

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Konsumen Dan Pelaku Usaha Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Pengertian konsumen 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.¹ Menurut pengertian Pasal 1 angka 2 UUPK, “Konsumen 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.”² Amerika Serikat mengemukakan pengertian ”konsumen” yang berasal dari *consumer* berarti ”pemakai”, namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai ”korban pemakaian produk cacat”, baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai.³

Para ahli hukum memberikan batasan batasan bagi konsumen sebagai setiap orang yang mendapatkan secara sah dan menggunakan barang/jasa untuk suatu kegunaan. Konsumen adalah pemakai akhir dari barang dan /jasa untuk diri sendiri atau keluarganya. Setiap orang pada suatu waktu dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk/jasa tertentu. Dalam bagian penjelasan disebutkan “Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen

¹ Az Nasution, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Daya Widya, Jakarta, hal 15

² Pasal 1 UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, hal 23

akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/ rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).⁴ Pengertian konsumen dalam Undang-undang ini adalah konsumen akhir. Dari ketentuan dalam Undang-undang tersebut secara tersurat nampaknya hanya menitik beratkan pada pengertian konsumen sebagai konsumen akhir yang mana hal tersebut bukan merupakan objek pembahasan dalam tulisan ini, namun secara tersirat juga mengandung pengertian konsumen dalam arti luas.⁵

Hal tersebut nampak pada penggunaan kata “pemakai”. Istilah “pemakai” dalam hal ini tepat digunakan dalam rumusan konsumen untuk mendukung pengertian konsumen akhir, namun sekaligus juga menunjukkan bahwa barang dan/jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari suatu transaksi jual beli. Artinya sebagai konsumen tidak selalu harus memberikan prestasinya dengan cara membayar uang untuk memperoleh barang dan/jasa tersebut. Dengan kata lain dasar hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha tidak perlu harus kontraktual (*the privity of contract*)⁶

2. Hak Konsumen

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

⁴ Az Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit Media, Yogyakarta, hal 13

⁵ Sri Redjeki, 2000, *Hukum Ekonomi*, Bandung, Mandar Maju, hal 80

⁶ *ibid*

- 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.⁷

3. Kewajiban Konsumen

- 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.

4. Pengertian Perlindungan Konsumen Indonesia

⁷ Halim Barkatullah A, 2010, *Hak-Hak Konsumen*, PT Nusa Media, Bandung, hal 40

Pengertian perlindungan konsumen Indonesia menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 pasal 1 angka 1 yang berbunyi “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

⁸Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam pasal tersebut, cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen, begitu pula sebaliknya menjamin kepastian hukum bagi konsumen.⁹

Pengertian perlindungan konsumen di kemukakan oleh berbagai sarjana hukum salah satunya Az. Nasution, Az. Nasution mendefinisikan Perlindungan Konsumen adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Adapun hukum perlindungan konsumen diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen dalam pergaulan hidup.¹⁰

Setiap orang, pada suatu waktu, dalam posisi tunggal/sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu. Keadaan universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya kelemahan pada konsumen sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang “aman”.

⁸ Undang – undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

⁹ Ahmadi Miru, 2011, *Prinsip – prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Indonesia*, Rajawali Press, Jakarta hal 23

¹⁰ Az Nasution.1999, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Daya Widya, Hal 42

Oleh karena itu secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang sifatnya *universal* juga.¹¹

Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal misalnya dari segi ekonomi maupun pengetahuan mengingat produsen lah yang memproduksi barang sedangkan konsumen hanya membeli produk yang telah tersedia dipasaran, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa aktual dan selalu penting untuk dikaji ulang, sebab masalah perlindungan konsumen ini terjadi di dalam kehidupan sehari-hari. Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formil makin terasa sangat penting, mengingat makin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, maka konsumen yang pada umumnya merasakan dampaknya.¹²

Dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak, untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang guna melindungi hak-hak konsumen yang sering diabaikan produsen yang hanya memikirkan keuntungan semata dan tidak terlepas untuk melindungi produsen yang jujur.¹³

¹¹ Ahamadi Miru dan Sutarman Yodo, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Hal 182

¹² *ibid*

¹³ *ibid*

Pada era perdagangan bebas dimana arus barang dan jasa dapat masuk ke semua negara dengan bebas, maka yang seharusnya terjadi adalah persaingan yang jujur. Persaingan yang jujur adalah suatu persaingan dimana konsumen dapat memilih barang atau jasa karena jaminan kualitas dengan harga yang wajar. Oleh karena itu pola perlindungan konsumen perlu diarahkan pada pola kerjasama antar negara, antara semua pihak yang berkepentingan agar terciptanya suatu model perlindungan yang harmonis berdasarkan atas persaingan jujur, hal ini sangat penting tidak hanya bagi konsumen tetapi bagi produsen sendiri diantara keduanya dapat memperoleh keuntungan dengan kesetaraan posisi antara produsen dan konsumen, perlindungan terhadap konsumen sangat menjadi hal yang sangat penting di berbagai negara bahkan negara maju misalnya Amerika Serikat yang tercatat sebagai negara yang banyak memberikan sumbangan dalam masalah perlindungan konsumen.¹⁴

Lahirnya Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan harapan bagi masyarakat Indonesia, untuk memperoleh perlindungan atas kerugian yang diderita atas transaksi suatu barang dan jasa. UUPK menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen dan tentunya perlindungan konsumen tersebut tidak pula merugikan Produsen, namun karena kedudukan konsumen yang lemah maka Pemerintah berupaya untuk memberikan perlindungan melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan Pemerintah juga melakukan pengawasan terhadap dilaksanakannya peraturan perundang-undangan tersebut oleh berbagai pihak yang terkait.¹⁵

Pasal 3 Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, tujuan dari perlindungan konsumen adalah :

¹⁴Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati,2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, hal 33

¹⁵ *ibid*

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- b. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- c. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.¹⁶
- d. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- e. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.¹⁷

5. Azas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen

Penting pula untuk mengetahui landasan perlindungan konsumen berupa azas- azas yang terkandung dalam perlindungan konsumen yakni :

- a. Asas Manfaat; mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas Keadilan; partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

¹⁶Ahamadi Miru, 2004, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta, Raja Grafindo Persada, hal 37

¹⁷Pasal 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- c. Asas keseimbangan; memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil.¹⁸
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen; memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas Kepastian Hukum; baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.¹⁹

6. Tentang YLKI

- a. Pengertian YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) Adalah organisasi non pemerintah dan nirlaba yang didirikan di Jakarta pada tanggal 11 Mei 1973. Tujuan berdirinya YLKI adalah untuk meningkatkan kesadaran kritis konsumen tentang hak dan tanggung jawabnya sehingga dapat melindungi dirinya sendiri dan lingkungannya. Pada awalnya YLKI berdiri karena keprihatinan ibu-ibu akan kegemaran konsumen Indonesia pada produk luar negeri. Terdorong oleh keinginan agar produk dalam negeri mendapat tempat di hati masyarakat Indonesia maka para pendiri YLKI tersebut menyelenggarakan aksi promosi berbagai jenis hasil industri dalam negeri.²⁰

b. Kedudukan YLKI

Berdasarkan Pasal 1 bab 9 UU Perlindungan Konsumen, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) adalah lembaga non-pemerintah yang

¹⁸<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-perlindungan-konsumen.html>, diunduh tanggal 17 Mei 2016 pukul 19.15 WIB

¹⁹ Yusuf Shofie, 2008, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, Bandung, Citra Aditya Bakti, hal 24

²⁰<http://www.ylki.or.id/>, diunduh tanggal 22 Juni 2016 jam 20.34 WIB

terdaftar dan diakui oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.

c. Tugas Dan Wewenang YLKI

Tugasnya meliputi kegiatan [Pasal 44 ayat (3) UU Perlindungan Konsumen]:

- 1) Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
- 3) Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.
- 4) Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen; melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

d. Visi Dan Misi YLKI

Visi YLKI adalah tatanan masyarakat yang adil dan konsumen berani memperjuangkan hak-haknya secara individual dan berkelompok.

Misi :

- 1) Melakukan pengawasan dan bertindak sebagai pembela konsumen.
- 2) Memfasilitasi terbentuknya kelompok-kelompok konsumen
- 3) Mendorong keterlibatan masyarakat sebagai pengawas kebijakan public
- 4) Mengantisipasi kebijakan global yang berdampak pada konsumen.

e. Strategi dan Kegiatan YLKI

- 1) Advokasi

Mempengaruhi para pengambil keputusan di sektor industri dan pemerintahan agar memenuhi kewajibannya terhadap konsumen, pada tingkat lokal dan nasional.

2) Penggalangan Solidaritas

Meningkatkan kepedulian kritis konsumen melalui penggalangan solidaritas antar konsumen, serta melalui prasarana kegiatan berbagai kelompok konsumen.

3) Pengembangan Jaringan

Memperkuat kerjasama antar organisasi konsumen dan juga dengan organisasi kemasyarakatan lainnya pada tingkat lokal, nasional, regional dan internasional.

4) Penyebaran Informasi yang Tidak Memihak

Mengimbangi informasi yang telah ada dengan informasi dan data objektif lainnya yang diperoleh berdasarkan kajian dan bukti yang dapat dipertanggungjawabkan.²¹

7. Tentang Pelaku Usaha

Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 angka 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 menyebutkan pelaku usaha 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, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Dalam penjelasan Undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, BUMN, koperasi, importir, produsen, distributor dan lain-lain: Pengertian pelaku usaha/ produsen menurut Abdul Halim Barkatullah dalam bukunya mendefinisikan produsen yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang atau jasa dari barang-

²¹ *ibid*

barang atau jasa lainnya. Mereka dapat terdiri dari perorangan, badan usaha yang memproduksi sandang dan pangan atau usaha yang berkaitan dengan angkutan, asuransi dan perbankan serta usaha yang berkaitan dengan obat-obatan dan sebagainya.²²

Distributor menurut Abdul Halim Barkatullah yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang atau jasa tersebut kepada masyarakat seperti pedagang secara retail, pedagang kaki lima, warung, kedai, supermarket, hypermarket, rumah sakit, dan sebagainya. Secara prinsip kegiatan pelaku usaha produsen dengan distributor adalah berbeda, namun Undang-undang tidak membedakan kewajiban yang harus dipenuhi dan larangan yang dikenakan bagi kedua pelaku usaha tersebut. Perbedaannya adalah pertanggungjawaban terhadap kegiatan usaha yang dilakukan oleh masing-masing usaha terhadap para konsumen yang mempergunakan barang yang dihasilkan atau jasa yang diberikan.²³

8. Hak & Kewajiban Pelaku Usaha

a. Hak Pelaku Usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 UUPK adalah:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

²² Abdul Halim Barkatullah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Nusa Media, Bandung, hal 111

²³ *ibid*

- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²⁴

9. Kewajiban Pelaku Usaha

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

²⁴ Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

10. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha Menurut UUPK

Pasal 8

- a. 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.
- 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 kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
- 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 di pasang/dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- k. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang, rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- l. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- m. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat 1 dan ayat 2 dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

25

Pasal 9

- a. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah: barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu; barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru; barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu; barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi; barang dan/atau jasa tersebut tersedia;

²⁵ Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi; barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu; barang tersebut berasal dari daerah tertentu; secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain; menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek samping, tanpa keterangan yang lengkap, menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilarang untuk diperdagangkan. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat 1 dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.²⁶

Pasal 10

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:
 - a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
 - b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
 - c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
 - d. Tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
 - e. Bahwa penggunaan barang dan/atau jasa.²⁷

Pasal 11

1. Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

²⁶ Pasal 9 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

²⁷ Pasal 10-11 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

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

Pasal 12

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

2. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang, ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:
 - a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
 - b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media masa;
 - c. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
 - d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan;²⁸
 - e. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:
 - a. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
 - b. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pasal 17

1. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang :
 - a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;

²⁸ Pasal 12-14 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- g. Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat 1.²⁹

Pasal 18

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
 - a. Menyatakan pengalihan tanggungjawab pelaku usaha.
 - b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen.
 - c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen.

Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung, maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
 - d. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;

²⁹ Pasal 16-17 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

- e. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa.
- f. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya.
- g. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
- h. Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
- i. Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 dinyatakan batal demi hukum.
- j. Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini.³⁰

11. Tanggung jawab Pelaku Usaha

Pelaku usaha wajib bertanggung jawab dan melakukan pengawasan terhadap produk yang dihasilkannya. Pengawasan ini senantiasa harus selalu dilakukan secara teliti dan berkala. Jika tidak, maka sebagai pihak yang menghasilkan produk dapat dianggap lalai, dan kelalaian ini kalau kemudian menyebabkan sakit, cedera atau bahkan menyebabkan

³⁰ Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

meninggalnya konsumen karena memakai produk yang dihasilkannya, maka produsen harus mempertanggung jawabkannya.

Pertanggung jawaban ini diatur dalam Pasal 1367 ayat (1) KUH Perdata, yaitu mewajibkan pelaku usaha sebagai pihak yang menghasilkan produk untuk menanggung segala kerugian yang mungkin timbul dari pemakaian suatu barang yang dihasilkannya.³¹

Pasal 7 huruf (f) UUPK menyebutkan, bahwa “Pelaku usaha diwajibkan memberikan kompensasi, ganti rugi, dan/atau pergantian barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”.

Lebih lanjut tanggung jawab pelaku usaha disebutkan dalam Pasal 19 sampai Pasal 28 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.³²

Pasal 19

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

³¹ Pasal 1367 ayat 1 KUHPperdata

³² Pasal 19-28 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Pasal 21

1. Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.
2. Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

Pasal 22

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat 4, Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dari tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Pasal 23

Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat 1, ayat 2, ayat 3, dan ayat 4, dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Pasal 24

1. Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila:
 - a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
 - b. Pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.
2. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 25

1. 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 atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.

2. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat 1 bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut:
 - a. Tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;
 - b. Tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Pasal 27

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

1. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;
2. Cacat barang timbul pada kemudian hari;
3. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
4. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
5. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

12. Perjanjian Jual Beli Menurut KUHPerdato

Pasal 1457

Perjanjian jual beli adalah suatu perjanjian yang dibentuk karena pihak yang satu telah mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak kebendaan dan pihak yang lain bersedia untuk membayar harga yang diperjanjikan.³³

Pasal 1474

Penjual mempunyai dua kewajiban utama yaitu menyerahkan barangnya dan menanggungnya.

Pasal 1504

Penjual harus menanggung barang itu terhadap cacat tersembunyi, yang sedemikian rupa, sehingga barang itu tidak dapat digunakan untuk tujuan yang dimaksud atau yang demikian mengurangi pemakaian, sehingga seandainya pembeli mengetahui cacat itu, ia sama sekali tidak akan membelinya atau tidak akan membelinya selain dengan harga yang kurang.³⁴

Pasal 1505

³³ Pasal 1457 dan Pasal 1474 KUHPerdato

³⁴ Pasal 1504-1513 KUHPerdato

Penjual tidak wajib menjamin barang terhadap cacat yang kelihatan dan dapat diketahui sendiri oleh pembeli.

Pasal 1506

Penjual harus menjamin barang terhadap cacat yang tersembunyi, meskipun ia sendiri tidak mengetahui adanya cacat itu, kecuali jika dalam hal demikian ia telah meminta diperjanjikan bahwa ia tidak wajib menanggung sesuatu apapun.

Pasal 1507

Dalam hal-hal yang tersebut dalam pasal 1504-1505, pembeli dapat memilih akan mengembalikan barangnya sambil menuntut kembali uang harga pembelian atau akan tetap memiliki barang itu sambil menuntut kembali sebagian dari uang harga pembelian sebagaimana ditentukan oleh hakim setelah mendengar ahli tentang itu.

Pasal 1508

Jika penjual telah mengetahui cacat-cacat barang itu, maka selain wajib mengembalikan uang harga pembelian yang telah diterimanya, ia juga wajib mengganti segala biaya kerugian dan bunga.

Pasal 1509

Jika penjual tidak mengetahui adanya cacat-cacat barang, maka ia hanya wajib mengembalikan uang harga pembelian dan mengganti biaya untuk menyelenggarakan pembelian dan penyerahan barang, sekedar itu dibayar pembeli.

Pasal 1510

Jika barang yang mengandung cacat-cacat tersembunyi itu musnah karena cacat-cacat itu, maka kerugian dipikul oleh penjual yang terhadap wajib mengembalikan uang harga pembelian dan mengganti segala kerugian lain yang disebut dalam kedua pasal yang lalu, tetapi kerugian yang disebabkan kejadian yang tidak disengaja harus dipikul oleh pembeli.

Pasal 1511

Tuntutan yang didasarkan atas cacat yang dapat menyebabkan pembatalan pembelian, harus diajukan oleh pembeli dalam waktu yang pendek, menurut sifat cacat itu dan dengan mengindahkan kebiasaan-kebiasaan ditempat persetujuan pembelian dibuat.

Pasal 1513

Kewajiban pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan ditempat yang ditetapkan dalam persetujuan.

B. Tinjauan Umum Tentang Tanggung Jawab Hukum

1. Pengertian Tanggung Jawab Hukum

Tanggung jawab hukum menurut kamus umum Bahasa Indonesia adalah, keadaan wajib menanggung segala sesuatunya. Berkewajiban menanggung, memikul tanggung jawab, menanggung segala sesuatunya, atau memberikan jawab dan menanggung akibatnya. Tanggung jawab Hukum adalah kesadaran manusia akan tingkah laku atau perbuatan yang

disengaja maupun yang tidak disengaja. Tanggung jawab juga berarti berbuat sebagai perwujudan kesadaran akan kewajibannya.

Ridwan Halim mendefinisikan tanggung jawab hukum sebagai sesuatu akibat lebih lanjut dari pelaksanaan peranan, baik peranan itu merupakan hak dan kewajiban ataupun kekuasaan. Secara umum tanggung jawab hukum diartikan sebagai kewajiban untuk melakukan sesuatu atau berperilaku menurut cara tertentu tidak menyimpang dari pertaturan yang telah ada.³⁵

Purbacaraka berpendapat bahwa tanggung jawab hukum bersumber atau lahir atas penggunaan fasilitas dalam penerapan kemampuan tiap orang untuk menggunakan hak atau/dan melaksanakan kewajibannya. Lebih lanjut ditegaskan, setiap pelaksanaan kewajiban dan setiap penggunaan hak baik yang dilakukan secara tidak memadai maupun yang dilakukan secara memadai pada dasarnya tetap harus disertai dengan pertanggung jawaban, demikian pula dengan pelaksanaan kekuasaan.³⁶

Pengertian tanggung jawab hukum menurut hukum perdata tanggung jawab hukum dalam hukum perdata berupa tanggung jawab seseorang terhadap perbuatan yang melawan hukum. Perbuatan melawan hukum memiliki ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan dengan perbuatan pidana. Perbuatan melawan hukum tidak hanya mencakup perbuatan yang bertentangan dengan undang-undang pidana saja, akan tetapi jika perbuatan tersebut bertentangan dengan undang-undang lainnya dan bahkan dengan ketentuan-ketentuan hukum yang tidak tertulis. Ketentuan perundang-undangan dari perbuatan melawan hukum bertujuan untuk melindungi dan memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan.³⁷

³⁵ Abdul Halim Barkatullah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Nusa Media, Bandung, hal 41

³⁶ <http://infodanpengertian.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-tanggung-jawab-hukum-menurut.html>, diunduh tanggal 15 Agustus 2016 jam 16.36 WIB

³⁷ KUHPperdata

Menurut pasal 1365 KUHPerdara, maka yang dimaksud dengan perbuatan melanggar hukum adalah perbuatan yang melawan hukum yang dilakukan oleh seseorang yang karena salahnya telah menimbulkan kerugian bagi orang lain. Dalam ilmu hukum dikenal 3 kategori dari perbuatan melawan hukum, yaitu sebagai berikut:

- a. Perbuatan melawan hukum karena kesengajaan
- b. Perbuatan melawan hukum tanpa kesalahan (tanpa unsur kesengajaan maupun kelalaian)
- c. Perbuatan melawan hukum karena kelalaian

Maka model tanggung jawab hukum adalah sebagai berikut:

- 1) Tanggung jawab dengan unsur kesalahan (kesengajaan dan kelalaian) sebagaimana terdapat dalam pasal 1365 KUHPerdara, yaitu: “tiap-tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut”.
- 2) Tanggung jawab dengan unsur kesalahan khususnya kelalaian sebagaimana terdapat dalam pasal 1366 KUHPerdara yaitu: “setiap orang bertanggungjawab tidak saja untuk kerugian yang disebabkan perbuatannya, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan kelalaian atau kurang hati-hatinya.
- 3) Tanggung jawab mutlak (tanpa kesalahan) sebagaimana terdapat dalam pasal 1367 KUHPerdara yaitu:
 - a) Seseorang tidak saja bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang berada dibawah pengawasannya;

- b) Orang tua dan wali bertanggung jawab tentang kerugian, yang disebabkan oleh anak-anak belum dewasa, yang tinggal pada mereka dan terhadap siapa mereka melakukan kekuasaan orang tua dan wali;
- c) Selain dari tanggung jawab perbuatan melawan hukum, KUHPerdata melahirkan tanggung jawab hukum perdata berdasarkan wanprestasi. Diawali dengan adanya perjanjian yang melahirkan hak dan kewajiban. Apabila dalam hubungan hukum berdasarkan perjanjian tersebut, pihak yang melanggar kewajiban (*debitur*) tidak melaksanakan atau melanggar kewajiban yang dibebankan kepadanya maka ia dapat dinyatakan lalai (*wanprestasi*) maka dapat dimintakan pertanggungjawaban hukum berdasarkan wanprestasi. Sementara tanggung jawab hukum perdata berdasarkan perbuatan melawan hukum didasarkan adanya hubungan hukum, hak dan kewajiban yang bersumber pada hukum.³⁸

C. Tinjauan Umum Tentang Retail

1. Pengertian Retail/Ritel

Kata Retail berasal dari bahasa perancis, 'retailer', yang berarti memotong atau memecahkan sesuatu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, eceran berarti secara satu-satu; sedikit-sedikit (tentang penjualan atau pembelian barang); ketengan. Usaha eceran/retail adalah semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan atau pembelian barang, jasa ataupun keduanya secara sedikit-sedikit atau satu-satu langsung kepada konsumen akhir untuk keperluan konsumsi pribadi, keluarga, ataupun rumah tangga dan bukan untuk keperluan bisnis (dijual kembali). Usaha eceran atau ritel tidak hanya terbatas pada

³⁸ Pasal 1365 Kitab Undang-undang Hukum Perdata

penjualan barang, seperti sabun, minuman, ataupun deterjen, tetapi juga layanan jasa seperti jasa potong rambut, ataupun penyewaan mobil.³⁹

Usaha eceran/retail pun tidak harus selalu dilakukan di toko, tapi juga bisa dilakukan melalui telepon atau internet, disebut juga dengan eceran/ritel non-toko. Secara garis besar, usaha retail yang berfokus pada penjualan barang sehari-hari terbagi dua, yaitu usaha ritel tradisional dan usaha retail modern. Ciri-ciri usaha retail tradisional adalah sederhana, tempatnya tidak terlalu luas, barang yang dijual tidak terlalu banyak jenisnya, sistem pengelolaan / manajemennya masih sederhana, tidak menawarkan kenyamanan berbelanja dan masih ada proses tawar-menawar harga dengan pedagang, serta produk yang dijual tidak dipajang secara terbuka sehingga pelanggan tidak mengetahui apakah peritel memiliki barang yang dicari atau tidak.

Sedangkan usaha retail modern adalah sebaliknya, menawarkan tempat yang luas, barang yang dijual banyak jenisnya, sistem manajemen terkelola dengan baik, menawarkan kenyamanan berbelanja, harga jual sudah tetap (*fixed price*) sehingga tidak ada proses tawar-menawar dan adanya sistem swalayan/pelayanan mandiri, serta pemajangan produk pada rak terbuka sehingga pelanggan bisa melihat, memilih, bahkan mencoba produk terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli.

2. Peran Usaha Retail

Usaha retail memberikan kebutuhan ekonomis bagi pelanggan melalui 5 cara:

- a. Memberikan suplai/pasokan barang dan jasa pada saat dan ketika dibutuhkan konsumen/pelanggan dengan sedikit atau tanpa penundaan.

³⁹ Christina Widya Utami, 2008, *Bisnis Retail*, Malang, Bayu Media Publishing, hal 3

- b. Memudahkan konsumen/pelanggan dalam memilih atau membandingkan bentuk, kualitas dan barang serta jasa yang ditawarkan.
- c. Menjaga harga jual tetap rendah agar mampu bersaing dalam memuaskan pelanggan.
- d. Membantu meningkatkan standar hidup masyarakat.
- e. Adanya usaha ritel juga memungkinkan dilakukannya produksi besar-besaran (produksi massal).⁴⁰

3. Fungsi Usaha Retail

- a. Melakukan kegiatan usahanya di lokasi yang nyaman dan mudah diakses pelanggan
- b. Memberikan beragam produk sehingga memungkinkan pelanggan bisa memilih produk yang diinginkan
- c. Membagi jumlah produk yang besar sehingga dapat dijual dalam kemasan/ukuran yang kecil
- d. Mengubah produk menjadi bentuk yang lebih menarik.
- e. Menyimpan produk agar tetap tersedia pada harga yang relatif tetap
- f. Membantu terjadinya perubahan (perpindahan) kepemilikan barang dari produsen ke konsumen
- g. Mengakibatkan perpindahan barang melalui sistem distribusi
- h. Memberikan informasi, tidak hanya ke pelanggan, tapi juga ke pemasok
- i. Memberikan jaminan produk layanan purna jual, dan turut menangani keluhan pelanggan
- j. Memberikan fasilitas kredit dan sewa.⁴¹

⁴⁰ <https://lukmanuddin.wordpress.com/2014/06/05/pengertian-retail/>, diunduh tanggal 17 Mei 2016 pukul 19.58 WIB

⁴¹ Bob Foster, 2008, *Manajemen Retail*, Alfabeta, Bandung