Rahardjo, Satjipto. *Penyelenggaraan Keadilan Dalam Masyarakat yang Sedang Berubah*. (Jurnal Majalah Hukum, 1993).
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta, Gramedia, 2000).
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2006).
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Cetakan ke-1. (Jakarta: UI Press. 1984).
- Subekti, R. *Aneka Perjanjian*. (Bandung. PT. Citra Aditya Bakti. 1989).
- Sunggono, Bambang. *Metode Penelitian Hukum*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008).
- Susanto, Happy. *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka, 2008).
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2013).

B. Peraturan Perundang-undangan

- Indonesia, *Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)*.