

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen adalah salah satu aktivitas mendasar dalam kegiatan jual beli. Dalam praktiknya, hubungan usaha bisa terjalin apabila terjadi suatu kesepakatan atau transaksi antarapelaku usaha dan konsumen. Dalam melakukan pembelian suatu barang, biasanya konsumen selaku pembeli lebih selektif dalam memilih, baik itu terkait harga, kualitas, maupun keunikan dari barang tersebut.

Perkembangan kegiatan industri belakangan ini semakin meningkat, hal tersebut dikarenakan para pelaku usaha semakin berlomba untuk melakukan elaborasi teknologi serta kemajuan zaman dengan kegiatan usahanya. Berbagai inovasi dilakukan semata-mata demi menarik perhatian konsumen untuk membeli dan mengembangkan usaha mereka. Menurut Zimmerer<sup>1</sup>, inovasi adalah kemampuan untuk mengaplikasikan solusi kreatif dalam menangani masalah dan peluang untuk meningkatkan serta memperkaya kehidupan masyarakat.

Dewasa ini, pelaku usaha berpeluang untuk meraih kesempatan bisnis dalam transisi revolusi industri 4.0 menuju *Society 5.0* di mana banyak memanfaatkan kegiatan berbasis teknologi digital. Kegiatan usaha yang cukup banyak berinovasi dan mengembangkan usahanya dengan kemajuan zaman adalah usaha konveksi. Kegiatan usaha tersebut cukup banyak diminati karena para pelaku usaha menilai sasaran yang tepat untuk target pemasaran usaha di masa *Society 5.0* ini adalah kalangan anak muda.<sup>2</sup> Oleh sebab itu, para pelaku usaha kerap kali membuat sebuah produk berbasis

---

<sup>1</sup> T. Zimmerer, dkk, 2009, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba Empat, Jakarta, hlm. 21.

<sup>2</sup> T. Syahrul Reza dan Wawan Hermansyah, *Masa Depan Bisnis Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0. Ditinjau dari Kebijakan Sektor Publik, Bisnis dan Perpajakan*, Majalah Ilmiah BIJAK Vol. 16, No. 1, Maret 2019, hlm. 24.

kebutuhan dasar seperti pakaian, maupun hal-hal lainnya yang berkaitan dengan *fashion*.

Dilansir dari [binus.ac.id](http://binus.ac.id), berdasarkan data dari CNBC Indonesia pada 2019, industri *fashion* mampu memberikan kontribusi sebesar 18,01% atau sekitar Rp. 116 Triliun.<sup>3</sup> Salah satu hal yang membuat para pelaku usaha tertarik untuk mengembangkan peluang bisnis pada sektor *fashion* melalui usaha konveksi dikarenakan barang yang diproduksi tidak terbatas waktu layaknya usaha makanan yang dikhawatirkan akan *expired* sehingga dalam aktifitas penjualannya memiliki risiko lebih kecil dari kegiatan usaha makanan.

Permasalahan yang kemudian muncul terhadap konsumen bukanlah hanya terkait pemilihan barang semata, namun menyangkut kesadaran masing-masing pihak yang berkontribusi dalam kegiatan jual-beli yakni antara penjual selaku pelaku usaha dengan pembeli selaku konsumen, yakni terkait dengan perlindungan konsumen. Dimana konsumen berhak mendapatkan suatu bentuk perlindungan untuk mendapatkan suatu barang yang berkualitas dan layak sesuai apa yang diharapkan serta ditawarkan oleh penjual.

Perlindungan konsumen tersebut berkaitan erat dengan prinsip tanggung jawab yang harus diemban oleh pelaku usaha. Terlebih apabila pelaku usaha tersebut sudah menjanjikan barang-barang dengan mutu yang baik terhadap konsumen, namun dalam pelaksanaannya barang tersebut jauh dari hasil yang didambakan, atau bahkan beberapa pelaku usaha yang menolak melakukan suatu pertanggung jawaban atas dasar barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan, ataupun bertindak sepihak untuk tidak mau melakukan pembatalan transaksi atau pengembalian uang sekalipun barang yang diproduksi tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan.

Terlebih dalam masa-masa tertentu di mana konveksi menerima pesanan yang meningkat sehingga kemungkinan untuk melakukan kesalahan dalam produksi turut meningkat. Seperti misalkan barang rusak atau

---

<sup>3</sup> [Binus.ac.id](https://binus.ac.id), *Trend Industri Fesyen di Indonesia*, <https://binus.ac.id/bandung/2019/12/trend-industri-fesyen-di-indonesia/> diakses pada 27 September 2021 pukul 12:10 WIB.

kecacatan dalam pencetakan barang yang tidak sesuai desain, salah ukuran maupun jadwal barang selesai mundur dari jadwal atau tidak sesuai dengan jadwal. Di sisi lain, transaksi yang dilakukan secara *online* melalui media sosial kerap kali terjadi kesalahan dan perbedaan pendapat antara pelaku usaha dan konsumen itu sendiri. Salah satu hal tersebut menyangkut *purchase* atau pembayaran oleh konsumen yang disangkal kebenarannya oleh pelaku usaha. Misalnya, pelaku usaha hanya mengakui bahwa jumlah barang yang dipesan kurang dari yang tercantum di dalam *purchase* yang dikirimkan secara elektronik atau harga per unit dari barang yang dipesan oleh konsumen dikatakan lebih tinggi dari pada harga yang dicantumkan di dalam *purchase*.<sup>4</sup> Ini yang mengakibatkan kerugian pada konsumen karena pelaku usaha yang sering diuntungkan, perlu adanya perlindungan hukum bagi konsumen tersebut yang bertransaksi dengan pelaku usaha konveksi baju tersebut.

Berdasarkan pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlandaskan asas-asas penunjang perlindungan konsumen, di mana seorang pengusaha berkewajiban memenuhi tanggung jawabnya selaku pelaku usaha terhadap konsumen dan dilindungi oleh perundang-undangan dalam rangka menjamin adanya suatu kepastian hukum. Adanya kerugian terhadap konsumen atas produk yang merugikan konsumen, maka ada upaya-upaya dari pelaku usaha untuk menentukan bagaimana cara-cara yang ditempuh agar dapat membuktikan bahwa produk mereka cacat/rusak ataupun merugikan konsumen, yaitu dasar pertanggungjawaban, pembuktian, dan ganti kerugian.

Berkaitan dengan hal tersebut penulis ingin mendapatkan sebuah jawaban atas gambaran wujud nyata pertanggung jawaban pelaku usaha konveksi baju akibat kesalahan dalam upaya produksinya terhadap konsumen serta upaya penyelesaiannya. Untuk itu penulis mengambil judul penulisan ini “Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Konveksi Baju akibat Kesalahan dalam Proses Produksi terhadap Konsumen”.

---

4 Abdul Halim Barkatullah, 2007, *Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen dalam Transaksi di E-Commerce*, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum Vol. 14, No.2, hlm. 13.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang hendak diangkat dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha konveksi baju akibat kesalahan dalam proses produksi terhadap konsumen?
2. Upaya apa yang harus dilakukan oleh konsumen untuk menyelesaikan permasalahan akibat kesalahan proses produksi terhadap pelaku usaha konveksi?

## **C. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini fokus menitikberatkan kepada permasalahan yang dilakukan pelaku usaha konveksi baju terkait kesalahannya pada saat proses produksi sehingga menimbulkan kerugian konsumen dan penyelesaian permasalahan tersebut bila dikaitkan dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) dan Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan**

- a. Untuk mengetahui dan memahami pertanggungjawaban pelaku usaha konveksi baju akibat kesalahan dalam proses produksi terhadap konsumen
- b. Untuk mengetahui, memahami serta mengimplementasikan upaya apa yang seharusnya dilakukan oleh konsumen untuk menyelesaikan permasalahan akibat kesalahan proses produksi terhadap pelaku usaha konveksi.

### **2. Manfaat**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mempertegas aturan yang ada pada peraturan perundang-undangan seperti dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan penerapannya

lebih baik, sehingga dapat menciptakan keadilan serta memberikan perlindungan hukum bagi para konsumen.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber masukan bagi instansi/lembaga yang berwenang mengadili sengketa konsumen baik melalui jalur litigasi maupun non-litigasi.

### **E. Metode Penelitian**

#### **1. Jenis Penelitian**

Penulis dalam melakukan penelitiannya dengan menggunakan metode jenis penelitian Hukum Empiris (Yuridis Empiris).<sup>5</sup> Penelitian Hukum Empiris merupakan pendekatan yang dilakukan melalui penelitian lapangan dengan melihat serta mengamati apa yang terjadi di lapangan, penerapan peraturan-peraturan tersebut dalam prakteknya dalam masyarakat.<sup>6</sup> Penelitian empiris ini didukung oleh penelitian normatif dengan pendekatan undang-undang dengan melakukan menelaah peraturan perundang-undangan yang terkait dengan perlindungan konsumen di Indonesia. Lokasi penelitian adalah usaha konveksi baju “BliBli Kaos” yang berada di Pusat Grosir Cililitan, Jakarta Timur.

#### **2. Pendekatan Masalah**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan studi kasus dan pendekatan undang-undang, yaitu suatu pendekatan yang meneliti data sekunder terlebih dahulu dan kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian data primer di lapangan. Hasil penelitian yang dilakukan kemudian dirumuskan dan dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan.

---

<sup>5</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 1989, *Penelitian Hukum Normative Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 12.

<sup>6</sup> *Ibid.*

### 3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data di lapangan (*field research*) dengan melakukan wawancara formal/terstruktur dengan pemilik usaha konveksi baju “BliBliKaos” yaitu Ibu Rita Natalia Aritonang di daerah Cililitan, Jakarta Timur terkait penelitian yang akan dibahas.

#### b. Data Sekunder

##### 1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini terdiri dari beberapa peraturan dan perundang-undangan yaitu: Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) dan Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

##### 2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yang akan digunakan penulis dalam penelitian terdiri dari semua publikasi tentang hukum seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, karya tulis hukum, dan pandangan ahli hukum.

##### 3) Bahan Hukum Tersier

Sumber Bahan Hukum Tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, terdiri dari Kamus Hukum dan KBBI serta Ensiklopedia yang berkaitan dengan hukum.

### 4. Cara Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data dalam penelitian hukum empiris terdapat 2 (dua) teknik yang akan digunakan, baik terdapat sendiri-sendiri atau terpisah maupun digunakan secara bersama-sama sekaligus. Ketiga teknik tersebut adalah wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini, jenis data yang dikumpulkan oleh penulis terdiri dari data yang bersifat primer dan data yang bersifat sekunder.

Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara.<sup>7</sup> Pengumpulan data melalui wawancara ini dilakukan terhadap narasumber yang dipilih yaitu Ibu Rita Natalia Aritonang selaku pemilik usaha konveksi baju “BliBliKaos”.

Selanjutnya mengenai data sekunder diperoleh dengan cara mempelajari, mengkaji dan menjabarkan bahan-bahan kepustakaan (*literature research*) yang berupa bahan-bahan hukum baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder maupun bahan hukum tersier.

## 5. Teknik Analisis Data

Data primer yang telah dikumpulkan dari hasil wawancara dengan pelaku usaha terkait kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk mendapatkan suatu hasil berupa kesimpulan. Kemudian data tersebut dielaborasi dengan data sekunder sehingga diperoleh jawaban atas rumusan permasalahan dalam penelitian ini.

---

<sup>7</sup> Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Empiris & Normatif*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hlm. 161.