

impor. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), total impor daging sapi Indonesia hingga Mei 2019 mencapai 73,5 Ton. Dari tahun 2016 hingga tahun 2018, tingkat impor sapi di Indonesia selalu meningkat untuk mencari sumber pasokan daging sapi yang baru.⁶⁸ Bertambahnya impor daging sapi ini juga dapat dikatakan konsumsi masyarakat juga setiap tahunnya meningkat. Melihat peluang ini, banyak pelaku usaha yang menjadikan kesempatan atau trend ini menjadi lapangan usahanya dengan menciptakan restoran yang menjual daging sapi dengan tema BBQ dari versi Korea, Jepang maupun Thailand ataupun disajikan dalam bentuk Steak. Berbagai jenis daging sapi disajikan dalam menyunya, baik dari jenis daging sapi lokal sampai impor, dengan berbagai bagian dari sapi seperti Tenderloin, Sirloin, Chuck dan sebagainya.

Namun, trend ini sepertinya dijadikan kesempatan untuk mencari keuntungan dengan cara yang kurang benar, karena terdapat beberapa restoran yang menyajikan menu daging sapi sejenis *Meltique* yang dijual dengan harga daging sapi *Wagyu*. Dari segi kualitas dan harga memang kedua daging ini berbeda. Jenis *Meltique* ini memang terdapat sedikit kemiripan dengan *Wagyu*, namun dapat diperhatikan dari sela-sela marblingnya yang menunjukkan perbedaannya. Dari segi rasa yang dihasilkan juga terdapat perbedaannya, untuk daging *wagyu* menghasilkan rasa yang gurih alami dari lemak yang dihasilkan dari sapi yang ditenak dengan perhatian terbaik. Sapi *Wagyu* ditenak dan dirawat dengan cara terbaik, sapinya tidak dijadikan sapi pekerja yang menjadikan dagingnya berlemak dan tidak berotot. Hal itu yang

⁶⁸ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/15/berapa-volume-daging-sapi-yang-diimpor-indonesia> diakses tgl 7 November 2019.

membuat daging *Wagyu* menjadi lembut dan terdapat rasa gurih yang alami dari lemak sapi itu sendiri.

Daging *Meltique* berasal dari daging sapi Australia yang ditenak dengan cara yang baik, namun tidak menghasilkan lemak yang sama dengan *Wagyu*, maka dari itu daging *Meltique* disuntikan dengan minyak *Canola* atau margarin cair yang menghasilkan marbling palsu yang menyerupai dengan marbling daging *Wagyu*. Rasa yang dihasilkan oleh daging *Meltique* memiliki gurih yang berbeda dengan dengan daging *Wagyu*, karena tidak memiliki banyak lemak alami yang memperkuat rasa dari daging itu sendiri, rasa yang dihasilkan oleh daging *Meltique* itu sendiri adalah rasa asin. Perbedaan ini menjadikan kualitas dari kedua jenis daging sapi ini berbeda. Dari segi kualitas juga menghasilkan harga yang berbeda, di beberapa restoran untuk 200 gram daging *Wagyu* dibandrol dengan harga sekitar Rp300.00,- sedangkan untuk daging *Meltique* 200 gram dihargai sekitar Rp100.000,-. Selisih harga yang cukup besar itu dijadikan celah untuk mendapatkan keuntungan bagi pelaku usaha dengan mengelabui konsumen dengan menyajikan daging sapi dengan kualitas yang kurang baik namun dijual dengan harga daging sapi kualitas terbaik.

Seperti di restoran A, yang nama asli dari restoran tersebut penulis samarkan. Dalam menu restoran A menyajikan daging *Wagyu* yang dihargai senilai Rp200.000,-. Daging yang disajikan memiliki ciri yang berbeda dengan daging *Wagyu* yang sebagaimana mestinya. Jalur marbling yang ada di daging tersebut terlihat kaku mengikuti sela-sela daging karena lemak yang ada di

daging tersebut disuntikkan dengan minyak atau margarin cair, karena jika dibandingkan dengan daging *Wagyu* yang memiliki jalur marbling yang terlihat menyatu dengan dagingnya itu sendiri. Ciri yang membedakan lainnya adalah pada saat daging ini dipanggang, daging tersebut mengeluarkan minyak yang begitu banyak. Dari segi rasa pun juga berbeda, karena daging ini menghasilkan rasa asin, bukan menghasilkan rasa gurih dari lemak itu sendiri. Berikut ini adalah contoh daging Meltique disajikan di beberapa restoran:



Gambar 3.1 Daging Meltique yang Dijual di Restoran A dengan Nama Daging Wagyu



Gambar 3.2 Gambar Daging Meltique yang Dijual di Restoran B dengan Nama Daging Wagyu

Foto di atas (Gambar 3.1) adalah contoh daging Meltique yang dijual dengan nama dan harga dari daging Wagyu di Restoran A. Dari ciri daging di

atas terlihat berbeda dengan daging Wagyu pada umumnya, terlihat jelas jalur marbling dari daging tampak sangat tidak menyatu dengan dagingnya. Marbling dari daging Meltique terlihat kaku karena disuntikan ke dalam serat-serat dagingnya.

Tidak jauh berbeda dari restoran A, di restoran B (Gambar 3.2), di restoran ini juga menjual daging Meltique dengan harga daging Wagyu. Namun dapat dilihat, dari ciri dagingnya pun terlihat berbeda dari daging Wagyu. Daging yang disajikan ini malah terlihat seperti daging sapi biasa bukan daging Meltique apalagi daging Wagyu.

Berikut adalah contoh menu yang dimiliki sebuah restoran yang menjual daging Meltique dengan nama daging Wagyu.



Gambar 3.3 Menu di Restoran C yang Menjual Daging Meltique dengan Nama Daging Wagyu

Lain lagi seperti di restoran C (Gambar 3.3), di restoran ini menyajikan menu daging Wagyu yang harganya cukup murah daripada harga asli pasaran daging Wagyu. Rasanya seperti tidak mungkin kalau daging Wagyu dijual 100 gram per porsi dengan kisaran harga yang tertera di atas.

Terlihat dari fenomena yang terjadi ini, pelaku usaha melakukan kecurangan dengan menyajikan makanan yang tidak sesuai dengan sebenarnya. Sesuai dengan UUPK, pelaku usaha seharusnya melakukan kewajibannya yang diatur dalam Pasal 7 huruf b yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

B. Perlindungan Hukum terhadap Hak Informasi Konsumen Pembeli Makanan di Restoran

Adanya hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen, menimbulkan hak dan kewajiban dari setiap pihak yang harus diperhatikan. Sebagaimana ketentuan tentang perlindungan konsumen yang berisikan tentang penjelasan, hak dan kewajiban, bentuk tanggung jawab dan sebagainya telah diatur dalam UUPK. Hak dari konsumen yang telah diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK yang mengatur tentang hak konsumen atas hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan atas barang dan/atau jasa yang terkadang masih sering diacuhkan oleh pelaku usaha. Kewajiban pelaku usaha

dalam memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur telah diatur dalam UUPK Pasal 7 huruf b, dimana pelaku usaha seharusnya memberikan informasi yang sesuai dengan apa yang dijualkannya. Informasi yang biasanya dilakukan oleh pelaku usaha dengan memberikan menyajikan menu makanan atau promosi yang dijualkannya tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya yang dapat menimbulkan kerugian kepada konsumen.

Adapun hasil dari kuisioner yang telah dibagikan kepada 25 responden pada tanggal 20 dan 21 November 2019 kepada konsumen di beberapa restoran daging sapi di Yogyakarta mengenai hak informasi konsumen, hasilnya seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Jenis Kelamin Responden (N=25)

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen (%)
Laki-Laki	9	36%
Perempuan	16	64%
TOTAL	25	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.1, terdapat 16 responden atau 64% yaitu perempuan dan 9 responden atau sebesar 36% yaitu laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen di beberapa restoran daging sapi di Yogyakarta lebih didominasi oleh kalangan perempuan daripada kalangan laki-laki.

Pada Tabel 3.2 ini menjelaskan mengenai umur dari berbagai responden yang menjadi konsumen di beberapa restoran daging sapi di Yogyakarta.

Tabel 3.2 Umur Responden (N=25)

Umur	Frekuensi	Persen (%)
<18 Tahun	2	8%
18-25 Tahun	15	60%
26-35 Tahun	5	20%
36-50 Tahun	3	12%
TOTAL	25	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.2, terdapat 25 responden yang terdiri dari berbagai kalangan umur. Untuk responden kurang dari 18 tahun terdapat 2 responden atau sebesar 8%, untuk kisaran umur 18-25 tahun terdapat 15 responden atau sebesar 60%, untuk kisaran umur 26-35 tahun terdapat 5 responden atau sebesar 20% dan untuk 36-50 tahun terdapat 3 responden atau sebesar 12%.

Pada Tabel 3.3 ini menjelaskan mengenai pekerjaan dari responden yang menjadi konsumen di beberapa restoran daging sapi di Yogyakarta.

Tabel 3.3 Pekerjaan Responden (N=25)

Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persen (%)
Pelajar	2	8%
Mahasiswa	15	60%
Pegawai Swasta	5	20%
Pegawai Negeri	2	8%
Ibu Rumah Tangga	1	4%
TOTAL	25	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.3, terdapat berbagai pekerjaan dari responden. Responden pelajar terdapat 2 responden atau sebesar 8%, responden mahasiswa terdapat 15 responden atau sebesar 60%, responden pegawai swasta terdapat 5 responden atau sebesar 20%, responden pegawai negeri terdapat 2 responden atau sebesar 8%, dan responden ibu rumah tangga terdapat 1 responden atau sebesar 4%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen dari restoran daging di Yogyakarta didominasi oleh mahasiswa.

Pada Tabel 3.4 menjelaskan mengenai pengetahuan dari responden mengenai Hukum Perlindungan Konsumen.

Tabel 3.4 Pengetahuan Konsumen tentang Hukum Perlindungan Konsumen
(N=25)

Pengetahuan tentang Hukum Perlindungan Konsumen	Frekuensi	Persen (%)
Mengetahui	14	56%
Tidak Mengetahui	11	44%
TOTAL	25	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.4, diketahui dari 25 responden hanya 14 responden atau 56% yang mengetahui tentang Hukum Perlindungan Konsumen dan 11 responden atau 44% yang tidak mengetahui tentang Hukum Perlindungan

Konsumen. Hal ini dengan melihat terdapat sedikitnya selisih antara responden yang mengetahui dan tidak mengetahui menunjukkan bahwa masih cukup banyak konsumen yang masih belum mengetahui tentang Hukum Perlindungan Konsumen, padahal dengan adanya Hukum Perlindungan Konsumen ini untuk memberikan kepastian hukum bagi konsumen yang dirugikan atas perbuatan dari pelaku usaha.

Pada Tabel 3.5 menjelaskan mengenai pengetahuan konsumen tentang hak informasi konsumen.

Tabel 3.5 Pengetahuan Konsumen tentang Hak Informasi Konsumen (N=25)

Hak Informasi Konsumen	Frekuensi	Persen (%)
Mengetahui	11	44%
Tidak Mengetahui	14	56%
TOTAL	25	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.5, menunjukkan 11 responden atau 44% yang mengetahui apa itu hak informasi konsumen, sedangkan 14 responden atau sebesar 56% masih belum mengetahui tentang hak informasi konsumen. Dapat disimpulkan bahwa masih banyak konsumen yang belum mengetahui tentang haknya untuk mendapatkan informasi atas produk yang dijualkan oleh pelaku usaha.

Pada Tabel 3.6 menjelaskan mengenai kunjungan konsumen di beberapa restoran daging sapi di Yogyakarta.

Tabel 3.6 Konsumen yang Mengunjungi Restoran Olahan Daging Sapi (N=25)

Mengunjungi Restoran Daging Sapi	Frekuensi	Persen (%)
Pernah	23	92%
Tidak Pernah	2	8%
TOTAL	25	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.6, menunjukkan 23 responden atau sebesar 92% pernah mengunjungi restoran yang menjual daging sapi, sedangkan 2 responden atau 8% belum pernah mengunjungi restoran daging sapi. Melihat besarnya jumlah responden sebagai konsumen restoran daging sapi dapat disimpulkan bahwa dengan maraknya tren restoran daging sapi ini benar-benar menarik perhatian dari konsumen.

Pada Tabel 3.7 menjelaskan mengenai bagaimana konsumen mendapatkan informasi secara jelas dan jujur tentang jenis daging sapi yang dijual.

Tabel 3.7 Pemberian Informasi oleh Pelaku Usaha kepada Konsumen tentang Daging Sapi yang Dijual (N=25)

Informasi tentang Jenis Daging Sapi	Frekuensi	Persen (%)
Mendapatkan	9	36%
Tidak Mendapatkan	16	64%
TOTAL	25	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.7, terdapat 9 responden atau sebesar 36% yang hanya mendapatkan informasi mengenai jenis daging sapi yang dijual oleh pelaku usaha, sedangkan terdapat 16 responden atau sebesar 64% tidak mendapatkan informasi mengenai jenis daging yang dijual oleh pelaku usaha. Melihat selisih perbedaan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha selaku pemilik restoran

masih melalaikan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang baik, jelas dan jujur mengenai produk yang dijualkannya.

Pada Tabel 3.8 menjelaskan mengenai pentingnya bagi konsumen untuk mengetahui informasi tentang jenis daging sapi yang dijualkan.

Tabel 3.8 Arti Pentingnya Informasi tentang Daging Sapi bagi Konsumen (N=25)

Pendapat Konsumen tentang Daging Sapi	Frekuensi	Persen (%)
Penting	23	92%
Tidak Penting	2	8%
TOTAL	25	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.8, terdapat 23 responden atau sebesar 92% merasa bahwa pemberian informasi yang jelas dan jujur mengenai daging sapi itu penting, sedangkan hanya ada 2 responden atau sebesar 8% yang merasa bahwa hal tersebut tidaklah penting. Memperhatikan banyaknya konsumen yang menyadari pentingnya informasi yang harus diberikan menunjukkan bahwa konsumen tidak ingin merasa dirugikan atas perbuatan curang dari pelaku usaha.

Pada Tabel 3.9 menjelaskan mengenai komplain yang diajukan oleh konsumen tentang daging sapi yang disajikan di restoran:

Tabel 3.9 Komplain Konsumen atas Daging Sapi yang Disajikan di Restoran (N=25)

Pendapat Konsumen	Frekuensi	Persen (%)
-------------------	-----------	------------

Pernah	15	60%
Tidak Pernah	10	40%
TOTAL	25	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.9, terdapat 15 responden atau sebesar 60% yang mengajukan komplain atas jenis daging sapi yang dijual oleh pelaku usaha, dan terdapat 10 responden atau sebesar 40% yang tidak mengajukan komplainnya. Dilihat dari banyaknya responden yang mengajukan komplain dapat dinilai bahwa konsumen merasa dirugikan atas kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Seperti pelaku usaha yang di dalam menu restorannya yang menjual daging *Meltique* namun dijual dengan seharga daging *Wagyu*. Dari perbuatan tersebut konsumen secara tidak langsung dirugikan oleh pelaku usaha. Kurangnya wawasan dari konsumen untuk mengetahui perbedaan dari kedua jenis daging sapi itu sendiri mungkin yang dijadikan kesempatan bagi pelaku usaha tetapi bukan berarti hal itu membenarkan perbuatan curang dari pelaku usaha. Konsumen pasti telah berekspektasi dengan menu yang disediakan oleh restoran dan konsumen juga sudah mengeluarkan dana yang cukup besar, jadi dapat dikatakan konsumen pasti kecewa dengan makanan yang disajikan oleh restoran itu.⁶⁹

Tanpa ada pembohongan kepada konsumen tentang kejelasan produk yang dijualkannya, untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, pelaku usaha juga seharusnya memperhatikan UUPK Pasal 7 huruf a yaitu

⁶⁹ Wawancara, Adi, Konsumen Restoran, tgl 30 Oktober 2019.

beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Dalam UUPK tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.⁷⁰

Pelaku usaha selaku pemilik restoran seharusnya memberikan informasi yang benar kepada konsumen dalam menu dan sajian yang mereka berikan. Informasi merupakan hal terpenting yang harus diperhatikan, karena apabila terdapat informasi yang benar mengenai makanan yang pelaku usaha jualkan akan menimbulkan kerugian bagi konsumen yang berarti melanggar hak-hak dari konsumen itu sendiri. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi.⁷¹

Konsumen juga harus memperhatikan apakah hak-haknya telah terpenuhi ataupun apabila hak-haknya ada yang dilanggar oleh tindakan pelaku usaha dengan memperhatikan kewajibannya terlebih dahulu yang diatur dalam UUPK Pasal 5. Secara umum dikenal ada 4 hak dasar konsumen yaitu hak untuk mendapatkan keamanan, hak untuk mendapatkan informasi, hak untuk

⁷⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm. 44.

⁷¹ *Ibid*, hlm. 44.

memilih, dan hak untuk didengar.⁷² Hak untuk mendapatkan informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat karena informasi yang tidak memadai.⁷³ Informasi yang diberikan oleh pelaku usaha selaku pemilik restoran dapat dilakukan secara tertulis maupun lisan. Seharusnya dalam penyampaian informasi oleh pelaku usaha secara tertulis dalam menu di restorannya dijelaskan secara jujur tentang jenis daging sapi apa yang dijualkannya, karena menu yang dimiliki restoran ini juga dapat dianggap sebagai media promosi dari restoran tersebut.

Pelaku usaha pemilik restoran mengatakan memang benar menu di restorannya menuliskan daging *Wagyu* namun yang disajikan di piringnya adalah daging *Meltique* yang menyerupai daging *Wagyu*, dan di dalam menu yang dimiliki restoran tidak dicantumkan secara jelas apakah itu daging *Meltique* sejenis *Wagyu*, melainkan hanya dicantumkan daging *Wagyu*.⁷⁴ Berbeda dengan pemilik restoran A, pemilik restoran B mengatakan bahwa di restorannya menyadari bahwa di menu yang dimilikinya tertulis menyajikan daging *Wagyu*, walaupun yang disajikan sebenarnya adalah daging *Meltique*. Hal tersebut dilakukan dengan alasan bahwa pemilik restoran beranggapan kedua jenis itu seperti sama dan konsumen dianggap tidak akan begitu mengetahui perbedaan antara kedua jenis daging tersebut.⁷⁵

⁷² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2000, hlm. 16-27.

⁷³ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op Cit*, hlm. 41.

⁷⁴ Wawancara, Pemilik Restoran A, tgl 1 November 2019.

⁷⁵ Wawancara, Pemilik Restoran B, tgl 3 November 2019.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya restoran yang tidak memenuhi hak atas informasi konsumen mengenai kebenaran, kejelasan dan kejujuran dalam makanan yang disajikan di restorannya. Menu yang dimiliki restoran sebagai bentuk promosi tidak memenuhi hak informasi yang benar bagi konsumen.

C. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Restoran atas Hak Informasi Konsumen Pembeli Makanan di Restoran

Berkembangnya zaman seiring dengan meningkatnya daya beli pangan masyarakat, yang menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan dan menjualkan berbagai jenis makanan, baik dari makanan ringan hingga makanan berat. Daging sapi sekarang ini menjadi makanan yang banyak dijual oleh restoran dengan berbagai macam olahan. Jenis, kualitas, dan potongan daging sapi yang beragam diperjualkan dengan harga yang beraneka macam pula. Namun, harga yang dijual oleh pemilik restoran terkadang tidak sesuai dengan jenis dan kualitas daging sapi yang dijual di restorannya. Berdasarkan wawancara dengan salah satu konsumen restoran daging sapi, Vivi (nama samaran), dia merasa tertarik dengan menu dan promosi yang diberikan oleh restoran. Vivi merupakan penggemar berbagai olahan daging sapi, Ia juga

merasa tidak masalah apabila harus mengeluarkan dana yang cukup besar hanya untuk menikmati olahan daging sapi yang ada di restoran. Namun, Vivi pernah merasa dirugikan atas perbuatan curang restoran yang menyajikan daging *Meltique* yang dijual dengan harga daging *Wagyu*. Sebagai konsumen Ia merasa dirugikan, karena telah mengeluarkan dana yang cukup besar namun mendapatkan daging sapi yang rasanya tidak sesuai dengan ekspektasinya.⁷⁶

Hal yang dialami oleh Nanda (nama disamarkan), konsumen di restoran daging sapi, mengalami hal yang serupa dengan Vivi. Nanda yang tertarik dengan menu yang dimiliki oleh sebuah restoran daging sapi, mencoba daging sapi yang di menunya tertulis daging *Wagyu*. Namun, Ia cukup kecewa dengan rasa dari daging sapi yang dijual oleh restoran tersebut, menurutnya daging sapi yang disajikan rasanya sangat berbeda dengan daging *Wagyu* yang pernah dia konsumsi sebelumnya. Rasa daging yang disajikan lebih terasa berminyak dibandingkan rasa *juicy* yang biasanya ada di daging *Wagyu*. Nanda mengatakan rasanya cukup berbeda, gurih yang dihasilkan juga sangat berbeda, asin gurih yang dihasilkan sangat terasa buatan. Nanda menyayangkan hal ini, karena menurutnya sebagai konsumen yang sudah mengeluarkan dana yang cukup besar namun mendapatkan makanan dengan kualitas seperti ini sangat mengecewakan dan menganggap perbuatan yang dilakukan restoran ini nantinya juga akan merugikan usahanya.⁷⁷

⁷⁶ Wawancara, Vivi, Konsumen Restoran, Tgl 30 Oktober 2019.

⁷⁷ Wawancara, Nanda, Konsumen Restoran, Tgl 31 Oktober 2019.

Memiliki pendapat yang juga serupa dengan Vivi dan Nanda, *Food Blogger*, Hasan (nama disamarkan) mengatakan perbuatan restoran yang menjual daging *Meltique* dengan harga daging *Wagyu* sudah lama terjadi, namun memang masih banyak konsumen yang masih kurang paham dengan perbedaan kedua jenis daging itu. Menurut Hasan, karena ketidaktahuan konsumen atas jenis daging itu dijadikan kesempatan untuk pengusaha restoran untuk ladang keuntungannya, tetapi syukurnya sekarang ini sudah mulai banyak konsumen yang “melek” atas kecurangan yang dilakukan oleh pengusaha restoran tersebut. Ia menambahkan, saat ini juga mulai banyak restoran yang memakai tema “All You Can Eat” atau makan sepuasnya, dengan menyajikan menu pilihan daging *Wagyu* dengan harga sekitar Rp130.000,- sampai dengan Rp250.000,-. Hal itu dianggap Hasan seperti tidak mungkin apakah yang disajikan itu benar daging *Wagyu*, karena seperti yang Ia ketahui bahwa untuk harga daging *Wagyu* di pasaran itu mencapai sekitar Rp300.000,- per 200 gramnya. Restoran dengan sistem “All You Can Eat” yang menjual daging *Wagyu* dengan harga seperti itu dianggapnya seperti pembohongan kepada konsumen, menurutnya kalau memang tidak menjual daging *Wagyu*, lebih baik jujur saja jangan mempromosikan bahwa restoran itu menjual daging *Wagyu*, dan kalau memang tidak mempromosikan dan menjual daging *Wagyu* pasti restoran tersebut akan tetap laku dan ramai tanpa harus ada pembohongan kepada konsumen.⁷⁸

Dalam penelusuran penulis menemukan restoran yang melakukan kecurangan yang telah dijelaskan sebelumnya. Di restoran dengan sistem “All

⁷⁸ Wawancara, Hasan, Food Blogger, Tgl 7 November 2019.

You Can Eat” itu penulis memesan daging *Wagyu*, namun yang disajikan adalah daging *Meltique*. Dilihat dari dagingnya dan jalur *Marbling* yang sangat berbeda dengan daging *Wagyu* pada umumnya. Jalur *Marbling* di daging yang disajikan tersebut terlihat sangat kaku karena lemaknya adalah hasil dari suntikan. Rasa yang dihasilkan dari daging tersebut memiliki rasa yang sangat berbeda dari daging *Wagyu* maupun dari daging sapi pada umumnya. Dengan harga Rp200.000,- dengan apa yang disajikan dan dengan rasa seperti itu sepertinya sebagai konsumen pasti merasa kecewa kepada restoran tersebut.

Berdasarkan wawancara penulis dengan para narasumber dan hasil penelusuran penulis yang merupakan konsumen di beberapa restoran daging sapi dapat disimpulkan bahwa memang banyak pelaku usaha pemilik restoran yang melakukan tindakan kecurangan penjualan makanan daging sapi dengan menjualkannya dengan harga mahal namun memberikan kualitas daging sapi yang kurang baik. Pelaku usaha juga menganggap bahwa ketidaktahuan konsumen mengenai jenis daging sapi ini yang dijadikan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

Pelaku usaha selaku pemilik restoran seharusnya memperhatikan UUPK Pasal 8 dan 10. Dalam Pasal 8 ayat 1 tentang larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi yaitu pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta

keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/
dibuat;

- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha selaku pemilik restoran dalam memperdagangkan usahanya tidak memperhatikan mutu dari jenis daging sapi yang dijualkannya dan menjualkan daging sapi tersebut tidak sesuai dengan keterangan atau promosi dari keaslian jenis daging sapi tersebut. Hal tersebut telah diatur dalam Pasal 8 ayat 1 dan melihat yang terjadi di lapangan pelaku usaha masih tidak memperhatikan isi dari Pasal 8 ayat 1 tersebut.

Dalam Pasal 10 yaitu 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;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Tentang larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha yang tujuan mengupayakan adanya perdagangan yang tertib dan iklim usaha yang sehat guna memastikan produk yang diperjual belikan dalam masyarakat dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum. Demikian pula, karena karena ketentuan Pasal 10 ini berisi larangan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan terhadap barang dan/atau jasa tertentu, maka secara otomatis larangan dalam pasal ini juga menyangkut persoalan representasi di mana pelaku usaha wajib memberikan representasi yang benar atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya.⁷⁹ Ketidakjujuran pemilik restoran atas tindakannya dalam harga atau tarif makanan yang dijualkannya itu selain menimbulkan kerugian kepada konsumen, juga menyebabkan tidak adanya ketertiban dan mengganggu iklim usaha yang sehat.

Konsumen yang merasa dirugikan oleh restoran atau pemilik restoran yang menjual daging Meltique yang dijual dengan harga daging Wagyu dapat meminta bentuk ganti rugi. Merujuk UUPK, jika suatu produk merugikan konsumen, maka produsen bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang diderita konsumen.⁸⁰ Dalam Pasal 19 UUPK menjelaskan mengenai tanggung jawab dari pelaku usaha yaitu

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

⁷⁹ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op Cit*, hlm. 92.

⁸⁰ N. H. T. Siahaan, *Hukum Konsumen*, Panta Rei, Jakarta, 2005, hlm. 138.

- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Berdasarkan substansi dari Pasal 19 ayat (1) dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi:⁸¹

1. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
2. Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran;
3. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

Dalam kasus ini, tanggungjawab atas kerugian konsumen yang merasa dirugikan atas produk yang dijual oleh pelaku usaha dilakukan agar dapat menenkankan tanggung jawab dari pemilik restoran tersebut.

Tuntutan ganti kerugian atas kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat penggunaan produk, baik yang berupa kerugian materi, fisik maupun jiwa, dapat didasarkan pada beberapa ketentuan yang telah disebutkan, yang

⁸¹ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op Cit*, hlm. 126.

secara garis besarnya hanya ada dua kategori yaitu ganti kerugian berdasarkan wanprestasi dan ganti kerugian berdasarkan perbuatan melawan hukum.⁸² Dalam hal ini, terdapat kewajiban dari pemilik restoran untuk memenuhi hak dari konsumennya, dari hubungan ini timbullah hubungan jual beli dengan secara tidak langsung dalam transaksi jual beli terdapat perjanjian secara lisan yang dibuat dan terdapat hal-hal yang harus dipenuhi oleh pemilik restoran. Apabila pemilik restoran tidak memenuhi prestasi sama sekali atau terlambat dalam memenuhi prestasi ataupun berprestasi tidak sebagaimana mestinya, konsumen dapat menuntut kepada pemilik restoran berupa pembatalan perjanjian/ jual beli; pemenuhan perjanjian; pembayaran ganti kerugian; pembatalan perjanjian disertai ganti kerugian; pemenuhan perjanjian disertai ganti kerugian.

Dalam ganti rugi tuntutan wanprestasi jumlah yang dibayarkan untuk membayar ganti rugi tidak ditentukan dalam Undang-Undang melainkan berdasarkan perjanjian antara pemilik restoran dengan konsumen. Kerugian yang dialami oleh konsumen baik secara materil maupun immateril dapat ditentukan bersama dan hal tersebut menjadi perjanjian yang mengikat atau menjadi Undang-Undang bagi kedua belah pihak.

Dalam kasus ini, pelaku usaha tidak bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen, karena pelaku usaha merasa benar atas jenis daging sapi yang dijualkannya itu adalah daging Wagyu sehingga pelaku usaha tidak mau bertanggung jawab atas kerugian tersebut. Pada dasarnya, daging Meltique dan daging Wagyu itu sangat berbeda sehingga informasi dan

⁸² *Ibid*, hlm. 127.

promosi yang diberikan dari pelaku usaha dianggap tidak benar. Hal tersebut bertentangan dengan Pasal 10 huruf c UUPK yaitu pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan barang dan/atau jasa yang tidak benar atau menyesatkan dalam hal kondisi dan harga. Oleh sebab itu, pelaku usaha selaku pemilik restoran memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen sesuai dengan pasal 19 UUPK. Tanggung jawab atas kerugian yang dapat diberikan oleh pelaku usaha berupa pengembalian uang atau pengembalian barang dan/atau jasa sesuai dengan nilainya. Selain itu, apabila konsumen memang sudah mendapatkan bentuk ganti kerugian seperti yang telah dijelaskan dalam Pasal 19 UUPK, konsumen tetap bisa mengajukan gugatan pidana kepada pelaku usaha. Gugatan pidana ini dapat diberikan kepada pelaku usaha karena tindakan yang merugikan konsumen ini merupakan tindakan penipuan yang diatur dalam Pasal 378 KUHP.

Pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam Pasal 8 dan 10 UUPK dapat dikenakan Pasal 62 ayat 1 UUPK yang mengatur mengenai gugatan pidana kepada pelaku usaha. Pasal 62 ayat 1 UUPK menjelaskan sebagai berikut:

- (1) 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 Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).