

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Untuk menunjang keberlangsungan hidupnya, manusia setidaknya harus memenuhi kebutuhan primer. Kebutuhan primer adalah kebutuhan pokok (utama) yang dibutuhkan oleh manusia¹. Dalam buku *Membuka Cakrawala Ekonomi* yang di tulis Imamul Arifin, Giana Hadi W, kebutuhan pokok atau kebutuhan utama merupakan suatu syarat yang mesti dipenuhi oleh manusia untuk bisa bertahan hidup.² Setidaknya ada tiga kebutuhan primer manusia, salah satunya sering di sebut sandang.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sandang diartikan sebagai “bahan pakaian”.³ Sandang berperan penting dalam keberlangsungan hidup manusia yaitu guna melindungi tubuh manusia dari cuaca panas dan dingin. Oleh karena bahan pakaian menjadi salah satu kebutuhan primer bagi manusia, berbisnis dalam bidang ini menjadi sangat menjanjikan, hal ini dapat dilihat dari data pertumbuhan industri tekstil dan pakaian jadi di Indonesia dari tahun 2011 sampai 2021 menempati posisi ke 18 dari 55 industri yang ada⁴.

Misalnya saja pertumbuhan produksi industri pakaian dalam kuartal pertama pada tahun 2019 mencatatkan pertumbuhan paling tinggi diantara sektor lain.⁵ Produsen industri pakaian memanfaatkan budaya konsumtif masyarakat untuk mengeruk laba sebanyak-banyaknya. Sering kali produsen industri pakaian menggunakan berbagai cara dalam memasarkan produknya. Salah satunya dengan cara menerapkan diskon atau obral agar konsumen tertarik membeli produknya. Sebenarnya penjualan produk secara obral ini tidak hanya menguntungkan pihak pelaku usaha tetapi juga menguntungkan pihak pembeli atau konsumen. Di satu sisi, pelaku usaha mendapat keuntungan dari segi lebih mudahnya menjual barang karena konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut, sehingga akan mendapatkan omzet penjualan yang kemudian berimplikasi terhadap peningkatan

¹Widyosiswoyo, Hariwijaya Soewandi, 1991, *Ilmu Alamiah Dasar*. Ghalia Indonesia, Jakarta Timur. hlm. 211–213.

²Imamul Arifin dan Giana Hadi W, 2007, *Membuka Cakrawala Ekonomi*. Setia Purna, Bandung, hlm. 12.

³<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/sandang> diakses pada tanggal 11 November 2021 pukul 13.08 WIB.

⁴<https://www.dataindustri.com/produk/laporan-data-pertumbuhan-55-industri-di-indonesia/> diakses pada tanggal 12 November 2021 pukul 11.02 WIB.

⁵<https://kemenperin.go.id/artikel/20641/Industri-Pakaian-Jadi-Catatkan-Pertumbuhan-Paling-Tinggi> diakses pada tanggal 12 November 2021 pukul 12.00 WIB .

laba. Sedangkan di sisi lain konsumen akan membeli produk tersebut dengan harga yang relatif lebih murah daripada sebelum ada pemotongan harga.

Oleh karena itu penjualan produk secara obral menjadi hal lazim diantara para produsen. Apalagi dengan adanya penurunan daya beli konsumen, cara menjual produk secara obral ini menjadi sangat efektif. hal ini menimbulkan persaingan menjadi sangat ketat antara para produsen. Terkhusus untuk produsen baju, penurunan harga sangat berpengaruh terhadap permintaan pembeli. Dalam teori dasar ekonomi ini disebut dengan Elastisitas permintaan atau juga di sebut (*price elasticity of demand*) adalah sebuah konsep ekonomi yang di gunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh jumlah barang yang di minta terhadap harga suatu barang . Jika terjadi sebuah perubahan pada jumlah barang di pasaran maka akan mempengaruhi suatu permintaan terhadap barang tersebut. Jika harga suatu barang turun maka akan terjadi permintaan yang sangat banyak. Sebaliknya, jika harga barang naik maka permintaannya akan menjadi sedikit atau berkurang.⁶

Produk yang dijual secara obral, disatu sisi memang menguntungkan kedua belah pihak, yaitu pihak pelaku usaha dan pihak konsumen. Akan tetapi, dengan melekatnya syarat tersembunyi dalam penjualan produk yang dijual secara obral tersebut, jelas sangat merugikan konsumen. Bahkan sebenarnya, dengan hanya datang ke tempat penawaran produk itu, konsumen sudah mengalami kerugian dalam hal waktu, tenaga, pikiran dan biaya transportasi. Untuk dapat lebih menarik minat konsumen dalam membeli produk obral, maka pelaku usaha menggunakan sarana iklan. Namun sayangnya, sebagian besar dari iklan tersebut berisi informasi yang tidak jelas, sehingga melanggar hak-hak konsumen, yang pada akhirnya, konsumen juga yang menderita kerugian.⁷

Adanya larangan bagi pelaku usaha melakukan penjualan melalui cara obral atau lelang dengan mengelabui konsumen apabila dilanggar maka ada pemberlakuan sanksi pidana terhadap pelaku usaha yang melakukan penjualan melalui cara obral atau lelang dengan mengelabui konsumen. Hal ini menunjukkan adanya upaya penegakan hukum untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap konsumen guna menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi

⁶Mochamad Afan Wahyu Prediansya, 2020, *Elastisitas Permintaan Pengaruh Perubahan Harga Permintaan Terhadap Kebutuhan Handsanitizer Akibat Terjadinya Covid-19*, Jurnal Universitas Muhammadiyah, hlm.2.

⁷ Muhammad Yasid, Nanci Yosepin Simbolon, Boy Chasea Pasi, Ricky Pratama Siregar, 2020, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Produk Obral Dengan Iklan Tanpa Informasi Yang Jelas*, Jurnal Universitas Darma Agung, Medan, hlm.110.

serta akses untuk mendapatkan informasi.⁸

Penjualan sendiri dapat diartikan sebagai suatu bentuk penawaran disertai penyerahan hak milik kepada pihak lain. Sedangkan obral, mengandung makna yaitu menjual barang secara besar-besaran dengan harga murah (dengan maksud menghabiskan barang, mengosongkan gudang, dan sebagainya).⁹ Secara hukum jual beli diartikan sebagai suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.¹⁰ sedangkan terjadinya jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar.¹¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan dalam kegiatan jual beli, pelaku usaha dan konsumen memiliki hak dan kewajiban dalam melakukan jual beli, hal ini agar pelaku usaha dan konsumen memiliki kedudukan yang sama di dalam hukum.

Namun, dalam implementasinya, kedudukan pelaku usaha dan konsumen seperti berat sebelah, dimana konsumen berada di pihak yang lemah. Oleh karena itu, seiring dengan keinginan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen, maka mulailah dipikirkan kepentingan-kepentingan apa dari konsumen yang perlu mendapat perlindungan yang dirumuskan dalam bentuk hak.¹² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah salah satu peraturan perundang-undangan yang berupaya untuk melindungi hak dari konsumen. Jika dilihat dalam pasal 4 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hak konsumen salah satunya adalah hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Dalam hal penggunaan penjualan barang secara obral sejatinya sudah diatur dalam Pasal 11 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan pelaku usaha, dilarang mengelabui/ menyesatkan konsumen dengan;

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;

⁸ Tesalonika Epifania Rompas, Frangkiano B. Randang, Nelly Pinangkaan, 2021, *Larangan Bagi Pelaku Usaha Mengelabui Konsumen Melalui Cara Obral atau Lelang Dalam Hal Penjualan Barang*, Jurnal Universitas Sam Ratulangi, Medan, hlm. 87.

⁹ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa, 1994, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*, Balai Pustaka, Jakarta, hlm. 699.

¹⁰ Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹¹ Pasal 1458 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹² Sidabalok, Jamus, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 31.

- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Dalam pelaksanaannya, penjualan baju secara obral yang terjadi di Indonesia, pelaku usaha baju sering melakukan beberapa kecurangan. Seperti adanya syarat-syarat tersembunyi yang diberlakukan oleh pihak pelaku usaha. Beberapa contoh syarat tersembunyi tersebut antara lain, produk baju yang dijual secara obral hanya tersedia beberapa unit atau adanya keharusan untuk membeli produk lain yang tidak dijual secara obral terlebih dahulu. Dari syarat tersembunyi inilah, pihak pelaku usaha mengambil keuntungan hasil penjualan. Misalkan saja, produk baju yang dijual secara obral itu telah habis persediaannya, maka konsumen yang terlanjur datang ke tempat penawaran produk tersebut, dengan terpaksa membeli produk lain yang tidak dijual secara obral, daripada pulang dengan tangan kosong. Hal seperti ini disebut dengan istilah *loss leader*. *Loss leader* adalah teknik memancing perhatian konsumen, dengan produk yang dijual sangat murah, atau produk yang sengaja dijual rugi dengan jumlah unitnya yang Terbatas.¹³ Kemudian juga dengan cara penawaran melalui iklan produk b a j u yang dijual secara obral, dengan berbagai presentase potongan harga. Namun yang sangat disayangkan, banyak diantara iklan tersebut tidak mencantumkan syarat-syarat tertentu secara jelas dan terperinci. Biasanya hanya berupa keterangan yang menyatakan bahwa ada syarat dan ketentuan yang berlaku, yang terletak di bagian bawah iklan dengan ukuran huruf yang relatif kecil.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) selalu menghimbau masyarakat agar selalu cermat dalam melakukan jual beli secara obral dengan teliti dalam memeriksa kualitas barang untuk mengetahui apakah ada cacat produk atau tidak. Kemudian apakah kondisi barang

¹³http://repository.umpalembang.ac.id/id/eprint/4562/1/502014208_BAB%20I_DAFTAR%20PUSTA%20KA.pdf diakses pada 13 November 2021 pukul 13.40 WIB.

sesuai dengan standarnya.¹⁴ hal-hal inilah yang menjadi masalah dan sering terjadi dalam penjualan barang obral tak terkecuali dalam penjualan produk baju secara obral. Banyaknya pelaku usaha yang “nakal” dengan mengabaikan hak-hak konsumen dan ketidaktahuan pembeli akan hak-hak yang seharusnya diperoleh sebagai konsumen dimanfaatkan untuk melanggengkan kecurangan oleh pelaku usaha.

Kewajiban para para pelaku usaha untuk senantiasa beretika baik dalam melakukan kegiatan usahanya sebagaimana yang diamanatkan dalam pasal 7 huruf a UUPK, dalam hal ini bertujuan untuk menjaga iklim usaha yang sehat serta tetap menjaga agar konsumen tidak dirugikan. Mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam hal ini tidak lengkapnya informasi mengenai komposisi suatu produk mengacu pada pasal 19 ayat (1) UUPK dimana apabila konsumen dirugikan dalam hal konsumen menderita kerugian berupa terjadinya kerusakan, pencemaran, atau kerugian finansial dan kesehatan karena mengkonsumsi produk yang diperdagangkan produsen pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang setara dan jenis nilainya, perawatan kesehatan dan pemberian santuan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.¹⁵

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada berbagai uraian tersebut di atas, terdapat permasalahan yang kiranya perlu pemahaman lebih lanjut, yaitu :

1. Bagaimana pengaturan hukum produk obral di Indonesia?
2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha yang menjual baju cacat produk secara obral tanpa disertai informasi yang jelas ?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi ruang lingkungannya yaitu bagaimana perlindungan bagi konsumen atas produk cacat yang terdapat dari penjualan produk secara obral ditinjau dari ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan

¹⁴ <https://ylki.or.id/2016/06/agar-tidak-kalap-belanja/> diakses pada tanggal 13 November 2021 pukul 13.45 WIB.

¹⁵ Rivaldo Fransiskus Kuntag. Flora Pricilla Kalalo. Anna S. Wahongan, 2021, *Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Atas Kerusakan Barang Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Jurnal Universitas Sam Ratulangi.

tanggung gugat pelaku usaha sebagai produsen produk baju secara obral tersebut ditinjau dari Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan peraturan perundang-undangan lainnya.

D. Tujuan dan Manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah cacat produk pada baju yang diakibatkan oleh tidak adanya informasi yang jelas terkait penjualan secara obral melanggar Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.
2. Untuk mengetahui tanggung jawab pelaku usaha yang menjual produk baju secara obral tanpa disertai informasi yang jelas.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan yaitu secara teoritis dan praktis dalam pengembangan ilmu hukum pada umumnya :

- a. Secara Teoritis, berupa berkembangnya pemikiran secara teoritis reguasi perlindungan konsumen yang dimiliki penulis serta pembaca, dan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu hukum khususnya berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap pelaku usaha mengenai ketentuan dalam melakukan penjualan baju obral menurut hukum di Indonesia.
- b. Secara Praktis, diharapkan mampu memberikan perspektif baru kepada konsumen agar mengetahui Langkah-langkah yang ditempuh apabila terjadi pelanggaran dalam hak konsumen serta memiliki ketelitian sebelum membeli baju obral. Disamping itu juga untuk menjadi bahan masukan untuk pelaku usaha agar lebih memperhatikan hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi jual beli khususnya dalam produk baju obral. Dalam penulisan skripsi ini pun tidak terlepas agar tercapainya iklim yang sehat dimasyarakat dalam jual beli produk baju obral antara pelaku usaha dan konsumen sesuai dengan hukum positif Indonesia.

E. METODE PENELITIAN

a. Jenis Penelitian

Penelitian secara ilmiah dilakukan oleh manusia untuk menyalurkan hasrat ingin tahu yang telah mencapai taraf ilmiah, yang disertai dengan suatu keyakinan bahwa setiap gejala akan dapat ditelaah dan dicari hubungan sebab-akibatnya, atau kecenderungan-kecenderungan yang timbul.¹⁶ Penelitian pada dasarnya merupakan suatu upaya pencarian, bukan hanya sekedar mengamati dengan teliti terhadap sesuatu obyek yang mudah terpegang di tangan.¹⁷ Penelitian hukum itu sendiri merupakan suatu kegiatan ilmiah, yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari satu atau beberapa gejala hukum tertentu, dengan jalan menganalisisnya.¹⁸

Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan penelitian hukum normative berbasis pada analisis norma hukum, dalam arti *law as it is written in the books*.¹⁹ Menurut Johnny Ibrahim, penelitian hukum normative adalah suatu prosedur penelitian ilmiah untuk menemupakan kebenaran berdasarkan logika keilmuan dari sisi normatifnya²⁰. Sisi normatif disini tidak sebatas pada peraturan perundang-undangan saja. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Peter Mahmud, penelitian hukum adalah penelitian normatif namun bukan hanya meneliti hukum positivistis²¹. Pada penelitian hukum normative ini, yang diteliti adalah Pustaka atau bahan sekunder yang mencakup bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Dengan demikian, objek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah norma hukum, yaitu peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan konsumen.

Penulis melakukan analisis secara kualitatif terhadap peraturan-peraturan yang ada sebagai norma hukum positif yang diperoleh melalui studi kepustakaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan kemudian mencari jalan permasalahannya untuk menjawab rumusan masalah dan menarik kesimpulan untuk memperoleh hasilnya.

¹⁶ Soerjono Soekanto, 1986, *Cet. 3, Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, hlm. 3.

¹⁷ Bambang Sunggono, 2007, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 27.

¹⁸ Soerjono Soekanto, *Cet. 3, Op. Cit.*, hlm. 43.

¹⁹ Ronald Dworkin, 1973, *Legal Research*, Spring, Daedalus, hlm. 250.

²⁰ Johnny Ibrahim, 2013, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia, Malang, hlm. 57.

²¹ Peter Mahmud, 2005, *Penelitian Hukum*, Prenadamedia Group, Jakarta, hlm. 42-56.

b. Pendekatan Masalah

Pendekatan undang-undang dipakai oleh karena penelitian ini termasuk dalam level dogmatik hukum atau penelitian untuk keperluan praktik hukum yang tidak dapat melepaskan diri dari pendekatan perundang-undangan.²² Pendekatan *statute approach*, yakni menelaah undang-undang dan regulasi yang berhubungan dengan perlindungan konsumen, yaitu Kitab Undang – Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

c. Bahan Hukum

1. Bahan hukum primer yaitu meliputi bahan hukum yang berasal dari peraturan perundang-undangan yang terkait dengan skripsi ini antara lain *Burgerlijk Wetboek* (Kitab Undang-Undang Hukum Perdata) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang sifatnya menjelaskan bahan hukum primer, yaitu literatur seperti buku-buku, majalah, artikel media cetak, dan informasi dari internet yang membahas permasalahan yang dikaji.
3. Bahan Hukum Tersier merupakan bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yang terdiri dari kamus hukum, jurnal hukum, ensiklopedia, dan lain-lain.

d. Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian tergantung pada ruang lingkup dan tujuan penelitian hukum yang akan dilakukan, dalam hal ini penulis menggunakan metode atau alat pengumpulan data berupa studi kepustakaan (*library research*) terhadap data sekunder sebagai cara untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam upaya mencapai tujuan penelitian. Baik dengan cara menganalisis, mengutip, serta menghubungkan dengan permasalahan dalam penulisan ini.

²² Peter Mahmud, 2007, *Penelitian Hukum*, Revisi, Kencana, Jakarta.

e. Analisa Data

Penelitian ini memakai analisis deskriptif kualitatif yaitu metode analisis data yang mengelompokkan dan menyelesaikan data yang diperoleh dari teor-teori, asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang bersumber dari studi pustaka dan dihubungkan oleh data yang diperoleh dari pendekatan kasus. Di dalam menganalisis suatu objek penelitian, metode ini digunakan untuk menjelaskan data yang digunakan. Dimana data yang dimaksud terkait dalam hal penjelasan terhadap peraturan perundang-undangan, berita dan studi data kepustakaan (*library research*) yang berkait dengan penelitian ini.