

DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v5i4>

Diterima: 26/05/2023, Diperbaiki: 14/07/2023, Diterbitkan: 15/07/2023

DISKRIMINASI HARGA BERBASIS GENDER (*PINK TAX*): PELANGGARAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Ammi Yustisha

Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

Email: ammi.yustisha@ui.ac.id*Corresponding Author: Ammi Yustisha*

ABSTRACT

The practice of gender-based price discrimination is known as the "Pink Tax". The "Pink Tax" phenomenon reflects an unfair price gap (discrimination) based on the gender of consumers. Gender-based price discrimination not only harms female consumers financially, but also reflects unfairness and inequality in the market. Consumer protection plays an important role in safeguarding the rights and interests of consumers from harmful practices. This research focuses on analyzing whether the practice of gender-based price discrimination (pink tax) is a violation of consumer protection laws in Indonesia? This research uses normative juridical research methods by analyzing the positive law governing consumer protection in Indonesia, namely Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK). Although the UUPK has accommodated efforts to protect consumers from discriminatory behavior of business actors, unfortunately the term "discriminatory" is only limited to regulating discriminatory treatment based on ethnicity, religion, culture, region, education, rich, poor and other social status, not including discriminatory treatment based on sex/gender. So it can be concluded that the practice of gender-based price discrimination (pink tax) in Indonesia cannot be categorized as a violation of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.

Keywords: *Pink Tax, Price Discrimination, Consumer Protection*

ABSTRAK

Praktik diskriminasi harga berbasis gender dikenal dengan istilah "Pink Tax" atau pajak "merah muda". Fenomena "Pink Tax" mencerminkan adanya kesenjangan harga yang tidak adil (diskriminasi) berdasarkan jenis kelamin konsumen. Diskriminasi harga berbasis gender tidak hanya merugikan konsumen perempuan secara finansial, tetapi juga mencerminkan ketidakadilan dan ketidaksetaraan dalam pasar. Perlindungan konsumen memiliki peran penting dalam menjaga hak-hak dan kepentingan konsumen dari praktik yang merugikan. Penelitian ini berfokus untuk menganalisis apakah praktik diskriminasi harga berbasis gender (pink tax) merupakan pelanggaran terhadap undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia? Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan melakukan analisis

terhadap hukum positif yang mengatur perlindungan konsumen di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Meskipun dalam UUPK sudah mengakomodir upaya perlindungan konsumen dari perilaku pelaku usaha yang diskriminatif, namun sayangnya istilah “diskriminatif” hanya terbatas mengatur perlakuan diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin dan status sosial lainnya, tidak mencakup perlakuan diskriminatif berdasarkan jenis kelamin/gender. Sehingga dapat disimpulkan bahwa praktik diskriminasi harga berbasis gender (pink tax) di Indonesia belum dapat dikategorikan sebagai pelanggaran atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Kata Kunci: Pink Tax, Diskriminasi Harga, Perlindungan Konsumen

PENDAHULUAN

Praktik diskriminasi harga berbasis gender dikenal dengan istilah “*Pink Tax*” atau pajak “merah muda”. Kenapa pink? Karena warna ini dianggap paling mewakili kaum hawa, meskipun kenyataannya tidak selalu demikian.¹ Praktik ini sampai sekarang masih menjadi kontroversi di sejumlah negara.

Dalam sebuah penelitian tentang prosedur penetapan harga barang yang dilakukan oleh *New York City Department of Consumer Affairs* pada Tahun 2015, menemukan bahwa 42% dari barang-barang wanita diberi harga lebih tinggi rata-rata 7% terlepas dari ketersediaan produk serupa yang lebih murah di bagian pria.² Strategi pemasaran online, yang berfokus pada kecenderungan psikologis dan perbedaan gender, telah menguasai promosi produk yang lebih mahal untuk wanita.

Praktik diskriminasi harga berbasis gender dapat ditemukan dalam berbagai sektor, termasuk kosmetik, perawatan tubuh, produk kesehatan, pakaian, dan peralatan rumah tangga. Contohnya, seorang konsumen perempuan mungkin harus membayar lebih mahal untuk produk perawatan kulit yang sama dengan produk yang ditujukan untuk konsumen laki-laki. Hal serupa terjadi dalam pembelian pakaian, di mana pakaian wanita sering dikenakan harga yang lebih tinggi daripada pakaian pria yang serupa secara desain dan kualitas.

Fenomena “*Pink Tax*” mencerminkan adanya kesenjangan harga yang tidak adil (diskriminasi) berdasarkan jenis kelamin konsumen. Diskriminasi harga berbasis gender tidak hanya merugikan konsumen perempuan secara finansial, tetapi juga mencerminkan ketidakadilan dan ketidaksetaraan dalam pasar.

Perlindungan konsumen memiliki peran penting dalam menjaga hak-hak dan kepentingan konsumen dari praktik yang merugikan. Undang-undang perlindungan konsumen bertujuan untuk menjamin bahwa konsumen memiliki akses yang adil dan setara terhadap produk dan layanan, serta melindungi mereka dari penipuan, manipulasi, dan praktik yang merugikan.

¹ Sekaring Ratri Adaninggar, “Pink Tax, Diskriminasi Harga Berbasis Gender”, <https://mucglobal.com/id/news/2199/pink-tax-diskriminasi-harga-berbasis-gidder> diakses pada tanggal 31 Mei 2023.

² LSE Human Rights, *Pink Tax: The gender bias in product recommendations and corporate social responsibility*, <https://blogs.lse.ac.uk/humanrights/2022/04/29/pink-tax-the-gender-bias-in-product-recommendations-and-corporate-social-responsibility/> diakses pada tanggal 21 Juni 2023.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini berfokus untuk menganalisis apakah praktik diskriminasi harga berbasis gender (*pink tax*) apakah merupakan pelanggaran terhadap undang-undang perlindungan konsumen di Indonesia?

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik terkait praktik diskriminasi harga berbasis gender (*pink tax*) di Indonesia dari perspektif hukum perlindungan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan melakukan analisis terhadap hukum positif yang mengatur perlindungan konsumen di Indonesia yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Sebagai penunjang, penulis juga melakukan kajian kepustakaan melalui referensi terkait seperti jurnal maupun sumber-sumber lain dari internet yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Diskriminasi Harga Berbasis Gender (*Pink Tax*)

Konsep dasar dari "*pink tax*" mengacu pada teknik memaksimalkan keuntungan yang diadopsi oleh perusahaan berdasarkan tren psikologis, perilaku belanja, dan minat, untuk mempromosikan penjualan produk yang dipasarkan kepada konsumen perempuan dengan harga yang jauh lebih tinggi daripada yang dipromosikan kepada konsumen laki-laki.³ Gampangnya, *pink tax* mengacu pada selisih harga lebih mahal yang harus dibayar mayoritas perempuan dibandingkan pria ketika membeli barang maupun jasa.⁴

Dalam banyak kasus, produk atau layanan yang secara kualitatif sama atau mirip dengan versi yang ditujukan untuk konsumen laki-laki dihargai lebih tinggi hanya karena dikemas atau dipasarkan untuk konsumen perempuan.

Apabila ditinjau dari sejarahnya, *Pink Tax* sudah ada sejak bertahun-tahun lalu. Di Amerika, *Affordable Act Care 2010* menjadi peraturan perundangan yang melarang adanya perbedaan harga tersebut. Sebelum adanya peraturan ini, diketahui bahwa premi asuransi perempuan lebih tinggi daripada laki-laki dengan alasan bahwa perempuan memiliki lebih banyak kebutuhan seperti kesehatan reproduksi dari pada laki-laki. Selain itu, di negara Amerika terdapat pajak yang dibayarkan oleh perempuan terhadap barang-barang yang diperlukan. Sebanyak 22 negara bagian Amerika membebaskan pajak penjualan pada pembalut dan tampon karena dianggap sebagai *luxury goods* atau barang mewah, bukan sebagai kebutuhan pokok perempuan.⁵

³ Diterjemahkan bebas dari tulisan Richa Bhargava & Raahat Tara yang berjudul "*Pink Tax: The Gender Bias in Product Recommendations and Corporate Social Responsibility*". <https://blogs.lse.ac.uk/humanrights/2022/04/29/pink-tax-the-gender-bias-in-product-recommendations-and-corporate-social-responsibility/> diakses pada tanggal 31 Mei 2023.

⁴ Sekaring Ratri Adaninggar, "Pink Tax..."

⁵ Bincang Perempuan, *Pink Tax: Praktik Diskriminasi Harga Produk Berdasarkan Gender*, <https://bincangperempuan.com/pink-tax-praktik-diskriminasi-harga-produk-berdasarkan-gender/> diakses pada tanggal 20 Juni 2023.

Di Indonesia, belum banyak orang yang membahas mengenai *pink tax*. Padahal seharusnya hal tersebut sudah mulai menjadi perhatian, mengingat di Indonesia praktik *pink tax* juga terjadi. Fenomena ini menjadi cukup viral pada saat perusahaan layanan jasa, yaitu PT Grab Indonesia yang menawarkan jasa antar “*Grab for Women*”. “*Grab for Women*” merupakan salah satu pilihan yang ditawarkan oleh PT Grab Indonesia yang menyasar kepada konsumen perempuan. Layanan “*Grab for Women*” diklaim menghadirkan mitra Pengemudi yang tidak merokok atau vape serta armada yang bersih, wangi, memiliki sertifikasi pelayanan prima, lulus psikotes, dan mendapatkan pelatihan khusus tambahan yang lebih ekstensif terkait etika dan tata krama. Sangat disayangkan, karena hal yang seharusnya menjadi standar minimal, justru dikomersialisasikan bagi target market tertentu yaitu perempuan. Hal tersebut menuai komentar dari berbagai masyarakat, sebab harga yang ditetapkan lebih mahal daripada layanan “*Grab Protect*”.

Harga yang lebih tinggi dibebankan kepada perempuan untuk mengakses layanan taksi *online*. Walaupun harganya sama dan kualitasnya berbeda dengan layanan taksi *online* lainnya, itu adalah diskriminasi. Menurut Abdou (2019) dalam jurnal “*Gender-Based Price Discrimination: The Cost of Being a Woman*”,⁶ diskriminasi harga berbasis gender umumnya dikenal secara global dengan istilah *pink tax*. “Pajak merah muda” adalah penambahan harga pada produk tertentu yang mereka buat untuk wanita. Bisa jadi produk yang sama atau serupa dengan produk untuk pria.

Meski namanya *pink tax*, “pajak” berbasis diskriminasi gender ini sebenarnya bukanlah pajak dalam arti sebenarnya atau pajak secara harfiah. Mengutip taxback.com, ada miskonsepsi yang sering terjadi jika berbicara tentang *pink tax*. Kebanyakan orang berasumsi bahwa “pajak merah muda” adalah “pajak legal” dan karena itu merupakan kebijakan pemerintah. Pada kenyataannya, *pink tax* bukanlah pungutan resmi atas produk wanita. Sebaliknya, itu adalah biaya tambahan yang ditambahkan pengecer, produsen, dan merek ke produk yang dipasarkan untuk wanita.

Ternyata banyak wanita yang tidak menyadari keberadaan *pink tax*. Karena mereka juga tidak pernah mau repot-repot membandingkan harga barang dan jasa untuk wanita dan pria. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh industri sehingga mereka berani membanderol harga yang lebih tinggi untuk produk wanita. Konsumen perempuan telah dikondisikan untuk mengabaikan perbedaan harga antara produk mereka dan produk laki-laki untuk jenis barang yang sama.

Ketika sebuah produk diberi label “untuk pria”, hal ini menciptakan hambatan pembelian implisit bagi wanita. Mereka memandang produk tersebut sebagai “bukan untuk saya.” Selain itu, produk berdasarkan gender terkadang disimpan secara terpisah untuk mengaburkan perbedaan harga.

Industri ini juga percaya bahwa perempuan cenderung tidak terlalu sensitif terhadap harga sehingga mereka bersedia membayar lebih mahal. Produsen dan peritel cukup tahu, jika

⁶ Asumsi.co, Fenomena Pink Tax, Diskriminasi Harga Berbasis Gender, <https://www.asumsi.co/post/63011/fenomena-pink-tax-diskriminasi-harga-berbasis-gender/> diakses pada tanggal 20 Juni 2023.

mereka mencoba menaikkan harga pisau cukur atau sampo, pria pasti akan memilih berbelanja di tempat lain atau menghemat uang dengan tidak membeli produk tersebut. Sementara itu, wanita masih bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi.

Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memiliki peran penting dalam melindungi hak-hak konsumen, termasuk mencegah praktik diskriminasi harga berbasis gender atau yang dikenal sebagai "*pink tax*". Tinjauan terhadap undang-undang ini dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana hukum perlindungan konsumen di Indonesia merespons isu ini.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disingkat UUPK) mengatur tentang hak dan kewajiban konsumen (Pasal 4 dan Pasal 5), serta hak dan kewajiban pelaku usaha (Pasal 6 dan Pasal 7). Hak konsumen diatur dalam Pasal 4 UUPK,⁷ dari 9 hak konsumen, salah satunya adalah hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (Pasal 4 huruf g). Lebih lanjut, dalam penjelasan Pasal 4 huruf g disebutkan bahwa: "Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin dan status sosial lainnya."

Selanjutnya, terkait dengan kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 UUPK.⁸ Salah satu dari 7 kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 7 huruf c UUPK adalah memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Dapat kita cermati, bahwa sesungguhnya UUPK di Indonesia sudah mengakomodir upaya perlindungan konsumen dari perilaku pelaku usaha yang diskriminatif. UUPK mengakui pentingnya kesetaraan perlakuan terhadap konsumen tanpa memandang **suku, agama, budaya,**

⁷ Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dalam Pasal 4 disebutkan hak konsumen adalah: a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa; b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan; e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut; f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen; g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

⁸ Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 tentang Perlindungan Konsumen, dalam Pasal 7 disebutkan bahwa Kewajiban pelaku usaha adalah: a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan; f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

daerah, pendidikan, kaya, miskin dan status sosial lainnya.⁹ Namun sayangnya, tidak ada penjelasan lebih lanjut apakah yang dimaksud dengan “status sosial lainnya”. Definisi dari istilah “diskriminatif” dalam UUPK tidak mencakup diskriminatif berdasarkan jenis kelamin/gender.

Dalam penjelasan Pasal 7 huruf c disebutkan: “Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan konsumen dalam memberikan pelayanan. Pelaku usaha dilarang membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen.”. Penjelasan Pasal 7 huruf c juga tidak menyinggung terkait diskriminasi harga berdasarkan jenis kelamin, hanya berfokus pada larangan pelaku usaha dalam memberikan pelayanan tidak boleh membeda-bedakan mutu pelayanan kepada konsumen.

Dengan adanya “celah” dalam UUPK yang belum mengatur dengan tegas terkait larangan perilaku diskriminatif berbasis gender, dikhawatirkan akan memperparah praktik “*pink tax*” atau diskriminasi harga berbasis gender di Indonesia. Apalagi di Indonesia belum banyak penelitian yang membahas isu ini dari perspektif perlindungan konsumen, sehingga belum dapat disimpulkan dengan tegas apakah praktik diskriminasi harga berbasis gender merupakan bentuk pelanggaran terhadap UUPK atau tidak.

Apabila kita telaah lebih jauh terkait definisi istilah “diskriminasi harga”, dapat ditemukan dalam konteks hukum persaingan usaha. Namun, tentu saja konsep diskriminasi harga yang diatur dalam konteks hukum perlindungan konsumen dan dalam konteks hukum persaingan usaha mempunyai perbedaan. Dalam konteks hukum persaingan usaha, UU Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, telah mengantisipasi beberapa perilaku pelaku usaha yang tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menciptakan kekuatan pasar yang cenderung anti persaingan.

Salah satu bentuk tindakan yang anti persaingan adalah Diskriminasi Harga. Diskriminasi Harga merupakan salah satu bentuk perjanjian yang dilarang oleh UU Nomor 5 Tahun 1999 yang dapat terjadi melalui penetapan harga berbeda yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk barang dan atau jasa yang sama dari suatu produsen berdasarkan kriteria tertentu, atau mengenakan harga berbeda untuk pelanggan berbeda berdasarkan tambahan yang tidak proporsional diatas biaya marjinal atau dapat juga diartikan sebagai strategi penetapan harga non-linear yang mencoba untuk dapat memperoleh surplus konsumen lebih banyak.¹⁰

Secara singkat dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan praktek diskriminasi dalam UU Nomor 5 Tahun 1999 merupakan tindakan atau perlakuan dalam berbagai bentuk yang berbeda yang dilakukan oleh satu pelaku usaha terhadap pelaku usaha tertentu. Fokusnya adalah tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap pelaku usaha pesaing, bukan konsumen. Sehingga definisi ini tidak dapat diterapkan dalam lingkup perlindungan konsumen.

Dalam praktiknya, di Indonesia dugaan pelanggaran Pasal 4 huruf g UUPK pernah dilakukan oleh Toko roti *Tous les Jours* pada Tahun 2019 silam, namun sayangnya tidak terdapat kejelasan dalam penegakan hukumnya. Toko roti tersebut diduga melanggar Pasal 4 huruf g UUPK dengan melarang penulisan ucapan keagamaan selain Islam di atas kuenya sebagai upaya

⁹ Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, penjelasan Pasal 4 huruf g.

¹⁰ Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 3 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 19 huruf d (Praktek Diskriminasi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

merek yang bersangkutan mendapatkan sertifikasi halal untuk produk-produknya.¹¹ Dalam UUPK, perlakuan diskriminatif berdasarkan agama semacam ini dilarang tegas, namun tidak terdapat sanksi baik administratif maupun pidana yang dapat dikenakan bagi pelaku usaha yang pelanggaran atas ketentuan tersebut.

Implementasi UUPK dalam praktik diskriminasi harga berbasis gender masih membutuhkan diskusi yang lebih mendalam dan perhatian lebih lanjut. Tidak tercapunya istilah “gender” dalam definisi perilaku “diskriminatif” dalam UUPK, membuat praktik diskriminasi harga berbasis gender atau “*pink tax*” tidak bisa dikategorikan sebagai pelanggaran atas UUPK.

Dalam Pasal 29 ayat (1) UUPK disebutkan: “Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.” Oleh karena itu, dalam rangka menjamin diperolehnya hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf g, yaitu hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, Pemerintah memiliki peran penting dalam melindungi konsumen secara setara, baik laki-laki maupun perempuan dari praktik diskriminasi harga berbasis gender.

Melalui kebijakan dan regulasi yang tepat, pemerintah dapat mencegah dan menindak praktik-praktik yang merugikan konsumen khususnya konsumen perempuan. Peran yang dapat dilakukan oleh pemerintah dalam melindungi konsumen dari diskriminasi harga berbasis gender antara lain:

1. Penetapan Kebijakan dan Regulasi: Pemerintah dapat mengeluarkan kebijakan dan regulasi yang melarang praktik diskriminasi harga berbasis gender. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkuat Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau dengan mengeluarkan kebijakan khusus yang secara khusus melarang praktik ini. Penetapan kebijakan yang jelas dan tegas akan memberikan pedoman bagi pelaku usaha dan memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi konsumen.
2. Pengawasan dan Penegakan Hukum: Pemerintah harus aktif dalam mengawasi dan menegakkan kepatuhan terhadap kebijakan dan regulasi yang melarang diskriminasi harga berbasis gender. Pengawasan yang efektif akan memberikan sinyal kepada pelaku usaha bahwa praktik diskriminasi harga berbasis gender tidak dapat diterima dan akan ditindak dengan tegas.
3. Sosialisasi dan Pendidikan: Pemerintah juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang hak-hak konsumen dan praktik diskriminasi harga berbasis gender. Dengan melakukan sosialisasi yang efektif dan menyeluruh, pemerintah dapat memberikan informasi kepada konsumen perempuan tentang hak-hak mereka dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang praktik-praktik yang merugikan. Sosialisasi ini dapat dilakukan melalui kampanye publik, seminar, dan pembentukan kelompok advokasi yang peduli terhadap perlindungan konsumen.

¹¹ Kompasiana, “Menyikapi Kasus Tous Les Jours”, https://www.kompasiana.com/ben10pku/5ddb83ac097f3656f97b1b42/menyikapi-kasus-tous-les-jours?page=1&page_images=1 diakses pada tanggal 21 Juni 2023.

4. Kerjasama dengan Pelaku Usaha: Pemerintah dapat menjalin kerjasama dengan pelaku usaha untuk mengurangi praktik diskriminasi harga berbasis gender. Melalui dialog dan kolaborasi, pemerintah dapat mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi praktik yang adil dan setara, serta menghormati hak-hak konsumen perempuan. Ini dapat dilakukan melalui program sertifikasi, peraturan pembelian barang dan jasa dari pelaku usaha yang tidak diskriminatif, dan kerjasama dengan asosiasi industri terkait.

Dalam menjalankan perannya, pemerintah perlu memiliki komitmen yang kuat untuk melindungi konsumen dari praktik diskriminasi harga berbasis gender. Pemerintah harus aktif dalam menciptakan lingkungan yang adil dan setara bagi konsumen perempuan, di mana konsumen memiliki akses yang sama terhadap produk dan layanan tanpa adanya perbedaan harga berdasarkan jenis kelamin.

Penting bagi pemerintah untuk terus melakukan pemantauan terhadap perkembangan isu diskriminasi harga berbasis gender dan mengidentifikasi pelaku usaha yang terlibat dalam praktik tersebut. Langkah-langkah penegakan hukum yang tegas harus diambil terhadap pelaku usaha yang melanggar regulasi dan kebijakan yang telah ditetapkan.

Selain itu, pemerintah juga dapat mendorong penelitian dan studi yang lebih mendalam tentang dampak diskriminasi harga berbasis gender terhadap konsumen perempuan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang konsekuensi negatif dari praktik ini, pemerintah dapat mengambil langkah-langkah yang lebih efektif dalam melindungi konsumen perempuan.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) sudah tak relevan dengan kemajuan zaman dan diperlukan revisi. Revisi UUPK yang saat ini telah masuk dalam Program Legislasi Nasional (Prolegnas) Prioritas 2023, diharapkan dapat mengakomodir isu-isu perlindungan konsumen yang belum diatur dalam UUPK, termasuk praktik diskriminasi harga berbasis gender.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa praktik diskriminasi harga berbasis gender (*pink tax*) di Indonesia belum dapat dikategorikan sebagai pelanggaran atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Meskipun dalam UUPK sudah mengakomodir upaya perlindungan konsumen dari perilaku pelaku usaha yang diskriminatif, namun sayangnya istilah “diskriminatif” hanya terbatas mengatur perlakuan diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin dan status sosial lainnya, tidak mencakup perlakuan diskriminatif berdasarkan jenis kelamin/gender. Hal ini sebagaimana tercantum dalam penjelasan Pasal 4 huruf g UUPK.

DAFTAR PUSTAKA

- Bridget J. Crawford. “*Pink Tax and Other Tropes*”. Yale Journal of Law and Feminism, vol. 34 (1), 2023, 88.
- Guittar, Stephanie G., et al. “*Beyond the Pink Tax: Gender-Based Pricing and Differentiation of Personal Care Products*.” Gender Issues, vol. 39, no. 1, 2022, pp. 1-23. ProQuest, <https://www.proquest.com/scholarly-journals/beyond-pink-tax-gender-based->

- pricing/docview/2624805113/se-2, doi:<https://doi.org/10.1007/s12147-021-09280-9>
- Rahmawati, A. “*Diskriminasi Harga Berdasarkan Gender: Produk di Indonesia.*” *Jurnal Riset Akuntansi Tridinanti (Jurnal Ratri)*, Vol. 4, No. 1, hal. 01 – 12, Juli-Desember 2022.
- Undang-Undang tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, UU Nomor 5 Tahun 1999. LN Tahun 1999 No. 33, TLN No. 3817.
- Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen, Nomor 8 Tahun 1999. LN Tahun 1999 No. 22, TLN No. 3821.
- Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 3 Tahun 2011 tentang Pedoman Pasal 19 huruf d (Praktek Diskriminasi) Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Asumsi.co. “*Fenomena Pink Tax, Diskriminasi Harga Berbasis Gender*”. <https://www.asumsi.co/post/63011/fenomena-pink-tax-diskriminasi-harga-berbasis-gender/>
- Bincang Perempuan. “*Pink Tax: Praktik Diskriminasi Harga Produk Berdasarkan Gender*”. <https://bincangperempuan.com/pink-tax-praktik-diskriminasi-harga-produk-berdasarkan-gender>
- Kompasiana. “*Menyikapi Kasus Tous Les Jours*”. https://www.kompasiana.com/ben10pku/5ddb83ac097f3656f97b1b42/menyikapi-kasus-tous-les-jours?page=1&page_images=1
- LSE Human Rights. “*Pink Tax: The gender bias in product recommendations and corporate social responsibility*”. <https://blogs.lse.ac.uk/humanrights/2022/04/29/pink-tax-the-gender-bias-in-product-recommendations-and-corporate-social-responsibility/>
- Richa Bhargava & Raahat Tara. “*Pink Tax: The Gender Bias in Product Recommendations and Corporate Social Responsibility*”. <https://blogs.lse.ac.uk/humanrights/2022/04/29/pink-tax-the-gender-bias-in-product-recommendations-and-corporate-social-responsibility/>
- Sekaring Ratri Adaninggar. “*Pink Tax, Diskriminasi Harga Berbasis Gender*”. <https://mucglobal.com/id/news/2199/pink-tax-diskriminasi-harga-berbasis-gidder>
- Translated by Content Engine, L. L. C. “*Pink Tax: Why Women Pay More for the Same Products.*” CE Noticias Financieras, Jun 05, 2022. ProQuest, <https://www.proquest.com/wire-feeds/pink-tax-why-women-pay-more-same-products/docview/2673557175/se-2>