

**Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Baju
Bekas (*Thrift Shop* atau *Preloved*)**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum

Program Kekhususan Hukum Perdata



Diajukan oleh :

Arkia Putri Sarah Belladin

30301800070

PROGRAM STUDI (S.1) ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)

SEMARANG

2022

**Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Baju
Bekas (*Thrift Shop* atau *Preloved*)**



Diajukan oleh :

Arkia Putri Sarah Belladin

30301800070

Pada tanggal, 11 April 2022 telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing :

Dr. Andi Aina Ilmih, S.H., M.H.

NIDN : 09.0606.8001

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM JUAL BELI BAJU BEKAS (*THRIFT SHOP* ATAU *PRELOVED*)**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Arkia Putri Sarah Belladin

30301800070

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal 21 April 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat dan lulus

Tim Penguji

Ketua,



Dr. Denny Suwondo, S.H., M.H.

NIDN : 0617106301

Anggota,



Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.H.

NIDN : 0615106602

Anggota,



Dr. Andi Aina Ilmih, S.H., M.H.

NIDN : 09.0606.8001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Hukum UNISSULA



Dr. Bambang Tri Bawono, S.H., M.H.

NIDN : 06-0707-7601

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arkia Putri Sarah Belladin

NIM : 30301800070

Program Studi : Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang berjudul :

**“TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM JUAL BELI BAJU BEKAS (*THRIFT SHOP* ATAU *PRELOVED*)”**

Adalah benar hasil karya ilmiah saya dan penuh kesadaran saya tidak melakukan tindakan plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan tindakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Semarang, 14 Agustus 2022



Arkia Putri Sarah Belladin

NIM : 30301800070

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arkia Putri Sarah Belladin

NIM : 30301800070

Program Studi : Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul :

“TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI BAJU BEKAS (*THRIFT SHOP* ATAU *PRÉLOVED*)”

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

UNISSULA

جامعة السلطان ابي جعفر الصليبي

Semarang, 14 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Arkia Putri Sarah Belladin

NIM : 30301800070

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa yang ada dalam diri mereka.”

(Q.S. Ar-Rad : 11)

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Allah SWT sebagai wujud atas rasa syukur terhadap ilmu yang telah Allah berikan kepadaku.
2. Rasulullah SAW sebagai rasa cinta kepada Rasul SAW.
3. Ayah dan Mama tercinta (Mochammad Arif Budiarto, S.E. dan Sri Rezeki, S.H.) beserta keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan baik berupa materi maupun moril.
4. Adikku tersayang (Arzea Bunga Husna Janneta).
5. Sahabat dan teman-teman terbaik saya yang selalu mendukung dan mendoakan.
6. Almamater.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI BAJU BEKAS (*THRIFT SHOP* ATAU *PRELOVED*)**. Penulisan skripsi ini disusun sebagai persyaratan wajib bagi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai sempurna, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan pengetahuan, motivasi, wawasan serta bantuan berupa bimbingan dan arahan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini, yakni kepada :

1. Prof. Dr. H. Gunarto., S.H., S.E., Akt., M.Hum selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Dr. Bambang Tri Bawono, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Dr. Hj. Widayati, S.H., M.H selaku Wakil Dekan I Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

4. Dr. Arpangi, S.H., M.H selaku Wakil Dekan II Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Dr. Hj. Aryani Witasari, S.H., M.Hum selaku Ketua Prodi Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
6. Dr. Andi Aina Ilmih, S.H., M.H selaku Pembimbing Penulisan Hukum penulis yang telah membantu dalam memberikan saran, arahan, masukan serta meluangkan waktunya hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Dr. Rakhmat Bowo Suharto, S.H., M.H selaku Dosen Wali yang telah mendampingi dan memberikan arahan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan membantu kelancaran perkuliahan penulis.
9. Staff dan Karyawan Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
10. Keluarga tercinta, Ayah Arif, Mama Kiki, Adikku Jannet, serta seluruh keluarga yang senantiasa membantu memotivasi serta berdoa untuk keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini.
11. Yusril Aditia Nugroho yang telah menemani, membantu, serta memberi semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Sahabat saya tercinta Elvina Apriyanti, terima kasih sudah menjadi sahabat yang saling memberi dukungan yang baik selama hidup penulis.

13. Sahabat saya di perkuliahan Nadya Putri O, Debby Ferdina F, Arrum Chairumi Q, Asykuroh, Anindita Priscillia T, Dewi Ajeng W yang telah memberi pengalaman serta dukungan selama perkuliahan penulis baik dalam konteks akademik maupun non-akademik serta kenangan menjadi teman yang saling support satu sama lain.

14. Teman baik saya Cendani Dewi M, Intan Diana, Anisa Nur R yang telah mendoakan dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan dan bantuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran senantiasa diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi semua pihak dan peneliti selanjutnya.

Semarang, 8 Maret 2022

Penulis,

Arkia Putri Sarah Belladin

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Terminologi.....	9
F. Metode Penelitian.....	13
G. Sistematika Penulisan	19
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA	21
A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen.....	21
1. Pengertian Konsumen.....	21
2. Hak dan Kewajiban Konsumen	22
3. Sejarah Perlindungan Konsumen di Indonesia.....	24
4. Pengertian Perlindungan Konsumen	26
5. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	28

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam	30
1. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam	30
2. Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Perspektif Islam	32
3. Sejarah Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam.....	34
C. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli	36
1. Pengertian Perjanjian Jual Beli.....	36
2. Asas-Asas Dalam Perjanjian Jual Beli	37
D. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli dalam Perspektif Islam	40
1. Pengertian Jual Beli dalam Perspektif Islam	40
2. Dasar Hukum Jual Beli dalam Islam	41
3. Rukun dan Syarat Jual Beli	42
E. Tinjauan Umum Tentang <i>Thrift Shop</i>	47
1. Pengertian <i>Thrift Shop</i>	47
2. Jenis-Jenis Toko Barang Bekas	48
3. Sejarah <i>Thrift Shop</i>	50
4. Dampak Positif dan Negatif <i>Thrift Shopping</i>	52
BAB III	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Hak Konsumen dalam transaksi jual beli baju bekas (<i>thrift shop</i>) menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.....	55
B. Bentuk Penyelesaian Sengketa antara Konsumen dengan Para Penjual Baju Bekas (<i>Thrift Shop</i>)	69
BAB IV	76
PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang perlindungan hukum konsumen terhadap transaksi jual beli baju bekas pada suatu *thrift shop* atau *preloved*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah konsumen dalam bertransaksi jual beli baju bekas tersebut sudah mendapatkan haknya sebagai konsumen sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan bentuk penyelesaian sengketa antara penjual *thrift shop* terhadap konsumen apabila terdapat kerusakan/cacat barang yang tersembunyi.

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis sosiologis. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan yang dilakukan dengan mengidentifikasi hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan yang nyata. Teknik pengumpulan bahan hukum yang digunakan yaitu metode angket (kuesioner), yakni metode yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk menjawabnya yang dikirim melalui internet yang dijadikan sampel dalam suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan *google form*.

Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan kesimpulan pertama yaitu hak konsumen dalam bertransaksi jual beli baju bekas (*thrift shop* atau *preloved*) menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berdasarkan hasil analisa kuesioner bahwa responden sudah mendapatkan bentuk perlindungan konsumen berupa hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang yang sesuai dan mendapat informasi benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa. Simpulan kedua yaitu bentuk penyelesaian sengketa antara penjual baju bekas (*thrift shop* atau *preloved*) dengan konsumen terhadap kerusakan/cacat barang yang dibeli berdasarkan hasil analisa kuesioner bahwa konsumen *thrift shop* lebih memilih menyelesaikan sengketa melalui non-litigasi berupa negosiasi.

Kata Kunci : Perlindungan konsumen, perdagangan baju bekas, *thrift shop*

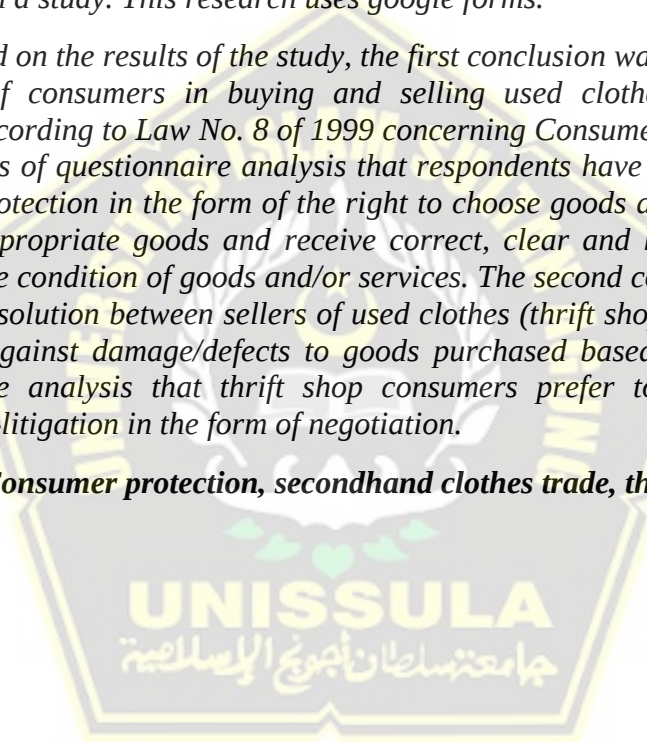
ABSTRACT

This study discusses the legal protection of consumers against buying and selling used clothes in a thrift shop or preloved. This study aims to determine whether consumers in the transaction of buying and selling used clothes have obtained their rights as consumers in accordance with Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection and forms of dispute resolution between thrift shop sellers and consumers if there is hidden damage/defect of goods.

This research is a sociological juridical research. This research approach uses an approach that is carried out by identifying law as a real and functional social institution in a real life system. The technique of collecting legal materials used is the questionnaire method, which is a method carried out by giving questions to respondents to answer which are sent via the internet which are used as samples in a study. This research uses google forms.

Based on the results of the study, the first conclusion was obtained, namely the rights of consumers in buying and selling used clothes (thrift shop or preloved) according to Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection based on the results of questionnaire analysis that respondents have received a form of consumer protection in the form of the right to choose goods and/or services and to obtain appropriate goods and receive correct, clear and honest information regarding the condition of goods and/or services. The second conclusion is a form of dispute resolution between sellers of used clothes (thrift shop or preloved) and consumers against damage/defects to goods purchased based on the results of questionnaire analysis that thrift shop consumers prefer to resolve disputes through non-litigation in the form of negotiation.

Keywords: Consumer protection, secondhand clothes trade, thrift shop



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupannya, manusia selalu memiliki naluri untuk memenuhi kebutuhannya. Walaupun tidak semua kebutuhan manusia dapat terpenuhi karna berbagai faktor, contohnya faktor ekonomi, ketersediaan barang, maupun kesadaran tiap manusia. Kebutuhan manusia terbagi menjadi 3 (tiga) sesuai urgensi pemenuhannya, yaitu, primer, sekunder, tersier. Dalam kebutuhan primer, kebutuhan manusia terbagi lagi menjadi 3 (tiga), yaitu sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (tempat tinggal).

Jumlah sandang (pakaian) sebagai kebutuhan primer manusia ada kaitannya dengan pertambahan jumlah penduduk. Semakin bertambahnya jumlah penduduk maka semakin bertambahnya juga jumlah kebutuhan pakaian yang diperlukan. Maka dari itu, pemerintah mempunyai peran penting untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan pasokan (*supply*) yang ada. Selain itu, persaingan antara produk impor merupakan salah satu masalah penting terkait hubungannya dengan produk pakaian jadi, apalagi kondisi Indonesia yang memiliki pasar besar dengan jumlah penduduk lebih dari 250 juta sebagai targetnya.¹

¹ Zamroni Salim dan Ernawati, Info Komoditi Pakaian Jadi, (Jakarta: AMP Press, 2015), hlm. 28.

Untuk menstabilkan pasar dalam negeri dengan jumlah penduduk lebih dari 250 juta jiwa tersebut, pemerintah menghadapi masalah yang tidak mudah.² Maraknya impor baju bekas dikhawatirkan akan mempengaruhi ekonomi bagi para pelaku usaha pakaian lokal. Walaupun pemerintah sudah melakukan upayanya dengan menghimbau masyarakat untuk tidak membeli pakaian impor bekas, namun sepertinya usaha tersebut sia-sia. Karena untuk masyarakat tertentu, khususnya bagi yang berpenghasilan rendah, bisa membeli pakaian impor dengan harga yang relative murah adalah suatu keuntungan sendiri.³ Sehingga kemudian, banyak pelaku usaha yang menjual baju bekas atau biasa disebut *thrift shop* atau *preloved*.

Thrift Shop merupakan kata yang berasal dari Bahasa Inggris. *Thrift* sendiri mempunyai arti penghematan, yang mana memiliki makna sebagai sebuah kegiatan untuk meminimalisir atau mengurangi pemborosan. Sedangkan *Shop* memiliki arti toko dan/atau berbelanja, yang mana memiliki makna kegiatan transaksi berupa pembelian barang. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *thrift shop* adalah suatu kegiatan atau metode berbelanja yang dilakukan dengan cara meminimalisir pengeluaran uang atau penghematan.⁴ Biasanya, *thrift shop* menjual barang dengan keadaan

² *Ibid*, hlm. 29.

³ *Ibid*.

⁴ Ratisa Yudawati Dewi, Tugas Akhir: “Perancangan Informasi *Thrift Shop* Melalui Media Board Game” (Bandung: UNIKOM, 2020), hlm. 9.

secondhand atau bisa disebut bekas, namun dengan kondisi yang masih layak pakai.

Thrift Shop sendiri memiliki berbagai jenis pengelompokan berdasarkan dengan tujuan dan fungsinya, serta tempat penjualannya yang berbeda-beda. Berikut adalah beberapa jenis toko barang bekas yang perlu diketahui:⁵

a) *Thrift Shop*

Thrift Shop adalah toko atau penjual yang umumnya khusus untuk menjual pakaian-pakaian bekas. Pakaian yang dijual biasanya pakaian yang sudah bekas pakai, namun dengan kondisi yang masih sangat bagus. Bahkan ada beberapa pakaian bekas yang bermerk. Barang yang dijual di *Thrift Shop* ini biasanya diimpor dari luar negeri.

b) *Garage Sale*

Garage Sale adalah toko pakaian yang menjual barang-barang sisa produksi, seperti barang yang tidak lulus QC (*Quality Control*) atau tidak laku. Maka, toko tersebut menjual barang dengan harga yang sangat miring.

c) *Vintage Shop*

⁵ *Ibid.*

Vintage Shop adalah toko yang menjual barang atau pakaian jaman dahulu dengan kualitas yang masih bagus dan mempunyai desain unik. Biasanya *vintage shop* tidak hanya menjual pakaian saja, tetapi juga barang-barang lain seperti radio, lampu, tas, dan lain sebagainya.

d) *Second-hand Stuff Shop*

Second-hand Stuff Shop ini hampir sama dengan *thrift shop*, yaitu menjual barang yang sudah dipakai ataupun dimiliki sebelumnya, namun yang membedakan dengan *thrift shop* adalah jika *second-hand stuff* ini barangnya merupakan milik pribadi.

e) *Car Boot Sale*

Car Boot Sale mempunyai jenis barang yang sama dengan yang dijual di *thrift shop*, namun untuk *car boot sale* ini tempat menjualnya ialah menggunakan mobil pribadi.

f) *Charity Shop*

Charity Shop biasanya digerakkan oleh suatu komunitas atau organisasi yang bergerak di bidang kemanusiaan, jadi barang yang dijual merupakan barang sumbangan dari masyarakat yang mengikuti *charity* tersebut, lalu hasil penjualannya digunakan untuk kegiatan sosial.

g) *Flea Market*

Flea Market memiliki konsep yang sama dengan *car boot sale*, namun dengan skala acara yang lebih besar dan para penjualnya tidak menjajakan barang di mobil.

Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa toko-toko yang menjual barang bekas terbagi sesuai dengan jenis barang yang dijual, tempat, maupun konsep penjualannya akan semakin menarik minat beli para konsumen untuk membeli barang bekas. Sehingga, pakaian bekas impor semakin membanjir di pasar lokal. Hal tersebut mengakibatkan keadaan impor pakaian bekas yang tidak terisolir dengan baik, dan banyak pakaian bekas yang kondisinya kurang layak. Adanya minat beli konsumen yang tinggi pada pakaian impor bekas ini maka perlu adanya ketentuan untuk melindungi masyarakat itu sendiri, yaitu dengan adanya perlindungan konsumen.

Perlindungan Konsumen diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang merupakan pengganti dari Undang-Undang No. 3 Tahun 1989 tentang Telekomunikasi.⁶ Istilah “konsumen” yang digunakan mencakup pemahaman yang luas termasuk konsumen barang/jasa. Perluasan makna “konsumen” tersebut juga dimaksudkan untuk memberikan perlindungan yang seluas-luasnya.⁷ Perlindungan konsumen ini merupakan bagian tidak

⁶ Alifia Radhita Widorini, Skripsi: “Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Kerusakan/Cacat Barang Yang Dibeli (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee Dan Bukalapak)” (Semarang: UNISSULA, 2021), hlm. 5.

⁷ Sugiharto, R., & A. A. Ilmih (2020). Juridic Analysis Of Used Clothes Consumer Based On Article 4 Consumer Protection And Islamic Law Perspective. Jurnal Pembaharuan Hukum, 6(2).

terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Karena di dalam kegiatan bisnis yang sehat ada keseimbangan perlindungan hukum antara produsen dengan konsumen.⁸ Jika perlindungan hukum antara produsen dengan konsumen tersebut tidak seimbang, maka pihak konsumen berada di posisi yang lemah dan akan merugikan konsumen itu sendiri.

Perlindungan Konsumen adalah salah satu upaya untuk mensejahterakan rakyat dalam kaitannya dengan zaman yang semakin berkembang terutama dalam bidang perdagangan. Termasuk dalam perdagangan baju bekas, konsumen tetap harus mempunyai hak-haknya seperti hak atas kenyamanan, keselamatan, keamanan dalam mengkonsumsi barang/jasa.⁹ Hak konsumen dikhawatirkan dapat dicurangi oleh para penjual pakaian impor bekas yang tidak diketahui asal-muasal dan kondisi barangnya jika tidak dilindungi dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini. Jadi, tujuan hukum adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini ialah untuk mewujudkan keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk konsumen antara penyedia dan pengguna dalam kehidupan bermasyarakat.¹⁰

⁸ Gibran Dasopang, Skripsi: “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Jual Beli Pakaian Bekas (Studi Pada Pasar Monza Pajak Melati Medan)” (Medan: USU, 2018).

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

Salah satu contoh kasus yang penulis temukan adalah dari sebuah utasan yang ada di aplikasi media sosial bernama *twitter*. Pada *platform* tersebut, sebuah akun bernama @lalaaarista mengungkapkan bahwa ia baru saja tertipu oleh salah satu akun penjual baju bekas (*thrift shop*) di media sosial *Instagram* dengan jumlah pengikut yang cukup banyak dengan nama akun @isthrift.co.

Awal mulanya, ia dengan admin *online shop* tersebut melakukan transaksi jual beli seperti biasa, semua berjalan lancar sampai pada tahap pembayaran. Setelah dilakukannya pembayaran, penipuan dimulai dengan admin tersebut memberikan nomor resi yang belum aktif dan menghimbau pembeli untuk melakukan aktivasi. Setelah ditelusuri lebih lanjut, pemilik akun penipu @isthrif.co ternyata bersekongkol dengan akun ekspedisi palsu untuk himbauan pengaktifasian nomor resi. Pembeli merasa curiga karena pesan yang ia kirim untuk menanyakan kejelasan barang kepada akun penjual dan akun ekspedisi tidak di tanggap. Alhasil, pembeli mencoba mencari tahu keaslian pemilik nomor ponsel tersebut melalui aplikasi *Get Contact*.

Aplikasi *Get Contact* ini berguna untuk dapat mengetahui nama pemilik ponsel yang dapat dilacak dari nomor telepon di ponsel milik orang lain. Setelah pembeli melacak nomor penipu di aplikasi *Get Contact* tersebut, diketahui ternyata sudah banyak korban yang ditipu oleh pemilik akun *online shop* @isthrift.co ini.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, penulis mengangkat penelitian hukum atau skripsi dengan judul **“Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Perdagangan Baju Bekas (*Thrift Shop* atau *Preloved*)”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan tersebut, maka penulis merumuskan beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam penulisan skripsi ini. Rumusan masalah yang akan dibahas antara lain :

1. Apakah konsumen dalam transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) sudah mendapatkan hak sebagai konsumen sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa antara konsumen dengan para penjual baju bekas (*thrift shop*)?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijabarkan tersebut maka tujuan penulisan dalam skripsi ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami hak konsumen dalam transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) yang sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Untuk mengetahui dan memahami penyelesaian sengketa yang terjadi antara konsumen dengan para penjual baju bekas (*thrift shop*).

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini, penulis berharap dapat memberi kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Adanya penulisan skripsi ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan terutama dalam perkembangan hukum di bidang hukum perdata yang berlaku di kehidupan sehari-hari menyangkut hukum perjanjian jual beli. Serta dapat dijadikan referensi selanjutnya untuk penelitian mengenai Perlindungan Konsumen.

b. Secara Praktis

Adanya penulisan skripsi ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan masukan untuk menambah ilmu pengetahuan masyarakat dalam rangka pemenuhan hak-hak konsumen yang menyangkut masalah jual beli pakaian bekas.

E. Terminologi

1. Perlindungan Hukum

- Menurut CST Kansil

“Perlindungan Hukum adalah segala upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum demi memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.”¹¹

- Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Perlindungan berasal dari kata dasar lindung dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang memiliki arti sebagai berikut :

- 1) Menempatkan dirinya di bawah (dibalik, dibelakang) sesuatu supaya tidak terlihat atau tidak kena angin, panas, dan sebagainya.
- 2) Bersembunyi (berada) di tempat yang aman supaya terlindungi.

Arti lain dari perlindungan sendiri adalah :

- 1) Tempat berlindung.
- 2) Hal (perbuatan dan sebagainya) memperlindungi.

- Menurut Pasal 1 ayat (4) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (PKDRT)

¹¹ C.S.T Kansil, Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia, penerbit balai Pustaka Jakarta 1989, hlm. 40.

“Perlindungan hukum adalah segala upaya yang ditujukan untuk memberikan rasa aman kepada korban yang dilakukan oleh pihak keluarga, advokat, lembaga sosial, kepolisian, kejaksaan, pengadilan, atau pihak lainnya, baik yang bersifat sementara maupun berdasarkan penetapan dari pengadilan.”

2. Konsumen

- Menurut Sri Handayani

Konsumen memiliki arti “seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa”; atau “seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” juga “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”, serta ada pula yang memberikan arti lain dari konsumen yaitu “setiap orang yang menggunakan barang atau jasa dalam berbagai perundang-undangan negara”.

- Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya); penerima pesan iklan; atau juga bisa merupakan pemakai jasa (pelanggan dan sebagainya).

- Menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (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.

3. Beli

- Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Arti beli menurut KBBI yaitu memperoleh sesuatu melalui penukaran (pembayaran) dengan uang; atau memperoleh sesuatu dengan pengorbanan (usaha dan sebagainya) yang berat.

- Menurut Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar dengan harga yang telah disepakati.

4. Barang

- Menurut Prof. Subekti

Benda (*zaak*) ialah segala sesuatu yang dapat dihaki oleh orang, dan perkataan dalam arti sempit ialah sebagai barang yang dapat terlihat saja.

- Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Barang adalah benda umum (segala sesuatu yang berwujud atau berjasad); semua perkakas rumah, perhiasan, dan sebagainya; bagasi; muatan (kereta api dan sebagainya); muatan selain manusia atau ternak.

- Menurut Pasal 499 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Benda/barang ialah tiap-tiap barang dan tiap-tiap hak yang dapat dikuasai oleh hak milik.

5. Bekas

- Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

Bekas menurut KBBI adalah tanda yang tertinggal atau tersisa (sesudah dipegang, diinjak, dilalui, dan sebagainya); kesan; sesuatu yang tertinggal sebagai sisa (yang telah rusak, terbakar, tidak dipakai lagi, dan sebagainya); pernah menjabat atau menjadi; sudah pernah dipakai.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut :

1. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode yuridis sosiologis. Metode yuridis sosiologis jika diuraikan per kata yaitu yuridis sebagai tinjauan berdasarkan hukum dan peraturan perundangan yang berlaku, serta sosiologis yang mengacu pada pengaplikasian dan fenomena yang terjadi di masyarakat. Pendapat lain tentang penelitian yuridis sosiologis, yaitu “suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan nyata masyarakat atau lingkungan masyarakat dengan maksud dan tujuan untuk menemukan fakta (*fact-finding*), yang kemudian menuju pada identifikasi (*problem-identification*) dan pada akhirnya menuju kepada penyelesaian masalah (*problem-solving*)”.¹² Penelitian Yuridis Sosiologis ini menggunakan data sekunder sebagai data awal, kemudian dilanjutkan dengan data primer berupa penelitian lapangan ke masyarakat, penelitian efektivitas Undang-Undang Dasar, dan penelitian untuk mencari hubungan antara satu variable dengan yang lain.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian dalam penulisan hukum ini bersifat deskriptif analitis. Deskriptif analitis adalah suatu metode yang bermaksud untuk memberikan gambaran sekaligus analisis mengenai

¹² Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 106.

pelaksanaan ketentuan dalam peraturan yang didasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku.

3. Sumber Data Penelitian

1) Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari objeknya.¹³ Cara memperoleh data primer adalah dengan cara menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data langsung dari masyarakat yang dituju dengan kriteria tertentu. Tujuan dilakukannya kuisisioner ini adalah untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penulisan skripsi. Cara yang dilakukan untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Kuisisioner (angket)

Kuisisioner ini adalah metode pengambilan data yang dilakukan dengan memberi beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian. Bentuk pertanyaan di dalam kuisisioner yang digunakan penulis mencakup 2 (dua) jenis. Yaitu kuisisioner terbuka, dimana para responden berhak memberi uraian singkat terkait pertanyaan yang disampaikan. Dan kuisisioner tertutup, dimana ada pertanyaan yang sudah

¹³ J. Supranto, *Metode Penelitian Hukum dan Statistik*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2003, hlm. 2

disiapkan opsi jawabannya sehingga para responden hanya bisa memilih jawaban yang tertera.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang diperoleh dari mencatat data dari buku-buku catatan, arsip, dan lainnya.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang pengumpulannya diperoleh dari studi kepustakaan (*library research*) dengan mempelajari peraturan-peraturan serta buku-buku yang berhubungan dengan penelitian. Data ini dibagi menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu :

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer ini adalah bahan hukum yang diperoleh dari literatur hukum negara yang bersifat mengikat. Adapun sebagai berikut :

- Undang-Undang Dasar 1945
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang Jual Beli

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang diperoleh dari buku-buku terkait hukum. Seperti jurnal, skripsi, thesis, disertasi hukum, maupun literatur yang berhubungan dengan penelitian.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang diperoleh dari data-data yang ada di internet, seperti *website*, *electronic book (e-book)*, maupun jurnal hukum *online*.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dikumpulkan dengan memberikan Angket (Kuisisioner). Cara pelaksanaan teknik pengumpulan data dengan metode angket ini ialah dengan cara memberikan beberapa pertanyaan kepada responden melalui *Google Form*. *Google Form* adalah fitur dari *Google* untuk mengadakan survey secara online. Pertanyaan di dalam kuisisioner terbagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu :

- Kuesioner Terbuka, adalah kuesioner dengan memberi kebebasan berpendapat berupa uraian singkat.

- Kuesioner Tertutup, adalah kuesioner dengan memberi opsi jawaban sesuai pertanyaan yang diberikan sehingga responden hanya bisa memilih jawaban yang telah disediakan.

Selain itu, dalam pengumpulan data juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa *library research*/studi kepustakaan untuk mendapatkan informasi/data yang dibutuhkan dengan membaca peraturan serta buku-buku yang terkait penelitian.

5. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dari dilakukannya penelitian ini adalah kepada masyarakat yang pernah membeli baju bekas (*thrift shop*). Penarikan sampel menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan metode angket/kuisisioner melalui *Google Form*.

6. Alat Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian adalah *Google Form*. *Google Form* adalah salah satu fasilitas dari Google untuk mengadakan sesi tanya jawab atau wawancara melalui kuisisioner *online* yang dapat disesuaikan pertanyaannya sesuai dengan kebutuhan.

7. Analisis Data Penelitian

Data yang telah diperoleh lalu akan dianalisis oleh penulis menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan cara melakukan pemahaman serta penafsiran subyek secara mendalam.¹⁴

G. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I memuat uraian mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan Hukum.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab II akan membahas mengenai Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen, Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam, Tinjauan Umum Tentang Jual Beli, Tinjauan Umum Tentang Jual Beli dalam Perspektif Islam, dan Tinjauan Umum Tentang *Thrift Shop*.

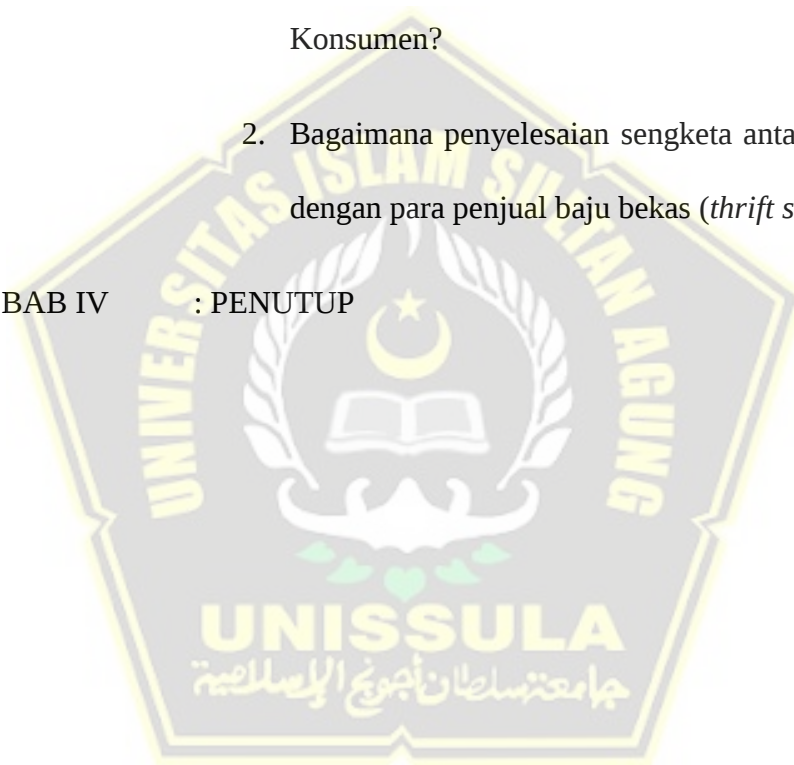
BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

¹⁴ Donatus, S. K. (2016). Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmu Sosial: Titik Kesamaan dan Perbedaan. *Studia Philosophica et Theologica*, 16(2), 197-210., hlm. 197.

Bab III berisi tentang pokok permasalahan yang akan dibahas berdasarkan rumusan masalah penelitian yaitu mengenai :

1. Apakah konsumen dalam transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) sudah mendapatkan hak sebagai konsumen sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa antara konsumen dengan para penjual baju bekas (*thrift shop*)?

BAB IV : PENUTUP



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Pengertian konsumen menurut Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah :

“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 diperdagangkan.”

Ada beberapa jenis konsumen, yaitu¹⁵ :

- a. Konsumen yang menggunakan barang/jasa untuk keperluan komersial (*intermediate consumer, intermediate buyer, derived buyer, consumer of industrial market*).
- b. Konsumen yang menggunakan barang/jasa untuk keperluan diri sendiri/keluarga/non komersial (*ultimate consumer, ultimate buyer, end user, final consumer, consumer of the consumer market*).

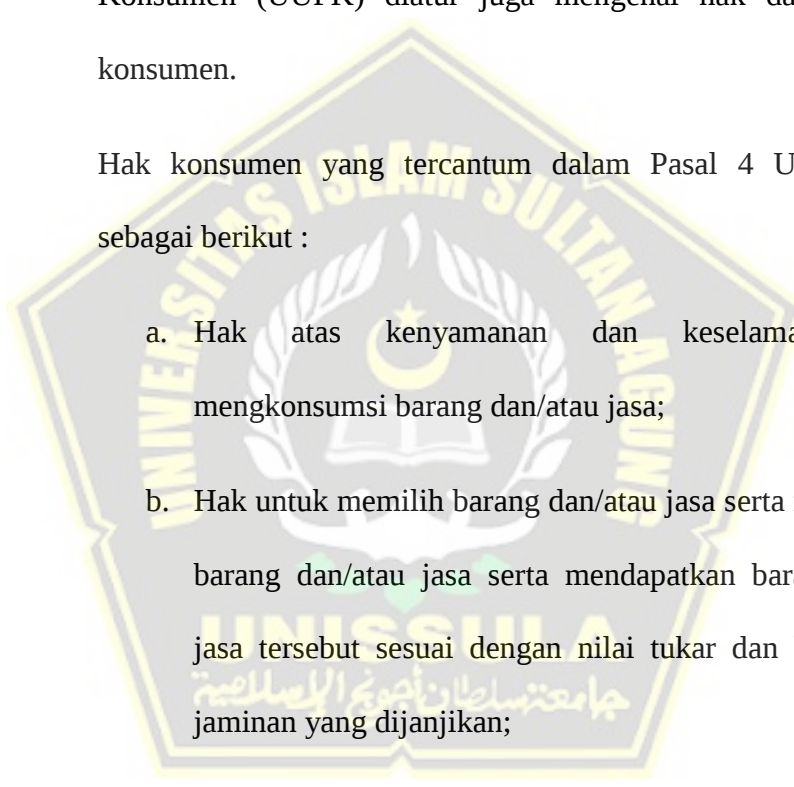
¹⁵ Abdul Atsar dan Rani Apriani, Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen. (2019). (n.p.): Deepublish., hlm. 2.

Jadi, konsumen pada umumnya adalah sebagai pemakai terakhir produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yakni setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.¹⁶

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) diatur juga mengenai hak dan kewajiban konsumen.

Hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 UUPK adalah sebagai berikut :

- 
- a. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan 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;

¹⁶ <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-konsumen/> diakses pada tanggal 19 Desember 2021 pukul 20.16 WIB.

- e. Hak untuk di dengar pendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan 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 – undangan lainnya.

Hak-hak konsumen tidak hanya tercantum pada Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen saja, melainkan ada pasal lain yang mengatur. Khususnya pada adalah Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pasal ini mengatur tentang kewajiban pelaku usaha. Kewajiban dan hak merupakan hal yang berkaitan sehingga kewajiban pelaku usaha dapat diartikan sebagai hak konsumen juga.

Kewajiban konsumen diatur juga di dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian dan 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 dan sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Jadi, sebagai seorang konsumen harus dibebankan hak dan kewajiban oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga dalam pelaksanaannya seimbang dengan kewajiban para pelaku usaha dan menciptakan hubungan yang baik antara konsumen dan para pelaku usaha. Hubungan hukum yang baik antara konsumen dan para pelaku usaha akan menciptakan sebuah symbiosis mutualisme yang saling menguntungkan sehingga menciptakan keadaan usaha yang sehat dan menunjang pembangunan nasional.

3. Sejarah Perlindungan Konsumen di Indonesia

Sejarah dari Gerakan perlindungan konsumen di Indonesia mulai terdengar dan populer di masyarakat pada tahun 1970-an, dengan berdirinya Lembaga Swadaya Masyarakat (*nongovernmental organization*) Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

pada bulan Mei 1973. Setelah YLKI berdiri, sejarah juga mencatat berdirinya Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang yang berdiri sejak Februari 1988. Kedua Lembaga tersebut termasuk dalam anggota *Consumers International (CI)*. Selain kedua lembaga tersebut, banyak juga lembaga-lembaga perlindungan konsumen di Indonesia yang sampai saat ini berdiri antara lain, Yayasan Lembaga Biina Konsumen Indonesia (YLBKI) di Bandung, Lembaga Konsumen Yogyakarta (LKY), Lembaga Konsumen Surabaya, dan lain-lain.¹⁷

Berdirinya lembaga-lembaga perlindungan konsumen tersebut mempunyai peranan yang penting dalam pergerakan perlindungan konsumen di Indonesia, lembaga tersebut secara aktif memberikan kontribusi terhadap perlindungan konsumen di Indonesia. Pentingnya peran dari keberadaan lembaga-lembaga ini dapat dilihat dari segi advokasi maupun dari peningkatan kesadaran masyarakat mengenai perlindungan konsumen. Perkembangan kearah perlindungan konsumen di Indonesia tidak hanya dari munculnya lembaga-lembaga konsumen saja, melainkan juga banyak ditandai dengan munculnya studi yang baik yang bersifat akademis, maupun untuk tujuan mempersiapkan dasar-dasar

¹⁷ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm. 53.

penerbitan suatu peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen.¹⁸

4. Pengertian Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan :

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.”

Upaya yang dimaksud dalam pasal tersebut merupakan seperangkat aturan yang dibuat oleh lembaga pemerintah yang berwenang untuk memberikan perlindungan serta jaminan kepastian hukum bagi konsumen yang telah dirugikan oleh produsen/pelaku usaha sebagai akibat dari suatu transaksi.

Jadi, pengertian perlindungan konsumen yang dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut diharapkan bisa menjadi benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang dilakukan oleh para pelaku usaha dan merugikan para konsumen.¹⁹

¹⁸ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media 2011), hlm. 26.

¹⁹ Ahmadi Miru dan Sutaman Yodo , *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hlm. 1.

Adapun beberapa pengertian perlindungan hukum konsumen oleh para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Satjipto Raharjo mendefinisikan perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.²⁰
- b. CST Kansil mendefinisikan perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.²¹
- c. Sidharta mengatakan hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen merupakan dua bidang hukum yang sulit dipisahkan dan ditarik batasnya, hal ini mengingat bahwa tujuan hukum ialah memberikan perlindungan kepada masyarakat. Perlindungan konsumen ialah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan salah satu masalah antara kedua

²⁰ Prayuti, Y., & Husen, D. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Elektronik Berlabel SNI Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. JURNAL PEMULIAAN HUKUM, 1(1)., hlm. 38.

²¹ *Ibid.*

pihak satu sama lain yang berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam suatu pergaulan hidup.²²

5. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa :

“Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.”

Dengan ini, dalam perlindungan konsumen berlaku asas²³ :

1) Asas Manfaat

Asas ini memiliki maksud bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan oara konsumen dan juga para pelaku usaha secara keseluruhan.

2) Asas Keadilan

Dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan

²² Shidarta, Op.Cit., hlm. 34.

²³ <https://rendratopan.com/2019/04/02/asas-dan-tujuan-perlindungan-konsumen-menurut-undang-undang/> diakses pada tanggal 28 Desember 2021 pukul 08.49 WIB.

kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan kewajibannya secara adil.

3) Asas Keseimbangan

Asas ini diperlukan untuk memberi keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.

4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Memiliki maksud untuk memberi jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

5) Asas Kepastian Hukum

Dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Di samping itu, pada Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini, diatur juga mengenai tujuan adanya perlindungan konsumen, yaitu :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;

- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang 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;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

B. Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam

1. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam

Sumber hukum dalam Islam yang telah disepakati oleh fuqaha ada 4, yaitu berdasarkan Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma', dan Qiyas. Sumber-sumber hukum ini yang dijadikan acuan dalam pengambilan hukum perlindungan konsumen dalam Islam. Al-

Qur'an merupakan sumber hukum utama (sumber primer) dalam ajaran Islam. As-Sunnah adalah sumber hukum kedua (sumber sekunder) setelah Al-Qur'an, dan dapat dijadikan sebagai sumber hukum pertama apabila tidak ditemukan penjelasan dari suatu masalah di dalam Al-Qur'an.²⁴

Adapun Ijma' yang merupakan kesepakatan semua mujtahid dari kalangan umat Islam pada suatu masa, setelah wafatnya Rasulullah SAW atas suatu hukum *syara'* mengenai suatu kejadian ataupun kasus.²⁵ Ijma' hanya ditetapkan setelah wafatnya Rasulullah SAW dan hanya dapat dijadikan acuan sumber hukum apabila tidak ditemukan penjelasan atau norma-norma hukum di dalam Al-Qur'an maupun As-Sunnah dalam suatu masalah atau kasus. Sedangkan Qiyas adalah menghubungkan suatu kejadian yang tidak ada *nash*-nya kepada kejadian yang ada *nash*-nya, dalam hukum yang telah ditetapkan oleh *nash*.²⁶ Qiyas ini merupakan metode dalam pengambilan hukum yang didasarkan pada *illat-illat* hukum yang terkandung di dalamnya.

²⁴ Nurhalis, S. H. (2015). Consumer Protection In The Perspective of Islamic Law and Law Number 8 Of 1999. Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan, 3(3)., hlm. 528.

²⁵ Mukhtar Yahya dan Fatchurrahman, Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam, Bandung, Alma'arif, 1986,. hlm. 58-59.

²⁶ *Ibid.*, hlm. 66.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Perspektif Islam

Menurut Hukum Islam, terdapat 6 (enam) hak konsumen yang membutuhkan perhatian serius dari para pelaku usaha, yaitu²⁷ :

- 1) Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan;
- 2) Hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat;
- 3) Hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa;
- 4) Hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan;
- 5) Hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk;
- 6) Hak untuk memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar.

Dalam Islam, apabila konsumen tidak mendapatkan haknya dan mengalami kerugian atau bahaya fisik atas cacatnya suatu produk ataupun penipuan, maka pelaku usaha/produsen harus bertanggung

²⁷ Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta, BPFE, 2004., hlm. 195-234.

jawab atas perbuatannya. Tanggung jawab terbagi menjadi 5 (lima) sesuai dengan penyebab kerugiannya, yaitu²⁸ :

- 1) Ganti Rugi Karena Perusakan (*Dhaman Itlaf*);
- 2) Ganti Rugi Karena Transaksi (*Dhaman 'Aqdin*);
- 3) Ganti Rugi Karena Perbuatan (*Dhaman Wadh'u Yadin*);
- 4) Ganti Rugi Karena Penahanan (*Dhaman al-Hailulah*);
- 5) Ganti Rugi Karena Tipu daya (*Dhaman al-Maghrur*).

Adapun salah satu hak konsumen lainnya dalam Islam adalah hak untuk memilih yang dikenal dengan istilah *khiyar*. Melalui hak *khiyar* ini, Islam memberikan ruang yang cukup luas bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-hak mereka dalam perdagangan apakah melanjutkan *aqad*/transaksi bisnis atau tidak. Para ulama' membagi hak *khiyar* menjadi tujuh macam yaitu: *khiyar majlis*, *khiyar syarath*, *khiyar aibi*, *khiyar tadlis*, *khiyar ru'yah*, *khiyar al-ghabn al-fahisy* (*khiyar al-murtarsil*), dan *khiyar ta'yn*.²⁹

Selain mendapatkan haknya, para konsumen juga dibebankan kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi dalam suatu transaksi. Dalam hukum Islam kewajiban-kewajiban konsumen tidak

²⁸ *Ibid.*, hlm. 235-239.

²⁹ Nurhalis, S. H., Op. Cit., hlm. 531.

dijelaskan secara spesifik, namun sebagai bentuk keseimbangan dan keadilan, dapat dijelaskan sebagai berikut³⁰ :

- 1) Beritikad baik dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa;
- 2) Mencari informasi dalam berbagai aspek dari suatu barang dan/atau jasa yang akan dibeli atau digunakan;
- 3) Membayar sesuai dengan harga atau nilai yang telah disepakati dan dilandasi rasa saling rela merelakan (*taradhin*), yang terealisasi dengan adanya ijab dan qabul (*sighah*);
- 4) Mengikuti prosedur penyelesaian sengketa yang terkait dengan perlindungan konsumen.

Walaupun tidak dijelaskan secara spesifik dalam Hukum Islam, tetapi bila melihat tujuan pengaturan itu untuk kemaslahatan konsumen dan pelaku usaha, maka pengaturan itu sesuai dengan Hukum Islam dan *maqashid al-syari'ah*, yaitu untuk mewujudkan *mashlahah* (kebaikan).

3. Sejarah Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam

Secara historis, sejarah perlindungan konsumen dalam Islam sudah dimulai sejak Nabi Muhammad SAW belum diangkat menjadi

³⁰ Nurhalis, S. H., Op. Cit., hlm. 532.

Rasul. Meskipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen ketika itu, namun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktek bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berbisnis.³¹

Setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Rasul, konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadits. Bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat (279):

Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya. (QS Al-Baqarah ayat 279).

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan terkait perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya

³¹ Jusmaliani, dkk, Bisnis berbasis syariah, Jakarta, Bumi Aksara, 2008., hlm. 49.

(tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah mengenai perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha (produsen). Konsep bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.³²

C. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli

1. Pengertian Perjanjian Jual Beli

Perjanjian Jual Beli diatur di dalam Pasal 1457 s/d Pasal 1540 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Jual beli dalam Pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tersebut di definisikan sebagai:

“Suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.”

Menurut Wiryono Prodjodikoro, terdapat 2 (dua) macam subyek dalam sebuah perjanjian. Yang pertama dapat berupa individu, yaitu: penjual dan pembeli, dan yang kedua adalah dapat berupa

³² Zulham, Hukum perlindungan konsumen, Jakarta, kencana, 2013., hlm. 41.

suatu badan hukum. Kedua subyek hukum dalam suatu perjanjian jual beli tersebut memiliki hak dan kewajibannya masing-masing.³³

Hak yang didapat oleh penjual adalah mendapatkan upah atas objek yang dijualnya sedangkan kewajibannya adalah memberikan objek kepada pembeli. Begitu pula dengan pembeli yang memiliki hak dan kewajiban untuk menerima objek yang telah disepakati setelah melakukan pembayaran.

2. Asas-Asas Dalam Perjanjian Jual Beli

Dalam melakukan suatu perjanjian, harus berpedoman dengan dasar hukum agar tidak menimbulkan kerugian bagi masing-masing pihak baik penjual maupun pembeli. Asas-asas yang dijadikan dasar dalam melakukan sebuah perjanjian jual beli adalah sebagai berikut³⁴ :

1) Asas Kebebasan Berkontrak

Bahwa setiap orang dapat dan berhak untuk melakukan perbuatan hukum yaitu membuat sebuah kontrak hukum dengan siapa saja. Pengertian tersebut merupakan penjelasan singkat mengenai asas kebebasan berkontrak, secara yuridis asas kebebasan berkontrak ditekankan

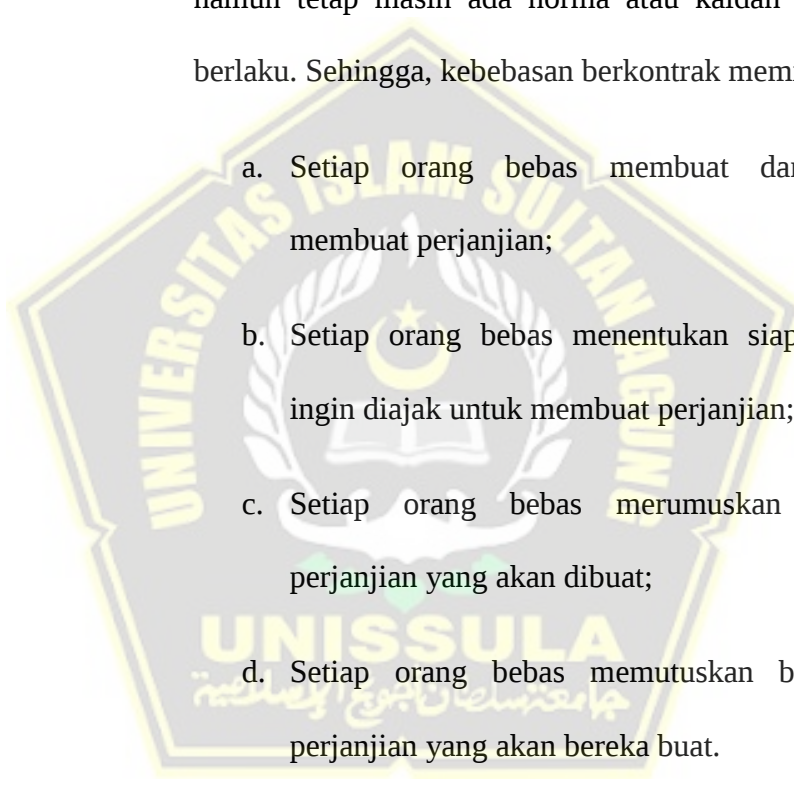
³³ Wiryono Prodjodikoro, Azas – Azas Hukum Perjanjian, Sumur Bandung , Jakarta, 1973., hlm. 17.

³⁴ Salim H.S., Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak, Sinar Grafika, Jakarta, 2003., hlm. 49.

kembali dalam Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu :

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”

Kebebasan membuat kontrak tidak menjadikan seseorang dapat dengan bebas membuat kontrak dengan siapa saja, namun tetap masih ada norma atau kaidah hukum yang berlaku. Sehingga, kebebasan berkontrak memiliki arti³⁵ :

- 
- a. Setiap orang bebas membuat dan/atau tidak membuat perjanjian;
 - b. Setiap orang bebas menentukan siapa saja yang ingin diajak untuk membuat perjanjian;
 - c. Setiap orang bebas merumuskan format isi perjanjian yang akan dibuat;
 - d. Setiap orang bebas memutuskan bentuk-bentuk perjanjian yang akan bereka buat.

2) Asas Kesepakatan/Konsensualisme

Asas ini merupakan asas utama dalam membuat sebuah kontrak/perjanjian. Hal tersebut karena syarat kesepakatan konsensualisme adalah syarat sahnya perjanjian sebagai

³⁵ *Ibid.*, hlm. 50.

implementasi syarat subjektif perjanjian. Oleh sebab itu, perjanjian yang dibuat haruslah memuat kesepakatan dari masing-masing pihak yang membuat perjanjian. Kesepakatan/konsensualisme dalam suatu perjanjian ini berisi persetujuan atas masing-masing pihak baik berupa lisan maupun dituangkan dalam bentuk akta atas dasar keinginan masing-masing pihak.

3) Asas Pacta Sunt Servanda/Kepastian Hukum

Perjanjian yang dibuat antar dua belah pihak pada dasarnya harus memberikan kepastian hukum. Oleh sebab itu, perjanjian yang dibuat akan ditaati dan dilaksanakan oleh masing-masing pihak tanpa adanya paksaan, melainkan karena adanya unsur tanggungjawab.

4) Asas Itikad Baik/Goodwill

Dalam membuat suatu perjanjian, itikad baik merupakan salah satu asas yang harus diutamakan dalam diri seseorang. Itikad baik harus diutamakan karena tanpa adanya itikad baik, seseorang dapat berbuat sesuatu yang tidak sesuai dengan perjanjian, sehingga berlaku tanggungjawab immaterial dalam asas ini.³⁶ Pelaksanaan

³⁶ Fakhar, F. (2021). Analisa Yuridis Sosiologis Transaksi Jual Beli Tanah (Studi Kasus Jual Beli Tanah Kavling di Desa Kebonagung, Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang Jawa Timur) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang),. hlm. 45.

itikad baik sebagai tanggungjawab immaterial mengandung 2 (dua) syarat pokok, yaitu sebagai berikut³⁷ :

- a. Itikad baik sebagai syarat objektif, dalam syarat ini dikatakan bahwa perjanjian yang dibuat tanpa memperhatikan norma sosial akan menyalahi itikad baik.
- b. Itikad baik sebagai syarat subjektif, syarat ini berkaitan dengan perasaan atau sifat individu.

5) Asas Kepribadian/Individualisme

Asas ini memiliki maksud bahwa seseorang yang membuat perjanjian diperuntukkan untuk dirinya sendiri tanpa adanya campur tangan dari orang lain, kecuali ditentukan dalam undang-undang.

D. Tinjauan Umum Tentang Jual Beli dalam Perspektif Islam

1. Pengertian Jual Beli dalam Perspektif Islam

Perdagangan atau jual beli secara bahasa memiliki arti *al-mujadalah* (saling menukar). Jual beli adalah pertukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling meridhoi atau memindahkan hak milik disertai penggantian dengan cara yang dibolehkan.³⁸

³⁷ Handri Rahardjo, Hukum Perjanjian di Indonesia, Pustaka Yustisia, Jakarta, 2009., hlm. 45.

³⁸ Fatriansyah, A. I. A. (2020). Bisnis jual beli online dalam perspektif islam. *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, hukum dan Pendidikan*, 5(1), 57-68., hlm. 59.

Sedangkan jual beli dalam istilah fiqih disebut dengan *al-bay'* yang berarti menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-bay'* dalam Bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *al-syirā'* (beli). Sehingga kata *al-bay'* dapat memiliki 2 (dua) arti sebagai jual sekaligus sebagai beli.³⁹

Jadi, inti dari jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda (barang) atau jasa yang mempunyai nilai, atas dasar kerelaan (kesepakatan) antar kedua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh *syara'*. Yang dimaksud dengan ketentuan *syara'* adalah jual beli tersebut dilakukan sesuai dengan persyaratan-persyaratan, rukun-rukun dan hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli.⁴⁰

2. Dasar Hukum Jual Beli dalam Islam

Jual beli sebagai salah satu akad yang diperbolehkan dalam Islam mempunyai landasan yang kuat dalam Al-Qur'an, As-Sunnah, serta *ijma'* para ulama. Dasar hukum dari Al-Qur'an adalah sebagai berikut :

1) Q.S Al-Baqarah (2) ayat 275

³⁹ Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i*, Darul Fikr, Beirut, 2008., hlm. 618.

⁴⁰ Fatriansyah, A. I. A., Op. Cit., hlm. 60.

ذَلِكَ الْمَسَّ مِنَ الشَّيْطَانِ طُهْحَبَيْتَ يَذَالُ يَقُومُ كَمَا إِلَّا نَمُوقُ لَا الرَّبُّوَا وَنَيَاكُلَا الَّذِينَ
مَوْعِطَةُ أَمْجَ فَصَنَ الرَّبُّوَا وَحَرَّمَ النَّيْعَ اللَّهُ وَاحَلَّ الرَّبُّوَا مِثْلُ النَّيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ
النَّارِ أَصْحَابُ فَأُولَئِكَ عَادَ نَوْمَهُ ۖ اللَّهُ إِلَى وَامْرَأَةً سَلَفَتْ أَمْ فَلَهُ فَأَنْتَهَى بِمَرٍّ مِنْ
خَلْدُونَ فِيهَا هُمْ

Artinya :

“...Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”

2) Q.S An-Nisa' (4) ayat 29

تَرَاضٍ عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا لِبَاطِلٍ كُفَيْتَ أَمْوَالُكُمْ أَلَوْ تَأْكُلُ لَا أَمْنُوا يَنْ أَلَا يَأْتِيهَا
أَرْحِمُ بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۖ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا ۖ مِنْكُمْ

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Para ulama memiliki pendapat yang berbeda-beda mengenai rukun dan syarat jual beli. Menurut Mazhab Hanafi, rukun jual beli hanya sebatas ijab dan *qabūl*. Menurut beliau, yang menjadi rukun dan

syarat jual beli hanyalah kerelaan antar kedua belah pihak untuk melakukan jual beli. Namun, karena unsur kerelaan berhubungan dengan hati yang tidak terlihat, maka diperlukan indikator yang menunjukkan kerelaan tersebut dari kedua belah pihak. Indikator tersebut bisa dalam bentuk perkataan (ijab dan *qabūl*) atau dalam bentuk perbuatan, yaitu saling memberi (penyerahan barang, dan penerimaan uang).⁴¹

Adapun menurut jumhur ulama, yang menjadi rukun jual beli ada 4 (empat), yaitu⁴² :

- 1) Orang yang berakad (penjual dan pembeli).
- 2) Sighat (lafaz ijab dan qabūl).
- 3) Ada barang yang dibeli.
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang.

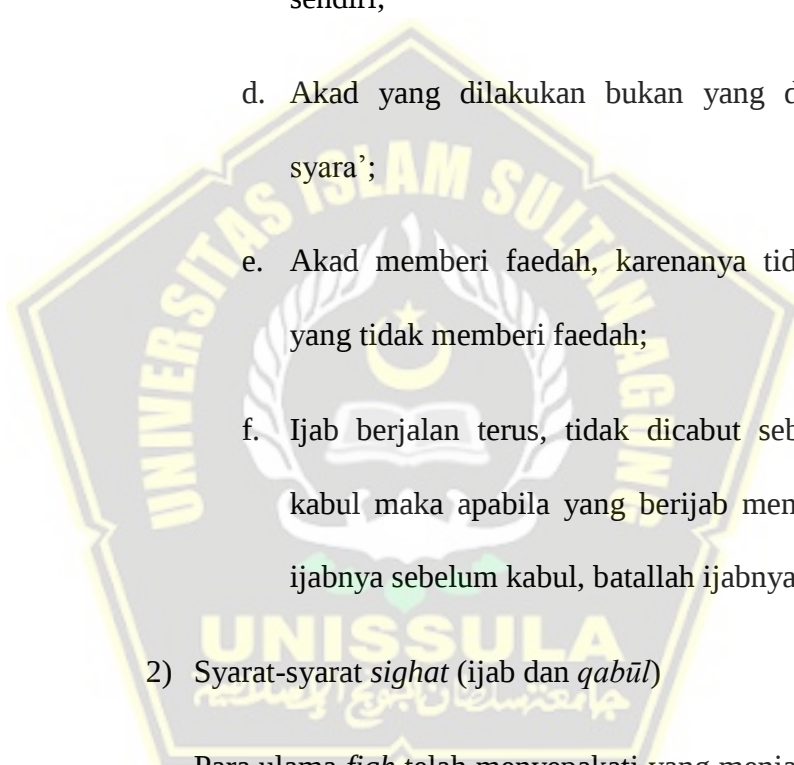
Kemudian, yang menjadi syarat-syarat jual beli menurut para jumhur ulama adalah sebagai berikut :

- 1) Syarat-syarat orang yang berakad

Syarat akad ini merupakan syarat sahnya suatu akad atau syarat sempurnanya akad. Berikut syarat akad yang bersifat umum yaitu⁴³ :

⁴¹ Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fiqh Muamalah*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011., hlm. 67.

⁴² *Ibid.*, hlm. 68.

- 
- a. Kedua belah pihak cakap berbuat;
 - b. Yang dijadikan obyek akad, dapat menerima hukumnya;
 - c. Akad yang dilakukan dibenarkan oleh syara', dilakukan oleh yang mempunyai hak melakukan dan melaksanakan walaupun dia bukan si akad sendiri;
 - d. Akad yang dilakukan bukan yang dilarang oleh syara';
 - e. Akad memberi faedah, karenanya tidak sah akad yang tidak memberi faedah;
 - f. Ijab berjalan terus, tidak dicabut sebelum terjadi kabul maka apabila yang berijab menarik kembali ijabnya sebelum kabul, batallah ijabnya.
- 2) Syarat-syarat *sighat* (ijab dan *qabūl*)

Para ulama *fiqh* telah menyepakati yang menjadi syarat ijab dan *qabūl* adalah⁴⁴ :

- a. Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal;

⁴³ Syafii Jafri, *Fiqh Muamalah*, (Riau: Suska Press, 2008)., hlm. 35.

⁴⁴ Abdul Rahman Ghazaly, Ghuftron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq, *FIqh Muamalat*, Prenadamedia Goup, Jakarta, 2010., hlm. 72-75.

b. Perkataan qabūl harus sesuai dengan perkataan ijab;

c. Ijab dan qabūl itu dilakukan di dalam satu majelis.

3) Syarat-syarat barang yang dibeli

Kemudian, yang menjadi syarat sebagai barang yang diperjualbelikan (*ma'qūd 'alaih*) adalah⁴⁵ :

a. Ada saat transaksi. Tidak sah jual beli yang belum nyata seperti madhāmin (bunga kurma yang belum menjadi buah), malāqih (janin hewan di dalam kandungan induknya);

b. Barang yang diperjualbelikan merupakan harta yang dapat memberi manfaat dan dapat dimanfaatkan menurut syariat Islam. Harta harus bersifat suci (halal dan baik), bukan berasal dari harta curian;

c. Objek jual beli merupakan harta milik penjual. Barang yang diperjualbelikan tidak boleh harta milik orang lain ataupun harta yang baru akan dimiliki oleh penjual;

⁴⁵ Maisa Fadhliha, Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online di Media Sosial, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Banda Aceh, 2021., hlm. 26.

- d. Mampu diserahkan-terimakan oleh penjual pada saat transaksi atau pada saat yang telah disepakati;
- e. Pihak yang berakad mengetahui secara jelas mengenai status barang baik kualitas, kuantitas, jenis, harga, waktu, dan tempat penyerahan barang.

4) Syarat-syarat nilai tukar ganti barang

Nilai tukar pengganti barang ini harus memiliki nilai yang bisa menghargakan suatu barang dan bisa dijadikan alat tukar. Adapun syarat-syarat yang dimaksud adalah sebagai berikut⁴⁶ :

- a. Harus jelas jumlah harga yang telah disepakati antar kedua belah pihak. Harga dalam akad jual beli harus sudah dinyatakan secara pasti pada saat akad;
- b. Diserahkan pada waktu akad atau transaksi, jika pembayarannya dilakukan kemudian (hutang), maka waktu pembayarannya harus disepakati secara jelas oleh kedua belah pihak;
- c. Apabila jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang, maka barang yang

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 26-27.

dijadikan nilai tukar bukan barang yang diharamkan syara’;

- d. Harga perolehan wajib disampaikan oleh penjual hanya dalam jual beli *amanah* seperti dalam akad *murabahah*;
- e. Pembayaran harga dalam jual beli boleh dilakukan secara tunai, hutang, dan angsur/bertahap.

Apabila rukun dan syarat dalam jual beli tersebut terpenuhi, maka transaksi dapat dikatakan sah.

E. Tinjauan Umum Tentang *Thrift Shop*

1. Pengertian *Thrift Shop*

Kata *thrift shop* ini berasal dari bahasa inggris. Sesuai dengan namanya, arti dari kata *thrift* adalah penghematan atau cara penggunaan uang dengan menghindari pemborosan dan *shop* yang berarti toko.⁴⁷ Jadi, *thrift shop* adalah sebuah toko atau metode dalam berbelanja yang bertujuan untuk penghematan dan supaya biaya yang dikeluarkan untuk berbelanja pun keluar seminimal mungkin.⁴⁸

⁴⁷ Nurfadila, R., Anjarsari, N., & Saldina, I. (2021, Juni 26). Sistem Informasi Manajemen Pada Penjualan Thrift Toko Yegumi Berbasis Web., hlm. 9.

⁴⁸ Ratisa Yudawati Dewi., Loc. Cit.

Pada umumnya, arti dari *thrift shop* yang ada di kalangan masyarakat saat ini adalah toko atau usaha yang menjual barang-barang bekas dari dalam maupun luar negeri. Sejak tahun 2013, perdagangan barang bekas ini mulai masuk ke Indonesia, dimulai dari barang-barang langka hingga barang-barang bekas dengan *brand* yang terkenal. Namun, dalam bisnis *thrift shop*, apapun barang serta nama *brandnya*, selama barang bekas tersebut masih dalam kondisi yang baik dan layak untuk dipakai maka barang tersebut memiliki arti dapat diperjualbelikan.⁴⁹

2. Jenis-Jenis Toko Barang Bekas

Thrift Shop memiliki berbagai jenis pengelompokan berdasarkan dengan tujuan dan fungsinya, serta tempat penjualannya yang berbeda-beda. Berikut adalah beberapa jenis toko barang bekas yang perlu diketahui⁵⁰ :

a. *Thrift Shop*

Thrift Shop adalah toko atau penjual yang umumnya khusus untuk menjual pakaian-pakaian bekas. Pakaian yang dijual biasanya pakaian yang sudah bekas pakai, namun dengan kondisi yang masih sangat bagus. Bahkan ada beberapa

⁴⁹ Nurfadila, R., Anjarsari, N., & Saldina, I., Loc. Cit.

⁵⁰ Ratisa Yudawati Dewi., Loc. Cit.

pakaian bekas yang bermerk. Barang yang dijual di *Thrift Shop* ini biasanya diimpor dari luar negeri.

b. *Garage Sale*

Garage Sale adalah toko pakaian yang menjual barang-barang sisa produksi, seperti barang yang tidak lulus QC (*Quality Control*) atau tidak laku. Maka, toko tersebut menjual barang dengan harga yang sangat miring.

c. *Vintage Shop*

Vintage Shop adalah toko yang menjual barang atau pakaian jaman dahulu dengan kualitas yang masih bagus dan mempunyai desain unik. Biasanya *vintage shop* tidak hanya menjual pakaian saja, tetapi juga barang-barang lain seperti radio, lampu, tas, dan lain sebagainya.

d. *Second-hand Stuff Shop*

Second-hand Stuff Shop ini hampir sama dengan *thrift shop*, yaitu menjual barang yang sudah dipakai ataupun dimiliki sebelumnya, namun yang membedakan dengan *thrift shop* adalah jika *second-hand stuff* ini barangnya merupakan milik pribadi.

e. *Car Boot Sale*

Car Boot Sale mempunyai jenis barang yang sama dengan yang dijual di *thrift shop*, namun untuk *car boot sale* ini tempat menjualnya ialah menggunakan mobil pribadi.

f. *Charity Shop*

Charity Shop biasanya digerakkan oleh suatu komunitas atau organisasi yang bergerak di bidang kemanusiaan, jadi barang yang dijual merupakan barang sumbangan dari masyarakat yang mengikuti charity tersebut, lalu hasil penjualannya digunakan untuk kegiatan sosial.

g. *Flea Market*

Flea Market memiliki konsep yang sama dengan *car boot sale*, namun dengan skala acara yang lebih besar dan para penjualnya tidak menjajakan barang di mobil.

3. Sejarah *Thrift Shop*

Budaya mengenai *thrift* ini bisa naik ke permukaan setelah melewati suatu garis waktu. Berikut merupakan penjabaran linimasa atau garis waktu budaya *thrift*⁵¹ :

1) Revolusi Industri dan Produksi Massal (1760-1840)

⁵¹ <https://rtc.ui.ac.id/2020/12/07/asal-usul-budaya-thrifting/> diakses pada tanggal 3 Januari 2022, pukul 21.44 WIB.

Sejarah *Thrift* dimulai pada saat revolusi industri abad ke-19 yang mengenalkan *mass-production of clothing*. *Mass-production of clothing* ini adalah masa dimana pakaian diproduksi secara massal. Hal ini mengakibatkan cara pandang masyarakat pada saat itu berubah mengenai dunia fashion. Dikarenakan harga pakaian yang menjadi sangat murah, masyarakat memiliki pemikiran bahwa pakaian adalah barang *disposable* (sekali pakai, buang). Hal ini mengakibatkan masyarakat menjadi sangat konsumtif dan barang-barang yang dibuang tersebut menjadi menumpuk.

2) *Great Depression* dan Bangkitnya Toko Barang Bekas (1920-an)

Saat terjadi *Great Depression*, krisis besar-besaran di Amerika, banyak masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan, dan jatuhnya bursa saham New York menjadi puncak krisis pada saat itu. Masyarakat saat itu tidak memiliki kemampuan untuk membeli pakaian baru sehingga memutuskan untuk memilih alternatif lain dengan berbelanja di *thrift shop*. Sedangkan untuk orang yang berkecukupan, tempat ini dijadikan tempat untuk donasi. Pada masa ini *thrift store* dikategorikan sebagai department store.

3) Kurt Cobain: Sebuah Simbolisme (1990-an)

Tahun 90an, muncul sebuah simbolisme dimana Kurt Cobain menjadi panutan setiap remaja pada saat itu. Bersama sang istri (Courtney Love), Kurt secara tidak langsung mempromosikan “*thrifting style*” dengan pakaiannya seperti *ripped jeans*, *flannel shirt*, dan *layering* yang cukup banyak. Lantas, untuk mencapai style yang diinginkan, masyarakat harus mencari barang-barang seperti itu di *Thrift shop* karena retail saat itu tidak menjual barang seperti yang dikenakan oleh Kurt Cobain.

4) Gelombang Baru *Thrifting* (2000-an)

Saat ini, budaya *thrift shop* mulai digemari oleh masyarakat khususnya anak muda. Di Indonesia, keberadaan *thrift shop* pun semakin banyak keberadaannya, baik secara *online* maupun *offline*. Industri ini semakin besar di Indonesia ditandai dengan maraknya milenials yang mulai bangga menggunakan barang *second* (bekas pakai).

4. Dampak Positif dan Negatif *Thrift Shopping*

Setiap kegiatan pasti mempunyai dampak, baik dampak positif maupun dampak negative. Berikut adalah dampak positif dan negative yang diambil dari kegiatan *thrift shopping* :

a. Dampak Positif *Thrift Shopping*

Selain dampak positif pada diri sendiri, kegiatan *thrift shopping* ini mempunyai dampak positif bagi bumi.

Dampak tersebut adalah sebagai berikut⁵² :

- Kegiatan *thrift shopping* dapat mengurangi tumpukkan sampah yang ada di bumi;
- Kegiatan *thrift shopping* dapat membantu mengurangi limbah garmen, dapat menghemat penggunaan air, serta mengurangi polusi kimia yang disebabkan dari proses produksi pada pakaian;
- Penghematan biaya. Karena harga yang ditawarkan oleh *thrift shop* relative lebih murah dari harga pakaian baru. Serta memberikan aktivitas berbelanja yang menyenangkan karena memberikan kesempatan untuk berburu barang bekas yang unik dan eksklusif.

b. Dampak Negatif *Thrift Shopping*

Dibalik beberapa dampak positif yang telah dipaparkan tersebut, ada dampak negative yang dapat ditimbulkan dari kegiatan *thrifting* ini. Yaitu berdasarkan hasil laboratorium

⁵² <https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/611e01f0031c2/tren-thrift-shop-yang-membawa-dampak-positif-bagi-lingkungan> diakses pada tanggal 4 Januari 2022 pukul 00.22 WIB.

yang telah dilakukan kementrian, didapat hasil bahwa produk pakaian bekas impor mengandung banyak bakteri yang bisa membahayakan kesehatan. Selain berdampak pada kesehatan, penjualan barang bekas ini juga berdampak negative terhadap bidang ekonomi, yaitu terhambatnya pembangunan negara dar bea dan cukai. Ketika adanya penyelundupan pakaian bekas di Indonesia, dapat mempengaruhi ekonomi negara berupa pengurangan biaya untuk melaksanakan pembangunan.⁵³



⁵³ Ratisa Yudawati Dewi., Op. Cit., hlm. 18.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hak Konsumen dalam transaksi jual beli baju bekas (*thrift shop*) menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

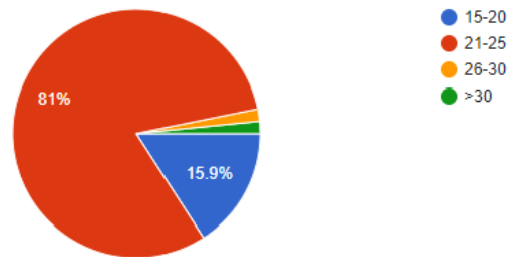
Dasar dari hak dan kewajiban konsumen tercantum dalam Pasal 4 dan 5 UUPK, sehingga penulis menggunakan pasal tersebut untuk menggali fakta apakah hak konsumen dalam transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) telah dilaksanakan. Analisis mengenai Perlindungan Konsumen terhadap transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) ini dibagi menjadi beberapa bagian sebagai berikut :

a. Analisis Demografis

Analisis Demografis ini merupakan tahapan dari analisis hasil jawaban responden konsumen transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*). Berbagai pertanyaan yang diajukan dalam bentuk kuisioner ini diantaranya ialah usia, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan. Penulis melakukan pengumpulan data kuisioner selama dua minggu, yaitu dimulai pada tanggal 2 Februari 2022 sampai dengan tanggal 16 Februari 2022 dengan jumlah responden sebanyak 63 responden.

1. Umur

Umur
63 responses

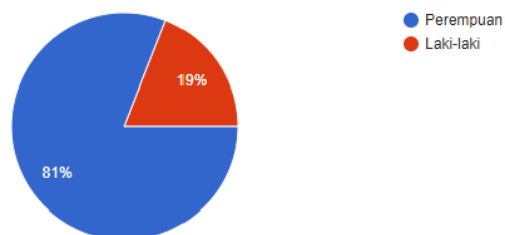


Berdasarkan diagram diatas, hasil dari analisis demografis menunjukkan bahwa umur 21-25 tahun adalah umur yang mendominasi menjadi konsumen transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) dengan persentase 81%, kemudian disusul pada umur 15-20 tahun dengan persentase sebanyak 15,9%, dan selanjutnya pada umur 26-30 tahun dan >30 tahun memiliki persentase yang sama yaitu sebesar 1,6%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) didominasi oleh kaum muda di kisaran umur 21-25 tahun.

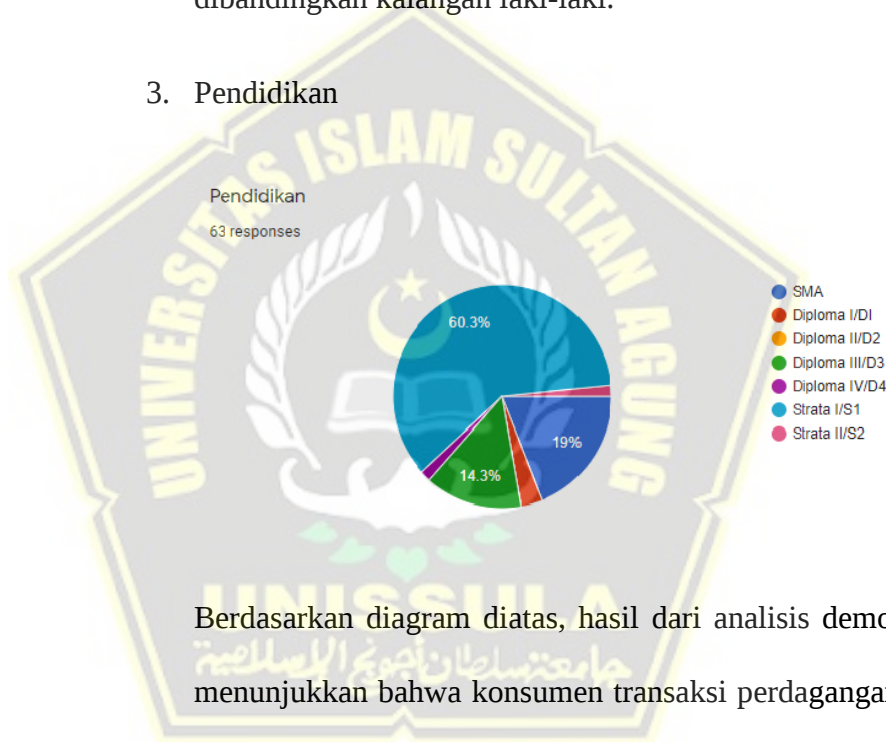
2. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin
63 responses



Berdasarkan diagram diatas, hasil dari analisis demografis menunjukkan bahwa konsumen transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) di dominasi oleh pelanggan perempuan dengan persentase sebanyak 81%, kemudian dilanjutkan dengan persentase untuk pelanggan laki-laki sebanyak 19%. Artinya, konsumen dari transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) banyak diminati di kalangan perempuan dibandingkan kalangan laki-laki.

3. Pendidikan

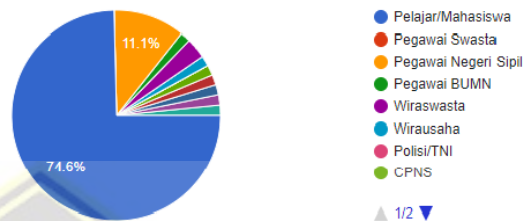


Berdasarkan diagram diatas, hasil dari analisis demografis menunjukkan bahwa konsumen transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) di dominasi oleh responden dengan latar pendidikan Strata I/S1 dengan persentase sebanyak 60,3%, kemudian disusul dengan pendidikan SMA dengan persentase sebesar 19%, lalu pendidikan Diploma III/D3 dengan persentase sebesar 14,3%, dilanjutkan dengan pendidikan Diploma I/D1 sebanyak 3,2%, dan yang terakhir

pendidikan Diploma IV/D4 dan Strata II/S2 yang memiliki persentase sama sebesar 1,6%.

4. Pekerjaan

Pekerjaan
63 responses



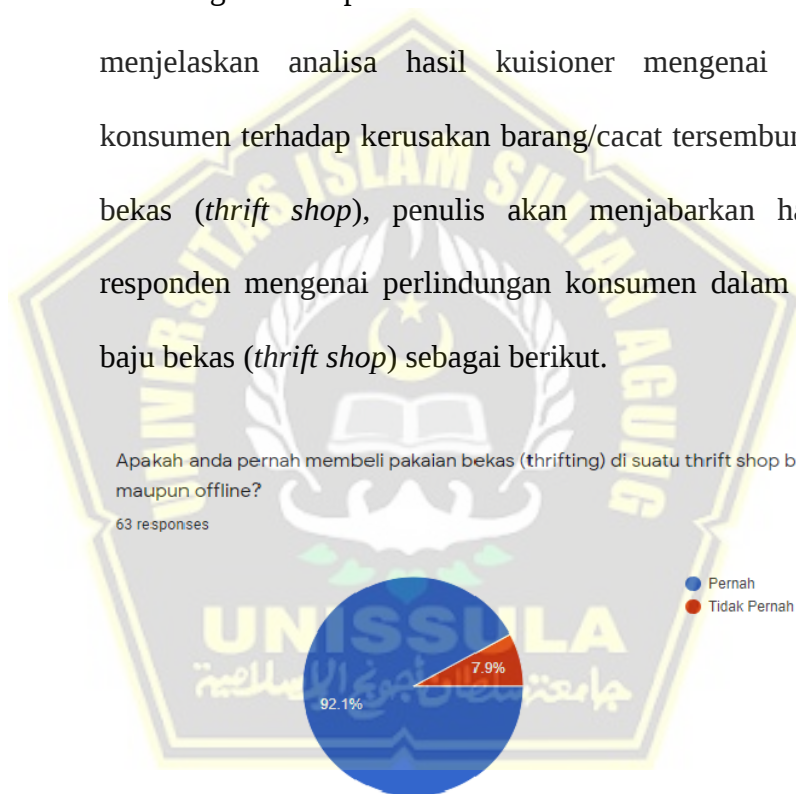
Berdasarkan diagram diatas, hasil dari analisis demografis menunjukkan bahwa konsumen transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa dengan persentase sebesar 74,6%, disusul dengan Pegawai Negeri Sipil dengan persentase sebesar 11,1%, kemudian Wiraswasta dengan persentase sebesar 3,2%, dan pekerjaan lainnya seperti Pegawai BUMN, Wirausaha, CPNS, Tanpa Pekerjaan, Ibu Rumah Tangga, *Fresh Graduate*, dan Mahasiswa *Part-Timer* dengan persentase yang sama masing-masing sebesar 1,6%.

Dengan demikian, terdapat keterkaitan antara usia, pendidikan, dan pekerjaan pada konsumen transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) yaitu didominasi dengan usia 21-25 tahun yang tergolong anak muda di

kalangan pendidikan Strata I/S1 dengan mayoritas pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa.

b. *User Experience*

User Experience adalah pengalaman seseorang dan tanggapannya terhadap penggunaan dari sebuah sistem. *User Experience* ini menilai tingkat kepuasan dan kenyamanan seseorang terhadap sebuah sistem tersebut. Sebelum penulis menjelaskan analisa hasil kuisisioner mengenai perlindungan konsumen terhadap kerusakan barang/cacat tersembunyi pada baju bekas (*thrift shop*), penulis akan menjabarkan hasil jawaban responden mengenai perlindungan konsumen dalam perdagangan baju bekas (*thrift shop*) sebagai berikut.

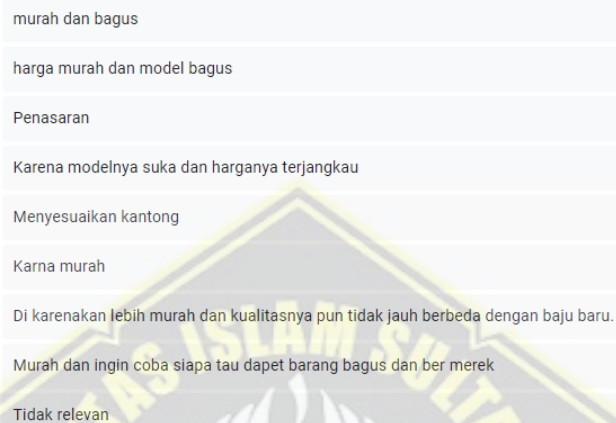


Hasil dari diagram diatas menunjukkan bahwa responden dengan persentase sebesar 92,1% pernah membeli pakaian bekas (*thrift shop*) baik secara *online* maupun *offline*. Hal tersebut menunjukkan bahwa transaksi jual beli baju bekas (*thrift shop*) ini

memang banyak diminati. Sebaliknya, responden dengan persentase 7,9% tidak pernah membeli pakaian bekas di suatu *thrift shop*.

Apa alasan anda membeli baju bekas di thrift shop?

63 responses

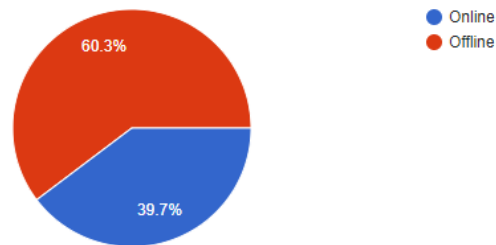


murah dan bagus
harga murah dan model bagus
Penasaran
Karena modelnya suka dan harganya terjangkau
Menyesuaikan kantong
Karna murah
Di karenakan lebih murah dan kualitasnya pun tidak jauh berbeda dengan baju baru.
Murah dan ingin coba siapa tau dapet barang bagus dan ber merek
Tidak relevan

Dari hasil kuisioner tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden melakukan transaksi membeli baju bekas pada suatu *thrift shop* dengan alasan biaya yang lebih murah dibandingkan membeli baju dengan kondisi baru. Alasan berikutnya yang dipaparkan para responden yaitu model baju pada suatu *thrift shop* mayoritas merupakan edisi terbatas (*limited edition*) yang tidak dapat ditemukan di toko lain serta motif baju yang unik dan menarik untuk dijual kembali. Adapun alasan lain yang memaparkan dengan berbelanja *thrift shop* akan mengurangi sampah pakaian dengan penggunaan kembali baju bekas dan melakukan gerakan *save earth*.

Mana yang lebih anda sukai, membeli baju bekas secara online atau secara offline?

63 responses



Dari hasil diagram diatas, ditunjukkan bahwa responden lebih memilih untuk berbelanja baju bekas di *thrift shop* secara *offline* dengan persentase sebesar 60,3% dibandingkan secara *online* yang hanya memiliki persentase sebesar 39,7%.

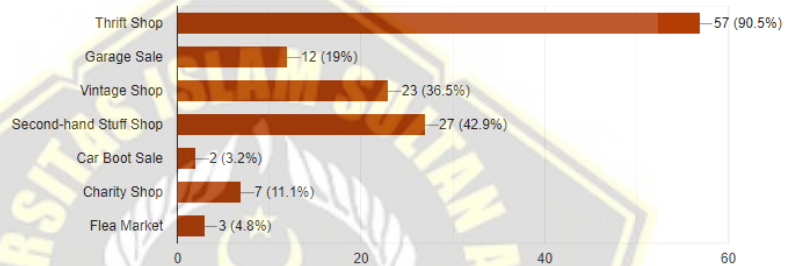
Berikut beberapa alasan yang telah dipaparkan responden terkait pilihannya untuk berbelanja secara *online* maupun *offline* :

ONLINE	OFFLINE
Lebih mudah dan praktis	Dapat melihat barang secara langsung
Walaupun harga yang ditawarkan sedikit lebih mahal, namun biasanya kualitas yang diberikan lebih bagus daripada secara offline dan dapat berbelanja dari rumah	Harga yang ditawarkan lebih murah, dan apabila ada ketidakcocokan harga dapat ditarik

Model yang ditawarkan lebih beraneka ragam	Dapat memeriksa detail dari kondisi barang tersebut secara langsung
Untuk mengurangi kontak fisik dimasa pandemi	Dapat mencoba baju yang diminati

Jenis toko barang bekas apa saja yang anda ketahui? (boleh pilih lebih dari 1)

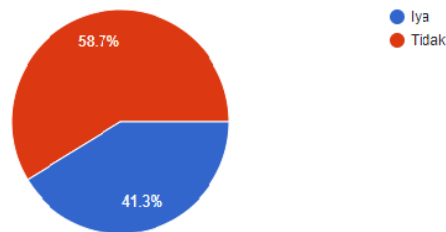
63 responses



Berdasarkan hasil diagram diatas, mayoritas responden lebih mengenal toko barang bekas dengan bentuk *thrift shop* yang memiliki persentase sebesar 90,5%, selanjutnya toko dengan bentuk *second-hand stuff shop* dengan persentase sebanyak 42,9%, *vintage shop* dengan persentase sebesar 36,5%, *garage sale* dengan persentase sebesar 19%, *charity shop* dengan persentase sebesar 11,1%, serta *flea market* dan *car boot sale* dengan masing-masing persentase sebesar 4,8% dan 3,2%.

Apakah anda diberikan sebuah kontrak atau persetujuan terkait produk thrift shop di awal transaksi?

63 responses

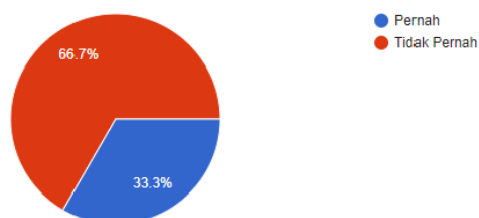


Hasil dari diagram diatas menunjukkan bahwa responden dengan persentase sebesar 58,7% pada awal transaksi sudah terlebih dahulu diberikan kontrak atau persetujuan terkait produk *thrift shop*. Sebaliknya, responden dengan persentase sebanyak 41,3% tidak diberikan kontrak atau persetujuan terkait produk pada awal transaksi.

Kontrak atau persetujuan di awal transaksi ini bertujuan untuk menjadi suatu konsekuensi dari konsumen yang akan membeli barang dari *thrift shop*.

Apakah anda pernah mengalami kerusakan tersembunyi pada barang bekas yang sudah anda beli?

63 responses

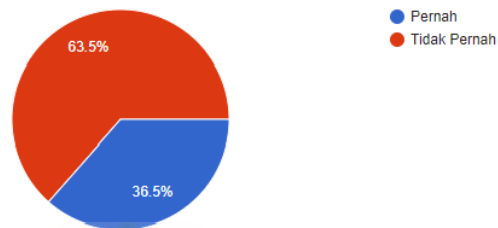


Berdasarkan hasil diagram diatas, responden dengan persentase sebesar 66,7% pernah mengalami kerusakan

tersembunyi pada barang yang dibeli, sedangkan responden dengan persentase sebesar 33,3% tidak pernah mengalami hal tersebut.

Apakah anda pernah mengalami barang bekas yang anda beli datang tidak sesuai dengan deskripsi yang telah dipaparkan?

63 responses



Hasil diagram diatas menunjukkan bahwa responden pernah mengalami pembelian barang bekas yang tidak sesuai dengan deskripsi dengan persentase sebanyak 63,5% dan responden yang tidak pernah mengalami hal tersebut sebanyak 36,5%.

Apa yang anda lakukan ketika mendapati barang rusak/cacat/tidak sesuai dengan deskripsi?

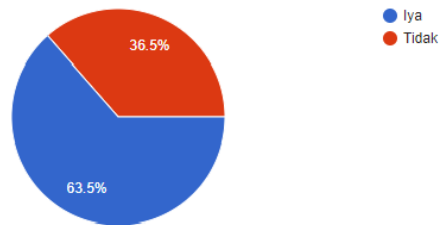
63 responses



Hasil diagram diatas menunjukkan bahwa responden dengan persentase sebanyak 57,1% mengajukan klaim ganti rugi apabila mendapat barang rusak/cacat/tidak sesuai dengan deskripsi, sedangkan responden sebanyak 42,9% tidak mengajukan klaim.

Ketika mendapat barang yang rusak maupun tidak sesuai, bagaimana tindakan dari penjual?
Apakah anda mendapatkan ganti rugi?

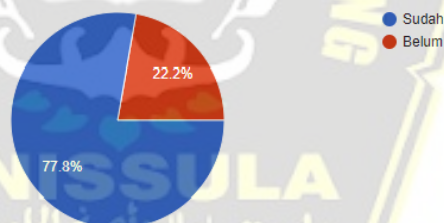
63 responses



Berdasarkan diagram diatas, responden dengan persentase sebanyak 63,5% mendapatkan ganti rugi dari penjual apabila responden mendapatkan barang yang rusak maupun tidak sesuai, sedangkan responden dengan persentase sebanyak 36,5% tidak mendapatkan ganti rugi.

Apakah anda merasa sudah mendapatkan perlindungan konsumen terhadap jual beli barang bekas (thrift shop)?

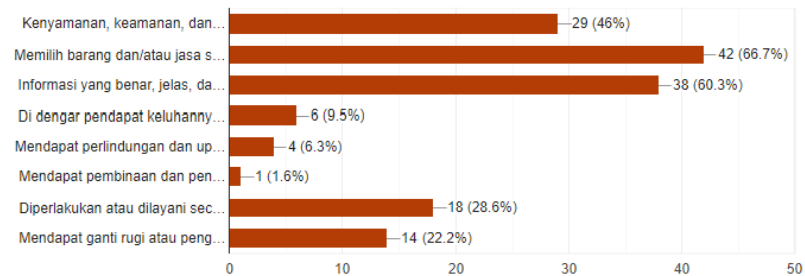
63 responses



Hasil dari diagram diatas menunjukkan bahwa responden merasa sudah mendapatkan perlindungan konsumen terhadap transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) dengan persentase sebesar 77,8% dan responden dengan persentase sebanyak 22,2% merasa belum mendapatkan perlindungan konsumen.

Bentuk perlindungan konsumen apa yang sudah anda dapatkan? (boleh pilih lebih dari 1)

63 responses



Hasil diagram diatas menunjukkan bahwa responden sudah mendapatkan bentuk perlindungan konsumen berupa kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/jasa dengan persentase sebanyak 46%, memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang yang sesuai dengan persentase sebesar 66,7%, mendapat informasi benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa dengan persentase sebesar 60,3%, di dengar pendapat keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan dengan persentase sebesar 9,5%, mendapat perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen dengan persentase sebesar 6,3%, mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen dengan persentase sebesar 1,6%, diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif dengan persentase sebesar 28,6%, dan mendapat ganti rugi atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan persentase sebesar 22,2%.

Berikut penulis akan menguraikan berdasarkan jawaban terbanyak yaitu hak atas memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang tersebut sesuai dengan pilihan sebanyak 66,7% dan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa sebanyak 60,3%.

Variabel	Indikator	Hasil Analisa Kuisisioner
<i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan)	<i>Suitability</i> (Kesesuaian)	Konsumen mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar
	<i>Consumer Freedom</i> (Kebebasan Konsumen)	Konsumen memiliki kebebasan dalam memilih barang dan/atau jasa
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Konsumen mendapatkan jaminan sesuai dengan yang dijanjikan oleh penjual <i>thrift shop</i>

	<i>Correctness</i> (Kebenaran)	Konsumen mendapatkan informasi benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa
--	---------------------------------------	---

Service Quality atau kualitas layanan pada transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) sudah memenuhi hak konsumen pada Pasal 4 ayat (2) UUPK yang berbunyi, “Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.” Dan Pasal 4 ayat (3) yang berbunyi, “Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.” Hak untuk memilih barang serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur merupakan hak konsumen agar terhindar dari kerugian maupun penyesalan setelah melakukan sebuah transaksi yang disebabkan oleh suatu hal tertentu ketika proses jual beli dilakukan.

Hak untuk memilih barang dan/atau jasa yaitu konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau layanan sesuai dengan keinginannya. Contohnya, dalam suatu transaksi jual beli

baju bekas ini konsumen berhak memilih baju yang sesuai dengan pilihannya. Bila tidak sesuai dengan pilihan konsumen, maka sebagai konsumen berhak untuk menuntut hal tersebut.

Sedangkan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur merupakan hal yang penting bagi konsumen. Hak ini digunakan untuk mengetahui informasi terkait barang dan/atau jasa yang akan dibeli. Pemilik usaha dilarang menutupi, menyembunyikan, ataupun mengurangi informasi terkait produk dan/atau jasa yang akan diperjualbelikan. Contohnya, apabila ada kerusakan atau cacat pada produk, sebagai pemilik usaha memiliki kewajiban untuk mencantumkan mengenai deskripsi lengkap terkait kondisi barang kepada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa pengguna/konsumen transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) telah mendapatkan haknya dalam bentuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang yang sesuai dan mendapat informasi benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa.

B. Bentuk Penyelesaian Sengketa antara Konsumen dengan Para

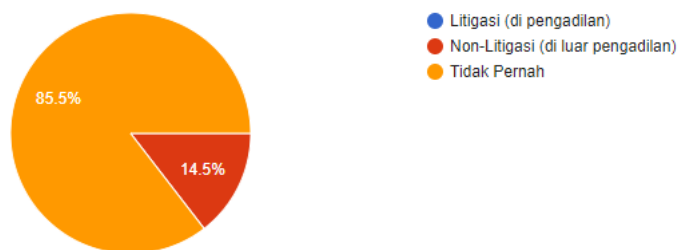
Penjual Baju Bekas (*Thrift Shop*)

Selain berbagai keuntungan yang didapat ketika berbelanja baju bekas melalui *thrift shop*, transaksi ini mengakibatkan permasalahan

hukum yaitu perlindungan bagi konsumen. Dari berbagai permasalahan yang timbul, terdapat bentuk penyelesaian sengketa yang berdasarkan ADR (*Alternative Dispute Resolution*) yang mencakup negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.

Jika pernah bersengketa, melalui jalur apa?

62 responses



Berdasarkan diagram diatas, responden dengan persentase sebanyak 85,5% tidak pernah bersengketa dengan penjual baju bekas (*thrift shop*), sedangkan sebanyak 14,5% pernah bersengketa dan menyelesaikan sengketa tersebut melalui jalur non-litigasi atau diluar pengadilan. Berikut penulis akan menjabarkan penjelasan dari bentuk penyelesaian sengketa :

a) Non-Litigasi

Penyelesaian sengketa secara Non-Litigasi menurut Pasal 47 UUPK adalah penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Penyelesaian

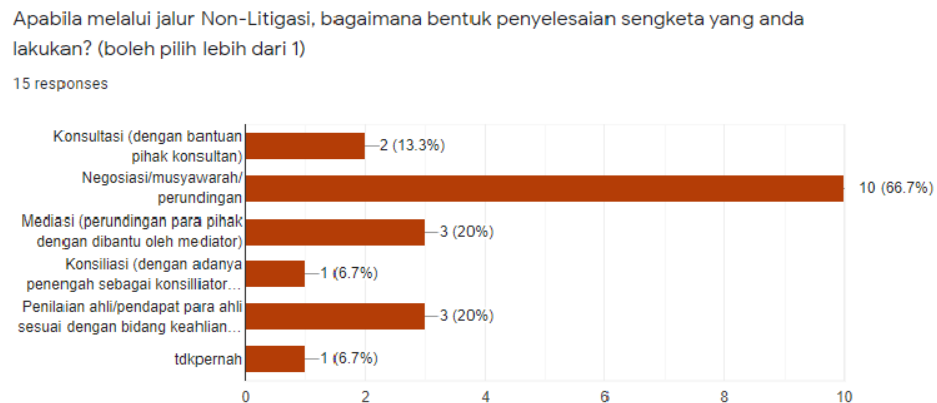
sengketa melalui jalur Non-Litigasi ini menjadi suatu solusi untuk menghindari keberlikuan proses pengadilan, disebutkan dalam Pasal 45 ayat (4) UUPK, “Jika telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh jika upaya itu dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.”

Penyelesaian sengketa melalui jalur Non-Litigasi ini dapat ditempuh melalui Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) dan pelaku usaha sendiri.

b) Litigasi

Penyelesaian sengketa melalui jalur Litigasi menurut Pasal 48 UUPK adalah Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45 UUPK. Sedangkan dalam Pasal 45 ayat (1), dikatakan bahwa “Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.”

Berikut ini diagram tentang penyelesaian sengketa melalui non-litigasi dimana cara penyelesaian sengketanya adalah dengan konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan penilaian ahli.



Berdasarkan diagram diatas, responden dengan persentase sebanyak 13,3% menyelesaikan sengketa melalui non-litigasi dalam bentuk konsultasi dengan bantuan pihak konsultan, sebanyak 66,7% menyelesaikan sengketa dengan negosiasi/musyawarah/perundingan, sebanyak 20% menyelesaikan sengketa dengan mediasi (perundingan para pihak dengan dibantu oleh mediator), sebanyak 6,7% menyelesaikan sengketa dengan konsiliasi (dengan adanya penengah sebagai konsiliator), sebanyak 20% menyelesaikan sengketa melalui penilaian ahli/pendapat para ahli sesuai dengan bidang keahliannya. Berikut penjelasan bentuk penyelesaian sengketa non-litigasi :

a) Konsultasi

Layanan konsultasi merupakan suatu proses dalam suasana kerja sama dan hubungan antar pribadi dengan tujuan memecahkan suatu masalah dalam lingkup profesional dari orang yang meminta konsultasi. Peran konsultan dalam penyelesaian sengketa melalui konsultasi ini tidak dominan, konsultan hanya memberikan pendapat hukum kepada klien sesuai dengan apa yang diminta, kemudian keputusan mengenai penyelesaian sengketa tersebut diambil sendiri oleh pihak klien.

Konsultasi ini dilakukan dengan cara klien mengajukan beberapa pertanyaan ke konsultan, dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui *online*. Hasil dari konsultasi tersebut berupa saran yang tidak mengikat secara hukum, yang artinya boleh digunakan maupun tidak digunakan oleh klien.

b) Negosiasi

Negosiasi adalah suatu upaya yang dilakukan untuk mencapai kesepakatan antar kedua belah pihak dengan saling mengemukakan keinginannya. Dengan kata lain, negosiasi adalah proses tawar-menawar dari masing-masing pihak untuk mencapai kesepakatan. Negosiasi ini adalah cara penyelesaian sengketa yang paling dasar dan paling sering digunakan oleh manusia.

Penyelesaian sengketa melalui negosiasi merupakan cara yang paling penting. Alasan utamanya adalah dengan negosiasi, para

pihak saling dapat mengawasi prosedur penyelesaian sengketa dan setiap keputusannya didasari kesepakatan para pihak. Cara penyelesaian sengketa melalui negosiasi biasanya adalah cara paling pertama yang ditempuh dalam penyelesaian pihak yang bersengketa.

c) Mediasi

Mediasi merupakan intervensi terhadap suatu sengketa oleh pihak ketiga yang disebut dengan mediator. Mediator ini tidak boleh berpihak ke salah satu pihak yang bersengketa dan netral dengan tujuan membantu para pihak yang bersengketa untuk mencapai kesepakatan.

Mediator bertindak sebagai fasilitator, tugas mediator hanya membantu para pihak yang bersengketa untuk menyelesaikan masalah dan tidak memiliki kewenangan apapun untuk mengambil keputusan. Mediator memiliki kewajiban untuk mempertemukan para pihak yang bersengketa, serta harus mampu menciptakan suasana yang kondusif dalam menjamin terciptanya kompromi antar para pihak yang bersengketa dan menghasilkan keputusan yang menguntungkan kedua belah pihak.

d) Konsiliasi

Konsiliasi adalah penyelesaian sengketa melalui perantara seorang atau beberapa orang atau badan (komisi konsiliasi) sebagai

penengah yang disebut sebagai konsiliator. Penyelesaian sengketa ini dilakukan dengan mempertemukan para pihak yang berselisih untuk menyelesaikan perselisihannya. Konsiliator memiliki peran untuk ikut serta memberikan solusi atau jalan keluar dari masalah yang sedang diperselisihkan.

e) Penilaian Ahli

Penilaian para ahli bertujuan untuk meminta pendapat dari para ahli guna suatu hal yang bersifat teknis dan sesuai dengan bidang keahliannya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden lebih memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur non-litigasi (di luar pengadilan) dengan cara negosiasi untuk mencapai kesepakatan bersama. Karena penyelesaian sengketa dengan cara negosiasi ini dianggap lebih praktis, hemat waktu karena dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat dibandingkan penyelesaian dengan jalur litigasi, dan hemat biaya karena tidak perlu mengeluarkan biaya yang banyak untuk menyewa penasehat hukum.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis mengenai Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Baju Bekas (*Thrift Shop atau Preloved*), maka penulis menyimpulkan pokok pembahasan sebagai berikut :

1. Hak konsumen dalam bertransaksi jual beli baju bekas (*thrift shop*) menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah konsumen sudah mendapatkan haknya sesuai Pasal 4 ayat (2) dan (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang yang sesuai dan mendapat informasi benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa.
2. Bentuk penyelesaian sengketa antara pelaku usaha jual beli baju bekas (*thrift shop*) dengan konsumen terhadap kerusakan/cacat barang yang dibeli adalah konsumen memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur non-litigasi dengan cara negosiasi untuk mencapai kesepakatan bersama karena dianggap lebih praktis, hemat waktu, dan hemat biaya dibandingkan dengan penyelesaian melalui jalur litigasi.

B. Saran

1. Bagi konsumen, agar selalu berhati-hati dalam melakukan transaksi jual beli baju bekas pada *thrift shop*. Konsumen harus dapat memilih mana pelaku usaha/penjual yang dapat dipercaya.
2. Bagi pelaku usaha/penjual, agar menjalankan hak dan kewajibannya sebagai pelaku usaha/penjual sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam melaksanakan transaksi jual beli serta menerapkan perlindungan hukum konsumen sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdul Rahman Ghazaly, Ghuftron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2010
- Ahmadi Miru dan Sutaman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2011
- Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*. (2019). (n.p.): Deepublish.
- Handri Rahardjo, *Hukum Perjanjian di Indonesia*, Pustaka Yustisia, Jakarta, 2009
- Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta, Bumi Aksara, 2008
- Kansil, C. S. T. *Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Indonesia*. Indonesia: Balai Pustaka. (1989)
- Metode Penelitian Hukum*. (n.p.): Sinar Grafika. (2021)
- Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta, BPFE, 2004.
- Mukhtar Yahya dan Fatchurrahman, *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*, Bandung, Alma'arif. (1986)
- Perdagangan, K., & Prima, A. M. *Info Komoditi Pakaian Jadi*. In *Info Komoditi Pakaian Jadi*. (2015)
- Salim H.S., *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta, 2004
- Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fiqh Muamalah*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011
- Syafii Jafri, *Fiqh Muamalah*, (Riau: Suska Press, 2008).
- Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i*, Darul Fikr, Beirut, 2008
- Wiryono Prodjodikoro, *Azas – Azas Hukum Perjanjian*, Sumur Bandung, Jakarta. (1973).
- Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014)
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Dasar 1945

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

JURNAL

Alifia Radhita Widorini, Skripsi: “*Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Kerusakan/Cacat Barang Yang Dibeli (Studi Kasus Pada Marketplace Shopee Dan Bukalapak)*” (Semarang: UNISSULA, 2021).

Donatus, S. K. *Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmu Sosial : Titik Kesamaan dan Perbedaan. Studia Philosophica et Theologica* (2016), 16(2), 197–210.

Fadli. *Preeklampsia Universitas Sumatera Utara. Preeklamsia Berat* (2018) , 44–85. [repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30230/4/Chapter II.pdf](https://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/30230/4/Chapter%20II.pdf)

Fakhar, F. (2021). *Analisa Yuridis Sosiologis Transaksi Jual Beli Tanah (Studi Kasus Jual Beli Tanah Kavling di Desa Kebonagung, Kecamatan Pakisaji, Kabupaten Malang Jawa Timur)*, (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Fatriansyah, A. I. A. (2020). *Bisnis jual beli online dalam perspektif islam. Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, hukum dan Pendidikan*, 5(1), 57-68.

Maisa Fadhlia, Skripsi : *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Keabsahan Praktik Jual Beli Dengan Sistem Jasa Titip Online di Media Sosial*, Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh, Banda Aceh, 2021

Nurfadila, R., Anjarsari, N., & Saldina, I. (2021, Juni 26). *Sistem Informasi Manajemen Pada Penjualan Thrift Toko Yegumi Berbasis Web*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/69n7g>

Nurhalis, S. H. (2015). *Consumer protection in the perspective of islamic law and law number 8 of 1999. Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 3(3).

Prayuti, Y., & Husen, D. (2020). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Elektronik Berlabel SNI Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. JURNAL PEMULIAAN HUKUM*, 1(1).

Ratisa Yudawati Dewi, Tugas Akhir: “*Perancangan Informasi Thrift Shop Melalui Media Board Game*” (Bandung: UNIKOM, 2020).

Sugiharto, R., & Ilmih, A. A. *Juridic Analysis of Used Clothes Consumer Based on Article 4 Consumer Protection and Islamic Law Perspective*. Jurnal Pembaharuan Hukum (2020), 6(2), 353–358.
<https://doi.org/10.26532/jph.v6i2.7898>

INTERNET/WEB

<https://kbbi.web.id/>

gurupendidikan.co.id (2021, 26 Oktober). Pengertian Konsumen. Diakses pada tanggal 19 Desember 2021 pukul 20.16 WIB, dari <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-konsumen/>

katadata.co.id (2021, 20 Agustus). Tren Thrift Shop yang Membawa Dampak Positif Bagi Lingkungan. Diakses pada tanggal 4 Januari 2022 pukul 00.23 WIB, dari <https://katadata.co.id/safrezifitra/berita/611e01f0031c2/tren-thrift-shop-yang-membawa-dampak-positif-bagi-lingkungan>

rendratopan.com (2019, 2 April). Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen Menurut Undang-Undang. Diakses pada tanggal 28 Desember 2021 pukul 08.49 WIB, dari <https://rendratopan.com/2019/04/02/asas-dan-tujuan-perlindungan-konsumen-menurut-undang-undang/>

rtc.ui.ac.id (2020, 7 Desember). Asal-Usul Budaya Thrifting. Diakses pada tanggal 3 Januari 2022 pukul 21.46 WIB, dari <https://rtc.ui.ac.id/2020/12/07/asal-usul-budaya-thrifting/>