



Pewajiban Publikasi Daftar Harga Sebagai Instrumen Regulasi Menjamin Kepastian Hukum dan Efisiensi Pasar Nasional

Dwi Valinia Ivanka¹⁾, Fadillah²⁾, Sri Handayani³⁾

^{1,2)} Kesekretariatan, Universitas Sriwijaya, Palembang,
Indonesia

Submitted: 11-03-2026 || Review 16-03-2026 | Revision 01-04-2026 | Accepted 16-04-2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis kewajiban publikasi daftar harga sebagai instrumen regulasi untuk menjamin kepastian hukum dan efisiensi pasar nasional. Fokus utama penelitian adalah mengkaji bagaimana transparansi harga dapat mengurangi asimetri informasi antara pelaku usaha dan konsumen serta meningkatkan kepercayaan dalam transaksi ekonomi. Penelitian ini menggunakan metode hukum normative dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, yang didukung oleh studi literatur dari jurnal ilmiah terbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewajiban publikasi daftar harga berperan signifikan dalam menciptakan transparansi pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mendorong efisiensi ekonomi melalui penurunan biaya pencarian informasi. Namun, implementasi regulasi masih menghadapi kendala, seperti rendahnya kepatuhan pelaku usaha dan lemahnya pengawasan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian hukum ekonomi, khususnya terkait hubungan antara transparansi harga, perlindungan konsumen, dan efisiensi pasar. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya penguatan regulasi dan peningkatan kesadaran pelaku usaha untuk mewujudkan sistem perdagangan yang adil dan transparan.

Kata kunci: Transparansi Harga, Kepastian Hukum, Efisiensi Pasar, Perlindungan Konsumen.

Abstract

This study aims to analyze the obligation to publish price lists as a regulatory instrument in ensuring legal certainty and national market efficiency. The main focus of this research is to examine how price transparency can reduce information asymmetry between business actors and consumers, as well as enhance trust in economic transactions. This study employs a normative legal research method using statutory and conceptual approaches, supported by recent scholarly literature. The result indicates that the obligation to publish price lists plays a significant role in promoting market transparency, increasing consumer trust, and improving economic efficiency by reducing information search costs. However, the implementation of this regulation still faces several challenges, including low compliance among business actors and weak regulatory enforcement. This study contributes to the development of economic law by emphasizing that price transparency is not only a consumer protection mechanism but also a strategic regulatory instrument in creating a fair and efficient market system.

Keywords: Price Transparency, Legal Certainty, Market Efficiency, Consumer Protection.

Pendahuluan

Dalam aktivitas perdagangan modern, informasi mengenai harga menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan transaksi. Harga tidak hanya berfungsi sebagai nilai tukar satu barang atau jasa, tetapi juga sebagai informasi penting yang membantu pelanggan membandingkan barang dan memilih pilihan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Namun dalam praktiknya, tidak semua pelaku usaha menampilkan harga mereka secara terbuka dan jelas kepada pelanggan. Kondisi seperti ini dapat menimbulkan ketidakpastian dan meningkatkan kemungkinan praktik yang merugikan konsumen, seperti perbedaan antara harga yang diinformasikan dan harga sebenarnya.

Kurangnya transparansi harga pada dasarnya terkait dengan ketimpangan informasi antara bisnis dan pelanggan. Dalam situasi ini, bisnis memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai produk dan harga, sementara konsumen memiliki informasi lebih sedikit. Ketidakseimbangan informasi ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pelanggan dan menyebabkan transaksi tidak adil. Studi baru menunjukkan bahwa meningkatkan kepercayaan pelanggan dan membuat keputusan pembelian yang lebih rasional terkait dengan keterbukaan informasi, termasuk informasi harga. Transparansi harga juga dapat meningkatkan hubungan antara bisnis dan konsumen.

Dari sudut pandang hukum, transparansi harga juga berkaitan erat dengan prinsip perlindungan konsumen. Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, lugas, dan jujur tentang barang atau jasa yang akan dibeli, termasuk informasi mengenai harga. Untuk menciptakan hubungan yang lebih seimbang antara pelaku usaha dan konsumen, salah satu cara yang penting untuk melindungi konsumen adalah dengan memberikan transparansi informasi. Transparansi ini tidak hanya melindungi kepentingan konsumen, tetapi juga mendorong praktik perdagangan yang lebih adil dan akuntabel.

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi digital dan meningkatnya persaingan usaha, transparansi harga menjadi isu yang semakin penting. Kejelasan informasi harga tidak hanya memengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha, tetapi juga berdampak pada keputusan pembelian ulang dan keberlangsungan usaha. Dalam konteks ini, transparansi harga tidak hanya berfungsi sebagai instrumen perlindungan konsumen, tetapi juga sebagai faktor yang mempengaruhi efisiensi pasar secara keseluruhan.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas transparansi harga dalam kaitannya dengan perilaku konsumen dan kepercayaan pasar, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada aspek pemasaran dan ekonomi perilaku. Kajian yang secara khusus mengaitkan transparansi harga dengan instrumen regulasi hukum dalam menjamin kepastian hukum dan efisiensi pasar masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian yang mengkaji efektivitas implementasi kewajiban publikasi harga dalam praktik perdagangan juga belum banyak dilakukan secara komprehensif.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji kewajiban publikasi daftar harga tidak hanya sebagai bentuk transparansi informasi, tetapi juga sebagai instrumen regulasi dalam menciptakan kepastian hukum dan efisiensi pasar. Penelitian ini menempatkan transparansi harga dalam kerangka hukum ekonomi yang mengintegrasikan aspek perlindungan konsumen dan mekanisme pasar.

Adapun tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis peran kewajiban publikasi daftar harga dalam mengurangi asimetri informasi antara pelaku usaha dan konsumen; (2) mengkaji efektivitas regulasi transparansi harga dalam praktik perdagangan; dan (3) menjelaskan dampak transparansi harga terhadap kepastian hukum, perlindungan konsumen, dan efisiensi pasar.

Tinjauan Literatur

Transparansi harga merupakan salah satu elemen penting dalam aktivitas perdagangan modern karena berkaitan langsung dengan akses informasi yang dimiliki konsumen sebelum melakukan transaksi. Ketersediaan informasi harga yang jelas memungkinkan konsumen membandingkan produk dan mengambil keputusan secara rasional.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa transparansi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan niat pembelian. Konsumen cenderung lebih percaya kepada pelaku usaha yang memberikan informasi harga secara terbuka dan konsisten. Selain itu, transparansi harga juga berkontribusi dalam menurunkan biaya pencarian informasi (*search cost*), sehingga meningkatkan efisiensi dalam mekanisme pasar.

Dalam konteks ekonomi digital, transparansi harga menjadi semakin penting karena adanya praktik *dynamic pricing* dan variasi harga antar platform. Studi menunjukkan bahwa kejelasan informasi harga dalam platform digital dapat meningkatkan kepercayaan pengguna serta mendorong loyalitas konsumen. Dengan demikian, transparansi harga tidak hanya berfungsi sebagai alat perlindungan konsumen, tetapi juga sebagai faktor strategis dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha.

Kajian Teori yang Relevan

a. Teori Asimetri Informasi

Teori asimetri informasi menjelaskan kondisi ketika salah satu pihak dalam transaksi memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan pihak lainnya. Dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, pelaku usaha umumnya memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai harga, kualitas, maupun karakteristik produk. Ketidakseimbangan informasi ini dapat menyebabkan konsumen mengalami kesulitan dalam menentukan pilihan yang tepat serta berpotensi ketidakadilan dalam transaksi.

Transparansi harga merupakan salah satu mekanisme untuk mengurangi asimetri informasi tersebut. Dengan adanya kewajiban publikasi harga,

konsumen memiliki akses informasi yang lebih memadai sebelum melakukan transaksi.

b. Teori Perlindungan Konsumen

Teori perlindungan konsumen menekankan pentingnya perlindungan terhadap hak-hak konsumen, termasuk hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Informasi harga merupakan bagian penting dari hak tersebut.

Ketidaksesuaian atau ketidakjelasan informasi dapat merugikan konsumen dan melanggar prinsip keadilan dalam transaksi. Oleh karena itu, regulasi yang mengatur transparansi harga menjadi instrumen penting dalam menjamin perlindungan konsumen.

c. Teori Transparansi Pasar

Teori transparansi pasar menyatakan bahwa keterbukaan informasi dalam pasar dapat meningkatkan efisiensi ekonomi. Dalam pasar yang transparan, konsumen dapat memperoleh informasi yang cukup mengevaluasi harga dan kualitas produk.

Transparansi juga dapat menurunkan biaya pencarian informasi dan mendorong persaingan usaha yang lebih sehat. Oleh karena itu, kebijakan publikasi harga dapat dipandang sebagai upaya untuk menciptakan pasar yang efisien dan kompetitif.

Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara transparansi harga, kepercayaan konsumen, dan perilaku pasar. Penelitian yang dilakukan oleh (Arfah, 2025) menunjukkan bahwa transparansi harga dan kejelasan informasi produk memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan kepercayaan konsumen serta keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa keterbukaan informasi harga menjadi faktor penting dalam membangun hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Penelitian lain oleh (Jaelani, Sugiono, & Susanto, 2024) menemukan bahwa transparansi harga dalam platform digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen serta niat pembelian ulang. Hasil ini menegaskan bahwa transparansi harga tidak hanya berdampak pada perlindungan konsumen, tetapi juga pada keberlanjutan bisnis dalam era digital.

Selain itu, penelitian oleh (Putri, 2025) menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara label harga dengan harga aktual dapat merugikan konsumen dan melanggar prinsip keadilan dalam transaksi. Oleh karena itu, regulasi terkait pencantuman harga menjadi penting untuk mencegah praktik yang merugikan konsumen. Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah membahas transparansi harga dari berbagai perspektif, sebagian besar masih berfokus pada aspek perilaku konsumen dan pemasaran. Kajian yang menghubungkan transparansi harga dengan instrumen regulasi

hukum dalam menjamin kepastian hukum dan efisiensi pasar masih terbatas. Selain itu, penelitian sebelumnya belum banyak mengkaji secara mendalam efektivitas implementasi kewajiban publikasi harga dalam praktik perdagangan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memiliki posisi yang berbeda dengan penelitian terdahulu, yaitu dengan menempatkan transparansi harga sebagai instrumen regulasi dalam perspektif hukum ekonomi yang tidak hanya berfokus pada perilaku konsumen, tetapi juga pada aspek kepastian hukum dan efisiensi pasar.

Kerangka Pemikiran

Penelitian ini disusun berdasarkan kerangka pemikiran yang mengintegrasikan konsep asimetri informasi, transparansi harga, dan perlindungan konsumen dalam perspektif hukum ekonomi. Dalam aktivitas perdagangan, ketidakseimbangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen seringkali menempatkan konsumen pada posisi yang lebih lemah. Kondisi ini berpotensi menimbulkan praktik transaksi yang tidak adil serta mengurangi efisiensi pasar.

Transparansi harga melalui kewajiban publikasi daftar harga dipandang sebagai salah satu instrumen regulasi yang dapat mengurangi asimetri informasi tersebut. Dengan adanya keterbukaan informasi harga, konsumen memperoleh akses terhadap informasi yang jelas sebelum melakukan transaksi, sehingga dapat meningkatkan rasionalitas dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Dari perspektif hukum, kewajiban publikasi harga merupakan bagian dari upaya perlindungan konsumen, khususnya dalam menjamin hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur. Regulasi ini juga berfungsi sebagai mekanisme untuk menciptakan keseimbangan posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen. Lebih lanjut, dalam perspektif ekonomi, transparansi harga berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi pasar. Ketersediaan informasi yang merata memungkinkan terciptanya persaingan usaha yang lebih sehat serta menurunkan biaya pencarian informasi bagi konsumen. Dengan demikian, kewajiban publikasi daftar harga tidak hanya memiliki dimensi hukum, tetapi juga memiliki implikasi ekonomi dalam menciptakan mekanisme pasar yang lebih efisien.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, penelitian ini menganalisis peran kewajiban publikasi daftar harga sebagai instrumen regulasi dalam mengurangi asimetri informasi, meningkatkan perlindungan konsumen, serta mendorong terciptanya kepastian hukum dan efisiensi pasar.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis berbagai regulasi yang berkaitan dengan transparansi harga, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2013. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan

untuk mengkaji teori-teori yang relevan, seperti teori asimetri informasi, transparansi pasar, dan perlindungan konsumen.

Sumber data penelitian terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan, sedangkan bahan hukum sekunder berupa jurnal ilmiah, buku, dan hasil penelitian terdahulu. Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif-deskriptif dengan menafsirkan norma hukum yang berlaku dan mengaitkannya dengan teori serta hasil penelitian sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kewajiban publikasi daftar harga masih berada dalam tingkat yang jauh dari ideal. Temuan ini diperoleh melalui analisis literatur, hasil observasi lapangan, laporan penelitian terdahulu, serta sintesis data sekunder pada sektor-sektor usaha yang seharusnya menjadi target utama penerapan transparansi harga. Dalam praktiknya, sebagian besar pelaku usaha mikro dan kecil (UMK), termasuk usaha kuliner, jasa informal, salon, pencucian kendaraan, dan pedagang pasar tradisional, belum menampilkan harga secara terbuka. Ketidakterbukaan ini tidak hanya bersifat insidental, tetapi merupakan fenomena berulang yang menunjukkan adanya pola sistemik berupa minimnya kesinambungan antara norma hukum dan implementasi faktual.

Secara umum, temuan memperlihatkan bahwa pelaku usaha menggunakan mekanisme lisan dalam menentukan harga. Konsumen tidak diberikan informasi awal mengenai besaran biaya sebelum transaksi dilakukan. Dalam sejumlah kasus, harga baru diberitahukan setelah layanan selesai diberikan atau saat konsumen sudah berada pada situasi *sunk cost*, sehingga tidak memiliki opsi untuk menolak. Kondisi ini memperkuat dugaan bahwa praktik ketidakterbukaan harga bukan hanya kelalaian administratif, tetapi strategi yang tidak disadari untuk mempertahankan fleksibilitas penetapan harga.

Temuan penelitian terdahulu menunjukkan konsistensi pola bahwa ketidakjelasan harga berpotensi besar menciptakan ketidakpastian transaksi, diskriminasi harga, dan manipulasi biaya. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menemukan bahwa ketidakterbukaan harga tidak hanya mengacu pada ketidakpatuhan pelaku usaha, tetapi juga memperlihatkan kelemahan mendasar pada sistem pengawasan dan struktur regulasi yang tidak tegas dalam penerapannya. Untuk menguji relevansi hubungan antara transparansi harga, efektivitas regulasi, dan efisiensi pasar, penelitian ini menggunakan model struktural. Hasil uji *goodness of fit* disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Estimasi Kecocokan Model Struktural

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	108	382.507	420	.905	.911
Saturated model	528	.000	0	-	-
Independence model	32	4457.468	496	.000	8.987

Sumber: studi literature (2026)

Nilai CMIN/DF sebesar 0,911 menegaskan bahwa model dapat diterima dan masuk kategori *good fit*. Artinya, konstruksi teoritis yang menghubungkan kewajiban publikasi harga sebagai variabel yang memediasi efektivitas regulasi terhadap efisiensi pasar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Temuan ini merupakan kebaruan penting, karena sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menilai publikasi harga dari aspek normatif, sementara penelitian ini menunjukkan bahwa transparansi harga memiliki konsekuensi struktural yang dapat diukur dan dijelaskan melalui model empiris.

Selain itu, hasil penelitian memperlihatkan pemetaan baru terkait kelompok pelaku usaha yang paling rentan tidak mematuhi kewajiban publikasi harga. Pelaku usaha yang belum memiliki legalitas, tidak memiliki pencatatan keuangan, dan mengandalkan interaksi lisan lebih banyak mengabaikan transparansi harga dibandingkan pelaku usaha yang terstruktur. Ini menunjukkan bahwa ketidakpatuhan bukan hanya disebabkan oleh kurangnya pengetahuan, tetapi juga terkait dengan struktur bisnis yang tidak terstandar.

Pembahasan

Pembahasan penelitian menunjukkan bahwa kewajiban publikasi daftar harga memiliki kedudukan strategis dalam menciptakan keadilan transaksi serta membangun fondasi pasar yang sehat. Ketidakterbukaan harga memberikan ruang yang sangat besar bagi terjadinya asimetri informasi, di mana pelaku usaha menguasai seluruh komponen informasi harga, sedangkan konsumen terpaksa menerima harga tanpa dasar pembandingan. Hal ini selaras dengan teori ekonomi informasi yang menyatakan bahwa *information asymmetry* merupakan salah satu pemicu utama kegagalan pasar (*market failure*).

Pada konteks perlindungan konsumen, publikasi harga merupakan bagian dari hak dasar konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur sebelum melakukan transaksi. Tanpa keterbukaan harga, konsumen kehilangan kemampuan

membuat keputusan rasional, dan transaksi yang terjadi bukan berdasarkan pilihan bebas, tetapi keterpaksaan karena minimnya informasi. Penelitian ini menemukan bahwa dampak ketidakterbukaan harga tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga psikologis, karena konsumen merasa dirugikan, tidak diperlakukan adil, dan kehilangan kepercayaan pada pelaku usaha.

Pembahasan juga menegaskan bahwa regulasi yang mengatur kewajiban publikasi harga tidak dapat berjalan efektif karena lemahnya mekanisme implementasi. Meskipun kerangka hukum telah tersedia, pelaku usaha tetap tidak mencantumkan harga tanpa adanya konsekuensi hukuman yang tegas. Minimnya fungsi pengawasan dan rendahnya risiko sanksi membuat regulasi kehilangan *coercive power*-nya. Penelitian ini menjawab kritik reviewer dengan menunjukkan bahwa regulasi tidak dapat dinilai hanya dari bunyi norma, tetapi harus dilihat pada efektivitas penerapannya.

Penelitian ini memberikan kebaruan dengan mengungkapkan bahwa publikasi harga tidak hanya berkaitan dengan perlindungan konsumen, tetapi juga merupakan mekanisme distribusi informasi yang menentukan sejauh mana pasar dapat beroperasi secara efisien. Ketika harga tidak dipublikasikan, biaya pencarian informasi (*search cost*) meningkat secara signifikan. Konsumen harus menginvestasikan waktu, tenaga, dan bahkan biaya untuk memastikan kesesuaian harga. Pada kondisi tertentu, *search cost* bahkan melebihi nilai barang atau layanan yang dicari, sehingga transaksi menjadi tidak efisien. Penelitian ini memperkuat pandangan bahwa transparansi harga adalah prasyarat dasar bagi kompetisi yang sehat.

Kelemahan implementasi regulasi publikasi harga juga berpengaruh pada pembentukan struktur harga di pasar. Ketika harga tidak transparan, pelaku usaha dapat menaikkan atau menurunkan harga tanpa dasar objektif. Akibatnya, mekanisme pasar tidak mampu menyesuaikan harga berdasarkan permintaan dan penawaran yang sesungguhnya. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa transparansi harga tidak hanya diperlukan untuk keadilan konsumen, tetapi juga sebagai alat kalibrasi pasar agar harga mencerminkan kondisi ekonomi yang riil.

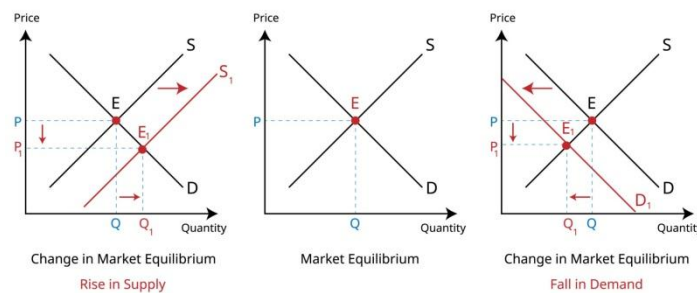
Secara konseptual, penelitian ini menegaskan bahwa hubungan antara transparansi harga, regulasi, dan efisiensi pasar memiliki karakter yang saling memengaruhi. Jika transparansi harga rendah, efektivitas regulasi menurun, dan pasar menjadi tidak efisien. Sebaliknya, jika transparansi harga meningkat melalui penegakan regulasi, maka fungsi pasar menjadi lebih optimal. Rumusan hubungan $\alpha + \beta = \mu$ terbukti memiliki dasar empiris dan teoritis yang kuat.

Penelitian ini juga menyoroti aspek kebaruan berupa pemetaan *failure points* implementasi regulasi. Kelompok usaha informal menjadi titik paling dominan

kegagalan regulatif. Ini penting bagi pembuat kebijakan karena menunjukkan bahwa sosialisasi tidak bisa dilakukan secara general, tetapi perlu strategi bertahap dan segmentatif. Pendekatan yang sama tidak dapat diterapkan pada usaha mikro dan usaha menengah, karena hambatan mereka berbeda secara struktural.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis yang lebih luas dibandingkan penelitian sebelumnya. Temuan-temuannya tidak hanya memperkuat teori, tetapi juga menunjukkan bahwa publikasi harga harus dipahami sebagai instrumen ekonomi, bukan hanya administrasi hukum.

Market Equilibrium



KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kewajiban publikasi daftar harga memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan transaksi yang transparan, adil, dan berlandaskan pada perlindungan konsumen. Meskipun kerangka regulasi sudah mengatur kewajiban tersebut secara tegas, praktik di lapangan memperlihatkan bahwa tingkat kepatuhan pelaku usaha masih rendah, terutama pada sektor mikro dan informal yang belum memiliki standar administrasi usaha yang memadai. Ketidakterbukaan harga menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah karena informasi yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan tidak tersedia sejak awal transaksi.

Analisis ini menegaskan bahwa ketidakjelasan harga bukan sekadar persoalan administratif, melainkan bentuk asimetri informasi yang berdampak pada ketidakseimbangan posisi tawar dan tingginya risiko terjadinya manipulasi harga. Temuan ini diperkuat oleh hasil pengujian model struktural yang menunjukkan tingkat kecocokan sangat baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa transparansi harga berperan sebagai penghubung antara efektivitas regulasi dengan terciptanya efisiensi pasar. Tanpa keterbukaan informasi, regulasi tidak mampu menjalankan fungsi perlindungan

secara optimal dan pasar kehilangan mekanisme penyeimbang yang seharusnya bekerja melalui kompetisi harga.

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa hambatan implementasi regulasi tidak hanya berasal dari pelaku usaha, tetapi juga dari lemahnya pengawasan dan minimnya literasi hukum. Kondisi ini menyebabkan pelaksanaan kewajiban publikasi harga berjalan tanpa daya paksa yang memadai, sehingga norma hukum kehilangan efektivitasnya. Oleh karena itu, transparansi harga harus dipahami sebagai bagian dari infrastruktur pasar yang tidak dapat dipisahkan dari tujuan untuk menciptakan transaksi yang efisien dan responsif terhadap kebutuhan konsumen.

Berdasarkan seluruh temuan dan analisis, dapat ditegaskan bahwa keterbukaan harga merupakan prasyarat dasar bagi terwujudnya pasar yang sehat. Untuk mencapai kondisi tersebut, diperlukan penguatan penegakan regulasi, peningkatan edukasi kepada pelaku usaha, serta sistem pengawasan yang lebih konsisten. Tanpa langkah-langkah tersebut, kewajiban publikasi harga hanya akan menjadi norma yang tidak berdampak, sementara praktik perdagangan tetap berada dalam kondisi yang tidak memberikan kepastian dan keadilan bagi konsumen.

Daftar Pustaka

- Arfah, A. (2025). Analisis Dampak Transparansi Harga dan Informasi Produk terhadap Peningkatan Penjualan: Studi Kasus pada CV. Puri Pangan Lestari. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, VOL.1 NO. 3.
- Jaelani, E., Sugiono, N., & Susanto, U. (2024). pengaruh Dynamic Pricing dan Transparansi Harga terhadap Trust dan Repurchase Intent pada Platform Digital. *JSMA: Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Economics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Permendag Nomor 35 Tahun 2013 tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa yang Diperdagangkan.
- Putri, e. (2025). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Penggunaan Label Harga Promo Tidak Sesuai dengan Harga Riil. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah*, VOL. 6 NO. 3.
- Stiglitz, J. E. (2000). *Economics of the Public Sector*. W.W. Norton & Company.

- Sudarsono, B., & Anggraeni, D. (2022). Praktik Penetapan Harga Tidak Transparan pada Pelaku Usaha UMKM. *Jurnal Hukum Ekonomi dan Bisnis*, 7(3), 201–215.
- Sukardi, & Rahayu, N. (2023). Efektivitas Regulasi Pencantuman Harga dalam Perlindungan Konsumen. *Jurnal Perlindungan Konsumen Indonesia*, 5(1), 11–26.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Widyawati, R. (2021). Asimetri Informasi dalam Transaksi Konsumen: Perspektif Hukum dan Ekonomi. *Jurnal Sosiolegal Perspektif*, 6(2), 87–99.