

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PENJUALAN PRODUK OBRAL (STUDI DI KOTA MATARAM)

Kurnia Wibisana, Moh. Saleh

Fakultas Hukum Universitas Mataram

Corresponding Email: kurniawibisana@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengkaji perlindungan hukum terhadap konsumen atas penjualan produk obral yang dilakukan oleh pelaku usaha serta untuk mengetahui dan mengkaji tanggung jawab pelaku usaha dalam penyelesaian permasalahan dengan konsumen di Kota Mataram. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian normatif empiris. Metode pendekatan yang digunakan yakni pendekatan perundang-undangan, pendekatan konseptual dan pendekatan sosiologis. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa masih banyak toko di Kota Mataram yang masih menjual produk dengan cara obral namun melanggar ketentuan Pasal dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tanggung jawab dan kebijakan pelaku usaha dalam penyelesaian hukum atas penjualan produk obral dengan konsumen yaitu melalui negosiasi.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum: Konsumen: Produk Obral.

Abstract

The study is aimed to research and to find out the purpose of legal protection for customer, applied to the sale of closeout products carried out by businessman and also to research and to find out the duty of the businessman, in term of problem solving with customer at the city of Mataram, the variety of the research that being used is a "empirical normative research". The approach method used is the statutory approach, conceptual approach and sociological approach. According to results of the research it can be concluded, that there a lot of shop/store in the city of Mataram that still remain selling a product with a closeout approachment but violate the rule of customer protection law, the responsibilities and the policies of businessman in term of legal settlement upon the selling of saleout product to customer that is through negotiation.

Keywords: Legal Protection: Consumers: Product Sale.

A. PENDAHULUAN

Kebutuhan setiap manusia seakan tidak ada habisnya, selalu ada saja kebutuhan yang ingin dipenuhi. Dengan mempertimbangkan skala prioritas, kita harus menunda keinginan untuk memenuhi sebuah kebutuhan demi terpenuhi kebutuhan lain yang lebih penting, misalnya kebutuhan pokok. Dengan menunda pemenuhan kebutuhan selain kebutuhan pokok tersebut, maka dapat diharapkan terjadi penurunan harga pada masa yang akan datang. Penurunan harga dilakukan oleh pelaku usaha, sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan omzet penjualan dan untuk mengurangi penumpukan produk di gudang penyimpanan.

Dasar dilakukan penjualan produk secara obral dikarenakan pedagang atau pelaku usaha biasanya memiliki stok barang lama yang tidak bisa terjual dan sudah tersimpan dalam waktu yang cukup lama. Penjualan produk secara obral ini dapat menguntungkan

pihak pelaku usaha dan pihak pembeli. Dari segi pihak pelaku usaha, dengan adanya penjualan produk secara obral, maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut, sehingga terjadi peningkatan omzet penjualan & laba. Sedangkan dari segi pihak konsumen, dapat membeli produk tersebut dengan harga yang relatif lebih murah daripada sebelum ada pemotongan harga.

Kondisi obral di Kota Mataram ini sendiri bisa dibilang meresahkan. Banyak toko-toko yang menjual atau mempromosikan dengan cara obral. Namun adapula diantaranya yang menggunakan cara yang tidak sehat sehingga itu dapat merugikan konsumen, seperti memberikan diskon dengan persentase yang tinggi, padahal harga normalnya sudah dinaikkan berlipat-lipat. Perkembangan perekonomian di Kota Mataram yang sangat ketat dan pesat, dilihat dengan semakin banyaknya pesaing usaha. Hal tersebut tentu mengganggu dan meresahkan terutama bagi pelaku usaha, tentu pelaku usaha tidak ingin mengalami kerugian. Penjualan produk secara obral, tidak lagi hanya sekedar mengurangi persentase keuntungan dari harga jual produk, tapi sudah sampai pada tahap dijual impas atau bahkan ada yang dijual dengan sedikit rugi.

Produk yang dijual secara obral 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 strategi marketing dimana penjual menetapkan harga suatu produk yang ditawarkan di bawah harga pasar. Dalam artian, *loss leader* ini sengaja mengorbankan suatu produk demi meningkatkan laba melalui hasil penjualan produk lain yang tidak dijual secara obral.

Dalam Pasal 11 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hal-hal yang dilarang bagi pelaku usaha dalam penjualan produk secara obral. Dikatakan sebagai syarat tersembunyi, dikarenakan bahwa konsumen baru mengetahui syarat tersebut pada saat membeli produk yang dijual secara obral oleh pihak pelaku usaha, tanpa ada pemberitahuan sebelumnya.¹ Berdasarkan uraian di atas penyusun merumuskan permasalahan yaitu 1) bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas penjualan produk obral di Kota Mataram? dan 2) Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha dalam menjual produk obral tanpa informasi yang jelas yang mengakibatkan kerugian konsumen?

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif dengan melakukan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan Pendekatan Komparatif (*Comparative Approach*) dengan sumber dan jenis bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Kemudian Analisis bahan hukum yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis bahan hukum dilakukan dengan cara penafsiran hukum otentik.

1 Selvi Septiyanti. (2017). *Tinjauan Yuridis BPSK Dalam Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Obral*, Jurnal Bina Mulia Hukum, Universitas Krisnadwipayana, 6 (2), hlm. 2.

C. ANALISIS DAN PEMBAHSAN

Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Obral di Kota Mataram

1. Perlindungan Konsumen Dalam UUPK Atas Penjualan Produk Obral

Untuk dapat menegakkan hukum perlindungan konsumen, perlu diberlakukannya asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum. Pengaturan mengenai asas-asas atau prinsip-prinsip yang berlaku dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam peraturan perundang-undangan yang menyatakan bahwa: perlindungan konsumen berasaskan manfaat keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta partisipasi hukum.²

Diakui bahwa antara ekonomi dan hukum memang berkaitan erat, karena antara yang satu dengan yang lainnya saling memengaruhi. Sejarah pertumbuhan ekonomi dan perkembangan hukum di dunia menunjukkan hal itu. Perkembangan ekonomi akan memengaruhi peta hukum, sebaliknya perubahan hukum akan memberikan dampak yang luas terhadap ekonomi.³

Oleh karena itu, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimaksud menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen sebagai upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan melindungi segala aktifitas penjualan yang merugikan pihak konsumen.

2. Praktek Perlindungan Konsumen Atas Penjualan Produk Obral di Kota Mataram

Hasil wawancara dengan konsumen yakni tidak ada garansi atau jaminan jika penjualan produk obral yang dibeli oleh konsumen tidak akan rusak. Namun, bagi para konsumen yang dijamin dalam penjualan produk obral ini yaitu barang-barang yang dijual oleh pelaku usaha itu murah dan banyak potongan harga. Menurut pendapat salah satu konsumen penjualan produk obral di Kota Mataram sangat membantu dan menguntungkan, dikarenakan harga yang murah dan kemudahan untuk mendapatkan produk mendorong minat banyak konsumen ingin membeli produk obral.

Berikut hasil wawancara dari konsumen atas rugi atau tidaknya setelah membeli produk obral:

No.	Nama Konsumen	Rugi/Tidak Rugi (Penyebab)
1	Andre Junio Hermawan	Rugi (Jahitan pada baju obral tersebut banyak yang lepas, bisa dibilang itu barang yang cacat).
2	M. Aldika Nazali	Tidak rugi (Barang yang dijual jadi lebih murah)
3	Yudhistira Septian	Rugi (Di toko lain celana dengan barang yang sama dijual lebih murah tanpa adanya obral)

² Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang: UIN-MALIKI PRESS (Anggota IKAPI), hlm. 4

³ Hermansyah. (2008). *Pokok – Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*. Jakarta: Kencana, hlm. 51

4	M. Naufal Muzakki	Rugi (Lengan panjang sebelah, panjang ukuran baju tidak simetris)
5	Yudik Darmawan	Rugi (Warna sudah pudar dan tidak jelas)
6	Diyah Ahadiyahunnisa	Rugi (Ada sobekan atau bolongan setelah dicuci karena bahan bajunya sudah rusak)
7	Yudha Firmansyah	Rugi (Ada noda permanen yang merusak tampilan kemeja, sebelumnya tertutupi oleh label toko)

Sumber Data: Hasil Olahan Dari Para Konsumen

Dalam kaitannya dengan bentuk dari perlindungan hukum terhadap konsumen atas hal yang dirugikan, itu diatur dalam Pasal 8 ayat (2), yang dimana mengatur mengenai larangan menjual barang yang cacat, rusak, bekas dan tercepar tanpa memberikan informasi yang jelas dan lengkap. Sehingga konsumen juga bisa berlindung terhadap kerugian yang diderita dengan Pasal 19, yaitu pelaku usaha haruslah bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Dan apabila pelaku usaha yang menolak atau tidak memberi tanggapan atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 diatas, dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen. Hal tersebut sudah dijelaskan dalam Pasal 23 UUPK.

Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Menjual Produk Obral Tanpa Informasi yang Jelas yang Mengakibatkan Kerugian Konsumen

1. Prinsip Pertanggungjawaban Pelaku Usaha

Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak sesuai dengan ketentuan Pasal 8 undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat dipertanggung jawabkan berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut: a) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan; Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. b) Ganti rugi sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dapat berupa pengembalian barang dan/ atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, tau perawatan kesehatan, dan atau pemberian santunan yang sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. c) Pemberian ganti kerugian dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi. d) Pemberian ganti kerugian sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan. e) Ketentuan sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahannya tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Di dalam penyampaian informasi produk kepada konsumen, pelaku usaha haruslah bertindak benar, jelas, dan jujur. Sehingga para konsumen tidak menderita kerugian atas penipuan atau penyesatan yang dilakukan oleh pelaku usaha melalui informasi

produk yang tidak benar, tidak jelas, dan tidak jujur. Oleh karena itu, pemanfaatan media untuk menyampaikan informasi produk, haruslah didasarkan pada kejujuran dan itikad baik. Dengan demikian, terpenuhi juga hak konsumen akan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk. Komunikasi melalui internet semakin baik seiring dengan berkembangnya teknologi. Para konsumen di Indonesia memandang internet adalah salah satu sarana untuk mendapatkan informasi produk dan jasa sebelum mereka melakukan pembelian melalui online.⁴

Praktek perlindungan konsumen di Kota Mataram, para pedagang umumnya menawarkan barang dagangannya dengan menggunakan iklan yang berisi potongan harga atau promosi-promosi yang lain, tetapi tidak menjelaskan mengenai spesifikasi tentang makna iklan yang dibuat oleh pedagang. Para pedagang lebih membebaskan para konsumen untuk memilih barang yang akan mereka beli, sehingga hal ini dapat merugikan konsumen-konsumen yang masih awam akan pengetahuan mengenai makna iklan yang dibuat oleh pedagang dan barang yang akan mereka beli.

Adanya undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usahapara pelaku usaha. Undang-undang Perlindungan Konsumen justru bisa mendorong iklim usaha yang sehat serta mendorong lahirnya pengusaha-pengusaha yang tangguh dalam menghadapi persaingan yang ada dengan menyediakan barang/jasa yang berkualitas serta berdagang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Penyelesaian Sengketa Antara Konsumen dengan Pelaku Usaha Atas Penjualan Produk Obral di Kota Mataram

a. Penyelesaian Sengketa Melalui Litigasi

Permasalahan yang timbul akibat perdagangan barang dan/atau jasa perlu mendapatkan perhatian serius, sebab berkaitan dengan apa yang disebut dengan konsumen. Konsumen sebagai salah satu pihak yang bertransaksi sering merasa dirugikan oleh tindakan pelaku usaha yang tidak memenuhi kewajibannya. Karena itu setiap konsumen yang nyata-nyata dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa. Seperti persoalan hukum pada umumnya, sengketa konsumen harus diselesaikan sehingga tercipta hubungan baik antara pelaku usaha dengan konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen adalah dimaksudkan untuk menjamin terpenuhinya hak dan kewajiban dari masing-masing pihak tanpa ada yang merasa dirugikan.⁵

Pada penyelesaian sengketa konsumen yang melalui pengadilan itu mengacu kepada ketentuan peradilan umum yang berlaku di Indonesia. Sedangkan hal lainnya menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 47, bahwasanya dalam penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan mengenai bentuk-bentuk dan jumlah besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu yakni untuk menjamin tidak akan terjadinya kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak tercapai. Lembaga pengadilan yang mempunyai kewenangan menyelesaikan sengketa konsumen adalah peradilan umum, meskipun

4 Diah Syafita Johar, Srikandi Kumadji, M. Kholid Mawardi. (2015). *Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Universitas Brawijaya, 26 (1), hlm. 2

5 Burhanuddin, *Op.Cit.*, hlm. 65

dalam perkembangan tidak tertutup kemungkinan juga menjadi kewenangan peradilan agama. Ketentuan bagaimana cara menyelesaikan sengketa konsumen di pengadilan adalah sama dengan ketentuan beracara di muka peradilan.⁶

b. Penyelesaian Sengketa Melalui Non-Litigasi

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Ayat (11), BPSK adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen. Penyelesaian sengketa yang dilakukan di luar jalur pengadilan, khususnya melalui perantara BPSK (Badan penyelesaian Sengketa Konsumen), penyelesaian sengketa konsumen melalui badan ini murah, cepat, sederhana dan tidak berbelit-belit.

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian, atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Pola-pola penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang dikehendaki UUPK, merupakan pilihan yang tepat, karena jalan keluarnya yang dirumuskan berisikan penyelesaian yang memuaskan pihak yang sedang bersengketa.⁷

Dalam permasalahan yang terjadi di *My Styles Lombok*, terkait dengan barang cacat atau rusak. Pelaku usaha sepenuhnya bertanggung jawab atas kerusakan atau cacat barang setelah dibeli (dalam Pasal 19), namun pelaku usaha tidak akan menerima barang kembalian jika nota/struk pada hilang, tidak bisa terbaca, ataupun tidak sesuai. Barang yang sudah dibeli dan jika berniat dikembalikan akibat cacat, rusak ataupun karena hal tertentu juga diberi waktu untuk mengembalikan maksimal satu hari setelah pembelian itu. Biasanya diselesaikan dengan cara musyawarah dan negoisasi antara kami dengan konsumen yang dirugikan yang berlandaskan rasa kekeluargaan yang biasanya penyelesaiannya berakhir dengan pengembalian uang atau mengganti produk yang cacat dengan yang lain dikarenakan kurangnya pengetahuan konsumen menggunakan jalur litigasi (pengadilan).

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa: 1. Kedudukan tanah hak ulayat pasca ditetapkannya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja, yaitu di dalam beberapa undang-undang yang menjadi fokus perbandingan oleh penyusun yang beberapa ketentuan undang-undang tersebut telah diubah dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, berkenaan dengan kedudukan tanah hak ulayat masyarakat hukum adat dapat disimpulkan bahwa kedudukan tanah hak ulayat masyarakat hukum adat tetap diakui keberadaannya; 2. Perlindungan hukum terhadap tanah hak ulayat yang diberikan izin usaha kepada perusahaan swasta di dalam beberapa undang-undang maupun perubahannya dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja secara eksplisit tidak mengatur bagaimana proses perencanaan, pelepasan hak, dan ganti rugi terhadap tanah hak ulayat masyarakat hukum adat yang digunakan oleh perusahaan swasta untuk kepentingan investasi. Adapun perlindungan hukum terhadap tanah hak ulayat masyarakat hukum adat yang digunakan oleh perusahaan swasta untuk kepentingan investasi dalam beberapa undang-undang maupun perubahannya di dalam

⁶ Burhanuddin, *Op.Cit.*, hlm. 89-90

⁷ Agustinus Samosir. (2018). *Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Dilakukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Jurnal Hukum Legal Standing, Fakultas Hukum Universitas Jambi, (2), hlm. 4

Undang-Undang Cipta Kerja secara eksplisit pada pokoknya langsung mensyaratkan musyawarah mufakat untuk memperoleh persetujuan dari masyarakat hukum adat untuk penggunaan tanah hak ulayat seperti yang diatur dalam Undang-Undang No. 39 Tahun 2014 tentang Perkebunan dan Undang-Undang No. 22 tentang Sistem Budidaya Pertanian Berkelanjutan, sedangkan dalam Undang-Undang No. 41 tentang Kehutanan mengatur secara implisit perlindungan terhadap tanah hak ulayat yang digunakan oleh perusahaan swasta untuk kepentingan investasi yaitu dengan berkewajiban mengupayakan kompensasi yang memadai. Sementara itu beberapa dari undang-undang maupun perubahannya dalam Undang-Undang Cipta Kerja secara eksplisit tidak mengatur Perlindungan hukum terhadap tanah hak ulayat masyarakat hukum adat yang digunakan oleh perusahaan swasta untuk kepentingan investasi, seperti dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang No. 27 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil, dan Undang-Undang No. 17 Tahun 2019 tentang Sumber Daya Air.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku:

Burhanuddin. 2011. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang: UIN-MALIKI PRESS (Anggota IKAPI),

Hermansyah. 2009. *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada Group.

B. Jurnal

Diah Syafita Johar, Srikandi Kumadji, M. Kholid Mawardi. (2015). *Pengaruh AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survei pada Pembeli di Toko Online Adorable Project)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Universitas Brawijaya, 26(1).

Agustinus Samosir. (2018). *Penyelesaian Sengketa Konsumen yang Dilakukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Jurnal Hukum Legal Standing, Fakultas Hukum Universitas Jambi, 2(2).

Selvi Septiyanti. (2017). *Tinjauan Yuridis BPSK Dalam Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Obral*, Jurnal Bina Mulia Hukum, Universitas Krisnadwipayana, 6(2).

C. Peraturan Perundang-Undangan:

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, LN. 1999/ No. 22, TLN NO. 3821, LL SETNEG : 35 HLM.

Indonesia, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350 MPP/ Kep/12/ 2001.

Etika Pariwisata Indonesia (Amandemen 2020)