

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN
DALAM JUAL BELI *ONLINE FURNITURE* DI KABUPATEN JEPARA**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Hukum



Disusun Oleh:

Dwi Muliani

NIM: 1502056025

**JURUSAN ILMU HUKUM
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

2020

H. Maria Anna Muryani, S. H., M.H
Jl. Ganesha Raya 299 B, Perum Kekancan Mukti,
Pedurungan Tengah, Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdri. Dwi Muliani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo

Assalamualaikum, wr. wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudari:

Nama : Dwi Muliani

NIM : 1502056025

Prodi : Ilmu Hukum

Judul : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online Furniture* Di Kabupaten Jepara

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudari tersebut namanya dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum dan atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kendal, 11 Mei 2020

Pembimbing I,



H. Maria Anna Muryani, S. H., M. H

NIP: 19620602 199303 2 001

Dr. H. Ja'far Baehaqi, S. Ag, M.H.
Sumbersari RT. 04 RW. 05
Kec. Ngampel Kab. Kendal Kode Pos 51357

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdri. Dwi Muliani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudari:

Nama : Dwi Muliani
NIM : 1502056025
Prodi : Ilmu Hukum
Judul : Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online Furniture* Di Kabupaten Jepara

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudari tersebut namanya dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap nienjadikan maklum dan atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kendal, 04 Mei 2020
Pembimbing II,



Dr. H. Ja'far Baehaqi, S. Ag., M. H.
NIP: 19730821 200003 1 002



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI WALISONGO

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

BERITA ACARA
(PENGESAHAN DAN YUDISIUM SKRIPSI)

Pada hari ini, Selasa tanggal Sembilan Belas bulan Mei tahun Dua Ribu Dua Puluh telah dilaksanakan sidang munaqasah skripsi mahasiswa:

Nama : Dwi Muliani
NIM : 1502056025
Jurusan/ Program Studi : Ilmu Hukum
Judul Skripsi : Perlin ungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online Furniture* Di Kabupaten Jepara

Dengan susunan Dewan Penguji sebagai berikut:

1. Dr. H. Junaidi Abdillah, M.S.I. (Penguji 1)
2. Dr. H. Ja'far Baehaqi, S.Ag., M.H. (Penguji 2)
3. Dr. H. Agus Nurhadi, M.A. (Penguji 3)
4. Hj. Nur Hidayati Setyani, S.H., M.H. (Penguji 4)

Yang bersangkutan dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~* dengan nilai: 3,56 (B+).

Berita acara ini digunakan sebagai pengganti sementara dokumen PENGESAHAN SKRIPSI dan YUDISIUM SKRIPSI, dan dapat diterima sebagai kelengkapan persyaratan pendaftaran wisuda.

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



ALI IMRON

Ketua Prodi Ilmu Hukum,

BRILIYAN ERNA WATI

MOTTO:

Tanggung jawab itu ibarat virus. Ia menyebar dengan cepat sekali. Ketika diri kita bertanggung jawab, tanpa disadari diri kita telah mengajak orang lain untuk ikut bertanggung jawab.

-Ainy Fauziyah (Leadership Coach & Motivator)-

PERSEMBAHAN

Pada halaman persembahan kali ini, penulis berusaha mempersembahkan yang terbaik kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Almamater jurusan Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang.
3. Orang tua tersayang Ibu Usriyah dan Almarhum Bapak Muchtar. Terimakasih atas doa dan segala ilmu kehidupan yang telah Bapak Ibu berikan. Untuk Ibu semoga Allah SWT membalas tiap tetesan keringat hasil kerja keras mu dalam bekerja menafkahi keluarga seorang diri. Dan untuk Almarhum Bapak semoga diberikan tempat yang paling terbaik disisi-Nya.
4. Kakak Asih dan Mas Ozi beserta keluarga kecilnya serta Adik Avi yang tersayang. Terimakasih selalu menjadi pendengar yang terbaik serta memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Para pembaca yang budiman.

DEKLARASI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dwi Muliani

NIM : 1502056025

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online Furniture* Di Kabupaten Jepara”, adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari diketahui adanya plagiat maka saya siap mempertanggungjawabkan secara hukum.

Semarang, 12 Mei 2020

Deklarator,



Dwi Muliani

1502056025

ABSTRAK

Furniture Jepara sudah tidak diragukan lagi kualitasnya baik di dalam maupun di luar negeri. Melalui ukiran yang indah, mebel Jepara tidak hanya menjadi *furniture* yang memiliki nilai guna, tetapi juga memiliki nilai seni yang tinggi. Melihat persaingan pasar bisnis *furniture* yang semakin ketat, membuat para pelaku usaha harus memutar otak. Kegiatan menggabungkan penjualan *furniture* secara *offline* dan juga *online* tersebut, bertujuan untuk mengoptimalkan penjualan produk. Jual beli *furniture* secara *online* dapat mengefektifkan dan mengefesiesikan waktu. Walaupun sudah ada undang-undang yang mengatur masalah perdagangan secara *online*, kadangkala konsumen masih saja dalam posisi lemah. Misalnya, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dipesan, barang yang dipesan mengalami cacat setelah sampai ketangan konsumen dan kemungkinan-kemungkinan buruk lainnya. Penelitian dengan judul **“Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Online Furniture* Di Kabupaten Jepara”**, memiliki rumusan masalah bagaimana praktek transaksi jual beli *online furniture* di Kabupaten Jepara dan bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui praktek transaksi jual beli *online furniture* di Jepara dan untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan hukumnya.

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif empiris. Adapun sumber data yang digunakan adalah data-data primer dan sekunder. Data akan dianalisis menggunakan metode penelitian deskriptif analisis. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dan disajikan secara deskriptif.

Berdasarkan analisis data yang digunakan, diperoleh kesimpulan bahwa Proses transaksi jual beli *furniture* melalui *online* secara garis besar tidak berbeda dengan jual beli *online* pada produk lain. Metode jual beli *furniture* secara *online* memberikan keuntungan bagi kedua pihak. Salah satunya menghemat waktu dan bisa menjangkau hingga ke pelosok Indonesia. Adapun kelemahan dalam jual beli *furniture* secara *online* adalah selain resiko kerusakan barang pada saat pengiriman, konsumen juga tidak bisa memeriksa kondisi *furniture* secara langsung.

Terkait perlindungan hukum kepada konsumen dalam transaksi *online* yang mengalami kerugian, pertanggungjawaban dibebankan kepada pelaku usaha. Bentuk pertanggung jawaban perusahaan *furniture* dalam upaya perlindungan terhadap konsumen dengan memberikan layanan garansi, sudah bisa dikatakan mampu memenuhi hak kepada konsumen. Namun pada prakteknya, jual beli *furniture* secara *online* memiliki kendala terkait sulitnya pelaksanaan ganti rugi yang dialami konsumen. Kesulitan tersebut terjadi karena beberapa hal, salah satunya proses pengembalian perbaikan barang yang menggunakan jasa ekspedisi memerlukan biaya yang cukup mahal. Faktor tersebutlah yang seringkali membuat pelaku usaha enggan untuk merespon keluhan konsumen. Konsumen yang tidak mendapatkan hak nya dalam melakukan transaksi *online* bisa melakukan penuntutan, karena tidak sesuai dengan Undang-Undang.

Kata kunci: perlindungan hukum, jual beli *online*, *furniture*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Ilmu Hukum Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang. Judul yang penulis ajukan adalah Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli *Furniture* Secara *Online* Di Jepara.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, tidak ada kata yang pantas dapat penulis ungkapkan kecuali terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. H. Maria Anna Muryani, S.H., M.H dan Dr. Ja'far Baehaqi, S. Ag., M.H selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II dengan penuh kesabaran telah mencurahkan perhatian, arahan dan masukan dalam memberikan bimbingan kepada penulis.
2. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
3. Dr. H. Mohamad Arja Imroni, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Ali Imron, S. Ag., M. Ag., selaku Wakil Dekan Fakultas Syari'ah UIN Walisongo Semarang.

5. Hj. Brilian Ernawati, S.H., M. Hum., dan Novita Dewi Masyitoh, S. H., M. H., selaku Kajur dan Sekjur Program Studi Ilmu Hukum.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses belajar di perkuliahan maupun di dalam forum diskusi.
7. Orang tua penulis Ibu Usriyah dan Almarhun Bapak Muchtar. Terimakasih atas doa dan segala ilmu kehidupan yang telah Ibu Bapak berikan. Semoga Allah SWT membalas setiap tetesan keringat, segala bentuk perhatian dan kasih sayang yang melimpah dengan sebaik-baik balasan berupa ridho dan kasih sayang Allah SWT.
8. Kakak Asih, Mas Ozi, Adik Avi terimakasih selalu memberikan semangat serta motivasi agar penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat, keceriaan dan kebahagiaan kepada penulis umumnya untuk seluruh teman di jurusan Ilmu Hukum 2015 dan khususnya untuk teman terbaik penulis Humairo Khaerun Nida. Teman-teman yang selalu menemani penulis ketika di Semarang (Emak Zaki, Kak Ndul, Peem, Fitri, Kak Wahyu, Shifa, Dedek Dwi, Friesca, Mba Ayu).
10. Segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan moril dan materil yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN DEKLARASI.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat	8
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Metode Penelitian.....	11
F. Sistematika Penulisan	14
 BAB II : KETENTUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	
A. Perlindungan Konsumen	17

B. Hak-Hak dan Kewajiban Konsumen.....	28
C. Hak-Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	28
D. Larangan Bagi Pelaku Usaha	38

**BAB III : PRAKTEK JUAL BELI FURNITURE SECARA ONLINE DI
KABUPATEN JEPARA**

A. Gambaran Umum Jual Beli Furniture Secara Online di Kabupaten Jepara.....	51
B. Mekanisme Transaksi Jual Beli Furniture Secara Online	58
C. Pelaksanaan Hak-Hak Konsumen dan Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Furniture Secara Online	64
D. Larangan-Larangan yang Dilanggar Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Furniture Secara Online.....	80

**BAB IV : ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP
KONSUMEN AKIBAT ADANYA KERUGIAN YANG
DISEBABKAN OLEH PELAKU USAHA**

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Furniture Secara Online Di Kabupaten Jepara	86
B. Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Furniture Di Kabupaten Jepara Terhadap Konsumen Yang Mengalami Kerugian Dalam Transaksi Online	91

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	99
---------------------	----

B. Saran..... 100

DAFTAR PUSTAKA 103

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan era saat ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi yang mengalami kemajuan begitu pesat, dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan tersebut menyebabkan terjadinya berbagai perubahan sosial secara signifikan. Sehingga memberikan dampak yang positif dalam aktivitas kegiatan manusia terutama interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu.¹

Inovasi di bidang teknologi informasi diyakini akan membawa keuntungan dan kemudahan dalam berbagai kepentingan yang besar bagi masyarakat dan negara-negara di dunia.² Hasil dari perkembangan tersebut adalah internet. Internet yaitu suatu jaringan komunikasi yang menghubungkan satu media elektronik dengan media yang lainnya.

Jack Febrian³ berpendapat:

“Evolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi dimulai dari inovasi teknologi sistem informasi yang berbasis pada integrasi antara teknologi komunikasi dengan teknologi komputer, yang disebut Interconnection Networking atau disingkat dengan INTERNET, dapat pula diartikan sebagai global network of computer networks atau sebuah jaringan komputer dalam skala global dan mendunia.”

Keberadaan internet saat ini telah menjadi salah satu infrastruktur komunikasi yang murah dan jangkauannya tanpa batas. Hal tersebut membuat internet sering digunakan

¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia*, Bandung: Nusa Media, 2017, hlm: 2.

² Abdul Halim Barkatullah, *op.cit*, hlm: 1.

³ Jack Febrian, *Menggunakan Internet*, Bandung: Informatika, 2003, hlm. 3

sebagai media alternatif untuk menjalankan suatu usaha maupun bisnis.⁴ Salah satu aktivitas perdagangan di dunia maya yang paling berkembang dalam kaitannya dengan penggunaan internet adalah *electronic commerce*.

E-commerce adalah rangkaian suatu teknologi aplikasi penghubung antara perusahaan kepada konsumen melalui transaksi bisnis yang diselenggarakan secara elektronik.⁵ *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen). *E-commerce* merupakan sebuah penemuan baru dalam bentuk perdagangan yang bernilai lebih.⁶ Perkembangan *e-commerce* membawa banyak perubahan terhadap sektor aktivitas bisnis yang selama ini dijalankan di dunia nyata.

Prinsip perdagangan *e-commerce* yaitu menggunakan konsep *telemarketing*, artinya perdagangan jarak jauh dengan menggunakan internet. Melalui konsep ini, perdagangan tidak lagi membutuhkan pertemuan antar para pelaku bisnis.⁷ Makin banyak kegiatan perekonomian dilakukan melalui media internet. Misalnya, semakin banyak mengandalkan jual beli sistem online (*e-commerce*) sebagai media transaksi.

Jual beli melalui internet saat ini sedang digemari oleh para pelaku usaha. Tidaklah heran, mengingat melalui internet masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam

⁴ Arip Aryanto, Tri Irianto Tjendrowarsono, *Pembangunan Sistem Penjualan Online Pada Toko Indah Jaya Furniture Surakarta*, Surakarta: Journal Speed, Vol. 4, No. 4, 2012, hlm. 56.

⁵ Imam Sjahputra, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: PT. Alumni, 2010, hlm. 2.

⁶ Setia Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4, No. 2, 2014, hlm. 288.

⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Bandung: Nusa Media, 2017, hlm. 28.

memilih produk (barang dan jasa). Tentunya dengan berbagai kualitas dan kuantitas yang sesuai dengan keinginannya.⁸

Salah seorang pakar internet Indonesia, Budi Raharjo⁹ menilai bahwa, Indonesia memiliki potensi dan prospek yang cukup menjanjikan untuk pengembangan *e-commerce*. Berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan *e-commerce* ini seperti keterbatasan infrastruktur, jaminan keamanan transaksi dan terutama sumber daya manusia bisa diupayakan sekaligus dengan upaya pengembangan pranata *e-commerce* itu.

Jual beli secara online dapat mengefektifkan dan mengefesiensikan waktu sehingga seseorang dapat melakukan transaksi jual beli dengan setiap orang dimanapun dan kapanpun. Melalui *e-commerce* semua formalitas-formalitas yang digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, disamping tentunya konsumenpun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa dibatasi oleh batas wilayah (*borderless*).¹⁰

Pada prinsipnya, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam transaksi jual beli *online*, hampir mirip dengan model kontrak jual beli secara konvensional yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia, baik itu kontrak jual beli yang dilakukan berdasarkan sistem Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Selanjutnya disingkat KUHP) maupun menurut sistem hukum adat.¹¹ Perbedaan lain yang sangat signifikan antara jual beli *online* dengan jual beli konvensional yakni terletak pada media yang digunakan, serta kewajiban

⁸ Didik M. Arief Mansyur dan Elisatris Gulton, *Cyber Law, Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung: Refika, 2005, hlm. 169.

⁹ Didik M. Arief Mansyur dan Elisatris Gulton, *Cyber Law, Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung: Refika, 2005, hlm. 170.

¹⁰ Selbi B. Daili, *Perjanjian Jual Beli Melalui Internet Dan Akibat Hukumnya Apabila Terjadi Wanprestasi*, Lex Privatum, Vol. III, No. 3, 2015, hlm. 36

¹¹ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Bandung: Nusa Media, 2017, hlm. 41.

bagi konsumen untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu, dan tidak bisa melihat kebenaran adanya barang yang dipesan ataupun kualitas dari barang pesannya.

Sistem jual beli *online* menggunakan satu atau lebih media untuk periklanan misalnya melalui *website, facebook, whatsapp, instagram* dan lain-lain. Berbagai macam barang dijual secara *online*, mulai dari makanan, pakaian, kosmetik, elektronik, furniture dan masih banyak lagi. Pembeli hanya tinggal mencari barang yang mereka inginkan dan memesannya melalui internet, kemudian barang yang mereka pesan akan dikirim oleh penjual setelah pembeli mentransfer uangnya.

Kehadiran *e-commerce* memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja. Disamping itu pilihan barang/jasapun beragam dengan harga yang relatif lebih murah. Hal ini menjadi tantangan yang positif dan sekaligus negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya. Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa sesuai dengan kebutuhannya. Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada posisi pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian.¹²

Adapula kemungkinan buruk lainnya yang mungkin terjadi dan bisa merugikan konsumen. Misalnya, barang yang diterima tidak sesuai dengan barang yang dipesan, barang yang dipesan mengalami cacat setelah sampai ketangan konsumen, barang terlambat sampai ketangan konsumen, dan kemungkinan-kemungkinan buruk lainnya.

¹² Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Transaksi Elektronik*, Bandung: Nusa Media, 2017, hlm. 50

Konsumen dituntut untuk lebih cermat dan berhati-hati dalam memilih produk yang diinginkan.

Jika hal diatas diabaikan, konsumen hanya akan menjadi objek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggungjawab. Seperti yang terjadi di CV. RMJ pada akhir tahun 2018 pernah melakukan transaksi jual beli secara *online* kepada konsumen yaitu melalui akun Instagram. Sebagaimana yang dikemukakan oleh MK¹³ proses transaksi jual beli berjalan sesuai prosedur, namun ketika barang pesanan telah jadi dan sampai ketangan konsumen kondisinya cacat dan ukuran barang tidak sesuai dengan pesanan. Konsumen pun meminta pihak CV. RMJ untuk melakukan penggantian barang. Sebelumnya dalam transaksi ini ada perjanjian yang jika barang tidak sesuai dengan pesanan akan mendapatkan penggantian barang atau ganti rugi oleh pihak penjual.

Kasus lain juga dialami oleh konsumen yang berbelanja furniture melalui *Instagram*, kaitannya dalam hal ganti rugi. Pihak konsumen mengkomplain sambungan kayu pada furniture yang dia pesan retak dan pecah. Produsen furniture pun akhirnya menawarkan perbaikan, namun dengan catatan bahwa ongkos atau biaya pengiriman ulang harus ditanggung oleh konsumen. Hal tersebut tentu merugikan konsumen, karena mengeluarkan biaya lagi untuk ongkir perbaikan. Padahal ketika awal transaksi, ada perjanjian garansi terhadap barang yang rusak, dimana hal tersebut seharusnya yang bertanggungjawab untuk biaya ongkir ulanh adalah produsen.¹⁴

Furniture Jepara sudah tidak diragukan lagi kualitasnya baik di dalam maupun di luar negeri. Selain menggunakan material bermutu tinggi seperti kayu jati, mebel Jepara

¹³ Wawancara dengan MK pada 01 Juli 2019 di Semarang.

¹⁴ <https://g.page/mebeljeparajati?share>, Diakses Pada Tanggal 20 September 2019 Pukul 23.19 WIB.

juga memiliki desain yang khas. Melalui ukiran yang indah, mebel Jepara tidak hanya menjadi furnitur yang memiliki nilai guna, tetapi juga memiliki nilai seni yang tinggi.¹⁵ Dengan adanya pelaku usaha yang tidak beretikad baik seperti diatas, ditakutkan akan mencederai kepercayaan konsumen terhadap jual beli furniture Jepara. Hal tersebut juga dikhawatirkan akan mengakibatkan turunnya eksistensi furniture Jepara dikalangan masyarakat. Mengingat furniture Jepara telah memiliki tempat dihati para peminatnya.

Larangan untuk membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim tanpa dasar kontrak telah diatur dalam Pasal 49 ayat (5) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik (Selanjutnya disingkat dengan PP PSTE). Terjadinya hal-hal seperti di atas secara langsung sangat mengganggu/ menciderai hak dari konsumen, khususnya hak terkait mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di dalam Pasal 4 secara tegas dan rinci menjelaskan mengenai beberapa hak dari konsumen, baik hak yang berkaitan dengan ketika konsumen itu hendak membeli barang, memakai barang atau jasa yang mereka beli, hak lain yang berkaitan dengan jaminan barang, dan jaminan hak dalam penyelesaian apabila suatu saat ada hal-hal yang tidak diinginkan.

Selain hak-hak konsumen diatas, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di dalam Pasal 7 juga menjelaskan secara rinci mengenai kewajiban pelaku usaha. Kewajiban tersebut salah satunya terdapat dalam huruf g, yaitu

¹⁵ <https://www.dekoruma.com/artikel/62045/kelebihan-mebel-jepara>, Diakses Pada Tanggal 20 September 2019 Pukul 23.48 WIB.

pelaku usaha berkewajiban untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga memberikan peringatan kepada pelaku usaha dalam hal jual beli melalui pesanan. Dalam pasal 16 disebutkan salah satunya mengenai larangan kepada pelaku usaha untuk tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi. Pasal 26 juga dengan terang menyebutkan pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau diperjanjikan.

Jika kita melihat kewajiban dari pelaku usaha yang terdapat di dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Pasal 49 ayat (5) PP PSTE, tentu hal tersebut sepenuhnya ditanggung oleh pelaku usaha. Namun dalam prakteknya tidaklah demikian, konsumen yang harus menanggung kerugian. Peristiwa yang seperti ini, menjadi salah satu permasalahan yang terjadi dalam transaksi jual beli *online*.

Walaupun sudah ada undang-undang yang mengatur masalah perdagangan secara *e-commerce*. Namun, kadangkala konsumen masih saja dalam posisi yang lemah. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen seringkali disebabkan karena tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah, kondisi seperti ini oleh pelaku usaha dimanfaatkan untuk meraup keuntungan sebesar-besarnya, dengan tidak mengindahkan kewajiban-kewajiban yang sudah seharusnya melekat pada para pelaku usaha.¹⁶

¹⁶ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Yang Dirugikan*, Yogyakarta: Visi Media, 2008, hlm.3.

Seharusnya konsumen memiliki hak penuh untuk mendapatkan perlindungan. Tetapi banyak konsumen yang belum menyadari bahwa ada undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Seperti halnya mengenai pembelian melalui internet secara online atau *e-commerce*.¹⁷

Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang kemudian disingkat UUIITE dan PP PSTE pun yang seharusnya menjadi jawaban atas permasalahan yang selama ini mencuat dalam dunia bisnis perdagangan *online* kenyataan belum sepenuhnya mampu menjawab semua permasalahan yang ada.

Berkaitan dengan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian untuk mengetahui dan mengelaborasi seberapa jauh tanggung jawab dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online*, jika konsumen mengalami kerugian akibat wanprestasi atau tindakan lain yang merugikan akibat dari pelaku usaha ditinjau dengan peraturan yang berlaku.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktek transaksi jual beli *online* furniture di Kabupaten Jepara?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* furniture di Kabupaten Jepara?

¹⁷ Setia Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4, No. 2, 2014, hlm. 288.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan menjelaskan praktek transaksi jual beli *online furniture* di Jepara.
- b. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana bentuk perlindungan hukum konsumen dalam transaksi jual beli *online furniture* di Jepara.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Dengan penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dibidang hukum khususnya yang berhubungan dengan proses transaksi jual beli *online* seperti yang dilakukan oleh beberapa toko *online* yang menjual *furniture* Jepara terhadap konsumen beserta perlindungan hukumnya.

- b. Manfaat Praktis

Dengan penulisan skripsi ini diharapkan dapat menjadikan acuan tidak hanya untuk pribadi penulis tetapi juga untuk masyarakat (penjual dan pembeli) dalam praktek jual beli *online*.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli *online furniture* di Jepara belum pernah dilakukan. Akan tetapi penelitian yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli *online* antara lain skripsi oleh Ratna Kusuma Wardani¹⁸ dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli secara *Online* sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Skripsi ini menjelaskan mengenai hasil studi yang didapat adalah kekuatan hukum perjanjian jual beli barang secara *online* sama mengikatnya dengan perjanjian jual beli barang secara konvensional, yang membedakan hanya prosesnya saja. Selanjutnya akibat hukum bagi pelaku usaha terkait wanprestasi dalam jual beli barang secara *online* pihak konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan tuntutan ganti rugi. Dan yang terakhir sengketa dapat diselesaikan melalui dua cara yaitu litigasi atau penyelesaian sengketa diluar pengadilan.

Kedua skripsi oleh Eddy Setyawan¹⁹ dengan judul “Perlindungan Hukum Atas Pelaksanaan Jual Beli Melalui Internet”. Dalam skripsi ini menjelaskan bahwa transaksi melalui internet memiliki sisi kelemahan dan kelebihan. Selain itu juga mengalami hambatan, baik itu hambatan secara umum seperti faktor mindset (pola pikir) dan kultur maupun hambatan secara khusus. Pemerintah telah menyediakan payung hukum berupa Undang-Undang guna memberi perlindungan bagi masyarakat dalam berhubungan via internet, meskipun peraturan tersebut dirasakan belum memadai.

¹⁸ Ratna Kusuma Wardani, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online”, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Jember, Tahun 2015, hlm. 4, diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pukul 21:43 WIB

¹⁹ Eddy Setyawan, “Perlindungan Hukum Atas Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet”, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak, 2015, hlm. 2 diakses pada tanggal 27 Juli 2019 pukul 19:28 WIB

Ketiga skripsi oleh Rizky ArnandoYugistha²⁰ dengan judul “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* di Semarang (Studi Kasus Pada OLX.co.id cabang Semarang)”. Dalam skripsi ini dijelaskan bahwa perlindungan hukum bagi para pihak dalam jual beli melalui media internet meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian yaitu perlindungan hukum yang dibuat oleh pelaku usaha atau *merchant* dalam bentuk aturan yang telah disepakati kedua belah pihak dan perlindungan hukum yang berasal dari UUTE pasal 25 yang mengatur tentang privacy berupa data pribadi pelaku usaha dan customer. Hambatan-hambatan dalam transaksi internet khususnya mengenai cacat produk, informasi yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang.

Keempat artikel yang ditulis oleh Setia Putra²¹ dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui *E-Commerce*”. Dalam artikel ini menjelaskan bahwa Pengaturan *e-Commerce* dalam UU ITE telah memberikan kepastian dan kesepahaman mengenai apa yang dimaksud dengan perdagangan melalui sistem elektronik dan memberikan perlindungan dan kepastian kepada pedagang, penyelenggara dan konsumen dalam melakukan kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik. Upaya hukum dapat ditempuh bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi *e-commerce* melalui dua jalur yakni jalur non-litigasi melalui Lembaga Swadaya Masyarakat (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen Disperindag, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha. Kemudian jalur kedua adalah melalui jalur litigasi dengan gugatan ke pengadilan atau laporan ke polisi.

²⁰ Rizky Arnando Yugistha, “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Semarang (Studi Kasus Pada OLX.co.id cabang Semarang)”, Skripsi Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, 2016, hal. 3, diakses pada tanggal 6 Agustus 2019 pukul 21.15 WIB

²¹ Setia Putra, “Perlindungan Hukum Terhadap Jual Beli Melalui E-Commerce”, Universitas Riau, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4, No. 2, Feb-Juli 2014, hlm. 287, diakses pada tanggal 15 Agustus 2019 pukul 14.25 WIB

Kelima artikel yang ditulis oleh Soerjati Priowirjanto²² dari dengan judul “Pengaturan Transaksi Elektronik dan Pelaksanaannya di Indonesia Dikaitkan dengan Perlindungan Konsumen”. Dalam artikel ini menjelaskan Konsep perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik harus didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pemerintah Indonesia harus meningkatkan upaya dan dukungan dalam menerapkan peraturan-peraturan tersebut terhadap transaksi elektronik. Selain itu kerja sama para pihak pengguna atau pelaku transaksi elektronik sangat diperlukan untuk dapat mewujudkan kepastian hukum.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian memiliki makna seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenaan dengan masalah tertentu untuk diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan cara pemecahannya. Adapun definisi lain menyebutkan bahwa metode penelitian adalah cara yang dipakai dalam mengumpulkan data.²³ Dalam membahas dan menguraikan penjelasan yang dapat dipertanggungjawabkan dari permasalahan yang dipaparkan diatas, maka lebih lanjut penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian hukum normatif empiris. Penelitian hukum normatif empiris adalah penelitian hukum mengenai pemberlakuan ketentuan hukum normatif secara *in action* pada setiap peristiwa hukum

²² Soejarti Priowirjanto, “Pengaturan Transaksi Elektronik dan Pelaksanaannya di Indonesia Dikaitkan dengan Perlindungan Konsumen”, Universitas Padjadjaran, Vol. 1, No. 2, 2014, hal. 227, diakses pada tanggal 20 September 2019 pukul 22.15 WIB

²³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002, hlm. 194.

tertentu yang terjadi dalam masyarakat.²⁴ Adapun pendekatan yang dilakukan yakni pendekatan perundang-undangan (*statute approach*),²⁵ yakni pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah semua peraturan perundang-undangan yang bersangkutan paut dengan jual beli *online* terutama berkaitan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang ITE serta peraturan-peraturan pelaksanaannya.

2. Jenis dan Sumber Data

Data adalah kumpulan keterangan-keterangan atau deskripsi dasar dari suatu hal (objek atau kejadian) yang diperoleh dari hasil pengamatan (observasi) dan dapat diolah menjadi bentuk yang lebih kompleks, seperti; informasi, database, atau solusi untuk masalah tertentu.²⁶ Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer sebagai data utama, dan data sekunder.

a. Data Primer

Data Primer Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung berupa keterangan-keterangan dan pendapat dari para narasumber dan kenyataan-kenyataan yang ada di lapangan melalui wawancara, dokumentasi dan observasi.²⁷ Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan produsen furniture di Jepara dan konsumen.

b. Data Sekunder

²⁴ Muhammad Abdulkadir, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 9

²⁵ Peter Muhammad Marzuki, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011, hlm. 93.

²⁶ Amirudin, dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006, hlm. 133.

²⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998, hlm. 91.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi kepustakaan dengan cara membaca, mengutip dan menelaah peraturan perundang-undangan, dokumen, buku, kamus, dan literatur lain yang berkenaan dengan permasalahan yang akan dibahas.²⁸

3. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dan sekunder terdiri atas :

a. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh setidaknya dua orang, atas dasar ketersediaan dan dalam setting alamiah, dimana arah pembicaraan mengacu kepada tujuan yang telah ditetapkan dengan mengedepankan *trust* sebagai landasan utama dalam proses memahami.²⁹

Wawancara ini dilakukan dengan produsen furniture Jepara dan konsumennya.

b. Observasi

Observasi adalah suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta “merekam” perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Kegiatannya yaitu mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.³⁰

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan, wasiat, buku, Undang-

²⁸ Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo, 1998, hlm. 85.

²⁹ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013, hlm. 31.

³⁰ *Ibid*, hlm. 143

Undang dan sebagainya.³¹ Data dokumentasi diperoleh dengan cara pengumpulan beberapa informasi pengetahuan dan fakta. Dengan demikian dapat dikumpulkan data-data dengan kategorisasi dan klasifikasi sebagai bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dalam jual beli furniture secara online.

4. Teknis Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya melalui satuan-satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Tujuan peneliti melakukan analisis data adalah untuk menyederhanakan data sehingga mudah untuk membaca data yang diolah.

Teknis analisis data penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat deskriptif analisis. Analisis data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif terhadap data primer dan data sekunder. Data yang berhasil diperoleh atau yang telah berhasil dikumpulkan selama proses penelitian baik itu data primer dan data sekunder kemudian dianalisis secara kualitatif dan disajikan secara deskriptif yaitu gambaran yang dapat dipahami secara jelas dan terarah untuk menjawab permasalahan yang akan diteliti.³²

F. Sistematika Penulisan

³¹ Van Hoeve, Ensiklopedia Indonesia, Jilid 7. Jakarta: Ichtiar Baru, 1984, hlm. 849.

³² Gabriel Amin Silalahi, *Metode Penelitian dan Studi Kasus*, Sidoharjo: CV. Mitra Media, 2003, hlm. 46.

Untuk memahami gambaran secara mudah dalam memahami isi dari skripsi ini, penulis menggunakan sistematika dengan membagi kedalam 5 (lima) bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I: Bab ini merupakan pendahuluan meliputi latar belakang masalah dan rumusan masalah yang menjelaskan uraian secara umum objek kajian penelitian serta beberapa permasalahan yang menjadi landasan penelitian ini. Kemudian BAB I ini menjelaskan tentang tujuan penelitian yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam penulisan penelitian. Tinjauan Pustaka dalam menjelaskan gambaran mengenai objek penelitian. Dalam penelitian ini penulis menjabarkan juga metode dalam penulisan penelitian, sehingga mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data-data melalui metode penelitian. Kemudian langkah-langkah yang menjadi tahapan penelitian dalam menjelaskan sistematika penulisan skripsi ini.

BAB II: Dalam BAB II penulis menguraikan tinjauan umum terhadap judul ataupun rumusan masalah yang dibahas didalam penelitian ini. Peneliti akan membagi pembahasan kedalam beberapa bagian yang menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan dalam skripsi atau penelitian ini.

BAB III: Dalam bab ini akan disajikan gambaran umum proses transaksi jual beli *online* yang dilakukan oleh beberapa toko *online* furniture Jepara terhadap konsumen dan menjelaskan profil dari pihak-pihak yang ada didalamnya.

BAB IV: Bab ini merupakan inti dari penelitian karena pada bab ini akan menganalisis data-data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya

menggunakan teori-teori yang dikemukakan dalam kajian pustaka dan dilengkapi dengan pandangan peneliti terhadap temuan tersebut. Bab ini menganalisis tentang perlindungan hukum terhadap jual beli furniture secara *online* di Kabupaten Jepara menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan UU ITE.

BAB V: **Simpulan dan saran**, meliputi jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Sedangkan saran adalah usulan atau anjuran kepada pihak-pihak terkait atau memiliki kewenangan lebih terhadap tema yang diteliti demi kebaikan masyarakat atau penelitian di masa mendatang.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN JUAL BELI *ONLINE*

A. Perlindungan Konsumen

1. Perlindungan Konsumen

Perkembangan ekonomi yang telah menuju era perdagangan bebas, membuat persaingan dalam berusaha menjadi semakin ketat. Pelaku usaha harus senantiasa mempertahankan konsumennya dan terus berusaha untuk memperoleh kawasan baru yang lebih luas. Indonesia menjadi salah satu pelaku dalam era perdagangan bebas. Berhasil atau tidaknya Indonesia memanfaatkan era perdagangan bebas, sangat tergantung kesiapan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat konsumen Indonesia.³³

Secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan yang sifatnya universal. Konsumen yang keberadaannya tidak terbatas dengan strata yang bervariasi, menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran distribusi produk barang atau jasa dengan cara seefektif mungkin. Untuk itu semua cara pendekatan diupayakan sehingga mungkin menimbulkan berbagai dampak yang bersifat negatif. Dampak buruk yang lazim terjadi, antara lain menyangkut kualitas, atau mutu barang, informasi yang tidak jelas bahkan menyesatkan pemalsuan dan sebagainya.³⁴

Dasar prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapat keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Berkaitan dengan prinsip tersebut, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar dari pelaku usaha dalam

³³ Celina Tri Siwi Kristyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 6.

³⁴ Sri Rejeki Hartono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2018, hlm 34.

menjalankan usahanya hanya menggunakan modal pas-pasan atau kecil, akan tetapi selalu mengharapkan keuntungan yang besar, sehingga tidak jarang mereka selalu mengelabui konsumen dengan kiat promosi yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen.³⁵

Ada dua asumsi dalam melihat posisi konsumen di era pasar bebas.³⁶ *Pertama*, posisi konsumen diuntungkan. Logika gagasan ini adalah, dengan adanya liberalisasi perdagangan arus keluar masuk barang menjadi semakin lancar. Oleh karena itu, konsumen lebih banyak punya pilihan dalam menentukan berbagai kebutuhan, baik berupa barang dan jasa, dari segi jenis/macam barang, mutu, maupun harga.

Kedua, posisi konsumen khususnya di Negara berkembang dirugikan. Alasannya, masih lemahnya pengawasan di bidang standarisasi mutu barang, lemahnya produk perundang-undangan, akan menjadikan konsumen negara dunia ketiga menjadi sampah berbagai produk yang di negara maju tidak memenuhi persyaratan untuk dipasarkan. Contoh kasus buah impor. Di negara maju buah impor ditolak karena kandungan/residu pestisida di atas ambang batas yang membahayakan kesehatan, sementara di negara berkembang bebas masuk karena belum ada standarisasi mutu buah impor.

Secara umum dan mendasar, hubungan antara produsen (perusahaan penghasil barang dan/atau jasa) dengan konsumen (pemakai akhir dari barang dan/atau jasa untuk diri sendiri atau keluarganya) merupakan hubungan yang terus-menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yag

³⁵ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 2.

³⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 8.

satu dengan yang lain.³⁷ Pada era pasar bebas hubungan produsen dan konsumen menjadi makin dekat dan makin terbuka. Campur tangan negara, kerja sama antarnegara dan kerja sama internasional sangat dibutuhkan, yaitu guna mengatur pola hubungan produsen, konsumen dan sistem perlindungan konsumen.³⁸

Perlunya undang-undang perlindungan konsumen tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi pelaku usaha. Proses sampai hasil produksi barang atau jasa dilakukan tanpa campur tangan konsumen sedikit pun. Tujuan hukum perlindungan konsumen secara langsung adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung, perlindungan konsumen ini juga akan mendorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab.³⁹

Kendala yang dihadapi dalam upaya perlindungan konsumen di Indonesia tidak terbatas pada rendahnya kesadaran konsumen akan hak, tetapi juga adanya persepsi yang salah di kalangan sebagian besar produsen bahwa perlindungan terhadap konsumen akan menimbulkan kerugian terhadap produsen. Persepsi yang keliru di kalangan pengusaha ini akan dengan mudah diluruskan apabila disadari beberapa pertimbangan berikut ini:⁴⁰

1. Bahwa konsumen dan produsen adalah pasangan yang saling membutuhkan. Usaha produsen tidak akan dapat berkembang dengan baik bila konsumen berada pada kondisi yang tidak sehat akibat banyaknya produk yang cacat;

³⁷ Kelik Wardiyono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014, hlm. 40.

³⁸ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 15.

³⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 10.

⁴⁰ Sri Rejeki Hartono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2018, hlm 36.

2. Bahwa pada produsen yang melakukan kecurangan dalam melakukan kegiatan usahanya. Kecurangan ini tidak hanya merugikan konsumen saja, tetapi juga akan merugikan konsumen yang jujur dan bertanggung jawab;
3. Kesempatan untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha bagi produsen yang bertanggung jawab dapat diwujudkan tidak dengan jalan merugikan kepentingan konsumen, tetapi dapat dicapai melalui penindakan terhadap produsen yang melakukan kecurangan dalam melakukan kegiatan usahanya;
4. Bahwa beban kompensasi atas kerugian konsumen akibat pemakaian produk cacat telah diperhitungkan sebagai komponen produksi, tetapi ditanggung bersama oleh seluruh konsumen yang memakai produk yang tidak cacat.

Upaya hukum sangat diperlukan untuk memberikan jaminan kepastian hukum yang seharusnya diterima oleh konsumen, hal tersebut dimaksudkan sebagai bentuk pemberdayaan terhadap konsumen melalui sebuah pembentukan melalui undang-undang yang secara tegas dapat melindungi kepentingan dan hak-hak konsumen secara integratif dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di dalam pergaulan hidup masyarakat.⁴¹

Perlindungan Konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.⁴²

⁴¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 15.

⁴² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000, hlm. 9.

Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan kepastian dan keseimbangan hukum antara produsen dan konsumen sehingga terwujud suatu perekonomian yang sehat dan dinamis sehingga terjadi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Tujuan perlindungan konsumen diatur dalam dalam Pasal 3 UUPK No. 8 Tahun 1999, yaitu sebagai berikut:⁴³

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup. Dalam

⁴³ Sri Rejeki Hartono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2018, hlm 38

menegakkan hukum perlindungan diperlukan pemberlakuan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penempatan hukum.⁴⁴

Asas perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 UUPK 8/1999, yaitu sebagai berikut:⁴⁵

a. Asas Manfaat

Segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan. Dengan kata lain, tidak boleh hanya salah satu pihak saja yang memperoleh manfaat, sedangkan pihak lain mendapatkan kerugian.

b. Asas Keadilan

Dalam hal ini, tidak selamanya sengketa konsumen di akibatkan oleh kesalahan pelaku usaha saja, tetapi bisa juga di akibatkan oleh kesalahan konsumen yang terkadang tidak tahu akan kewajibannya. Konsumen dan produsen/pelaku usaha dapat berlaku adil melalui perolehan hak dan kewajiban secara seimbang.

c. Asas Keseimbangan

Asas keseimbangan ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara hak dan kewajiban para pelaku usaha dan konsumen. Menghendaki konsumen, produsen/pelaku usaha dan pemerintah memperoleh manfaat

⁴⁴ Kelik Wardiyono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014, hlm. 46.

⁴⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000, hlm. 11.

yang seimbang dari pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan

Asas ini bertujuan untuk memberikan adanya jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang dikonsumsi/dipakainya, dan sebaliknya bahwa produk itu tidak akan mengancam ketentraman dan keselamatan jiwa dan harta bendanya.

e. Asas Kepastian Hukum

Asas ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan menjalankan apa yang menjadi hak dan kewajibannya. Tanpa harus membebankan tanggung jawab kepada salah satu pihak, serta negara menjamin kepastian hukum.

Berbicara mengenai perlindungan konsumen tentunya tidak akan terlepas dari dua subjek hukum. Menurut konteks Undang-Undang No. 8 tahun 1999 UUPK, pembicaraan tentang subjek hukum adalah untuk mengetahui siapa saja yang dapat memiliki hak dan dibebani kewajiban menurut UUPK serta untuk mengetahui siapa sajakah yang dapat mempergunakan UUPK untuk memperjuangkan hak-haknya. Subjek hukum yang ada didalam UUPK yaitu konsumen dan pelaku usaha.⁴⁶

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara harfiah arti kata

⁴⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 15.

consumer adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.⁴⁷

AZ. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yakni:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/atau jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial);
- c. Konsumen akhir, adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial).

Pengertian konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) UUPK adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Sedangkan pengertian pelaku usaha sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 1 angka 3 UUPK adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia,

⁴⁷ AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2006, hlm. 3.

baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Penjelasan undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain. Dapat disimpulkan bahwa yang dapat dikatakan sebagai pelaku usahanya itu tidak hanya terbatas pada produsen yang memproduksi dan menghasilkan barang dan/atau jasa, bahkan seorang pedagang juga dapat dikategorikan atau termasuk dapat disebut sebagai pelaku usaha.⁴⁸

Peraturan perundang-undangan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen menjadi satu-satunya harapan. Adanya peraturan perlindungan hukum terhadap konsumen menjadikan masyarakat tidak kebingungan kemana seharusnya mereka mengajukan tuntutan.⁴⁹

Di Indonesia dasar hukum yang dapat dijadikan oleh para konsumen untuk mengajukan perlindungan antara lain adalah sebagai berikut:⁵⁰

1. Undang-Undang Dasar (UUD) 1945, sebagaimana terdapat dalam Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27, serta Pasal 33;
2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
3. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
4. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa;

⁴⁸ Ahmad Miru dan Sutarnan Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 200, hlm.

⁴⁹ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 51.

⁵⁰ *Ibid*, hlm. 53.

5. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelesaian Perlindungan Konsumen;
6. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Nomor 235/DJPDN/VII/2001 tentang Penanganan Pengaduan Konsumen yang ditujukan kepada Seluruh Dinas Indag Prov/Kab/Kota; dan
7. Surat Edaran Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri Nomor 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

Dengan telah diundangkannya UUPK maka peraturan-peraturan yang berkaitan dengan permasalahan perlindungan konsumen yang lainnya telah diunifikasi.⁵¹ Sebagaimana telah diatur dalam UUPK, maka penyelesaian sengketa konsumen dapat dilakukan melalui Pengadilan, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), maupun Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN).⁵²

2. Hak-Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen yang sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen.

Pengertian hak adalah kepentingan hukum yang dilindungi oleh hukum, sedangkan kepentingan adalah tuntutan yang diharapkan untuk dipenuhi. Kepentingan

⁵¹ Endang Sri Wahyuni, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001, hlm. 89.

⁵² Eli Wuri Dewa, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 55.

pada hakikatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum dalam melaksanakannya.⁵³

Berbicara hak-hak konsumen, secara universal tidak bisa dilepaskan dengan perjuangan kepentingan konsumen yang mendapat pengakuan yang kuat ketika hak-hak konsumen dirumuskan secara jelas dan sistematis. Pada tahun 1962 misalnya, Presiden Amerika J.F. Kennedy dalam pidatonya di depan Kongres Amerika Serikat mengemukakan 4 (empat) hak konsumen, hak-hak tersebut yaitu:⁵⁴

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*);
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:⁵⁵

1. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati;
2. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

⁵³ Mertokusumo, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*, Surabaya: Liberty, 1991, hlm 40.

⁵⁴ Mariam Darus Badruzaman, "Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku" *Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen Yang Diselenggarakan Oleh BPHN*, Jakarta, 1986, hlm. 61.

⁵⁵ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013, hlm. 94.

Langkah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen harus diawali dengan upaya untuk memahami hak-hak pokok konsumen, yang dapat dijadikan sebagai landasan perjuangan untuk mewujudkan hak-hak tersebut. Hak konsumen sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 UUPK adalah sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi 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.

Sebagaimana diatur dalam Pasal 4, juga terdapat hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, khususnya dalam Pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Selain hak-hak yang disebutkan itu, ada juga hak untuk

dilindungi dari akibat negatif persaingan curang. Hal ini berangkat dari pertimbangan, kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan tidak secara jujur, yang dalam hukum dikenal dengan terminologi “persaingan curang” (*unfair competition*).⁵⁶

Adapula semua hak-hak yang telah disebutkan diatas jika disusun secara sistematis (mulai dari yang diasumsikan paling mendasar), akan diperoleh urutan sebagai berikut:⁵⁷

a) Hak Konsumen Mendapatkan Keamanan

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani dan rohani.

b) Hak untuk Mendapatkan Informasi yang Benar

Sistem produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen, melalui iklan diberbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).

Penggunaan teknologi tinggi dalam mekanisme produk barang dan/atau jasa akan menyebabkan makin banyaknya informasi yang harus dikuasai oleh masyarakat konsumen. Di sisi lain mustahil mengharapkan

⁵⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 32.

⁵⁷ *Ibid*, hlm. 33.

sebagian besar konsumen memiliki kemampuan dan kesempatan akses informasi secara sama besarnya. Apa yang dikenal dengan *consumer ignorance*, yaitu ketidakmampuan konsumen menerima informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan dapat saja dimanfaatkan secara tidak sewajarnya oleh pelaku usaha. Itulah sebabnya, hukum perlindungan konsumen memberikan hak konsumen atas informasi yang benar, yang didalamnya tercakup juga hak atas informasi yang proposional dan diberikan secara tidak diskriminatif.⁵⁸

c) Hak untuk Didengar

Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar. Ini disebabkan oleh informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut.

Dalam tata krama dan tata cara periklanan Indonesia disebutkan, bila diminta oleh konsumen, maka baik perusahaan periklanan, media, maupun pengiklanan, harus bersedia memberikan penjelasan mengenai suatu iklan tertentu. Pengaturan demikian, sekalipun masih berbentuk kode etik (*self regulation*) akan mengarah kepada langkah positif menuju penghormatan hak konsumen untuk didengar.⁵⁹

d) Hak untuk Memilih

⁵⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 16.

⁵⁹ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013, hlm. 14.

Dalam mengonsumsi suatu produk, konsumen berhak menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapatkan tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak membeli. Seandainya ia jadi membeli, ia juga bebas menentukan produk mana yang akan dibeli.

Hak untuk memilih ini erat kaitannya dengan situasi pasar. Jika seseorang atau suatu golongan diberikan hak monopoli untuk memproduksi dan memasarkan barang dan/atau jasa, maka besar kemungkinan konsumen kehilangan hak untuk memilih produk yang satu dengan produk yang lain.⁶⁰

Jika monopoli itu diberikan kepada perusahaan yang tidak berorientasi pada kepentingan konsumen, akhirnya konsumen pasti didikte untuk mengonsumsi barang dan atau jasa itu tanpa dapat berbuat lain. Dalam keadaan seperti itu, pelaku usaha dapat secara sepihak mempermainkan mutu barang dan harga jual.

e) Hak untuk Mendapatkan Produk Barang dan/atau Jasa Sesuai dengan Nilai Tukar yang Diberikan

Dengan hak ini berarti konsumen harus dilindungi dari permainan harga yang tidak wajar. Dengan kata lain, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayar sebagai penggantinya. Namun, dalam ketidakbebasan pasar, pelaku usaha dapat saja mendikte pasar dengan menaikkan harga, dan konsumen menjadi korban dari ketiadaan pilihan.

⁶⁰ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 24.

Akibat tidak berimbangnya posisi tawar-menawar antara pelaku usaha dan konsumen, maka pihak pertama dapat saja membebankan biaya-biaya tertentu yang sewajarnya tidak ditanggung konsumen. Praktik yang tidak terpuji ini lazim dikenal dengan istilah *externalities*.⁶¹

f) Hak untuk Mendapatkan Ganti Rugi

Jika konsumen merasakan, kuantitas dan kualitas barang dan/atau jasa yang dikonsumsinya tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

Untuk menghindar dari kewajiban memberikan ganti kerugian, sering terjadi pelaku usaha mencantumkan klausul-klausul eksonerasi di dalam hubungan hukum antara produsen/penyalur produk dan konsumennya. Klausul seperti “barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan” merupakan hal lazim ditemukan pada toko-toko. Pencantuman secara sepihak demikian tetap tidak dapat menghilangkan hak konsumen untuk mendapatkan ganti kerugian.⁶²

g) Hak untuk Mendapatkan Penyelesaian Hukum

Hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum ini sebenarnya meliputi juga hak untuk mendapatkan ganti kerugian, tetapi kedua hak tersebut tidak berarti identik. Upaya memperoleh ganti kerugian, konsumen tidak selalu harus menempuh upaya hukum terlebih dahulu. Sebaliknya,

⁶¹ Endang Sri Wahyuni, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001, hlm. 89.

⁶² Kelik Wardiyono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014, hlm. 61.

setiap upaya hukum pada hakikatnya berisikan tuntutan memperoleh ganti kerugian oleh salah satu pihak. Tentu ada beberapa karakteristik tuntutan yang tidak memperoleh tuntutan ganti kerugian ini, seperti dalam upaya *legal standing* LSM yang dibuka kemungkinannya dalam Pasal 46 ayat (1) Huruf c UUPK.

h) Hak untuk Mendapatkan Lingkungan Hidup yang Baik dan Sehat

Hak konsumen atas lingkungan yang baik dan sehat merupakan hak yang diterima sebagai salah satu hak dasar konsumen oleh berbagai organisasi konsumen didunia. Lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas, dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungan hidupnya. Lingkungan hidup meliputi lingkungan hidup dalam arti fisik dan lingkungan nonfisik.

i) Hak untuk Dilindungi dari Akibat Negatif Persaingan Curang

Persaingan curhat atau dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 disebut dengan “persaingan usaha tidak sehat” dapat terjadi jika seseorang pengusaha berusaha menarik langganan atau klien pengusaha lain untuk memajukan usahanya atau memperluas penjualan atau pemasarannya dengan menggunakan alat atau sarana yang bertentangan dengan iktikad baik dan kejujuran dalam pergaulan perekonomian.

Walaupun persaingan terjadi antara pelaku usah, namun dampak dari persaingan itu selalu dirasakan oleh konsumen. Jika persaingan sehat, konsumen memperoleh keuntungan. Sebaliknya jika persaingan curang

konsumen pula yang dirugikan. Kerugian itu boleh jadi tidak dirasakan dalam jangka pendek tetapi cepat atau lambat pasti terjadi.⁶³

j) Hak untuk Mendapatkan Pendidikan Konsumen.

Masalah perlindungan konsumen di Indonesia termasuk masalah yang baru. Oleh karena itu, wajar bila masih banyak konsumen yang belum menyadari hak-haknya. Kesadaran akan hak tidak dapat dimungkiri sejalan dengan kesadaran hukum. Makin tinggi penghormatannya pada hak-hak dirinya dan orang lain. Upaya pendidikan konsumen tidak selalu harus melewati jenjang pendidikan formal, tetapi dapat melewati media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat.

Disamping mempunyai beberapa hak-hak sebagaimana telah dijelaskan diatas, konsumen juga mempunyai kewajiban yang diatur dalam Pasal 5, yakni:

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

⁶³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 41

Adanya kewajiban konsumen untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan, memang sangat penting untuk mendapat pengaturan dalam UUPK ini. Adapun pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah memberikan peringatan atau intruksi akan tetapi konsumen tidak membaca atau memahami peringatan atau intruksi, bahkan sama sekali tidak melihat label peringatan tersebut.⁶⁴

Sementara kewajiban konsumen yang lain merupakan kewajiban yang sudah sewajarnya dilakukan konsumen. Adanya kewajiban seperti yang diatur dalam UUPK dianggap tepat, sebab kewajiban ini untuk mengimbangi hak konsumen untuk mendapatkan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut. Hak tersebut akan lebih mudah diperoleh jika konsumen mengikuti upaya penyelesaian sengketa secara patut. Hanya saja kewajiban konsumen ini, tidak cukup untuk maksud tersebut jika tidak diikuti oleh kewajiban yang sama dari pihak pelaku usaha. Penjelasan tersebut tertuang dalam Pasal 7 UUPK.

3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 3 pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui

⁶⁴ Kelik Wardiyono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014, hlm. 59.

perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Definisi pelaku usaha tersebut memang sengaja diperluas supaya dapat menjaring semua kesalahan atau kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Pengaturan mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha diharapkan akan terjadi keseimbangan pelaksanaan hak dan perolehan kewajiban, sehingga asas keseimbangan antara hak dan kewajiban pelaku usaha, konsumen dan pemerintah seperti yang tertuang dalam asas UUPK tersebut akan dapat tercapai. UUPK memberikan hak dan kewajiban kepada pelaku usaha di dalam menjalankan usahanya itu tidak tanpa alasan, melainkan hal tersebut dimaksudkan agar dapat tercipta hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, sehingga tidak akan terdapat salah satu pihak khususnya konsumen yang merasa dirugikan karena kelalaian dari pelaku usaha.⁶⁵

Pelaku usaha sudah sepantasnya mengerti dan memahami apa yang menjadi hak dan kewajiban mereka di dalam menjalankan usahanya. Pelaku usaha sudah sepantasnya mengerti dan memahami apa yang menjadi hak dan kewajiban yang dimiliki dalam menjalankan usahanya, sehingga tidak ada pihak lain yang menderita kerugian akibat kelalaian dan iktikad tidak baik yang sering mereka lakukan. Hak-hak yang dimiliki oleh pelaku usaha tersebut juga diimbangi dengan dibebankannya kewajiban bagi pelaku usaha oleh UUPK, di mana kewajiban tersebut harus ditaati dan dilaksanakan oleh pelaku usaha secara seimbang.⁶⁶

⁶⁵ Celina Tri Siwi Kristyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 41

⁶⁶ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 59

Hak-hak yang dibebankan kepada Pelaku Usaha, sebagaimana tercantum dalam Pasal 6 UUPK antara lain sebagai berikut:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beriktikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Hak-hak produsen dapat ditemukan antara lain pada faktor-faktor yang membebaskan produsen dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita oleh konsumen, meskipun kerusakan timbul akibat cacat pada produk, yaitu apabila:⁶⁷

- a. Produk tersebut sebenarnya tidak diedarkan;
- b. Cacat timbul dikemudian hari;
- c. Cacat timbul setelah produk berada diluar kontrol produsen;
- d. Barang yang diproduksi secara individual tidak untuk keperluan produksi;
- e. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan yang ditetapkan oleh penguasa.

⁶⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 42.

Hak pelaku usaha di dalam Pasal 6 UUPK di atas dimaksudkan agar konsumen juga dapat memahami hak-hak produsen, sehingga diharapkan konsumen juga tidak merugikan pelaku usaha (produsen). Hak-hak pelaku usaha yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya, seperti hak-hak yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan, Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang Pangan, dan undang-undang lainnya. Berkenaan dengan berbagai undang-undang tersebut, maka harus diingat bahwa UUPK adalah sebagai payung hukum bagi semua aturan lainnya berkenaan dengan perlindungan konsumen.⁶⁸

Selain memiliki hak dalam menjalankan kegiatan usahanya sebagaimana telah dijelaskan diatas, pelaku usaha juga memiliki beberapa kewajiban yang harus dilaksanaka. Kewajiban yang dibebankan oleh UUPK terhadap pelaku usaha tersebut, merupakan sebuah bentuk tanggung jawab yang harus dilakukan di dalam menjalankan usahanya. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk selalu bertanggungjawab atas setiap barang dan/atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkannya, akan tetapi agar dapat tercipta keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen maka konsumen juga harus cukup pandai untuk melindungi dirinya sendiri dari kemungkinan hal yang merugikan dirinya dan berhati-hati di dalam memilih setiap produk yang hendak dibeli dan dikonsumsinya.⁶⁹

Kewajiban pelaku usaha sebagaimana tercantum dalam Pasal 7 UUPK antara lain adalah:

⁶⁸ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 60

⁶⁹ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 61

- a. Beriktikad 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. Memberikan kompensasi, ganti-rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam UUPK tampak bahwa iktikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.⁷⁰

Tentang kewajiban kedua pelaku usaha yaitu memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi di samping merupakan hak konsumen. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa intruksi. Pentingnya penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk, agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Sebaliknya, konsumen berkewajiban untuk membaca, atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.⁷¹

Adanya pengaturan dan peraturan perundang-undangan yang mengatur secara tegas mengenai hak dan kewajiban yang dimiliki oleh pelaku usaha di dalam menjalankan kegiatan usahanya, diharapkan agar pelaku usaha dapat memahami dan menjalankan usahanya sesuai dengan ketentuan yang telah ada didalam undang-undang yang berlaku. Hal tersebut dimaksudkan agar pelaku usaha dan konsumen terhindar dari kemungkinan

⁷⁰ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Rajawali Pers, 2004, hlm. 54

⁷¹ Celina Tri Siwi Kristyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017, hlm. 44

terjadinya konflik yang diakibatkan oleh para pelaku usaha yang mengabaikan hak maupun kewajibannya sebagai seorang pelaku usaha.⁷²

4. Larangan Bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya tidak hanya di bebani hak serta kewajiban saja, akan tetapi di dalam UUPK juga menyatakan secara tegas mengenai beberapa perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha di dalam mengedarkan dan memperdagangkan produk barang dan/atau jasa. Pengaturan mengenai perbuatan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha di dalam mengedarkan dan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang diproduksinya, dimaksudkan agar supaya pelaku usaha tidak melakukan hal-hal yang akan melanggar hak-hak yang semestinya diperoleh para konsumen, bahkan cenderung akan merugikan konsumen atas barang dan/atau jasa yang diproduksinya.⁷³

Dengan adanya pengaturan mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha ini, tentu hal tersebut membuat para konsumen dapat bernafas lega, karena mereka tidak akan merasa dirugikan oleh pelaku usaha yang tidak memperhatikan iktikad baik di dalam melakukan kegiatan usahanya. Dengan demikian maka secara otomatis konsumen akan merasa terlindungi, dan mendapatkan jaminan kepastian hukum dari undang-undang tersebut karena pengaturan yang terdapat di dalamnya telah jelas sangat melindungi hak konsumen yang sudah semestinya di hormati oleh pelaku usaha.⁷⁴

UUPK sebagaimana diatur dalam Bab IV mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, pada Pasal 8 dan Pasal 9 sebagai berikut:

⁷² Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 62

⁷³*Ibid*, hlm. 62

⁷⁴*Ibid*, hlm. 63

Pasal 8 ayat (1) di dalam undang-undang ini menyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang baik atas barang tertentu;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal

pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;

- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Selanjutnya Pasal 8 ayat (2) undang-undang ini juga ditegaskan bahwa “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud;

Pasal 8 ayat (3) undang-undang ini menyatakan bahwa “Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar”; dan yang terakhir pengaturan yang sama mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

Pada Pasal 8 ayat (4) undang-undang ini menegaskan bahwa “Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.”

Dari uraian di atas mengenai perbuatan yang dilarang oleh UUPK bagi pelaku usaha di dalam menjalankan usahanya, maka sudah jelas diatur mengenai apa saja perbuatan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha di dalam memproduksi, mengedarkan dan/atau memperdagangkan barang atau jasa yang diproduksinya. Hal itu dikarenakan jika sampai pelaku usaha melanggar perbuatan yang telah dilarang, di dalam mengedarkan atau memperdagangkan, maka pelaku usaha tersebut harus bersedia untuk

balik sebagian atau seluruh barang dan/atau jasa yang telah diproduksinya tersebut dari peredaran pasar sebagai bentuk dari pemberian sanksi administratif yang harus diterima oleh pelaku usaha.⁷⁵

Selanjutnya di dalam UUPK sebagaimana tercantum di dalam Pasal 9 ayat (1), (2), dan (3) masih mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha sebagai berikut:

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
 - a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
 - d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;

⁷⁵ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015, hlm. 66

- i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko atau efek sampingan tampak keterangan yang lengkap;
 - k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Ketentuan tentang pelanggaran bagi produsen seperti yang telah disebutkan merupakan usaha untuk membuat produsen lebih dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkannya, sehingga tercipta iklim usaha yang mampu meningkatkan daya saing secara sehat dan akan lebih meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Inti substansi dari pasal diatas tertuju pada dua hal yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud. Larangan-larangan tersebut, pada hakikatnya, untuk mengupayakan agar barang dan atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak beredar, antara lain asal-usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.⁷⁶

⁷⁶ Kelik Wardiyono, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014, hlm. 44

BAB III

PRAKTEK JUAL BELI *FURNITURE* SECARA *ONLINE*

DI KABUPATEN JEPARA

A. Gambaran Umum Jual Beli *Furniture* Secara *Online* Di Kabupaten Jepara

Perkembangan teknologi ekonomi yang kian meningkat, serta persaingan pasar yang semakin ketat, menjadi latar belakang para pelaku usaha untuk terus memperbarui strategi pemasaran pada produk yang mereka jual. Di era digital dewasa ini, siapapun dapat melakukan kegiatan bisnis di dunia maya melalui gawai atau laptop dengan akses internet. Tak bisa dipungkiri, tren media sosial menjadi pemicu bertumbuhnya bisnis *online* yang menggiurkan. Banyak keuntungan yang dicapai oleh para pebisnis *online*.⁷⁷

Jual beli *online* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena jual beli *online* memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) didalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun. Dengan jual beli *online*, setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negosiasi.⁷⁸

Dalam persaingan bisnis, inovasi adalah suatu keharusan untuk bisa berkompetisi.⁷⁹ Langkah antisipasi yang efisien dan efektif dalam menyikapi perkembangan teknologi informasi yang semakin meningkat, yaitu dengan mengkombinasikan penjualan *offline* dan

⁷⁷ <https://www.beecloud.id/bagaimana-seharusnya-pengusaha-menyikapi-maraknya-jual-beli-online/>, Diakses Pada Tanggal 11 Maret 2020 Pukul 15.10 WIB.

⁷⁸ Tira Nur Fitria, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 03, No. 1, Maret 2017, Diakses Pada Tanggal 09 Maret 2020 Pukul 16. 23 WIB.

⁷⁹ <https://business-law.binus.ac.id/2017/03/31/akankah-toko-online-membunuh-toko-offline/>, Diakses Pada Tanggal 11 Maret 2020 Pukul 17.20 WIB.

online. Bentuk kegiatan jual beli *online* seperti ini tentu mempunyai banyak nilai positif, diantaranya kemudahan dalam melakukan transaksi karena penjual dan pembeli tidak perlu repot bertemu dalam geografis dan teritorial termasuk yurisdiksi hukumnya.⁸⁰ Karenanya masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan jasa *online* dalam bertransaksi dibanding dengan bertatap muka secara langsung. Hal ini harus mereka lakukan agar tidak menjadi pelaku usaha yang tertinggal oleh zaman. Saat ini Hampir semua pelaku usaha memperluas pangsa pasarnya dengan menerapkan strategi ini. Tidak terkecuali pelaku usaha yang menjual produk *furniture*.

Sebagaimana penelitian yang telah penulis lakukan, pada sekitar tahun 2014 dan 2015 lebih dari 50 (lima puluh) produsen *furniture* di Kabupaten Jepara yang mengembangkan strategi pemasaran produk yang mereka jual melalui *online*. Mereka menyadari bahwa usahanya harus terus berinovasi agar tidak kehilangan konsumennya. *Furniture* merupakan salah satu komoditas strategis ekonomi bagi warga Jepara. Selain menggunakan material bermutu tinggi seperti kayu jati, *furniture* Jepara juga memiliki desain yang khas. Melalui ukiran yang indah, *furniture* Jepara tidak hanya menjadi *furniture* yang mempunyai nilai guna, tetapi juga memiliki nilai seni yang tinggi.

Dari beberapa penjual *furniture* yang penulis wawancarai, mereka mengakui bahwa jual beli secara *online* mempunyai keuntungan yang sangat besar. Keuntungan tersebut yaitu para pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas keseluruh pelosok Indonesia, bahkan hingga ke luar negeri. Terutama untuk penjual yang *workshop* nya didaerah pedesaan akan sangat membantu untuk menjangkau para konsumen dimanapun.

⁸⁰ <https://www.beecloud.id/bagaimana-seharusnya-pengusaha-menyikapi-maraknya-jual-beli-online/>, Diakses Pada Tanggal 11 Maret 2020 Pukul 15.19 WIB.

Mengingat saat ini hampir semua orang menggunakan sosial media dalam aktifitas di kehidupan sehari-hari.⁸¹

Adapun penjual *furniture* yang juga memasarkan produknya melalui *online* yang penulis teliti dalam penelitian ini antara lain:

1. TG

TG merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi dan penjualan *furniture* klasik dan modern. Perusahaan ini pun menyediakan pelayanan jasa *design interior*. Beralamat di Pekalongan, Batealit, Jepara memulai memasarkan jasa serta produk *furniture* nya secara *online* pada tahun 2015. Perusahaan tersebut berdiri pada tahun 2003 yang awalnya hanya menggunakan sistem penjualan secara *offline*.

Perusahaan TG ialah perusahaan swasta yang dikelola dan dikuasai oleh seorang dan dalam kegiatan produksinya menggunakan modal sendiri. Pemilik dari perusahaan ini bernama FK. Adapun media *online* yang digunakan untuk memasarkan produknya yaitu *Instagram* dan *Facebook*. Produk *furniture* yang dijual atau yang biasa konsumen pesan antara lain dipan, kursi tamu, dipan ukir, meja makan, sofa dan lain-lain.

Ozet penjualan untuk perusahaan ini tiap bulan nya tidak menentu. Jika pemesanan sedang biasa saja setiap bulannya yaitu berkisar 3-5 juta, namun jika pemesanan sedang ramai bisa mencapai angka puluhan juta. Presentase penjualannya saat ini lebih banyak didapat dari jual beli secara *online* yaitu sebanyak kurang lebih

⁸¹ Wawancara dengan Bapak Sultan Toyo Pengusaha Furniture Di Kecamatan Batealit Jepara.

70%. Sedangkan untuk penjualan secara *offline* hanya sekitar 30% nya saja disetiap bulan.⁸²

2. CV. RMJ

CV. RM adalah toko *furniture* yang penjualannya 100% menggunakan sistem *online*, serta menyediakan pelayanan jasa *design interior* yang berdiri pada bulan September tahun 2014. Alamat kantor perusahaan ini ada di Tahunan, Jepara. Owner dari perusahaan ini bernama MK.

Perusahaan dengan akun *Instagram* merupakan *platform* situs belanja *furniture online* dari Jepara yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap *furniture* idaman yang dibutuhkan seluruh masyarakat Indonesia. Menerima jasa pemesanan pembuatan almari, kursi sofa, kursi kafe, rak buku, meja rias, dipan dan lain-lain.⁸³

RMJ ialah perusahaan swasta yang dikelola oleh lebih dari dua orang. Visi dari perusahaan ini adalah “Menjadi Perusahaan yang Tangguh dan Unggul dalam Bidang Perdagangan serta Mampu menghadapi Persaingan Global”. Sedangkan untuk Misi nya yaitu “Menyediakan kelengkapan dan kemudahan berbelanja, Menjadikan Rumah Mebel yang paling berkualitas terbaik di Indonesia, Memberikan jaminan terhadap produk barang melalui sistem pengelolaan yang efektif dan efisien, Memperhatikan dan memberikan pengalaman belanja yang berkesan kepada pelanggan,

⁸² FK, (10 November 2019), *Wawancara*, Profil Perusahaan.

⁸³ Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2020 Pukul 20.18 WIB.

Mengutamakan mutu dan pelayanan demi kepuasan pelanggan, menjadi mitra usaha yang andal dan terpercaya”.⁸⁴

Dalam usaha memuaskan konsumennya, perusahaan ini memberikan harga yang terjangkau dan memberikan garansi selama 90 hari. Selain itu, penjelasan mengenai cara pemesanan, informasi proses pengiriman, serta informasi lainnya sudah lengkap tertulis di web perusahaan sehingga konsumen bisa langsung membacanya tanpa harus repot bertanya kepada ownernya.⁸⁵

Adapun omzet penjualan dalam perusahaan ini setiap bulannya tidaklah pasti. Namun jika dirata-rata dalam sebulan bisa mencapai angka 30-50 juta. Konsumen yang mendominasi dalam jual beli furniture ini kebanyakan oleh orang luar kota seperti Jakarta.⁸⁶

3. KFJ

Sama seperti perusahaan diatas, KFJ juga merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi dan penjualan *furniture* serta menyediakan pelayanan jasa *design interior*. Owner dari perusahaan ini adalah Bapak ST. Awal mula perusahaan *furniture* KFJ berdiri pada tahun 2009 dengan menggunakan sistem penjualan secara *offline* dan mempunyai *workshop* yang beralamat di Pekalongan, Batealit, Kabupaten Jepara. Seiring semakin ketatnya persaingan, pada tahun 2015 perusahaan ini mulai

⁸⁴ Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2020 Pukul 21.13 WIB.

⁸⁵ Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2020 Pukul 21.50 WIB.

⁸⁶MK, (23 September 2019), *Wawancara*, Profil Perusahaan.

memasarkan jasa dan produknya melalui sistem *online* seperti *Instagram* dan *Facebook* agar bisa menjangkau konsumen di seluruh Indonesia.

Perusahaan ini menerima pesanan produk *furniture classic* maupun modern dengan kualitas seni ukir dan kayu jati terbaik. Adapun macam-macam produknya seperti kursi teras, meja makan, almari hias, tempat tidur, kursi tamu dan lain-lain. Konsumen bisa memesan sesuai dengan yang diinginkan agar konsumen merasa puas karena motto dari perusahaan ini adalah kepuasan konsumen termasuk kepuasan kami juga.

Presentase penjualan dalam perusahaan ini terhitung seimbang antara penjualan *online* dan *offline*, yaitu sebanyak 50% didapat dari penjualan online dan 50% lagi dari penjualan secara *offline*. Omzet penjualannya setiap bulan tidak pernah sama, namun jika dikira-kira yaitu sekitar 20 jutaan per bulan.⁸⁷

4. CV. KPJ

CV. KPJ juga merupakan perusahaan dibidang penjualan dan pemesanan *furniture* dengan model klasik ataupun modern. Perusahaan *furniture* ini berdiri pada tahun 2005 dan mulai memasarkan produknya secara *online* pada tahun 2015 melalui *Instagram* dan *Facebook*. Perusahaan ini mempunyai *workshop* yang beralamat Batealit, Jepara.

Dengan menggunakan bahan kayu jati yang berkualitas, perusahaan ini menjual mentah/*unfinish* maupun sudah *finishing*. Macam-macam *furniture* yang biasa

⁸⁷ ST, (18 Oktober 2019), *Wawancara*, Profil Perusahaan.

dipesan oleh konsumennya baik didalam Pulau Jawa maupun luar Pulau Jawa antara lain meja makan, almari hias, tempat tidur, *kitchen set*, *buffet*, mebel cafe, mibar jati dan masih banyak lagi. Demi memuaskan hati konsumen, perusahaan hanya menggunakan bahan kayu jati yang terbaik. Selain itu, perusahaan juga memberikan garansi selama 5 bulan kepada konsumen.⁸⁸

Presentase penjualan perusahaan saat ini lebih didominasi oleh penjualan secara *online*, yaitu kurang lebih sekitar 75%. Sedangkan untuk penjualan secara *offline* hanya sekitar 25% setiap bulan nya. Untuk omzet pendapatannya sendiri jika dirata-rata antara 8 juta hingga 30 juta setiap bulannya.⁸⁹

B. Mekanisme Transaksi Jual Beli *Furniture* Secara *Online*

Internet telah membawa perekonomian didunia memasuki dunia baru yang lebih populer dengan istilah *digital economics* atau perekonomian digital. Eksistensi kegiatan perekonomian yang dilakukan melalui Internet kian meningkat. Semakin banyak orang mengandalkan jual beli sistem *online* sebagai media transaksi. Banyak keuntungan dari sistem jual beli *online* ini baik untuk pelaku usaha maupun untuk konsumen.⁹⁰

Pada dasarnya, bisnis *online* sama dengan bisnis *offline* seperti biasanya. Adapun yang membedakan keduanya hanya lokasi atau tempat bisnis itu dijalankan. Dalam bisnis *offline*, terdapat toko atau tempat tetap yang digunakan untuk menjual barang atau jasa, sedangkan bisnis *online* menggunakan media internet sebagai tempat berjualan sekaligus

⁸⁸ Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2020 Pukul 23.18 WIB.

⁸⁹ MI, (14 November 2019), *Wawancara*, Profil Perusahaan.

⁹⁰ Santonius Tambunan, *Mekanisme Dan Keabsahan Transaksi Jual Beli E-Commerce Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, 180 Badamai Journal, Vol. 1, Issues 1, April 2016, hlm. 181, Diakses Pada Tanggal 13 Maret 2020 Pukul 16.58 WIB.

media berpromosi. Antara pembeli dan penjual saling tidak tatap muka dan transaksi dilakukan atas dasar kepercayaan.

Berbagai jenis produk dan jasa dapat dijual atau dipasarkan melalui sistem jual beli *online*, baik produk berukuran kecil maupun produk yang berukuran besar. Jasa pengiriman barangpun menyediakan jasa untuk mengirimkan produk dalam berbagai ukuran. Sehingga bukan hal yang tidak mungkin jika produk seperti *furniture* dijual secara *online*.

Proses transaksi jual beli *furniture* melalui *online* secara garis besar sama saja dengan jual beli *online* produk lain. Hanya dalam hal-hal tertentu yang mungkin menjadi pembeda, seperti pemberlakuan pembayaran uang DP (*Down Payment*). Pembayaran uang DP diterapkan dalam jual beli *furniture* karena biasanya konsumen melakukan pemesanan barang yang mereka inginkan terlebih dahulu. Dengan kata lain, kebanyakan barang yang mereka beli tidak *ready stock* atau harus dibuat sesuai pesanan yang diinginkan konsumen. Hal tersebut diberlakukan guna meminimalisir konsumen melakukan pembatalan pesanan. Berikut merupakan prosedur atau tata cara jual beli *furniture* secara *online* yang dilakukan oleh beberapa perusahaan yang penulis teliti, antara lain:

1. TG

Dalam memasarkan produk *furniture*, TG menggunakan *Instagram* dan *Facebook* sebagai medianya. Biasanya konsumen yang berminat membeli di TG mengirimkan gambar produk yang mereka inginkan. Setelah ada kesepakatan harga, konsumen melakukan pembayaran DP terlebih dahulu.

TG membolehkan konsumen untuk melakukan tawar menawar. Untuk lama atau tidaknya waktu pengerjaan tergantung dari tingkat kerumitan pesanan dari konsumen, terlebih untuk pesanan yang menggunakan motif ukiran menghabiskan waktu yang lumayan lama. Setelah barang jadi, owner akan menginformasikan kepada konsumen dan dimohon untuk segera melunasi kekurangannya. Barang akan dikirim menggunakan ekspedisi yang telah bekerjasama dengan perusahaan

Perusahaan furniture TG tidak memberikan garansi untuk konsumen yang membeli furniture secara online. Konsumen hanya akan mendapat garansi dari pihak ekspedisi apabila terjadi kerusakan ketika proses pengiriman barang. Jika pada proses pengiriman terdapat lecet pada produk atau cacat ringan, maka konsumen akan dikirimkan cat/atau dempul. Namun jika ada produk yang rusak parah, maka akan diangkut kembali oleh ekspedisi, dengan catatan jika pihak ekspedisi masih ditempat.⁹¹

2. CV. RMJ

Perusahaan ini menggunakan dua metode cara pemesanan⁹²:

- 1) Cara yang pertama melalui website secara langsung dengan cara memilih produk yang ingin dibeli atau bisa melihat macam-macam produknya yang terdapat di Instagram. Untuk menanyakan perihal harga, konsumen bisa menghubungi owner melalui Whatsapp yang nomernya telah tertera di website dan di bio *Instagram*. Setelah mengetahui produk yang diminati dan mengetahui harganya, selanjutnya konsumen mengisi *form* order yang berisi nama, alamat, e-mail, nomor HP dan keterangan. Setelah mengisi format order, konsumen akan mendapatkan pemberitahuan untuk melakukan pembayaran

⁹¹ FK, (10 November 2019), *Wawancara*, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

⁹² MK, (23 September 2019), *Wawancara*, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

DP sebesar 50% dengan cara mentransfer uang tersebut ke rekening owner. Konsumen selanjutnya melakukan konfirmasi kepada penjual jika telah melakukan pembayaran DP via transfer. Proses pengerjaan maksimum 30 hari atau berdasarkan tingkat kesulitan produk terhitung sejak DP diterima. Penjual akan menginfokan kepada konsumen jika *furniture* yang dipesan telah selesai dan konsumen diberitahukan untuk segera melunasi kekurangannya. Barang akan dikirim menggunakan ekspedisi setelah pembayaran lunas. Pembatalan pesanan dapat dilakukan jika proses produksi barang yang dipesan belum dimulai dan DP dikembalikan sepenuhnya tanpa ada potongan biaya apapun.

- 2) Cara yang kedua melalui Whatsapp yang nomor nya sudah tertera di website atau di akun Instagram Rumah Mebel Jepara. Pemesanan dengan cara ini biasanya dilakukan oleh konsumen yang menginginkan *custom order* atau memesan produk yang diinginkan konsumen. Biasanya hal ini terjadi karena kategori produk yang ingin mereka pesan tidak ada di website ataupun di *Instagram*.

Adapun perjanjian yang dilakukan RMJ dengan konsumen nya yaitu adanya garansi selama 90 hari jika ada kerusakan barang.

3. KFJ

Perusahaan KFJ juga menerapkan sistem yang sama dengan perusahaan diatas. Konsumen akan mengirimkan gambar produk yang mereka pesan. Setelah terjadi kesepakatan harga, barang akan diproses setelah konsumen mentransfer uang DP nya

sebesar 50%. Cepat atau tidaknya waktu pengerjaan tergantung dari tingkat kerumitan barang.

Barang yang telah selesai diproduksi akan dikirim setelah konsumen melunasi kekurangan biaya tersebut. Barang akan dikirim menggunakan ekspedisi yang sudah bekerjasama dengan perusahaan. Jika terjadi cacat produk ketika pengiriman, maka perusahaan akan memberikan garansi kepada konsumen. Untuk cacat ringan seperti lecet akibat gesekan barang ketika dalam perjalanan pengiriman, konsumen akan dikirimkan cat atau dempul agar bisa diperbaiki di rumah. Sedangkan untuk cacat berat atau mungkin ada produk yang patah ketika diperjalanan maka akan diangkut kembali oleh ekspedisi untuk dilakukan perbaikan oleh perusahaan.⁹³

4. CV. KPJ

Perusahaan ini menawarkan dua cara pemesana produk, yaitu pemesanan melalui *online* dan pemesanan melalui *offline*. Untuk pemesanan melalui *online*, caranya yaitu konsumen memilih barang yang diminati, selanjutnya menginfokan kepada owner barang yang konsumen pilih dengan menyebutkan nama barang berikut kode barang dan dikirim melalui email, telfon, sms atau Whatsapp.

Selanjutnya, konsumen akan dibuatkan dokumen pembelian sebagai acuan pemesanan, termasuk didalamnya pilihan warna furniture. Setelah mengisi semua data didokumen, konsumen diminta melakukan DP 40% dari total barang dan pengiriman. Pembayaran dapat dikirim ke rekening owner. Setelah konsumen melakukan transfer uang DP, owner akan mengirimkan kwitansi fisik ke alamat penerima melalui Pos,

⁹³ ST , (18 Oktober 2019), *Wawancara*, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

sebagai bukti tanda terima DP yang sah. Foto detail barang yang konsumen pesan akan dikirim setelah barang jadi. Selanjutnya konsumen diminta untuk melakukan pelunasan supaya barang bisa segera dikirim ke alamat konsumen.⁹⁴

Sedangkan untuk pemesanan melalui *offline*, konsumen bisa langsung datang ke *workshop* di Kec. Batealit Kab. Jepara. Cara yang kedua ini biasanya dilakukan oleh konsumen yang berada didalam kota dan jaraknya masih bisa dijangkau.

C. Pelaksanaan Hak-Hak Konsumen dan Pelaku Usaha dalam Jual Beli *Furniture* Secara *Online*

Berikut merupakan data penjualan *furniture* di keempat perusahaan yang penulis teliti. Data yang penulis ambil yaitu penjualan yang terjadi di tahun 2018.

1. CV. RMJ

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan kepada owner CV. RMJ,⁹⁵ diperoleh data penjualan di Tahun 2018 sebagai berikut:

Bulan	Nama Konsumen	Furniture Yang Dibeli	Harga	Keterangan Komplain
Januari	Bp. Zulfikar	Tempat Tidur	Rp.9.500.000,-	-
	Bp. Munawir	Set Meja Makan	Rp.6.800.000,-	Kaca pada meja makan retak

⁹⁴Diakses Pada Tanggal 8 Februari 2020 Pukul 13.03 WIB.

⁹⁵ MK (1 Oktober 2019), *Wawancara*, , Transaksi Jual Beli *Furniture*.

	Ibu Saraswati	Buffet TV	Rp.23.500.000,-	-
Februari	Ibu Nurul Irmawati	Kursi Tamu Minimalis	Rp. 17.850.000,-	-
	Bp. Dwi Handoko	Tempat Tidur Tingkat	Rp. 6.500.000,-	-
Maret	Bp. Edi Yunarso	Lemari Arsip	Rp. 2.150.000,-	-
	Ibu Sri Munarsih	Kursi Tamu Sofa	Rp. 9.750.000,-	-
	Ibu Wiwin Puryani	Lemari Pakaian	Rp. 6.550.000,-	-
April	Ibu Khoirunisa	Buffet TV	Rp. 10.550.000,-	-
	Ibu Anindita Rani	Tempat Tidur	Rp. 7.800.000,-	Ukiran Tidak Sesuai
Mei	Bapak Wahyudiono	Set Meja Makan	Rp. 10.850.000,-	-
	Bapak Sulistyono	Buffet TV	Rp. 13.150.000,-	-
	Ibu Widayawati	Nakas	Rp. 1.700.000,-	-
Juni	Bapak Rozikin	Set Sofa	Rp. 15.800.000,-	-

	Bapak Usman	Set Sofa dan Nakas	Rp. 9.150.000,+ Rp. 1.100.000,-	Lecet Pada Kain Sofa
	Ibu Puji Astuti	Set Meja Makan	Rp. 7.850.000,-	-
	Ibu Imronah	Set Sofa	Rp. 13.700.000,-	-
	Bapak Muhammad Ali	Buffet TV	Rp. 10.300.000,-	-
Juli	Ibu Karini	Tempat Tidur	Rp. 9.650.000,-	Lecet Pada Kaki Tempat Tidur
Agustus	Bapak Roni Hermawan Ibu Nahiera Sattar	Nakas Set Sofa	Rp. 1.800.000,- Rp. 13.800.000,-	- Ukiran Tidak Sesuai
Septembe r	Bapak Ahmad Abidin	Set Sofa dan Lemari Pakaian	Rp. 11.750.000,- Rp. 6.800.000,-	-
Oktober	Ibu Ayulia Aishy	Tempat Tidur	Rp. 5.750.000,- Rp. 10.300.000,-	- -

	Ibu Nur Aini Mutia	Set Sofa Minimalis		
November	Bapak Gusti Kusuma Aji	Kursi Kafe (20)	Rp. 14.750.000,-	-
Desember	Bapak Irwan Zaini	Set Meja Makan dan Sofa Minimalis	Rp. 6.300.000 + Rp. 7.500.000,-	Warna Pada Sofa Tidak Sesuai
	Ibu Kurilana Shofiani	Lemari Pakaian	Rp. 5.380.000,-	-

Pada kasus perusahaan CV. RMJ, penulis melakukan wawancara dengan konsumennya guna memperjelas data yang dibutuhkan. Dalam wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu NS, sekitar bulan Agustus 2018 melakukan transaksi pembelian *furniture* secara *online* melalui website.⁹⁶ Adapun produk *furniture* yang dipesan adalah satu set kursi dan meja untuk ruang tamu dengan harga Rp. 13.800.000,-. Sebelumnya Ibu NS mengetahui perusahaan *furniture* tersebut melalui media sosial Instagram dan tertarik untuk membeli setelah melihat-lihat *review* yang bagus dari konsumen, Ibu Nahiera tertarik untuk membeli *furniture* di CV. RMJ dengan harapan juga bisa mendapatkan kualitas barang yang bagus sebagaimana yang dilihat di *review* sebelumnya. Transaksi jual beli *furniture* dilakukan sesuai dengan prosedur yang ada. Sebelum barang diproduksi, Ibu Nahiera terlebih dahulu diwajibkan untuk melakukan pembayaran uang DP sebesar 50%

⁹⁶ NS, (23 Oktober 2019), *Wawancara*, Konsumen CV. RMJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

sebagai jaminan. Setelah barang selesai diproduksi dan telah dilakukan pelunasan barang, Ibu Nahiera menerima *furniture* pesannya yang dikirim melalui ekspedisi pengiriman barang. Namun setelah barang dicek, ternyata ukiran pada kursi dan mejanya tidak sama atau tema ukirannya berbeda. Sedangkan pada gambar yang Ibu Nahiera pilih di akun Instagram CV. RMJ, ukiran pada meja dan kursi satu tema. Hal tersebut menjadikan hak konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan kondisi yang dijanjikan sebagaimana disebutkan dalam Pasal 4 huruf b UUPK tidak terpenuhi.

Konsumen kedua yaitu bernama Bapak Irwan Zaini. Transaksi jual beli tersebut terjadi pada akhir bulan Desember tahun 2018 dan dilakukan secara *online* melalui Instagram. Dalam wawancara yang penulis lakukan dengan Bapak Irwan, alasan Bapak Irwan melakukan transaksi dengan CV. RMJ karena menawarkan banyak produk *furniture* model minimalis. Bapak Irwan berniat untuk membeli satu set meja dan kursi model minimalis dengan harga Rp. 7.500.000,- dan berharap dengan begitu perabotan *furniture* nya bisa sesuai dengan model rumahnya yang juga minimalis.⁹⁷ Transaksi berjalan lancar sesuai prosedur dan kewajiban untuk membayar uang jaminan DP sebesar 50% juga telah dilaksanakan oleh Bapak Irwan. Setelah barang selesai diproduksi, Bapak Irwan segera melakukan pelunasan. Ketika barang yang dipesan sampai di rumah dan dicek, Bapak Irwan merasa kecewa karena warna kain di kursi sofa nya tidak sesuai dengan yang dipesan. Warna yang ditawarkan perusahaan berwarna merah terang, namun ketika sampai ketangan konsumen berwarna merah maroon. Selain itu, kain sofa nya juga bukan yang berkualitas bagus karena teksturnya kasar. Untuk kerugian yang dialami Bapak Irwan dalam kasus ini yaitu sekitar 7 jutaan.

⁹⁷ Irwan Zaini, (2 November 2019), *Wawancara*, Konsumen CV. RMJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

2. TG

Penulis dalam melakukan penelitian di perusahaan *furniture* TG tidak mendapatkan data penjualannya. Namun, penulis mendapatkan data terkait keluhan dari konsumen perusahaan tersebut. Konsumen yang penulis wawancarai adalah Bapak Sofian Chandra. Atas rekomendasi dari temannya, Bapak Sofian melakukan transaksi dengan Trimo Gallery pada sekitar bulan Oktober tahun 2018 melalui Instagram dan berlanjut melalui Whatsapp. Bapak Sofian berniat untuk membeli lemari pakaian ukir. Dalam wawancara yang penulis lakukan, Bapak Sofian mengaku jika melakukan penawaran harga agar dikurangi Rp. 100.000,- tetapi meminta untuk dibuatkan persis seperti yang ada digambar.⁹⁸ Tawaran tersebut disanggupi atau disetujui oleh pihak penjual. Proses transaksi berjalan sesuai prosedur, Bapak Sofian juga telah melakukan kewajibannya untuk membayar uang jaminan dan uang pelunasan ketika barang akan dikirim. Sebelumnya Bapak Sofian sudah dikirim foto mentahan lemari pakaiannya oleh penjual dan terlihat sesuai dengan yang dipesan. Namun, setelah barang tiba dirumahnya ternyata berbeda, ukurannya lebih kecil serta ukiran bunga dipintunya berbeda dengan yang ada digambar. Waktu awal transaksi, Bapak Sofian meminta agar dibuatkan lemari pakaian dengan ukuran tinggi 180cm dan lebar 150cm, namun yang diterima lebih kecil berkisar 150x100cm. Ketika Bapak Sofian melakukan komplain, ternyata hal tersebut terjadi karena Bapak Sofian meminta penawaran harga, padahal sebelumnya penjual telah menyanggupi untuk membuat pesanan tersebut. Berdasarkan kasus kerugian yang dialami Bapak Sofian, berarti hak konsumen agar dilayani dan diperlakukan secara benar serta tidak diskriminatif

⁹⁸ Sofian Candra, (13 Oktober 2019), *Wawancara*, Konsumen TG, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

belum terpenuhi secara maksimal sebagaimana telah disebutkan dalam Pasal 4 huruf g UUPK.

3. KFJ

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan kepada pemilik perusahaan *furniture* KFJ,⁹⁹ diperoleh data penjualan Tahun 2018 sebagai berikut:

Bulan	Nama Konsumen	Furniture Yang Di Pesan	Harga	Keterangan Komplain
Januari	Bp. Yogi	Lemari	Rp.	-
	Firmanda	Pakaian	7.350.000	
	Bp. Gunawan	Tempat Tidur	Rp. 8.275.000	-
	Ibu Listiyaningsih	Buffet Hias	Rp. 10.580.000	-
Februari	Ibu Yani Selo	Lemari	Rp.	Cacat Pada Produk, Lecet
		Pakaian + Set	3.700.000 +	
		Meja Makan	Rp. 5.500.000	
	Bp. Puryono	Set Sofa	Rp. 11.700.000	-

⁹⁹ Sultan Toyo, (20 Oktober 2019), *Wawancara*, Owner Kinar Furindo Jepara, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

Maret	Ibu. Diah Ayu	Meja Rias	Rp. 4.750.000	-
	Ibu Lestari	Nakas +	Rp.	Ukiran Berbeda
		Lemari Pakaian	1.500.000 + Rp. 5.800.000	
	Bp. Purwanto	Set Meja	Rp.	-
Makan		9.450.000		
April	Bp. Ahmad	Set Meja	Rp.	-
	Irfan	Makan +	8.580.000 +	
		Buffet TV	Rp. 15.800.000	
Mei	Bp. Umam	Set Sofa	Rp.	-
	Yulianto		11.200.000	
	Bp. Ilham	Set Meja	Rp.	-
	Yasonaf	Makan +	7.500.000 +	
		Nakas	Rp. 1.250.000	
	Bp. Eko	Set Sofa	Rp. 11.	Warna Tidak Sesuai
	Kusuma		800.000	
Ibu Afifah	Buffet TV +	Rp.	-	
	Meja Rias	10.250.000 +		

			Rp. 2.000.000	
Juni	Ibu Mila	Tempat Tidur	Rp.	-
	Azkiya	Anak	8.700.000	
	Ibu Diana	Set Meja Makan	Rp. 5.800.000	Kaki Kursi Patah
Juli	Bp. Wargo	Kursi Teras +	Rp.	-
	Utomo	Lemari	3.800.000 +	
		Pakaian	Rp. 6.350.000	
Agustus	Ibu Wulan	Tempat Tidur	Rp.	-
	Oktasari		9.500.000	
	Bp. Farikhin	Buffet Hias	Rp. 12.800.000	-
	Ibu Kiki	Set Sofa	Rp.	-
	Natalia		9.250.000	
September	Ibu Anggita	Lemari	Rp.	-
		Pakaian	7.800.000	
	Bp. Irfan	Tempat Tidur	Rp.	-
	Geofani		9.000.000	
	Ibu Maria	Set Meja	Rp.	-
	Gigih	Makan	5.300.000	

Oktober	Bp. Fikridin	Set Meja Makan	Rp. 6.000.000	-
	Bp. Taufik	Set Sofa	Rp. 12.200.000	-
November	Ibu Musriati	Buffet TV	Rp. 10.500.000	Ukiran Tidak Sesuai
	Ibu Anna Rinata	Meja Hias	Rp. 1.800.000	-
Desember	Bp. Suprayogi	Tempat Tidur + Nakas	Rp. 9.950.000 + Rp. 1.000.000	-
	Bp. Fadholi	Set Sofa	Rp. 12.800.000	Warna Tidak Sesuai
	Ibu Yunajwa	Tempat Tidur	Rp. 9.800.000	-

Perusahaan *furniture* KFJ juga pernah melakukan pelanggaran hak terhadap konsumen. Dalam wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu Maria Gigih selaku salah satu konsumennya, Ibu Maria mengatakan jika hak nya sebagai konsumen untuk didengar

ketika melakukan komplain tidak dipenuhi oleh penjual.¹⁰⁰ Pada awal bulan September 2018, Ibu Maria melakukan transaksi jual beli *furniture* secara *online* dengan Kinar Furindo Jepara. Ibu Maria berniat untuk membeli satu set meja makan dan kusi seharga Rp. 5.300.000,- yang diiklan kan diakun Instagram. Ibu Maria mengikuti proses pemesanan seperti biasa dan telah melakukan kewajibannya untuk membayar uang jaminan 50% serta uang pelunasan. Barang pesanan Ibu Maria yang dikirim melalui jasa ekspedisi telah sampai dirumah, namun tidak langsung dicek oleh Ibu Maria. Setelah barang dicek, ternyata ada dua kursi yang kakinya patah. Ibu Maria langsung menghubungi penjual dengan harapan bisa mendapat garansi dari kerusakan tersebut. Namun pihak KFJ tidak menanggapi sama sekali atau terkesan menyepelekan keluhan dari Ibu Maria tersebut. Ibu Maria juga menghubungi pihak ekspedisi, namun juga tidak mendapatkan respon. Dalam hal ini perusahaan KFJ tidak memenuhi hak konsumen untuk didengar keluhannya sebagaimana jelas tertuang dalam Pasal 4 huruf d UUPK.

Selain Ibu Maria, penulis juga melakukan wawancara dengan salah satu konsumen dari perusahaan *furniture* KFJ yaitu Ibu Yani Selo. Dalam wawancara yang penulis lakukan dengan Ibu Yani, saat itu Ibu Yani melakukan transaksi jual beli *furniture* secara *online* dengan KFJ sekitar bulan Februari tahun 2017.¹⁰¹ Adapun *furniture* yang dipesan adalah lemari pakaian dan satu set meja makan. Harga lemari pakaian yang Ibu Yani pesan sebesar Rp. 3.700.000,- sedangkan untuk set meja makan harganya sebesar Rp. 5.500.000,-. Prosedur pemesanan dilakukan seperti biasanya. Setelah barang yang dipesan telah selesai diproduksi langsung dikirim ke alamat rumah Ibu Yani. Namun ketika barang sampai dan dicek, ternyata ada cacat produk pada lemari pakaiannya. Kerusakan produk tersebut

¹⁰⁰ Maria Gigih, (18 Oktober 2019), *Wawancara*, Konsumen KFJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

¹⁰¹ Yani Selo, (9 November 2019), *Wawancara*, KFJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

diantaranya yang pertama, salah satu pintu dari lemari pakaian susah untuk dibuka, mungkin karena pemasangan engselnya yang kurang benar. Kedua, tinggi dari kaki lemari pakaiannya tidak sejajar. Ketiga, motif ukiran tidak sesuai dengan yang dipesan. Keempat, terdapat lecet pada bagian samping lemari. Bisa dilihat dalam hal ini hak konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan yang dijanjikan tidak dipenuhi oleh penjual.

4. CV. KPJ

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan kepada pemilik perusahaan *furniture* CV. KPJ,¹⁰² diperoleh data penjualan Tahun 2018 sebagai berikut:

Bulan	Nama Konsumen	Furniture Yang Di Pesan	Harga	Keterangan Kerugian
Januari	Ibu Adelina	Meja Belajar	Rp. 1.000.000	-
	Ibu Ulfa Yunita	Set Sofa	Rp. 8.550.000	-
Februari	Bp. Abimanyu	Buffet TV + Meja Rias	Rp. 7.300.000 + Rp. 2.500.000	-
Maret	Ibu Diniyah Utami	Tempat Tidur Anak	Rp. 4.700.000	-

¹⁰² Muhammad Ismail, (11 November 2019), *Wawancara*, Owner CV. Karya Priboemi Jepara, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

	Bp. Alfa Zainudin	Lemari Pakaian	Rp. 7.800.000	Ukiran Tidak Sesuai
	Bp. Hilmawan	Lemari Pakaian	Rp. 8.500.000	-
April	Bp. Kuniawan	Set Meja Makan	Rp. 5.500.000	Kursi Patah
	Ibu Astri Wulandari	Kursi Teras	Rp. 1.800.000	-
Mei	Ibu Anita Sari	Tempat Tidur	Rp. 6.250.000	-
	Bp. Muh Sidiq	Lemari	Rp.	Ukiran Tidak
	Bp. Purnomo	Pakaian	9.500.000	Sesuai
		Set Sofa	Rp.	-
	Ibu Sri		11.350.000	
	Wahyuningsih	Set Sofa +	Rp.	Warna Sofa
		Lemari	12.800.000 +	Tidak Sesuai
		Pakaian	Rp. 5.750.000	
Juni	Bp. Prisandi	Set Meja	Rp.	-
		Makan +	5.750.000 +	
		Nakas	Rp. 1.250.000	

Juli	Bp. Wahyu	Lemari	Rp.	-
	Kurniawan	Pakaian	5.800.000	
	Bp. Aji Indra	Tempat Tidur	Rp. 9.300.000	-
Agustus	Ibu Indira	Set Sofa +	Rp.	-
		Lemari	11.800.000 +	
		Pakaian	Rp. 5.500.000	
September	Ibu Karina Putri	Meja Rias	Rp. 3.800.000	-
		Bp. Kusuma	Nakas +	Rp.
	Lemari		1.500.000 +	
	Dokumen		Rp. 2.000.000	
Oktober	Bp. Ahmad Nursyamsu	Buffet TV,	Rp.	Ukiran Tidak
		Lemari	9.700.000 +	Sesuai
		Pakaian,	Rp.	
		Nakas, Meja	6.300.000 +	
		Belajar	Rp. 1.800.000 +	
			Rp. 2.800.000	
	Set Sofa		-	

	Bp. Ibnu Soleh		Rp. 10.800.000	
November	Ibu Fauziah	Meja Rias	Rp. 2.700.000	-
	Bp. Najib Purwanto	Lemari Pakaian	Rp. 9.750.000	Lecet pada pintu
	Bp. Subekti	Set Meja Makan	Rp. 7.800.000	-
Desember	Bp. Fahmi	Tempat Tidur + Lemari Pakaian	Rp. 9.000.000 + Rp. 7.350.000	-
	Bp. Bagas Susanto	Tempat Tidur	Rp. 8.500.000	-

Konsumen yang penulis wawancara sebagai narasumber yaitu Bapak Ahmad Nursyamsu. Pada akhir bulan Oktober tahun 2018, Bapak Ahmad melakukan transaksi dengan perusahaan KPJ secara *online* melalui website. Saat itu *furniture* yang dipesan adalah buffet, lemari pakaian, nakas dan meja belajar.¹⁰³ Bapak Ahmad melakukan semua prosedur pemesanan yang berlaku. Ditengah proses produksi, Bapak Ahmad meminta dikirimkan foto dari *furniture* pesanannya yang sedang diproduksi. Dari situ Bapak Ahmad mengetahui jika nakas yang sedang diproduksi bentuk dan ukiran bunganya tidak sesuai

¹⁰³ Ahmad Nursyamsu, (5 November 2019), *Wawancara*, Konsumen CV. KPJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

dengan yang ada digambar. Setelah melakukan komplain, penjual berjanji akan dibuatkan nakas baru. Ketika semua barang pesanan selesai produksi langsung dikirim kerumah Bapak Ahmad. Namun ketika dicek, *furniture* tersebut banyak yang tidak sesuai dan juga cacat produk. Nakas yang pernah dikomplain ternyata tidak diperbaiki bentuk dan ukirannya. Untuk buffetnya terlihat seperti asal-asalan ketika mengerjakan, hasil akhir buffet pada bingkai pintunya terdapat bekas gergaji yang harusnya diampas terlebih dahulu, bahkan pada pintu buffetnya ada yang berlubang karena mungkin tidak ditutup dempul. Untuk lemari pakaian, pemasangan engselnya tidak benar sehingga salah satu pintu lemarnya tidak bisa ditutup, dibuka pun susah. Hanya meja belajar yang hasilnya sempurna dan tidak mengecewakan. Dalam wawancara Bapak Ahmad juga mengatakan jika sebelumnya berpesan untuk dibuatkan *furniture* menggunakan kayu jati dari TKP Perhutani kualitas yang terbaik, dengan tujuan agar *furniture* nya tahan lama. Namun kenyataannya baru tiga bulan kayunya sudah menyusut sehingga sambungan kayunya retak. Dari kerugian yang dialami Bapak Ahmad tersebut, terlihat jika hak konsumen untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar dan jaminan seperti yang dijanjikan sebagaimana dalam Pasal 4 huruf b tidak terpenuhi.

Berdasarkan kasus-kasus diatas, jelas terlihat bahwa pelaku usaha telah melanggar hak-hak konsumen sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 4 UUPK tentang hak konsumen. Selain itu, pelaku usaha juga tidak memenuhi kewajibannya yang harus mereka penuhi seperti yang disebutkan dalam Pasal 7 UUPK tentang kewajiban pelaku usaha. Sedangkan untuk hak-hak pelaku usaha, dalam kasus diatas telah dipenuhi oleh konsumen, salah satunya dengan membayar produk sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

D. Larangan-Larangan Yang Di Langgar Oleh Pelaku Usaha Dalam Transaksi Jual Beli Furniture Secara Online

Setiap perusahaan dalam melakukan transaksi jual beli pasti tidak terlepas dari kesalahan, baik itu masalah kecil atau besar. Pelaksanaan transaksi jual beli *online* pun tidak luput dari masalah kecacatan produk atau masalah krusial pelayanan transaksi lainnya, begitu pula dengan empat perusahaan *furniture* diatas.

Dengan menggunakan pendekatan UUPK, kasus-kasus yang terjadi dalam jual beli *furniture* secara *online* yang sebagaimana telah penulis jabarkan diatas, dapat disimpulkan adanya pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha. Berikut merupakan klasifikasi pelanggaran atau larangan-larangan yang dilakukan pelaku usaha terhadap jual beli *furniture* secara *online* di Jepara berdasarkan Pasal 8 UUPK, antara lain:

1. Pasal 8 ayat (1) huruf a UUPK yang berbunyi “*Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan*”.

Jika barang yang pelaku usaha produksi tidak memenuhi standar yang berlaku, maka akan menimbulkan kekecewaan pada konsumen. Standar mutu kayu untuk bahan *furniture* harus sangat diperhatikan oleh pelaku usaha dengan memilih kayu yang berkualitas unggul. Karena jika menggunakan kayu kualitas terbaik, maka produk *furniture* yang dihasilkan akan menjadi tahan lama dan tidak mudah lapuk. *Quality Control* juga menjadi hal yang penting dalam pemenuhan standar pada produk. Tujuan dari *quality control* yaitu untuk memberikan sebuah kualitas pada produk dan

aktifitas kerja, memenuhi suatu keinginan customer terhadap suatu produk dan service, serta menghasilkan kualitas produk yang sangat baik.¹⁰⁴ Namun, tidak sedikit pelaku usaha yang tidak memperhatikan hal tersebut. Sebagian dari mereka hanya fokus pada keuntungan tanpa memperhatikan kualitas.

Seperti yang dialami Bapak Ahmad ketika memesan buffet di perusahaan *furniture* CV. KPJ. Jika penjual menggunakan standar kayu jati kualitas terbaik, maka *furniture* akan bertahan lama. Namun pada kenyataannya, *furniture* berupa buffet yang di pesan Bapak Ahmad baru berumur 3 (tiga) bulan tetapi kayunya sudah menyusut sehingga menyebabkan sambungan kayunya menjadi retak hingga pecah. Hal ini jelas menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Selain kerusakan pada *furniture* buffet nya, lemari pakaian yang dipesan Bapak Ahmad juga terdapat kecacatan seperti pintunya yang susah dibuka, sulit untuk ditutup kembali serta pemasangan engsel yang tidak rapi dan terkesan asal-asalan.¹⁰⁵ Hasil produk yang cacat tersebut terjadi karena kurangnya *quality control* dari pengusaha sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Selain perusahaan *furniture* CV. KPJ, kurangnya penerapan *quality control* juga terjadi di perusahaan *furniture* KFJ terhadap konsumennya Ibu Yani. Lemari pakaian yang Ibu Yani pesan pada bagian engselnya tidak dipasang dengan benar, kaki pada lemari pakaiannya pun tidak sejajar.¹⁰⁶ Jelas bahwa perusahaan KFJ tidak

¹⁰⁴ <http://www.tentangkayu.com/2017/01/quality-control-dalam-industri-kayu.html?m=1>, Diakses pada tanggal 19 April 2020 Pukul 23.17 WIB.

¹⁰⁵ Ahmad Nursyamsu, (5 November 2019), *Wawancara*, Konsumen CV. KPJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

¹⁰⁶ Yani Selo, (9 November 2019), *Wawancara*, Konsumen CV. KFJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

melakukan standarisasi *quality control* yang baik sebelum barang dikirim ketangan konsumen.

2. Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK yang berbunyi “*Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut*”.

Setiap pelaku usaha harus mempunyai etika yang baik, memproduksi barang secara jujur dengan memenuhi janji yang dinyatakan dalam iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa juga merupakan salah satu wujud dari beretika yang baik. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, tiga dari keempat perusahaan diatas telah melakukan pelanggaran sebagaimana tertuang dalam Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK. Pelanggaran yang perlu digaris tebal dalam pasal ini adalah pelaku usaha telah memproduksi barang yang tidak sesuai dengan iklan atau promosi penjualan.

Perusahaan *furniture* yang melakukan pelanggaran ini yang pertama adalah CV. RMJ terhadap konsumennya Ibu Nahiera dan Bapak Irwan. Ibu Nahiera dalam wawancara yang dilakukan dengan penulis mengatakan bahwa motif ukiran pada kursi ruang tamu yang dipesannya tidak sesuai dengan yang diiklan.¹⁰⁷ Selain itu Bapak Irwan juga mengalami hal yang sama yaitu warna kursi sofa yang diterima tidak sesuai dengan yang ada diiklan.¹⁰⁸ Perusahaan selanjutnya adalah KFJ dengan konsumennya bernama Ibu Yani. Pada saat itu lemari pakaian yang dipesan Ibu Yani motif pada pintu

¹⁰⁷ Nahiera Sattar, (23 Oktober 2019), *Wawancara*, Konsumen CV. RMJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

¹⁰⁸ Irwan Zaini, (2 November 2019), *Wawancara*, Konsumen CV. RMJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

lemari pakaiannya tidak sesuai dengan yang ada digambar atau yang dipromosikan.¹⁰⁹ Yang terakhir pada perusahaan KPJ dengan konsumennya Bapak Ahmad, yang mana nakas dan buffet yang dipesannya bentuk dan ukirannya tidak sesuai dengan yang ada digambar.¹¹⁰ Berdasarkan kasus diatas, jelas terlihat bahwa mereka telah melanggar janji mereka kepada konsumen ketika memproduksi barang yang seharusnya sesuai dengan yang dipromosikan.

3. Pasal 16 huruf b UUPK yang berbunyi “*Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau profesi*”.

Sama halnya dengan pasal sebelumnya, pasal ini pada intinya juga melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang tersebut. Perusahaan *furniture* yang penulis teliti semuanya menerapkan sistem pesanan dalam menjual produknya. Dalam prakteknya pun tidak terlepas dari adanya kesepakatan yang dibuat oleh kedua belah pihak. Perusahaan yang tidak melaksanakan kesepakatan tersebut berarti telah melanggar pasal ini. Seperti yang dilakukan perusahaan *furniture* TG dengan konsumennya yang bernama Bapak Sofian. Terjadi proses negosiasi antara Trimo Gallery dengan Bapak Sofia, yaitu Bapak Sofian meminta potongan harga untuk lemari pakaian ukir sebesar Rp.100.000,- dan meminta untuk dibuatkan sama persis yang ada digambar. Namun ternyata penjual tidak memenuhi kesepakatan tersebut karena lemari pakaian ukir yang diterima Bapak

¹⁰⁹ Yani Selo, (9 November 2019), *Wawancara*, Konsumen CV. KFJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

¹¹⁰ Ahmad Nursyamsu, (5 November 2019), *Wawancara*, Konsumen CV. KPJ, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

Sofian berbeda dengan yang digambar, selain itu ukuran lemari pakaiannya pun berbeda dengan yang dipesan.¹¹¹

Berdasarkan ketiga pasal diatas, ketidaksesuaian spesifikasi barang yang konsumen terima dengan barang yang tertera dalam iklan/foto penawaran barang merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

¹¹¹ Sofian Candra, (13 Oktober 2019), *Wawancara*, Konsumen TG, Transaksi Jual Beli *Furniture*.

BAB IV

ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN AKIBAT ADANYA KERUGIAN YANG DISEBABKAN OLEH PELAKU USAHA

A. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Dirugikan Dalam Transaksi Jual Beli Furniture Secara Online di Kabupaten Jepara

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, ada beberapa kasus kerugian yang dialami oleh konsumen dalam transaksi jual beli furniture secara online pada perusahaan furniture di Kabupaten Jepara. Adapun klasifikasi berdasarkan bentuk dan jenis kerugian yang dialami konsumen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Adanya sikap kurang kooperatif dari pelaku usaha dalam menanggapi keluhan atau komplain dari konsumen.
2. Kurangnya sikap disiplin dan teliti dari pelaku usaha dalam memproduksi barang, yang mana menyebabkan hasil barang yang diproduksi kurang maksimal sehingga merugikan konsumen.
3. Wanprestasi atau cidera janji, dimana dalam hal ini terdapat ketidaksesuaian antara barang yang ada di iklan/promosi yang dimuat dengan yang diterima oleh konsumen serta tidak terlaksananya layanan garansi seperti yang dijanjikan.

Dengan menggunakan pendekatan UUPK, kasus kerugian yang dialami konsumen dalam transaksi jual beli online dengan perusahaan furniture di Kabupaten Jepara dapat penulis simpulkan sebagai suatu pelanggaran terhadap hak konsumen. Didalam Pasal 4 UUPK telah disebutkan macam-macam hak konsumen sebagaimana telah penulis

tuangkan didalam Bab II. Berdasarkan kasus diatas, berikut merupakan hak yang harus diperoleh konsumen, antara lain:

1. Hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang (Pasal 4 huruf c UUPK)

Salah satu alasan kenapa wanprestasi bisa terjadi yaitu karena hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur atas suatu barang seringkali dilalaikan oleh pelaku usaha. Seharusnya pelaku usaha dalam mengiklankan produk lebih baik mencantumkan deskripsi mengenai kondisi produk yang sebenarnya. Hal ini dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai kebutuhannya serta terhindar dari kerugian.

2. Hak konsumen untuk dilayani dengan baik dan tidak diskriminatif (Pasal 4 huruf g UUPK)

Penjelasan dari pasal tersebut adalah pelaku usaha dilarang membeda-bedakan dalam memberikan pelayanan dan mutu pelayanan terhadap konsumen. Dalam melayani konsumen, tak jarang ada perusahaan yang sengaja memilih-milih. Misalnya saja yang terjadi pada perusahaan furniture Trimmo Gallery terhadap konsumennya Bapak Sofian. Pesanan furniture yang diterima Bapak Sofian tidak seperti yang dipesan hanya karena sebelumnya Bapak Sofian meminta potongan harga. Hal ini mesti tidak boleh terjadi, sebab perilaku diskriminatif terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk pelanggaran atas hak konsumen.

3. Hak konsumen untuk mendapat ganti rugi apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (Pasal 4 huruf h UUPK)

Produsen memiliki tanggung jawab memberikan ganti rugi terhadap kerugian yang dialami atau diderita akibat mendapat produk yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, dengan mempertimbangkan kewajiban konsumen yang menjadi hak produsen telah dilakukan.

Hak atas kerugian yang dalam hal ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini sangat terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen, baik yang berupa kerugian materiil, maupun kerugian yang menyangkut diri dari konsumen. Untuk menyelesaikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai (diluar pengadilan) maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.

4. Hak konsumen untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut (Pasal 4 huruf e UUPK)

Penyelesaian sengketa konsumen telah diatur di dalam UUPK maupun UU ITE. Konsumen diberikan hak untuk memilih dalam menyelesaikan sengketa baik di pengadilan maupun diluar pengadilan. Dasar hukum adanya pemilihan dalam menyelesaikan sengketa konsumen yaitu Pasal 45 ayat 1 UUPK yang berbunyi “Setiap konsumen yang dirugikan bisa menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antar konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum”.

Kebebasan diberikan dalam upaya penyelesaian sengketa konsumen baik menggunakan jalur litigasi maupun non litigasi dimaksudkan agar tercapainya hak

konsumen. Tentunya pemilihan lembaga mana yang akan menjadi pilihan konsumen adalah yang mereka anggap menguntungkan bagi dirinya.

5. Hak konsumen untuk mendapat pendidikan konsumen (Pasal 4 huruf f UUPK)

Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen ini dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan maupun keterampilan yang diperlukan agar dapat terhindar dari kerugian-kerugian akibat dari penggunaan produk, dan lebih kritis serta teliti dalam memilih produk yang akan ia beli.

Selain perlindungan diatas, UU ITE juga memberikan perlindungan kepada konsumen dalam transaksi jual beli online yang dibagi menjadi 4 (empat), yaitu:

1. Adanya pengawasan terhadap pelaku usaha, meliputi kejelasan identitas, serta harus mempunyai izin resmi dari pejabat yang berwenang sebagaimana tertuang dalam Pasal 9 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008.
2. Perlindungan terhadap data pribadi konsumen agar tidak disalahgunakan, karena pihak konsumen seringkali sebelum mulai melakukan transaksi diharuskan untuk memberikan informasi mengenai identitas diri secara lengkap. Perlindungan tersebut tertuang dalam Pasal 26 Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008.
3. Pemberian informasi yang jelas dan benar mengenai produk (barang dan/atau jasa), hal ini merupakan hak konsumen yang diakomodasi oleh Pasal 9 Undang-Undang 2008.
4. Pemberian informasi yang jelas dan lengkap mengenai mekanisme transaksi serta hal-hal yang berkenaan dengan transaksi.

Pada dasarnya perlindungan hukum terhadap konsumen dalam suatu transaksi perdagangan diwujudkan dalam 2 (dua) bentuk pengaturan, yaitu perlindungan hukum melalui suatu bentuk perundang-undangan tertentu (Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, dan sebagainya) yang sifatnya umum untuk setiap orang yang melakukan transaksi dan perlindungan hukum berdasarkan perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, wujudnya dalam bentuk substansi/isi perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha, seperti ketentuan tentang ganti rugi, jangka waktu pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya.

Diantara kedua bentuk perlindungan hukum diatas, maka perlindungan hukum melalui ketentuan perundang-undangan (Regulasi) merupakan instrumen/sarana yang paling efektif digunakan, mengingat ketentuan peraturan perundang-undangan dapat dijadikan dasar bagi kedua belah pihak dalam membuat sebuah perjanjian, meskipun perjanjian tersebut nantinya dapat menjadi Undang-Undang bagi keduanya.

Terkait perlindungan hukum kepada konsumen yang mengalami kerugian baik itu karena wanprestasi, perbuatan melawan hukum, barang cacat produksi atau kerugian lainnya, beban pertanggungjawaban dibebankan kepada pelaku usaha. Perlindungan konsumen menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan, sehingga tujuan dari perlindungan konsumen itu sendiri dapat terwujud. Apabila terjadi sengketa atau konflik antar pelaku usaha dan konsumen, dapat diselesaikan melalui Pengadilan (Litigasi) atau Non Litigasi yaitu dengan cara mengajukan gugatan melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen), melalui BPSK dapat ditempuh melalui 2 cara yaitu Mediasi dan Arbitase.

B. Bentuk Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha *Furniture* Di Kabupaten Jepara Terhadap Konsumen yang Mengalami Kerugian Dalam Transaksi Secara *Online*

Ketentuan perlindungan bagi konsumen terhadap segala jenis kerugian, mengharuskan keempat perusahaan *furniture* diatas untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan tersebut dimaksudkan guna menumbuhkan dan memberikan keamanan serta kenyamanan bagi konsumennya.

Adapun bentuk perlindungan atau tanggung jawab yang diberikan keempat perusahaan *furniture* diatas yaitu berupa penyediaan garansi. Garansi adalah suatu bentuk layanan pasca transaksi konsumen yang diberikan untuk pemakaian barang yang digunakan secara berkelanjutan. Pasal 25 ayat 1 UUPK menyatakan “Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan dan garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.”

Pemberian layanan garansi dapat meyakinkan konsumen bahwa barang yang telah dibeli berkualitas baik dan tidak mengandung cacat manufaktur. Garansi memberikan hak konsumen untuk meminta pelaku usaha menangani masalah apapun sesuai dengan persyaratan dan ketentuan. Dengan memberikan layanan garansi, pelaku usaha memberikan konsumen satu atau lebih bentuk kompensasi, dalam bentuk penggantian klaim, pengembalian uang atau kredit yang mudah diklaim dalam keadaan tertentu. Namun, beberapa perusahaan memberi garansi tanpa syarat.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, masing-masing perusahaan memberikan jangka waktu garansi dan persyaratan yang berbeda-beda untuk setiap

pembelian melalui transaksi *online*. Berikut bentuk pertanggung jawaban berupa layanan garansi masing-masing perusahaan jika ada kerugian yang dialami konsumen, antara lain:

1. Perusahaan *furniture* CV. RMJ, jangka waktu garansi diberikan kepada konsumennya jika terdapat masalah pada produk yang konsumen terima yaitu 90 (sembilan puluh) hari. Selain itu untuk pengiriman luar Jawa, jika *furniture* mengalami kerusakan dalam proses pengiriman, maka konsumen juga mendapatkan garansi oleh pihak ekspedisi, namun dengan catatan jika ekspedisi masih ditempat.
2. Perusahaan *furniture* TG, berbeda dengan perusahaan sebelumnya, perusahaan ini tidak memberikan garansi untuk konsumen yang membeli *furniture* secara *online*. Konsumen hanya akan mendapat garansi dari pihak ekspedisi apabila terjadi kerusakan ketika proses pengiriman barang. Jika pada proses pengiriman terdapat lecet pada produk atau cacat ringan, maka konsumen akan dikirimkan cat/atau dempul. Namun jika ada produk yang rusak parah, maka akan diangkut kembali oleh ekspedisi, dengan catatan jika pihak ekspedisi masih ditempat. Dalam hal ini, berarti jika ada barang yang cacat produksi atau rusak bukan terjadi karena proses pengiriman, maka konsumen tidak akan mendapat garansi atau ganti rugi.
3. Perusahaan KFJ, jangka waktu garansi yang diberikan untuk konsumennya jika mengalami kerugian yaitu 4 (empat) bulan. Sama halnya dengan perusahaan sebelumnya, untuk pengiriman luar Jawa juga

mendapat garansi dari pihak ekspedisi. Selain itu tidak ada persyaratan khusus untuk konsumen dalam hal pemberian garansi tersebut.

4. Perusahaan CV. KPJ, dalam memberikan garansi untuk konsumennya, perusahaan ini memberikan jangka waktu garansi yang lebih lama dari perusahaan-perusahaan sebelumnya, yaitu selama 5 (lima) bulan dan tidak ada ketentuan tertentu. Konsumen akan mendapatkan layanan perbaikan barang apabila *furniture* yang diterimanya mengalami kerusakan/cacat produk.

Bentuk pertanggung jawaban keempat perusahaan *furniture* diatas dalam upaya memberikan perlindungan terhadap konsumen, menurut penulis sudah bisa dikatakan mampu memenuhi hak yang patut diberikan kepada konsumen yang mengalami kerugian. Namun upaya perlindungan terhadap konsumen tersebut tidak akan ada artinya jika tidak dilaksanakan dengan sebagaimana mestinya. Pasal 26 UUPK menyatakan jika “Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.”

Sangat disayangkan, karena pada prakteknya masih ada perusahaan *furniture* yang tidak mempunyai iktikad baik dalam melaksanakan perjanjian layanan garansi tersebut kepada konsumennya. Sebagaimana yang dialami Ibu Maria konsumen dari perusahaan *furniture* KFJ. Ibu Maria tidak bisa mendapatkan hak nya dalam meminta ganti rugi atau menerima layanan garansi, karena tidak mendapat tanggapan oleh penjual ketika melakukan komplain atas kerusakan barang yang diterima. Jika alasannya karena konsumen tidak langsung mengecek *furniture* tersebut ketika ekspedisi masih ditempat, seharusnya Ibu Maria tetap mendapatkan pelayanan garansi tersebut guna mendapatkan

perbaikan pada *furniture* nya. Hal ini berdasarkan pada hasil wawancara penulis dengan penjual yang menyatakan jika tidak ada persyaratan khusus dalam hal pemberian garansi.

Kasus yang sama juga dialami Bapak Ahmad yang merupakan konsumen dari perusahaan *furniture* KPJ. Bapak Ahmad meminta perbaikan atas dasar perjanjian garansi yang diberikan perusahaan, karena selain *furniture* yang diterima tidak sesuai dengan yang dipesan, selang waktu tiga bulan kondisi kayu *furniture* buffet nya mengalami penyusutan hingga retak. Namun pihak perusahaan malah meminta untuk biaya pengiriman biaya kembali dibebankan kepada konsumen. Bapak Ahmad tentu merasa keberatan, karena pada awal transaksi hanya dijanjikan jaminan garansi tanpa ada pernyataan tersebut. Dalam wawancara yang penulis lakukan pun perusahaan hanya mengatakan jika ada kerusakan pada *furniture* yang konsumen terima akan mendapatkan pelayanan perbaikan dan tidak ada ketentuan transaksi sebelumnya. Pemberian informasi yang jelas dan benar mengenai produk (barang dan/atau jasa), hal ini merupakan hak konsumen yang diakomodasi oleh Pasal 9 Undang-Undang ITE Tahun 2008.

Konsumen yang tidak mendapatkan hak nya untuk menggunakan layanan garansi bisa melakukan penuntutan. Sebagaimana yang telah dinyatakan dalam Pasal 23 UUPK yang berbunyi “Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan kebadan peradilan ditempat kedudukan konsumen.”

Terlepas dari tidak terlaksananya perjanjian garansi diatas, penulis mengamati jika jual beli *furniture* secara *online* mempunyai banyak kelemahan. Selain resiko kerusakan

barang pada saat pengiriman, konsumen juga tidak bisa memeriksa kondisi *furniture* secara langsung. Jika hanya bermodalkan foto yang dikirim penjual, kerusakan-kerusakan tersembunyi yang disebabkan kurangnya ketelitian dari penjual dalam memproduksi *furniture* tidak akan diketahui oleh konsumen, hal ini berdasarkan kasus yang terjadi pada penelitian yang penulis lakukan. Contohnya kerusakan pada engsel pintu lemari pakaian yang menyebabkan lemari tersebut sulit untuk dibuka, atau kerusakan-kerusakan tersembunyi lainnya.

Selain kelemahan diatas, tidak sedikit pula konsumen yang tidak menerima *furniture* sesuai dengan yang mereka pesan. Hal ini diakibatkan kurangnya informasi yang penjual berikan terkait kondisi barang yang sesungguhnya. Sering kali *furniture* yang penjual iklankan tidak sesuai dengan kenyataan, entah itu dari bentuk, warna atau pun pada motif *furniture* itu sendiri. Dalam hal ini konsumen berhak untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan.

Kasus-kasus yang merugikan konsumen diatas, bisa dicegah dan bisa diminimalisir jika pelaku usaha mampu memproduksi *furniture* secara disiplin, teliti, dan serta menepati perjanjian, sehingga tidak ada konsumen yang merasa kecewa. Berdasarkan hasil penelitian diatas, konsumen tidak menerima barang sesuai dengan iklan/promosi dan hak nya atas layanan garansi tidak terpenuhi, berarti dalam hal ini pelaku usaha telah melakukan sebuah wanprestasi. Wanprestasi merupakan pelaksanaan kewajiban yang tidak dipenuhi atau ingkar janji atau kelalaian yang dilakukan oleh debitur baik karena tidak melaksanakan apa yang telah diperjanjikan maupun malah melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan. Pasal 8 huruf f UUPK menyebutkan jika pelaku

usaha dilarang untuk memproduksi barang yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam iklan/promosi penjualan.

Dengan memperhatikan beberapa aspek yang meliputi kewajiban pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, hak-hak konsumen dan larangan-larangan yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha. Dapat disimpulkan bahwa jual beli *furniture* secara *online* memiliki kelemahan terkait sulitnya pelaksanaan ganti rugi yang dialami konsumen. Kesulitan tersebut terjadi karena beberapa hal, salah satunya proses pengembalian yang menggunakan jasa ekspedisi memerlukan biaya yang cukup mahal. Sedangkan Faktor tersebutlah yang seringkali membuat pelaku usaha enggan untuk merespon keluhan konsumen. Tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha tidak sesuai Undang-Undang, karena didalam beberapa dasar yang tertera diatas terdapat pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha yang merugikan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *furniture* secara *online* di Kabupaten Jepara, maka kesimpulan yang dapat diambil ialah:

1. Proses transaksi jual beli *furniture* melalui online secara garis besar sama saja dengan jual beli online produk lain. Hanya dalam hal-hal tertentu yang mungkin menjadi pembeda, seperti pemberlakuan pembayaran uang DP (*Down Payment*). Pembayaran uang DP diterapkan dalam jual beli *furniture* karena biasanya konsumen melakukan pemesanan barang yang mereka inginkan terlebih dahulu. Hal tersebut diberlakukan guna meminimalisir konsumen melakukan pembatalan pesanan. Metode jual beli secara *online* memberikan keuntungan bagi kedua pihak. Keuntungan bagi pelaku usaha yaitu bisa menjangkau konsumennya hingga keluar pulau bahkan keluar negeri. Sedangkan keuntungan bagi konsumen adalah memudahkan konsumen untuk membeli *furniture* tanpa perlu pergi ke toko *furniture* dan memberikan alternatif kepada pembeli untuk menentukan pilihan *furniture*. Karena produk dibuat berdasarkan pesanan, pembeli bebas menentukan model yang akan ia beli. Adapun kelemahan dalam jual beli *furniture* secara *online* adalah selain resiko kerusakan barang pada saat pengiriman, konsumen juga tidak bisa memeriksa kondisi *furniture* secara langsung. Jika hanya bermodalkan foto yang dikirim penjual, kerusakan-kerusakan tersembunyi yang disebabkan kurangnya ketelitian dari penjual dalam memproduksi *furniture* tidak akan diketahui oleh konsumen.

2. Terkait perlindungan hukum kepada konsumen yang mengalami kerugian baik itu karena wanprestasi, perbuatan melawan hukum, barang cacat produksi atau kerugian lainnya, beban pertanggungjawaban dibebankan kepada pelaku usaha. Apabila terjadi sengketa atau konflik antar pelaku usaha dan konsumen, dapat diselesaikan melalui Pengadilan (Litigasi) atau Non Litigasi yaitu dengan cara mengajukan gugatan melalui BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen), melalui BPSK dapat ditempuh melalui 2 cara yaitu Mediasi dan Arbitase. Jual beli furniture secara online memiliki kelemahan terkait sulitnya pelaksanaan ganti rugi yang dialami konsumen. Kesulitan tersebut terjadi karena beberapa hal, salah satunya proses pengembalian yang menggunakan jasa ekspedisi memerlukan biaya yang cukup mahal. Faktor tersebutlah yang seringkali membuat pelaku usaha enggan untuk merespon keluhan konsumen. Dalam hal ini, perusahaan tersebut telah melanggar hukum karena melakukan tindakan wanprestasi terhadap konsumennya dalam transaksi jual beli *online*.

B. Saran

Rekomendasi penulis berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan ialah:

1. Pemerintah sebagai wakil atau lembaga yang memiliki fungsi pembentukan, penerbitan atau pembuatan Undang-Undang yang berkaitan dengan transaksi elektronik khususnya jual beli *online* harus lebih menegaskan secara spesifik seberapa jauh bentuk tanggung jawab pelaku usaha agar bisa terlibat dalam hal pemberian ganti kerugian yang dialami konsumen. Perlunya peraturan khusus dalam hal penanganan yang berkaitan dengan jual beli *online* tentu akan memberikan payung hukum baru sebagai suatu upaya dalam penanganan masalah dalam *e-commerce*.

2. Konsumen sebagai pihak yang sering digunakan dalam transaksi elektronik khususnya jual beli *online* seharusnya lebih bisa selektif, teliti dan hati-hati dalam setiap transaksi yang akan dilakukan. Bila perlu menanyakan kepada penjual spesifikasinya secara detail, sehingga meminimalkan resiko kekecewaan setelah barang diterima. Selain itu konsumen juga hendaknya mengetahui dengan cermat terhadap hak yang diperoleh konsumen.
3. Sifat bertanggung jawab dari pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online* sangat menentukan dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, dengan menjamin hak-hak konsumen terpenuhi. Untuk menghindari kesalah pahaman antara konsumen dikemudian hari, diharapkan penjual memberikan informasi yang lengkap dan jelas kepada konsumen. Kasus-kasus yang merugikan konsumen diatas, bisa dicegah dan bisa diminimalisir jika pelaku usaha mampu memproduksi *furniture* secara disiplin, teliti, dan serta menepati perjanjian, sehingga tidak ada konsumen yang merasa kecewa. Agar terhindar dari berbagai tuntutan dikemudian hari, perusahaan harus memperbaiki sistem pelayanan terhadap konsumen dalam transaksi *online*.
4. Sebaiknya diadakan sosialisasi ataupun pembinaan terhadap konsumen, baik yang dilakukan oleh pemerintah pusat maupun lembaga-lembaga perlindungan konsumen, demi terciptanya konsumen yang kritis serta teliti dalam memilih produk kebutuhan yang mereka inginkan guna meminimalisir terjadinya kerugian terhadap konsumen.
5. Pembaca sebaiknya lebih teliti dalam membaca atau mempelajari mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen, agar tidak menjadi salah pemahaman ketika menghadapi permasalahan tersebut dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Barkatullah, Abdul Halim, *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia*, Bandung: Nusa Media, 2017.

Febrian, Jack, *Menggunakan Internet*, Bandung: Informatika, 2003.

Sjahputra, Imam, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: PT. Alumni, 2010.

Mansyur, Didik M. Arief dan Elisatris Gulton, *Cyber Law, Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung: Refika, 2005.

Susanto, Happy, *Hak-Hak Konsumen Yang Dirugikan*, Yogyakarta: Visi Media, 2008.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.

Abdulkadir, Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004.

Marzuki, Peter Muhammad, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2011.

Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.

Herdiansyah, Haris, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.

Hoeve, Van, *Ensiklopedia Indonesia, Jilid 7*. Jakarta: Ichtiar Baru, 1984.

Silalahi, Gabriel Amin, *Metode Penelitian dan Studi Kasus*, Sidoharjo: CV. Mitra Media, 2003.

Kristyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2017.

- Hartono, Sri Rejeki, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Nusa Media, 2018.
- Dewi, Eli Wuria, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- Wardiyono, Kelik, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2014.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000.
- Nasution, AZ., *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media, 2006.
- Miru, Ahmad dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2000.
- Wahyuni, Endang Sri, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Mertokusumo, *Mengenal Hukum: Suatu Pengantar*, Surabaya: Liberty, 1991.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Depatemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Edisi IV, Cet. 1*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2008.
- Syafe'i, Rahmat, *Fiqh Muamalah, Cet. X*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001.
- Suherman, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi Global*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009.
- Urnomo, WA., *Konsumen dan Transaksi E-Commerce*, Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2000.
- Wijaya, Gunawan dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003.
- Syahreni, Ridwan, *Hukum Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2009.
- I Ketut Okta Setiawan, *Hukum Perikatan*, Jakarta: Sinar Grafika, 2018.

Chairi, Zulfi, *Aspek Hukum Perjanjian Jual Beli Melalui Internet*, Medan: USU Repository, 2006.

Sitompul, Asril, *Hukum Internet, Pengenalan Mengenai Masalah Hukum di Cyberspace*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.

Urnomo, W.A, *Konsumen dan Transaksi E-Commerce*, Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2000.

Prodjodikoro, Wirjono, *Hukum Perdata Tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*, Bandung: Penerbit Sumur, 1985.

Subekti, R., *Aneka Perjanjian*, Bandung: Penerbit PT. Alumni, 1981.

Sunarto, Andi, *Seluk Beluk E-Commerce*, Yogyakarta: Gaya Ilmu, 2009.

Gultom, Elisatris, *Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Perdagangan Melalui Media Electronic Commerce*, Jakarta: Elips Media, 2009.

JURNAL

Fitria, Tira Nur, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 03, No. 1, Maret 2017, Diakses Pada Tanggal 15 Januari 2020 Pukul 11.58 WIB.

Aryanto, Arip dan Tri Irianto Tjendrowarsono, *Pembangunan Sistem Penjualan Online Pada Toko Indah Jaya Furniture Surakarta*, Surakarta: Journal Speed, Vol. 4, No. 4, 2012.

Putra, Setia, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4, No. 2, 2014.

Daili, Selbi B., *Perjanjian Jual Beli Melalui Internet Dan Akibat Hukumnya Apabila Terjadi Wanprestasi*, Lex Privatum, Vol. III, No. 3, 2015.

Wardani, Ratna Kusuma “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online*”, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Jember, Tahun 2015, hlm. 4, diakses pada tanggal 18 Juli 2019 pukul 21:43 WIB.

Setyawan, Eddi, “*Perlindungan Hukum Atas Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet*”, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak, 2015, hlm. 2 diakses pada tanggal 27 Juli 2019 pukul 19.28 WIB.

Yugistha, Rizky Arnando, “*Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di Semarang (Studi Kasus Pada OLX.co.id cabang Semarang)*”, Skripsi Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, 2016, hal. 3, diakses pada tanggal 6 Agustus 2019 pukul 21.15 WIB.

Putra, Setia “*Perlindungan Hukum Terhadap Jual Beli Melalui E-Commerce*”, Universitas Riau, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 4, No. 2, Feb-Juli 2014, hlm. 287, diakses pada tanggal 15 Agustus 2019 pukul 14.25 WIB.

Priowirjanto, Soejarti, “*Pengaturan Transaksi Elektronik dan Pelaksanaannya di Indonesia Dikaitkan dengan Perlindungan Konsumen*”, Universitas Padjadjaran, Vol. 1, No. 2, 2014, hal. 227, diakses pada tanggal 20 September 2019 pukul 22.15 WIB.

Badruzaman, Mariam Darus, “*Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku*” Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen Yang Diselenggarakan Oleh BPHN, Jakarta, 1986.

Mansyur, Dikdik M. Arief dan Elisatris Gultom, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*, Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 18, Maret 2002, Diakses 20 Januari 2020.

Fitria, Tira Nur, *Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 03, No. 1, Maret 2017, Diakses Pada Tanggal 15 Januari 2020 Pukul 11.58 WIB.

Wahyu, Tri, Komparasi Syarat Keabsahan “*Sebab yang Halal*” dalam *Perjanjian Konvensional dan Perjanjian Syariah*, *Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam*, Yudisia, Vol. 8, No. 2, hlm. 286, diakses pada 20 Januari 2020 pukul 11.07 WIB.

Tambunan, Santonius, *Mekanisme Dan Keabsahan Transaksi Jual Beli E-Commerce Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, 180 *Badamai Journal*, Vol. 1, Issues 1, April 2016, hlm. 181, Diakses Pada Tanggal 13 Maret 2020 Pukul 16.58 WIB.

Barkatullah, Abdul Halim, *Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce*, *Jurnal Hukum*, No. 2, Vol. 14, April 2007, hlm. 267.

WAWANCARA

Wawancara dengan Muhammad Kholik owner perusahaan furniture CV. Rumah Mebel Jepara pada 01 Juli 2019 di Semarang.

Wawancara dengan Faiz Khoroni owner perusahaan furniture Trimo Gallery pada 10 November 2019 di Batealit, Jepara.

Wawancara dengan Sultan Toyo owner perusahaan furniture Kinar Furindo Jepara pada 18 November 2019 di Batealit, Jepara.

Wawancara dengan Muhammad Ismail owner perusahaan furniture CV. Karya Priboemi Jepara di Batealit, Jepara.

Wawancara dengan Nahiera Sattar sebagai konsumen dari perusahaan furniture CV. Rumah Mebel Jepara melalui chat via Whatsapp.

Wawancara dengan Irwan Zaini sebagai konsumen dari perusahaan furniture CV. Rumah Mebel Jepara melalui chat via Whatsapp.

Wawancara dengan Sofian Candra sebagai konsumen dari perusahaan furniture Trimo Gallery melalui chat via Whatsapp.

Wawancara dengan Maria Gigih sebagai konsumen dari perusahaan furniture Kinar Furindo Jepara melalui chat via Whatsapp.

Wawancara dengan Yani Selo sebagai Konsumen dari perusahaan furniture Kinar Furindo Jepara melalui chat via Whatsapp.

Wawancara dengan Ahmad Nursyamsu sebagai konsumen dari perusahaan furniture CV. Karya Priboemi Jepara melalui chat via Whatsapp.

WEBSITE

<https://g.page/mebeljeparajati?share>, Diakses Pada Tanggal 20 September 2019 Pukul 23.19 WIB.

<https://www.dekoruma.com/artikel/62045/kelebihan-mebel-jepara>, Diakses Pada Tanggal 20 September 2019 Pukul 23.48 WIB.

Sederet.com, Online Indonesia English Dictionary, <http://mobilee.sederet.com/>, Diakses Pada 20 Januari 2020 Pukul 10.22 WIB

Pengertian dan Syarat Syarat Sah Perjanjian, <http://www.legalakses.com/perjanjian/>, Diakses Pada Tanggal 7 November 2018 pukul 12.30 WIB

<https://www.beecloud.id/bagaimana-seharusnya-pengusaha-menyikapi-maraknya-jual-beli-online/>, Diakses Pada Tanggal 11 Maret 2020 Pukul 15.10 WIB.

<https://business-law.binus.ac.id/2017/03/31/akankah-toko-online-membunuh-toko-offline/>, Diakses Pada Tanggal 11 Maret 2020 Pukul 17.20 WIB.

<https://www.beecloud.id/bagaimana-seharusnya-pengusaha-menyikapi-maraknya-jual-beli-online/>, Diakses Pada Tanggal 11 Maret 2020 Pukul 15.19 WIB.

www.rumahmebel.id, Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2020 Pukul 20.18 WIB.

www.karyafurniturejepara.com, Diakses Pada Tanggal 5 Februari 2020 Pukul 23.18 WIB

<http://www.tentangkayu.com/2017/01/quality-control-dalam-industri-kayu.html?m=1>, Diakses pada tanggal 19 April 2020 Pukul 23.17 WIB.

<https://business-law.binus.ac.id/2015/10/14/garansi-dalam-layanan-purnajual-dan-perlindungan-konsumen/>, Diakses Pada Tanggal 27 April 2020 Pukul 22.18 WIB.

<http://www.dppferari.org/pengertian-bentuk-penyebab-dan-hukum-wanprestasi/>, Diakses Pada
Tanggal 28 April 2020 Pukul 01.22 WIB

Lampiran-Lampiran



Wawancara dengan Bapak M Ismail selaku Owner CV. KPJ.



Wawancara dengan Bapak Faiz selaku pemilik perusahaan TG.



Wawancara dengan Bapak M Kholiq selaku Owner CV. RMJ.

Lampiran Biodata Diri

Nama : Dwi Muliani

Tempat, Tanggal Lahir : Batang, 02 Februari 1995

Alamat Asal : Dk. Sidokerso, Ds. Wonokerso, Rt. 02/Rw. 02, Kec. Limpung,
Kab. Batang, Jawa Tengah

Alamat Domisili : Jl. Tanjungsari Utara VI, Rt. 07/Rw. 05, Tambakaji, Ngaliyan,
Semarang

Riwayat Pendidikan:

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------|
| 1. SDN Wonokerso 02 | Tahun Lulus 2009 |
| 2. SMP N 01 Limpung | Tahun Lulus 2012 |
| 3. SMA Pondok Modern Selamat Kendal | Tahun Lulus 2015 |
| 4. Prodi Ilmu Hukum UIN Walisongo | Tahun 2015 s.d sekarang |

Motivasi Hidup : Jangan pernah menggantungkan hidup kepada manusia, bergantunglah pada Allah SWT.

Media Komunikasi :

1. 082243645880 (Whatsapp)
2. dwi.muliani01@gmail.com (email)

Batang, 16 Mei 2020

Dwi Muliani

1502056025

