

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT MASALAH TIMBANGAN BARANG DI PASAR TRADISIONAL (STUDI KASUS DI PASAR (TRADISIONAL) ANYAR)

Nugraha Pranadita

*Program Doktor Ilmu Hukum, Universitas Islam Sultan Agung Terboyo Wetan, Genuk, Kota Semarang,
Jawa Tengah 50112
e-mail: nugpra@yahoo.com*

Abstract. In people's daily life, the existence of a market is needed to meet the primary needs (food). On the issue of "price" and "shopping convenience", people have a tendency to compare between the traditional with the modern market. In fact what is meant by "price comparison" here is relative because it is associated with the problem of "certainty" the weight or volume of the goods themselves are sometimes not noticed by consumers. On the other hand the government has provided a means to protect the rights of consumers with the consumer protection laws that may still not have been aware of its existence by the majority of the Indonesian people.

Keywords: traditinal market, modern market, consumers, and price comparison

Abstrak. Dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, keberadaan sebuah pasar sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan primernya (makanan). Terkait dengan masalah "harga" dan "kenyamanan berbelanja", masyarakat mempunyai kecenderungan untuk membandingkan antara pasar tradisional dengan pasar modern. Pada kenyataannya yang dimaksud dengan "perbandingan harga" disini bersifat relatif karena terkait dengan masalah "kepastian" berat atau volume barangnya itu sendiri yang terkadang kurang diperhatikan oleh konsumen. Disisi lain pemerintah sudah menyediakan sarana untuk melindungi hak-hak konsumen dengan adanya undang-undang perlindungan konsumen yang mungkin masih belum disadari keberadaannya oleh sebagian besar masyarakat Indonesia.

Kata kunci: pasar tradisional, pasar modern, konsumen, dan perbandingan harga.

1. Pendahuluan

Ketika kita cermati harga suatu barang yang dijual di pasar, maka dapat kita lihat bahwa barang tersebut selalu dikaitkan dengan tiga hal, yaitu; (a) harga, (b) berat/volume (massa/kuantitas), dan (c) kualitas. Konsumen mempunyai kecenderungan untuk membandingkan harga suatu barang di tempat yang berbeda dari harganya saja. Dengan demikian masalah berat/volume dan kualitas dianggap sebagai variabel tetap (standar).

Dalam hal kualitas barang yang di jual di pasar, ukuran konsumen bersifat subjektif. Tidak ada standar tertentu yang digunakan oleh konsumen. Indikator pengukurannya bisa berdasarkan warna, bentuk, ukuran fisik dan lain-lain. Sementara itu terkait dengan masalah massa/kuantitas barang (berat/volume), sesungguhnya mengacu kepada standar-standar tertentu yang sudah baku. Hal inipun kurang menjadi perhatian konsumen karena sepenuhnya sudah dipercayakan kepada "kejujuran" pedagangannya.

Konsumen kurang menyadari bahwa massa/kuantitas dari suatu barang adalah bagian yang tidak terpisahkan dari harga barangnya itu sendiri. Bagi pedagang yang tidak bertanggungjawab, “mengakali” massa/kuantitas suatu barang adalah salah satu cara untuk menekan harga jualnya sehingga “terlihat” lebih murah. Islam memberikan perhatian khusus dalam hal tersebut sebagaimana firman-Nya dibawah ini.

1. Surat Al Muthaffiin (Orang-orang yang curang)/83: ayat 1-6: “[83:1] Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, [83:3] dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi,[83:4] Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, [83:5] pada suatu hari yang besar, [83:6] (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?”.
2. Surat Huud/11: ayat 84-86: “[11:84] Dan kepada (penduduk) Mad-yan (Kami utus) saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tiada Tuhan bagimu selain Dia. Dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan, sesungguhnya aku melihat kamu dalam keadaan yang baik (mampu) dan sesungguhnya aku khawatir terhadapmu akan azab hari yang membinasakan (kiamat).", [11:85] Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan, [11:86] Sisa (keuntungan) dari Allah⁷³⁴ adalah lebih baik bagimu jika kamu orang-orang yang beriman. Dan aku bukanlah seorang penjaga atas dirimu". Serta ayat-ayat yang lainnya.

Pola pikir pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan lebih dengan cara menjual barang dengan harga murah walaupun harus menggunakan cara-cara yang tidak jujur (misalnya dengan cara mengurangi timbangan) merupakan implementasi konsep produksi yang mengatakan bahwa “konsumen akan lebih memilih produk yang tersedia secara luas dan murah” yang dilaksanakan dengan cara-cara yang tidak bertanggungjawab.

Berdasarkan fenomena yang ada di masyarakat sebagaimana telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan hal tersebut. Adapun permasalahan penelitiannya dirumuskan sebagai berikut: (1) Apakah timbangan yang dipergunakan oleh pedagang di pasar tradisional memenuhi standar yang telah ditetapkan? Dan (2) Apakah konsumen di pasar tradisional memperoleh perlindungan hukum terkait haknya untuk memperoleh barang sesuai berat yang telah disepakati?

Dalam melakukan penelitiannya, peneliti mempunyai tujuan, yaitu: (1) Mengetahui apakah timbangan yang dipergunakan oleh pedagang di pasar tradisional memenuhi standar yang telah ditetapkan, dan (2) mengetahui apakah konsumen di pasar tradisional memperoleh perlindungan hukum terkait haknya untuk memperoleh barang sesuai berat yang telah disepakati.

2. Kajian Pustaka

2.1 Timbangan, antara Kewajiban Pelaku Usaha dan Hak Konsumen

Konsumen didefinisikan sebagai “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhlukhidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”, sedangkan pelaku usaha didefinisikan sebagai “setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk

badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Berdasarkan definisi tersebut, maka orang yang melakukan pembelian barang dan orang yang menjual barang di pasar Anyar dapat disebut sebagai konsumen dan pelaku usaha menurut ketentuan peraturan perundang-undangan.

Timbangan menurut arti bahasa adalah alat untuk menimbang, sedangkan “alat timbang ialah alat yang diperuntukkan atau dipakai bagi pengukuran massa atau penimbangan;”. Alat ukur, alat takar, alat timbang, dan perlengkapannya disingkat UTTP. UTTP yang wajib ditera dan ditera ulang adalah UTTP yang secara langsung atau tidak langsung digunakan atau disimpan dalam keadaan siap pakai untuk keperluan menentukan hasil pengukuran, penakaran, atau penimbangan untuk: (a) kepentingan umum, (b) usaha, (c) menyerahkan atau menerima barang, (d) menentukan pungutan atau upah, (e) menentukan produk akhir dalam perusahaan, dan (f) melaksanakan peraturan perundang-undangan. Dengan demikian alat timbang yang digunakan oleh pedagang di pasar Anyar wajib ditera dan ditera ulang.

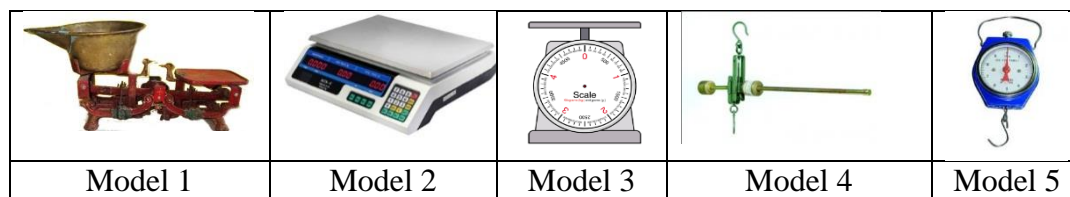
Dalam perspektif undang-undang perlindungan konsumen, merupakan bagian dari hak konsumen untuk memperoleh barang dengan berat yang telah disepakati untuk kemudian melakukan pembayaran sebagai kewajibannya. Sedangkan bagi pelaku usaha (pedagang), merupakan kewajibannya untuk menyerahkan sejumlah barang dengan berat yang sudah disepakati untuk kemudian menerima pembayaran dari konsumen atas pembelian barang tersebut sebagai haknya. Sedangkan dalam perspektif peraturan perundang-undangan terkait UTTP, merupakan kewajiban bagi pelaku usaha untuk melakukan tera dan tera ulang UTTP-nya. Sedangkan pemerintah mempunyai kewajiban untuk melakukan pengawasan terhadap UTTP ini.

Fasilitas timbangan yang disediakan oleh pelaku usaha (pedagang) merupakan salah satu bentuk dari pelayanan terhadap konsumen. Sementara itu tujuan dari pelayanan konsumen tentunya agar tercapai tingkat kepuasan konsumen yang maksimal. Kepuasan menurut Richard Oliver adalah:

“Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan”.

2.2 Timbangan Di Pasar Tradisional dan Perlindungan Konsumen

Penelitian ini dilakukan di pasar (tradisional) Anyar yang berada di Kecamatan Astananyar Kota Bandung pada hari Minggu tanggal 18 September 2016 jam 08.58 – 09.23 WIB. Pedagang yang diamati adalah seluruh pedagang yang menggunakan timbangan yang berdagang di luar pasar Anyar, yaitu di sepanjang jalan Panjunan sepanjang ±340 meter. Pada saat dilakukan pengamatan, kondisi pasar tidak terlalu ramai seperti biasanya. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa ada lima (empat) model timbangan yang digunakan oleh pedagang, yaitu:

**Gambar 1****Model Timbangan**

Populasi timbangan hasil pengamatan adalah sebagai berikut:

Tabel 1**Hasil Pengamatan**

No.	Timbangan	Jumlah	%
1	Model 1	103	78,6
2	Model 2	17	12,9
3	Model 3	4	3,1
4	Model 4	4	3,1
5	Model 5	3	2,3
Total		131	100

Karena timbangan model 1 populasinya paling banyak, maka dilakukan pengamatan lanjutan berupa pengamatan visual terhadap kondisi fisik timbangannya. Yang dimaksud kondisi fisik tersebut adalah; (1) kondisi cat yang relatif masih bagus, (2) akurasi timbangannya (anak timbangannya). Adapun hasil pengamatannya adalah sebagai berikut:

1. Terdapat 11 (sebelas) timbangan (10,6%) yang menggunakan anak timbangan dari sesuatu yang bukan peruntukannya sebagai pengganti anak timbangan. Yang dimaksud disini adalah adanya anak timbangan berupa batu, sayuran, bumbu dapur dan barang lainnya.
2. Terdapat 13 timbangan (12,6%) yang warna catnya relatif masih bagus, dengan demikian dapat diasumsikan bahwa timbangan tersebut relatif masih baru dan atau terpelihara.
3. Semua timbangan model 1 (100%) yang sedang tidak digunakan pada saat pengamatan di posisikan salah satu bagiannya diberi beban. Dengan demikian tidak dapat diketahui kesetimbangannya pada saat sedang tidak dipergunakan.

Kemudian dilakukan juga pengukuran akurasi timbangan terhadap satu timbangan digital yang dipergunakan oleh pedagang santan kelapa dengan cara membeli barang dagangan yang dijualnya dengan berat 250 gram ($\frac{1}{4}$ Kg). Kemudian terhadap barang tersebut dilakukan lagi penimbangan di tempat peneliti dengan menggunakan timbangan digital juga. Adapun hasil pengukurannya adalah 210 gram dengan toleransi timbangan 5 gram. Terdapat selisih 16%, suatu angka yang cukup signifikan dibandingkan dengan keuntungan jualan ritel (menurut pengalaman peneliti) yang besarnya berkisar 10%. Bagi peneliti sebagai konsumen hal ini merupakan suatu proses pembelajaran, yaitu; “perubahan perilaku yang relatif bersifat tetap, yang terjadi sebagai akibat dari pengalaman”. Hal tersebut bisa juga berlaku bagi konsumen lainnya. Dalam kurun waktu yang lama, apabila hal tersebut terjadi secara terus menerus, maka dapat merugikan eksistensi pasar tradisional itu sendiri karena berkurangnya kepercayaan

konsumen, dan “memaksa” konsumen untuk beralih berbelanja ke pasar modern. Hal tersebut didukung oleh kenyataan bahwa “mitos” harga barang di pasar tradisional lebih murah dari harga barang di pasar modern tidak sepenuhnya benar. Sebagai contoh; harga anggur merah di pasar (tradisional) Anyar adalah Rp. 30.000,- per 1 kg-nya pada hari Minggu tanggal 10 September 2016, sementara di hari yang sama, barang yang sama dengan kualitas dan kemasan lebih bagus (secara visual) dijual lebih murah (kurang dari Rp. 29.000,- per 1 kg-nya) di salah satu pasar modern yang berada di Jalan M. Ramdan Bandung.

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1981 Tentang Metrologi Legal terdapat pengaturan tentang ketentuan pidana pada Bab VII, Pasal 32-35. Di dalam undang-undang tersebut perbuatan pidananya digolongkan ke dalam kejahatan dan pelanggaran dengan ancaman hukum penjara, kurungan dan atau denda. Delik pidananya adalah delik biasa yang tidak memerlukan adanya pengaduan dari masyarakat dan atau konsumen yang merasa dirugikan. Meskipun subjek hukum dalam undang-undang ini didefinisikan sebagai “barang siapa” dalam artian semua orang dan atau badan hukum, tetapi patut diduga secara wajar kalau yang dimaksud dengan “barang siapa” disini lebih dekat kepada pelaku usaha.

Adapun Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memposisikan sengketa konsumen dengan pelaku usaha pada ranah hukum perdata dengan kemungkinan penyelesaian melalui pengadilan dan diluar pengadilan, tergantung kesepakatan para pihak. Meskipun pada pokoknya sengketa tersebut termasuk kedalam ranah hukum perdata, tetapi apabila terdapat unsur-unsur pidana di dalamnya, penyelesaian sengketa secara perdata tersebut tidak serta merta menghapuskan pertanggungjawaban pidananya.

Terkait dengan hasil penelitian diatas, apabila ternyata kondisi timbangan yang dimaksud bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengakibatkan kerugian konsumen, pelaku usaha tersebut dapat dikenai pertanggungjawaban secara pidana dan atau perdata. Menarik untuk dicermati bahwa “kasus” tersebut terjadi secara terbuka, dimuka umum, dan dilakukan secara terang-terangan tanpa pernah kita dengar adanya “masalah” terkait hal tersebut.

Melihat dari sudut pandang konsumen, kerugian yang mungkin dideritanya tersebut tidak signifikan dan atau masih dapat diterima. Tetapi kalau kita lihat pada gambaran besarnya; bahwa kerugian konsumen tersebut terjadi secara berulang dan jumlah konsumen yang besar, maka dapat diprediksi bahwa kerugian konsumen yang dikonversi menjadi keuntungan (ilegal) pelaku usaha menjadi (sangat) besar.

Dapat dipahami bahwa konsumen lebih memilih “diam” karena khawatir mendapat “kerepotan” apabila memperlumaskan hal tersebut dan atau karena ketidak-tahuan. Yang dimaksud dengan kerepotan konsumen disini terkait dengan masalah prosedur sebagaimana telah ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang tentunya memerlukan waktu dan biaya. Sedangkan yang dimaksud dengan ketidak-tahuan konsumen disini menyangkut setidaknya 2 (dua) hal, yaitu; (a) tidak tahu bahwa haknya tidak dipenuhi oleh pelaku usaha, dan (b) tidak tahu bahwa haknya tersebut dilindungi oleh peraturan perundang-undangan. Mengarik untuk dicermati posisi pemerintah sebagai pengawas yang melakukan fungsi pengawasan sebagaimana diatur oleh peraturan perundang-undangan. Apakah pemerintah sudah melaksanakan fungsi pengawasan yang dimaksud untuk mencegah kerugian di pihak konsumen?

Pelaporan yang dilakukan oleh konsumen yang merasa dirugikan oleh pelaku usaha sifatnya represif, yaitu bersifat menyembuhkan karena peristiwa ruginya

konsumen sudah terjadi. Sementara itu pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah apabila dilakukan secara efektif akan bersifat preventif, yaitu bersifat mencegah timbulnya kerugian konsumen.

3. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan uraian hasil penelitian dikaitkan dengan rumusan masalah penelitian, maka kesimpulan penelitian ini adalah: (1) Prosentase timbangan yang pasti tidak standar lebih dari 10%, sedangkan prosentase timbangan yang kemungkinan besar tidak standar lebih besar lagi. (2) konsumen tidak memperoleh perlindungan hukum terkait dengan haknya untuk memperoleh barang dengan berat yang telah disepakati.

Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, peneliti menyarankan kehadiran unit-unit kerja instansi terkait tera timbangan dan atau perwakilan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di pusat-pusat bisnis (seperti di Pasar Tradisional) agar dapat lebih memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.

Daftar pustaka

Al Quran.

James G. Barnes, Diterjemahkan Oleh: Andreas Winardi (2003), *Secrets Of Customer Relationship Management Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan*, Yogyakarta: Andi.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <http://kbbi.web.id/> {18 September 2016}

Muslan Abdurrahman (2009), *Sosiologi dan Metode Penelitian Hukum*, Malang: UMM Press.

Nandan Limakrisna & Wilhelmus Hary Susilo (2012), *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1985 Tentang Wajib Dan Pembebasan untuk Ditera Dan/Atau Ditera Ulang Serta Syarat-Sarat Bagi Alat-Alat Ukur, Takar, Timbang Dan Perlengkapannya.

Ristiyanti Prasetyo & John J.O.I Ihalauw (2005), *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1981 Tentang Metrologi Legal.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.