

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kegiatan perdagangan ritel di Indonesia menunjukkan adanya hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen yang semakin kompleks. Dalam praktik transaksi jual beli, pelaku usaha kerap mencantumkan ketentuan atau aturan tertentu yang berlaku bagi konsumen, salah satunya berupa klausula baku “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”. Klausula tersebut sering ditemukan dalam transaksi jual beli ritel dan berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen.

Sekilas klausula tersebut tampak sebagai kebijakan internal toko, namun secara yuridis memiliki implikasi hukum yang signifikan karena berpotensi meniadakan hak konsumen untuk memperoleh ganti rugi apabila barang yang dibeli rusak, cacat, atau tidak sesuai dengan perjanjian. Praktik semacam ini mencerminkan adanya ketidakseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen dalam hubungan hukum, di mana pelaku usaha memiliki posisi yang lebih dominan dalam menentukan syarat-syarat transaksi. Dalam banyak kasus, konsumen hanya dapat menerima atau menolak perjanjian yang sudah disusun sepihak tanpa memiliki kesempatan untuk bernegosiasi. Kondisi demikian dikenal sebagai klausula baku atau *standard clause*, yaitu klausula

dalam perjanjian yang disusun sepihak oleh pelaku usaha dan mengikat konsumen tanpa negosiasi terlebih dahulu.¹

Secara normatif, keberadaan klausula semacam ini telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 18 ayat (1) huruf a UUPK dengan tegas melarang pelaku usaha mencantumkan klausula yang menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen.² Namun dalam praktik empiris di lapangan, ketentuan ini belum sepenuhnya ditaati oleh pelaku usaha. Ketentuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak boleh membebaskan diri dari tanggung jawab hukum atas barang atau jasa yang dijual, termasuk tanggung jawab terhadap cacat barang atau ketidaksesuaian produk dengan yang dijanjikan. Selanjutnya, Pasal 18 ayat (3) menyebutkan bahwa setiap klausula baku yang melanggar ketentuan tersebut batal demi hukum, artinya dianggap tidak pernah ada dan tidak memiliki kekuatan mengikat.³

Ketentuan ini sejalan dengan prinsip dasar dalam hukum perdata sebagaimana tercantum dalam Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang menyatakan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.⁴ Prinsip itikad baik menuntut agar setiap pihak dalam perjanjian bertindak jujur, adil, dan tidak merugikan pihak lain. Oleh karena itu, pencantuman klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” secara sepihak jelas bertentangan dengan asas itikad baik

¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka (10).

² Ibid., Pasal 18 ayat (1) huruf a.

³ Ibid., Pasal 18 ayat (3).

⁴ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pasal 1338 ayat (3).

karena menghapus hak konsumen untuk memperoleh kompensasi atau ganti rugi atas barang cacat atau rusak.

Menurut Subekti, asas itikad baik merupakan landasan moral dalam setiap hubungan hukum yang mengharuskan para pihak melaksanakan perjanjian secara jujur dan berimbang. Hal serupa juga ditegaskan oleh Mariam Darus Badruzaman yang menyatakan bahwa kebebasan berkontrak tidak bersifat mutlak dan harus dibatasi oleh asas kepatutan dan keadilan agar tidak menimbulkan ketimpangan yang merugikan salah satu pihak.⁵ Dengan demikian, penerapan klausula baku yang meniadakan hak konsumen merupakan bentuk penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha yang bertentangan dengan asas keadilan kontraktual.

Dari perspektif teori keadilan, John Rawls menekankan bahwa keadilan harus memastikan tidak ada pihak yang dirugikan secara struktural dalam hubungan sosial. Penerapan klausula baku yang merugikan konsumen jelas mencerminkan ketidakadilan struktural di mana pelaku usaha memperoleh keuntungan berlebih, sedangkan konsumen kehilangan hak hukumnya. Sementara itu, Satjipto Rahardjo menegaskan bahwa hukum harus berpihak kepada pihak yang lemah untuk menciptakan keseimbangan sosial dan keadilan substantif. Maka dari itu, hukum perlindungan konsumen harus hadir untuk menjamin hak-hak konsumen dari tindakan sepihak pelaku usaha.

Selain dasar normatif, fenomena ini juga perlu dianalisis dari sisi empiris melalui pendekatan yuridis sosiologis untuk melihat sejauh mana pelaku usaha

⁵ Mariam Darus Badruzaman, *Hukum Perikatan dalam KUH Perdata Buku III*, (Bandung: Alumni, 2001), hlm. 57.

menerapkan ketentuan hukum dalam praktik. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada Toko Bunga Obral, ditemukan bahwa toko tersebut menerapkan klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” dalam praktik transaksi jual beli. Toko Bunga Obral merupakan toko ritel yang menjual berbagai jenis kebutuhan konsumen, seperti pakaian, sepatu, serta peralatan rumah tangga. Klausula tersebut disampaikan kepada konsumen sebelum transaksi dilakukan sebagai bagian dari kebijakan usaha toko. Sementara di sisi lain, sebagian besar konsumen mengaku tidak mengetahui bahwa kebijakan tersebut bertentangan dengan hukum dan bahwa mereka memiliki hak untuk menuntut penggantian barang cacat. Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan pengetahuan hukum (*legal awareness gap*) antara pelaku usaha dan konsumen.

Rendahnya kesadaran hukum masyarakat di bidang perlindungan konsumen menjadi faktor utama mengapa praktik semacam ini terus berlangsung. Padahal, Pasal 4 huruf h UUPK memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.⁶ Pelaku usaha juga berkewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf b UUPK.

Fenomena di atas menunjukkan bahwa hukum yang sudah baik di atas kertas belum tentu terimplementasi dengan baik di lapangan. Di sinilah

⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 huruf h.

pentingnya penelitian empiris untuk menilai sejauh mana norma hukum perlindungan konsumen telah dijalankan oleh pelaku usaha di tingkat lokal. Penelitian empiris memberikan gambaran nyata toko tentang kesenjangan antara norma hukum dan praktik bisnis. Dengan mengkaji Toko Bunga Obral sebagai studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memperlihatkan sejauh mana penerapan klausula baku dipahami, dilaksanakan, dan dipatuhi oleh pelaku usaha dalam praktik transaksi jual beli.

Pemilihan Toko Bunga Obral sebagai objek penelitian didasarkan pada kenyataan bahwa toko tersebut merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat setempat sekaligus menjadi tempat terjadinya interaksi langsung antara pelaku usaha dan konsumen dalam praktik transaksi jual beli. Praktik pencantuman klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” yang dilakukan oleh sebagian besar toko ritel menunjukkan masih rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap ketentuan hukum perlindungan konsumen, khususnya Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Fenomena ini menimbulkan persoalan hukum terkait keabsahan klausula baku serta implikasi yuridis terhadap hak-hak konsumen apabila terjadi cacat barang atau ketidaksesuaian produk.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana penerapan klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” di Toko bunga obral ditinjau dari perspektif hukum perdata dan ketentuan perlindungan konsumen. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk pelanggaran asas itikad baik

dan keseimbangan hak-kewajiban yang timbul dari praktik tersebut, serta menilai sejauh mana norma hukum yang berlaku telah diimplementasikan secara nyata oleh pelaku usaha di lapangan.

Dengan demikian, penulis merasa perlu melakukan penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum terhadap Klausula Baku ‘Barang yang Sudah Dibeli Tidak Dapat Dikembalikan’ dalam Transaksi Konsumen (Studi Kasus Toko Bunga Obral)” guna memberikan analisis komprehensif mengenai bentuk perlindungan hukum konsumen, realitas penerapan klausula baku, serta implikasi yuridisnya dalam praktik transaksi jual beli. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan ilmu hukum, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menerapkan kebijakan yang lebih adil dan beritikad baik, sehingga perlindungan konsumen dapat terwujud secara optimal dalam kegiatan perdagangan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan di penelitian ini terdapat dua masalah, yaitu:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap klausula baku “Barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata?

2. Bagaimana penerapan dan implikasi yuridis perlindungan hukum terhadap klausula baku tersebut dalam praktik transaksi jual beli di Toko Bunga Obral?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki dua tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum terhadap klausula baku “Barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan dan implikasi yuridis perlindungan hukum terhadap klausula baku tersebut dalam praktik transaksi jual beli di Toko Bunga Obral?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum perdata dan hukum perlindungan konsumen, melalui analisis terhadap penerapan klausula baku dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mengenai asas keadilan kontraktual, asas itikad baik, serta pembatasan kebebasan berkontrak dalam praktik perdagangan ritel di Indonesia.

2. Manfaat praktis:

1. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan transaksi jual beli agar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan serta prinsip keadilan dan itikad baik.

2. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran hukum masyarakat mengenai hak-hak konsumen atas barang atau yang dibeli khususnya hak untuk memperoleh kompensasi atau pengantian barang cacat atau rusak.

3. Bagi Pemerintah Daerah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan pengawasan terhadap praktik perdagangan ritel dan memperkuat sosialisasi perlindungan konsumen di wilayah Kabupaten Rokan Hulu.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini untuk mempermudah pembaca mengenai permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini merupakan bagian awal yang memberikan gambaran umum tentang penelitian. Adapun isi dari penelitian ini meliputi :

- 1) Latar Belakang Masalah
- 2) Rumusan Masalah
- 3) Tujuan Penelitian

4) Manfaat Penelitian

5) Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTKA, bab ini memuat teori-teori, konsep hukum, dan regulasi yang relevan untuk menunjang pembahasan. Isi dalam bab ini mencakup :

1. Tinjauan Perlindungan Hukum
2. Klausula Baku
3. Perlindungan Konsumen
4. Perjanjian dalam Perspektif Hukum Perdata
5. Asas-asas Pokok dalam Perjanjian
6. Teori Ketidakseimbangan

BAB III METODE PENELITIAN, bab ini menguraikan pendekatan dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Adapun yang dibahas meliputi :

1. Pendekatan Penelitian
2. Alasan Pemilihan Lokasi
3. Jenis dan Sumber Data
4. Teknik Pengumpulan Data
5. Analisis Data

BAB IV, bab ini penulis memaparkan Hasil dan Pembahasan penulis. Adapun yang dibahas meliputi :

1. Perlindungan hukum terhadap klausula baku “Barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” ditinjau dari Undang-Undang Nomor

8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

2. Penerapan dan implikasi yuridis perlindungan hukum terhadap klausula baku tersebut dalam praktik transaksi jual beli di Toko Bunga Obral

BAB V, bab ini penulis memaparkan kesimpulan dan saran penulis terhadap hasil skripsi yang diteliti. Adapun yang dibahas meliputi:

1. Kesimpulan
2. Saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan hukum merupakan prinsip mendasar dalam sistem hukum yang bertujuan menjaga hak-hak individu dari ancaman, penyalahgunaan, maupun tindakan yang menimbulkan ketidakadilan. Perlindungan ini diwujudkan melalui seperangkat aturan yang mengarahkan perilaku masyarakat agar tercipta ketertiban, kepastian, dan rasa aman dalam berbagai aktivitas sosial, termasuk dalam kegiatan ekonomi dan transaksi konsumen.⁷ Hadjon menjelaskan bahwa perlindungan hukum berfungsi sebagai upaya negara untuk mencegah terjadinya tindakan sewenang-wenang serta memberikan jaminan bahwa hak-hak warga negara dihormati dan dapat dipertahankan melalui mekanisme yang tersedia.⁸

Dalam konteks transaksi konsumen, perlindungan hukum menjadi semakin penting karena struktur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen tidak berada pada posisi yang seimbang. Pelaku usaha memiliki kontrol atas informasi, harga, syarat transaksi, dan isi kontrak, sementara konsumen cenderung berada pada posisi menerima tanpa memiliki kesempatan untuk bernegosiasi. Ketimpangan ini menimbulkan risiko penyalahgunaan melalui pencantuman klausula baku yang merugikan, seperti kebijakan pengembalian barang yang bersifat sepihak. Oleh karena itu, perlindungan hukum berperan memastikan agar konsumen tidak dieksploitasi oleh pihak yang memiliki posisi lebih kuat.

⁷ Ridwan HR., *Hukum Administrasi Negara*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 112.

⁸ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia*, (Surabaya: Bina Ilmu, 2021), hlm. 30.

2. Bentuk-bentuk Perlindungan Hukum

Dalam literatur hukum, perlindungan hukum terhadap konsumen dibagi menjadi dua bentuk utama, yaitu:

A. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan preventif diberikan sebelum terjadi pelanggaran dengan cara menyediakan regulasi yang mengatur standar perilaku pelaku usaha. Tujuannya adalah mencegah terjadinya kerugian dan memastikan konsumen memperoleh informasi yang benar, lengkap, dan tidak menyesatkan. Beberapa contoh perlindungan preventif meliputi:

1. Kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang jelas tentang barang dan jasa;
2. Larangan memberi syarat sepihak atau klausula yang menghilangkan hak konsumen;
3. Tindakan pengawasan oleh pemerintah untuk memastikan pelaku usaha menaati standar perlindungan konsumen.⁹

B. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan represif adalah perlindungan yang diberikan setelah terjadinya pelanggaran atau perselisihan. Bentuk perlindungan ini bertujuan memberikan pemulihan terhadap kerugian yang dialami konsumen. Mekanisme yang tersedia dapat berupa penyelesaian

⁹ Nurfaidah, "Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Perdagangan Modern," *Jurnal Hukum Arena*, Vol. 7 No. 2 (2022), hlm. 98.

melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), pengadilan negeri, atau penyelesaian nonlitigasi melalui mediasi.¹⁰

Kedua bentuk perlindungan ini bekerja secara komplementer, sehingga konsumen memperoleh jaminan hak baik sebelum maupun setelah terjadi pelanggaran. Dalam praktiknya, efektivitas perlindungan konsumen tidak hanya bergantung pada aturan normatif, tetapi juga pada pengawasan pemerintah, kesadaran konsumen, dan kepatuhan pelaku usaha terhadap prinsip itikad baik.

3. Dasar Hukum Perlindungan Hukum di Indonesia

Landasan perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia bersumber dari beberapa regulasi, baik pada tingkat konstitusi maupun undang-undang. Secara umum, dasar hukum tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

A. Undang-Undang Dasar 1945

Pasal 28D ayat (1) UUD 1945 menegaskan bahwa setiap orang berhak atas kepastian hukum dan perlakuan yang adil di hadapan hukum. Ketentuan ini menjadi fondasi bahwa negara wajib menjamin perlindungan hukum dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk transaksi ekonomi.¹¹

B. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan instrumen utama yang mengatur hubungan pelaku usaha dan konsumen. Undang-undang ini mengatur mengenai hak dan kewajiban para

¹⁰ Fazri Ramadhan, "Efektivitas Penyelesaian Sengketa Konsumen melalui BPSK," *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol. 19 No. 1 (2023), hlm. 55.

¹¹ UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Pasal 28D ayat (1).

pihak, larangan pencantuman klausula baku yang merugikan, dan mekanisme penyelesaian sengketa. Pasal 18 UUPK secara tegas melarang pelaku usaha membuat ketentuan yang menghapuskan hak konsumen untuk meminta ganti rugi.¹²

C. KUHPerdata

KUHPerdata bersifat umum dan memberikan dasar penting melalui asas kebebasan berkontrak. Asas ini tetap harus dijalankan secara seimbang, tidak merugikan salah satu pihak, dan selaras dengan itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata.¹³

D. Peraturan Turunan dan Kebijakan Pemerintah (2020–2025)

Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah melalui Kemendag dan OJK mengeluarkan sejumlah kebijakan penguatan perlindungan konsumen, di antaranya:

1. Menteri Perdagangan No. 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha Perdagangan—mengatur kewajiban pelaku usaha dalam memberikan informasi dan layanan purna jual;
2. Peraturan OJK tentang Perlindungan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan (POJK No. 6/POJK.07/2022) yang mempertegas prinsip transparansi dan larangan misleading information;

¹² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 18.

¹³ KUH Perdata, Pasal 1338 ayat (3).

3. Pedoman edukasi perlindungan konsumen Kominfo dan Kemendag 2023–2024 untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai hak-hak konsumen.¹⁴

Landasan hukum yang berlapis tersebut menunjukkan bahwa perlindungan konsumen merupakan mandat hukum yang diakui secara nasional dan harus diimplementasikan oleh seluruh pelaku usaha, termasuk toko ritel.

2.2 Tinjauan Umum tentang Klausula Baku

1. Pengertian Klausula Baku

Klausula baku merupakan ketentuan yang dicantumkan dalam suatu perjanjian dan disusun terlebih dahulu oleh salah satu pihak tanpa memberikan kesempatan kepada pihak lainnya untuk melakukan perubahan atau negosiasi terhadap isi perjanjian. Permasalahan dalam perjanjian baku timbul karena adanya klausula-klausula tertentu yang bersifat berat sebelah dan cenderung merugikan salah satu pihak. Klausula semacam ini sering disebut sebagai *klausula eksepsi* (*exemption clause*) atau dalam istilah Belanda dikenal dengan *exoneratie clause* (klausula eksonerasi), yaitu klausula yang membatasi atau bahkan membebaskan tanggung jawab dari salah satu pihak apabila terjadi wanprestasi, padahal menurut hukum, tanggung jawab tersebut seharusnya tetap dibebankan kepadanya.¹⁵ Dalam konteks hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, klausula baku seringkali dituangkan dalam bentuk tertulis, seperti pada struk pembelian, tiket, nota transaksi, atau papan

¹⁴ Otoritas Jasa Keuangan, “Laporan Perlindungan Konsumen 2023,” diakses Januari 2024, www.ojk.go.id.

¹⁵ R. Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Internusa, 2012). h. 68

pengumuman di tempat usaha, sebagai bentuk pengaturan sepihak yang mengikat konsumen tanpa melalui proses kesepakatan secara bebas.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 ayat 10 yang berbunyi “Klausula baku adalah setiap peraturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen”¹⁶

Mariam Darus Badruzaman mendefinisikan klausula baku atau eksonerasi sebagai perjanjian baku dengan klausula yang meniadakan atau membatasi kewajiban salah satu pihak (kreditur) untuk membayar ganti kerugian kepada debitur.¹⁷

Rijken mengatakan bahwa klausula baku yang dicantumkan dalam suatu perjanjian yang mana satu pihak menghindarkan diri untuk memenuhi kewajibannya membayar ganti rugi seluruhnya atau terbatas yang terjadi karena ingkar janji atau perbuatan melanggar hukum.¹⁸

Mariam menyebutkan bahwa klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu

¹⁶ Republik Indonesia, “Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999” Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁷ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dan Tanggung Jawab Produk*, (Jakarta: Panta Kei, 2012). h. 107

¹⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014). h. 116

dokumen dan / atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.¹⁹

Berdasarkan pengertian dan ketentuan dari perundang-undangan maupun pendapat para ahli tersebut tampak bahwa klausula baku bersifat sepihak (*unilateral*) dan mengikat, sehingga menciptakan posisi yang tidak seimbang antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen hanya diberikan dua pilihan, yaitu menerima atau menolak perjanjian secara keseluruhan (*take it or leave it*). Dalam konteks perdagangan ritel, klausula semacam ini sering dijumpai dalam bentuk pernyataan seperti “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan klausula baku dalam praktik dapat perdagangan dapat menimbulkan potensi ketidakadilan dalam konsumen yang kedudukannya lebih lemah dibandingkan konsumen.

2. Ciri-ciri Klausula Baku

Klausula baku dalam suatu perjanjian memiliki ciri khas yang membedakannya dari perjanjian biasa. Umumnya, ciri-ciri tersebut terlihat dari adanya pembatasan tanggung jawab atau kewajiban salah satu pihak, khususnya pelaku usaha, dalam hal terjadi kerugian pada pihak lain. Klausula semacam ini sering disusun secara sepihak tanpa memberikan ruang negosiasi bagi pihak konsumen, sehingga menimbulkan ketidakseimbangan dalam hubungan hukum antara kedua belah pihak.

Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ayat (1) butir a sampai dengan h merupakan ciri-ciri klausula baku dalam perjanjian baku antara

¹⁹ Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta: Prenada Media Grup, 2016). h. 79

produsen dan konsumen yaitu pembatasan dan penghapusan tanggung jawab dalam hal :²⁰

1. Pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
2. Penolakan penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
3. Penolakan penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen
4. Pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
5. Pengaturan pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
6. Pengurangan manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
7. Penundukan konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan /atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
8. Pemberian kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

Secara sederhana ciri-ciri klausula baku yaitu:²¹

²⁰ Verbeet Hukum, “Perjanjian Standart Dan Klausula Eksonerasi Dalam Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia” 2023, <http://pecanduhukum.blogspot.co.id>.

1. Sebuah klausula dalam suatu perjanjian yang dibuat secara sepihak oleh pelaku usaha yang posisinya relatif lebih kuat dibandingkan konsumen;
2. Konsumen sama sekali tidak dilibatkan dalam menentukan isi klausula tersebut;
3. Dibuat dalam bentuk tertulis dan massal; dan
4. Konsumen terpaksa menerima isi perjanjian karena didorong kebutuhan

Begitu pula menurut Mariam Darus Badruzaman ciri-ciri klausula baku atau eksonerasi sebagai berikut :²²

1. Isinya ditetapkan secara sepihak oleh penjual (pengusaha) yang posisinya relative kuat dari pembeli;
2. Pembeli (konsumen) sama sekali tidak menentukan isi perjanjian;
3. Terdorong oleh kebutuhannya pembeli (konsumen) terpaksa menerima perjanjian tersebut;
4. Bentuknya tertulis; Dipersiapkan terlebih dahulu secara massal atau individual.

Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan larangan terhadap penggunaan klausula baku yang merugikan konsumen dalam setiap perjanjian standar. Larangan tersebut mencakup dua aspek utama, yakni isi dan bentuk penulisan klausula. Dari

²¹ Komnas LKPI, "Memahami Perjanjian Baku Dan Menghindari Jerat Klausula Baku," 2023, <http://komnaslkpipusat.blogspot.co.id>. Diakses Pada Tanggal 01 April 2023

²² Sri Gambir Melati Hatta, *Beli Sewa Sebagai Perjanjian Tak Bernama : Pandangan Masyarakat Dan Sikap Mahkamah Agung Di Indonesia* (Bandung: Alumni, 2011). h. 149-151

segisi isi, pelaku usaha dilarang mencantumkan ketentuan yang bersifat tidak adil atau menempatkan konsumen pada posisi yang lemah. Sementara dari segi bentuk, setiap klausula wajib disusun dengan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami agar tidak menimbulkan multitafsir bagi konsumen.

Selain itu, undang-undang juga mewajibkan pelaku usaha untuk menyesuaikan seluruh perjanjian baku yang digunakan dengan ketentuan yang berlaku. Apabila klausula baku yang bertentangan dengan peraturan tersebut tetap digunakan, maka klausula tersebut dianggap batal demi hukum. Dengan kata lain, klausula itu dianggap tidak memiliki kekuatan mengikat. Ketentuan ini bertujuan untuk menempatkan konsumen dalam posisi yang sejajar dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak serta mencegah praktik penyalahgunaan keadaan yang dapat merugikan konsumen.

3. Tujuan dan Fungsi Klausula Baku

Klausul baku merupakan instrumen umum yang digunakan dalam transaksi bisnis modern, termasuk di sektor perdagangan ritel. Dalam praktik penjualan, pelaku usaha seringkali memasukkan klausul khusus yang memuat syarat dan ketentuan yang berlaku secara sepihak. Tujuan utama penggunaan klausul baku adalah untuk menciptakan efisiensi dan kepastian dalam pelaksanaan perjanjian, sehingga menghilangkan kebutuhan pelaku usaha untuk menyusun perjanjian individual setiap kali terjadi transaksi. Namun, dalam konteks perlindungan konsumen, klausul baku harus ditempatkan dalam kerangka hukum yang menjamin keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak.

Secara fungsional, klausul baku bertujuan untuk mengatur mekanisme transaksi secara seragam sehingga proses jual beli dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Bagi pelaku usaha, hal ini menghemat waktu dan biaya karena semua ketentuan telah ditentukan sebelumnya. Namun, bagi konsumen, penggunaan klausul baku dapat menimbulkan risiko ketidakadilan jika pelaku usaha menyusun klausul yang merugikan atau menghilangkan hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi. Oleh karena itu, fungsi klausul baku harus dilihat tidak hanya dari perspektif efisiensi, tetapi juga dari bagaimana klausul tersebut menjaga keseimbangan dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen.

Tujuan lain penggunaan klausula baku adalah untuk memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang terlibat dalam transaksi. Dengan adanya klausula baku, baik pelaku usaha maupun konsumen memiliki acuan yang jelas jika terjadi sengketa. Namun, dalam konteks hukum perlindungan konsumen, kepastian hukum ini tidak boleh mengorbankan asas keadilan. Kepastian hukum dalam perjanjian baku harus selalu disertai dengan perlindungan bagi pihak yang rentan, yaitu konsumen.²³

Selain berfungsi sebagai alat efisiensi, klausul baku juga memiliki fungsi administratif dalam manajemen bisnis. Misalnya, di toko ritel, klausul seperti "barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan" sering kali dimasukkan dalam struktur pembelian sebagai kebijakan internal. Meskipun secara administratif hal ini menyederhanakan operasional bisnis, secara hukum,

²³ N. Amalia dan E. Sulistyowati, "Analisis Yuridis Pencantuman Klausula Baku Terkait Pelaku Usaha yang Mengurangi Manfaat Jasa," *Novum: Jurnal Hukum*, Vol. 19, No. 2 (2023), hlm. 88.

klausul tersebut dapat meniadakan hak konsumen untuk menuntut penggantian jika barang yang diterima tidak sesuai harapan atau cacat. Pemantauan klausul baku sangat penting untuk memastikan klausul tersebut tidak bertentangan dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Klausula baku memiliki dua fungsi utama yang saling terkait, yaitu fungsi normatif dan fungsi praktis.²⁴ Fungsi normatif menekankan perlunya kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, sementara fungsi praktis memfasilitasi implementasi. Keduanya harus seimbang agar klausul baku tidak menjadi sarana bagi pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab hukum.

Dari perspektif hukum perdata, klausul baku juga berfungsi untuk memperkuat prinsip-prinsip perjanjian, seperti kebebasan berkontrak, itikad baik, dan keadilan. Namun, kebebasan berkontrak dalam konteks perjanjian baku tidaklah mutlak. Pelaku usaha diwajibkan untuk menyusun klausula dengan mempertimbangkan kepentingan konsumen dan tidak boleh memuat ketentuan yang bertentangan dengan hukum, kesusilaan, atau kepatutan. Tujuan ini sejalan dengan Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang menekankan pentingnya melaksanakan perjanjian dengan itikad baik.

Dari perspektif perlindungan konsumen, klausula baku berfungsi sebagai sarana untuk memperjelas hak dan kewajiban para pihak. Konsumen berhak

²⁴ S. Rachmaniyah dan D. Wahyoen, "Perjanjian Baku yang Memuat Klausula Eksonerasi dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen," *Indonesia Journal of Law and Bureaucracy*, Vol. 2, No. 1 (2022), hlm. 44.

untuk memahami dengan jelas ketentuan yang berlaku sebelum melakukan transaksi. Oleh karena itu, setiap klausula yang memuat pengalihan hak atau tanggung jawab harus dikomunikasikan secara transparan. Apabila klausula tersebut disusun secara sepihak dan tanpa informasi yang jelas, klausula tersebut dapat dinyatakan batal demi hukum, sebagaimana diatur dalam Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Fungsi penting klausula standar adalah sebagai pedoman bagi pelaku usaha dalam mengelola risiko bisnis tanpa merugikan konsumen.²⁵ Namun, ketika klausula digunakan untuk menghilangkan tanggung jawab, fungsi ini justru menjadi pelanggaran hak konsumen. Oleh karena itu, peran hukum adalah memastikan bahwa fungsi klausul tetap sejalan dengan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial pelaku usaha.

Fungsi lain klausula baku juga dapat dilihat dari perspektif sosial ekonomi. Dalam transaksi jual beli yang melibatkan banyak pihak, klausula baku membantu menjaga kestabilan hubungan ekonomi dengan meminimalkan potensi sengketa. Namun, efisiensi ekonomi tidak dapat dijadikan alasan untuk mengabaikan asas keadilan dan kewajiban. Praktik klausula baku di Indonesia seringkali menguntungkan pelaku usaha, sehingga memerlukan intervensi hukum untuk menjaga keseimbangan posisi para pihak.²⁶

²⁵ D.Q.A. Yusuf, "Perlindungan Konsumen terhadap Klausula Eksonerasi dalam Perjanjian Baku Perusahaan Jasa Pengiriman Barang," *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, Vol. 3, No. 2 (2022), hlm. 129

²⁶ P. Padlia, "Perlindungan Konsumen terhadap Klausula Eksonerasi dalam Perjanjian Baku Jasa Laundry di Kabupaten Majene," *Jurnal Hukum Universitas Negeri Makassar*, Vol. 5, No. 1 (2024), hlm. 77.

Dari perspektif konsumen, klausula baku seharusnya berfungsi untuk melindungi kepentingan mereka dan mencegah mereka menjadi korban ketidaktahuan hukum. Pelaku usaha memiliki kewajiban moral dan hukum untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai produk yang mereka jual. Oleh karena itu, klausula baku juga dapat berfungsi sebagai sarana edukasi hukum jika dikemas dengan memperhatikan aspek keadilan dan transparansi.

Kemudian, tujuan pengaturan klausula baku dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah untuk menciptakan budaya hukum yang sehat dalam dunia usaha. Pelaku usaha diharapkan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga pada tanggung jawab sosial terhadap konsumen. Fungsi hukum perlindungan konsumen tidak hanya untuk memberikan sanksi, tetapi juga untuk membentuk perilaku bisnis yang etis dan adil.²⁷

Dalam praktiknya, khususnya pada toko ritel yang menjadi objek penelitian, fungsi klausula baku juga berkaitan dengan upaya pelaku usaha untuk mengatur hubungan dagang secara lebih tertib dan terstruktur. Namun, pelaku usaha perlu memahami bahwa tujuan ini harus tetap berada dalam lingkup hukum perlindungan konsumen. Oleh karena itu, penggunaan klausul seperti "barang yang dibeli tidak dapat dikembalikan" tidak dapat dijadikan alasan untuk melepaskan tanggung jawab atas produk yang cacat atau tidak sesuai. Fungsi klausul baku juga tidak terlepas dari asas kepercayaan dalam

²⁷ N. Rohaya, "Pelarangan Penggunaan Klausula Baku yang Mengandung Klausula Eksonerasi dalam Perlindungan Konsumen," *Jurnal Hukum Replik*, Vol. 9, No. 3 (2021), hlm. 258.

hukum kontrak. Konsumen bertransaksi dengan asumsi bahwa pelaku usaha akan bertindak jujur dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, pelaku usaha yang menyalahgunakan klausula baku untuk menghindari kewajiban hukum secara tidak langsung merusak asas kepercayaan dan menciptakan hambatan hukum dalam masyarakat.

Pada akhirnya, klausul baku seharusnya berfungsi sebagai alat untuk menyelaraskan kepentingan pelaku usaha dan kepentingan konsumen. Tujuannya bukanlah untuk memperkuat dominasi satu pihak, melainkan untuk memastikan hubungan hukum yang adil dan proporsional. Klausul baku yang disusun secara transparan akan membantu memperkuat perlindungan hukum dan menumbuhkan kepercayaan publik terhadap pelaku usaha.

Dengan demikian, tujuan dan fungsi klausul baku pada dasarnya terletak pada keseimbangan antara efisiensi transaksi dan perlindungan konsumen. Ketika pelaku usaha mampu mengintegrasikan klausul baku ke dalam prinsip-prinsip keadilan kontraktual dan itikad baik, perjanjian yang dihasilkan tidak hanya sah secara hukum tetapi juga mencerminkan moralitas dan etika hubungan komersial yang sehat dalam masyarakat.

2.3 Tinjauan Umum tentang Perlindungan konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan suatu sistem hukum yang dirancang untuk memberikan rasa aman, nyaman, dan keadilan bagi setiap individu dalam kapasitasnya sebagai pengguna barang dan/atau jasa. Tujuan utama dari adanya perlindungan ini adalah agar konsumen tidak dirugikan oleh pelaku usaha yang memiliki posisi ekonomi maupun informasi yang lebih kuat.

Dalam konteks pembangunan ekonomi modern, perlindungan konsumen menjadi unsur penting untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan konsumen, sehingga tercipta sistem perdagangan yang sehat, transparan, dan beretika.²⁸

Selain sebagai bentuk perlindungan hukum, konsep perlindungan konsumen juga mencerminkan tanggung jawab negara dalam menjamin hak-hak dasar warga negaranya dalam kegiatan ekonomi. Hal ini tidak hanya berkaitan dengan aspek hukum semata, tetapi juga berkaitan erat dengan moralitas bisnis, kesadaran sosial, dan tanggung jawab etis dari pelaku usaha. Perlindungan konsumen yang efektif akan mendorong iklim usaha yang sehat serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk dan jasa yang beredar di masyarakat.²⁹

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjadi dasar hukum utama di Indonesia, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³⁰ Definisi ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen tidak hanya berupa perlindungan dari kerugian, tetapi juga mencakup kepastian hukum atas hak-hak konsumen yang dijamin oleh negara.

²⁸ Rachmadi Usman, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2021), hlm. 12.

²⁹ Gunawan Widjaja, *Hukum Perlindungan Konsumen: Teori dan Praktik di Indonesia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2022), hlm. 20.

³⁰ Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 1 angka (1).

Selanjutnya, Az. Nasution mengemukakan bahwa perlindungan konsumen merupakan keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan antara penyedia barang atau jasa dengan masyarakat sebagai pemakai, dalam rangka melindungi kepentingan konsumen.³¹ Ia menekankan bahwa konsumen berada pada posisi yang lemah sehingga memerlukan intervensi hukum untuk menciptakan keseimbangan antara kedua belah pihak.

Shidarta berpendapat bahwa perlindungan konsumen adalah bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhannya dari kemungkinan kerugian akibat penggunaan barang dan/atau jasa.³² Pandangan ini menyoroti aspek perlindungan hukum yang bersifat preventif dan represif, yakni pencegahan terjadinya kerugian serta penyelesaian ketika kerugian telah terjadi.

Sementara itu, Janus Sidabalok mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai perangkat hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dari segala tindakan pelaku usaha yang dapat merugikan kepentingannya.⁶ Menurutnya, hukum perlindungan konsumen harus diarahkan untuk menciptakan hubungan yang harmonis, adil, dan berimbang antara pelaku usaha dan konsumen. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen memiliki fungsi sentral dalam menegakkan keadilan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hubungan hukum dalam kegiatan perdagangan.

³¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2021), hlm. 15.

³² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana, 2020), hlm. 27.

Secara keseluruhan, konsep perlindungan konsumen merepresentasikan upaya negara untuk menghadirkan sistem hukum yang adil dan berimbang antara konsumen dan pelaku usaha. Hukum ini tidak hanya berfungsi melindungi masyarakat dari potensi kerugian, tetapi juga mendorong terciptanya iklim usaha yang sehat dan bertanggung jawab. Pemahaman terhadap esensi perlindungan konsumen menjadi dasar penting bagi pembentukan regulasi dan penegakan hukum yang berpihak pada kepentingan publik, sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap mekanisme pasar yang berkeadilan.

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen di Indonesia dibangun atas sejumlah asas yang menjadi dasar bagi seluruh kegiatan yang melibatkan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Asas-asas tersebut berfungsi sebagai pedoman dalam penyelenggaraan perlindungan hukum yang adil, seimbang dan bermanfaat bagi semua pihak. Pengaturan mengenai asas-asas tersebut tercantum dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.³³ Penjelasan Undang-Undang tersebut menegaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dengan pembangunan nasional, yaitu asas manfaat,

³³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen, serta asas kepastian hukum.³⁴

Adapun kelima asas tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Asas Manfaat

Asas ini menegaskan bahwa setiap upaya penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Tujuan utamanya bukan untuk mengutamakan satu pihak, tetapi memberikan keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan demikian, penerapan asas manfaat diharapkan mampu mewujudkan perlindungan yang memberi dampak positif bagi seluruh lapisan masyarakat.³⁵

2. Asas Keadilan

Prinsip keadilan mengandung makna bahwa seluruh pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, memiliki hak yang sama untuk memperoleh perlindungan serta berkewajiban menjalankan perannya secara seimbang. Melalui asas ini, undang-undang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak agar tidak ada yang dirugikan.³⁶

3. Asas Keseimbangan

Asas ini bertujuan menciptakan keselarasan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah, baik secara materiil maupun

³⁴ Ade Maman Suherman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Djambatan, 2002), hlm. 68.

³⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2 huruf

a.

³⁶ Ibid., Pasal 2 huruf b.

spiritual. Perlindungan hukum bagi konsumen tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab moral pelaku usaha dan peran pemerintah dalam menciptakan sistem yang berimbang.³⁷

4. Asas Keselamatan dan keseimbangan konsumen

Asas ini mengandung pengertian bahwa konsumen berhak atas jaminan keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Artinya, produk yang beredar di masyarakat harus dipastikan aman dan tidak menimbulkan ancaman terhadap keselamatan jiwa maupun harta benda konsumen.³⁸

5. Asas Kepastian Hukum

Asas ini menekankan bahwa seluruh pihak, baik konsumen maupun pelaku usaha, harus mematuhi ketentuan hukum yang berlaku agar tercipta keadilan dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Negara bertanggung jawab menjamin kepastian hukum tersebut agar perlindungan benar-benar dapat dirasakan oleh masyarakat.³⁹

Selain kelima asas tersebut di atas, Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 juga menjelaskan tujuan perlindungan konsumen, yaitu:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan mencegah dampak negatif dari pemanfaatan barang dan/atau jasa;

³⁷ Ibid., Pasal 2 huruf c.

³⁸ Ibid., Pasal 2 huruf d.

³⁹ Ibid., Pasal 2 huruf e.

- c. memperkuat kedudukan dan memberdayakan konsumen untuk memilih dan menegaskan hak-haknya;
- d. mewujudkan sistem perlindungan yang menjamin kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses terhadap informasi;
- e. meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya tanggung jawab dalam menjalankan usaha secara jujur; dan
- f. meningkatkan mutu barang dan/atau jasa untuk menjamin kelangsungan usaha serta keselamatan dan keamanan konsumen.⁴⁰

Dengan memperhatikan keseluruhan asas dan tujuan yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dapat disimpulkan bahwa regulasi ini memuat misi fundamental dalam mewujudkan keadilan dan kesejahteraan bagi masyarakat. Pemerintah memiliki kewajiban konstitusional untuk melakukan pembinaan, pengawasan, serta penegakan hukum agar prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat terimplementasi secara efektif dan berkelanjutan.

Namun demikian, pelaksanaan asas dan tujuan perlindungan konsumen di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya kesadaran hukum masyarakat, lemahnya pengawasan terhadap pelaku usaha, dan keterbatasan lembaga perlindungan konsumen dalam menegakkan hak-hak konsumen. Oleh sebab itu, implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen membutuhkan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan

⁴⁰ Ibid., Pasal 3

masyarakat agar nilai-nilai keadilan dan keseimbangan benar-benar terwujud dalam praktik.

Dengan memperhatikan asas dan tujuan yang terkandung dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, penting untuk melihat bagaimana prinsip-prinsip tersebut diimplementasikan dalam praktik transaksi di tingkat daerah. Salah satu contohnya dapat ditemukan pada penggunaan klausula baku seperti pernyataan “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” yang banyak dijumpai di toko ritel. Fenomena ini menjadi relevan untuk dikaji karena berpotensi bertentangan dengan asas keadilan dan kepastian hukum bagi konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Oleh karena itu, analisis terhadap praktik tersebut perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana penerapan asas-asas perlindungan konsumen telah berjalan secara efektif di tingkat lokal.

3. Hak dan Kewajiban Konsumen serta Pelaku Usaha

Hubungan antara konsumen dan pelaku usaha merupakan bagian penting dari sistem hukum ekonomi modern. Setiap transaksi yang terjadi di antara keduanya tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab hukum yang saling mengikat. Perlindungan konsumen menjadi sarana hukum untuk menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban kedua pihak agar tidak terjadi penyalahgunaan posisi yang lebih kuat. Dalam konteks ini, klausula seperti “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” sering kali menimbulkan persoalan hukum karena

berpotensi mengabaikan hak-hak dasar konsumen dalam memperoleh jaminan kualitas dan kepastian hukum atas barang yang membelinya.⁴¹

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, secara tegas disebutkan bahwa hak-hak konsumen meliputi:⁴²

- a. Hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa.
- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar, kondisi, serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.
- d. Hak untuk didengarkan pendapat dan keluhan atas barang atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan secara jujur dan tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

⁴¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2022), hlm. 45.

⁴² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

Hak-hak tersebut menjadi dasar normatif yang harus dijaga dalam setiap aktivitas perdagangan, termasuk di toko ritel. Ketika pelaku usaha menambahkan klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan,” maka klausula itu perlu diuji secara yuridis apakah sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen yang memberikan jaminan atas keamanan dan hak mendapatkan kompensasi.⁴³ Dengan demikian, hak konsumen bukan hanya formalitas hukum, tetapi jaminan substantif yang harus dihormati oleh pelaku usaha dalam praktik perdagangan sehari-hari.

Selain memiliki hak, konsumen juga memiliki kewajiban hukum untuk dipenuhi demi terciptanya hubungan transaksi yang seimbang. Adapun kewajiban konsumen menurut Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen meliputi:⁴⁴

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

Kewajiban ini menegaskan bahwa konsumen bukan hanya penerima manfaat dari perlindungan hukum, tetapi juga subjek hukum yang aktif dan bertanggung jawab. Ketika konsumen lalai menjalankan kewajibannya, misalnya tidak membaca informasi produk atau menggunakan barang di luar

⁴³ Ibid., hlm. 48.

⁴⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 5.

ketentuan, maka pelaku usaha dapat dikecualikan dari tanggung jawab tertentu. Dengan demikian, perlindungan konsumen bersifat dua arah yaitu melindungi, tetapi juga menuntut kepatuhan dari pihak yang dilindungi.

Sementara itu, pelaku usaha juga memiliki kewajiban yang diatur secara eksplisit dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yakni:⁴⁵

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

Pelaku usaha yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut dapat dikategorikan melanggar ketentuan hukum perlindungan konsumen. Dalam

⁴⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 7.

praktik toko ritel, masih sering ditemukan pelaku usaha yang menampilkan klausula larangan pengembalian barang, yang secara yuridis bertentangan dengan asas keadilan dan prinsip caveat venditor (penjual wajib berhati-hati).⁴⁶ Klausula seperti ini dapat melemahkan kedudukan hukum konsumen dan meniadakan hak untuk memperoleh ganti rugi sebagaimana dijamin undang-undang.

Dengan demikian, keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha merupakan esensi dari perlindungan konsumen. Apabila salah satu pihak melanggar keseimbangan tersebut, terutama melalui penerapan klausula sepihak yang merugikan, maka perlu dilakukan penegakan hukum untuk memulihkan keadilan dalam hubungan transaksi. Prinsip inilah yang menjadi dasar yuridis dalam menilai keabsahan klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” sebagai objek penelitian ini.

2.4 Perjanjian dalam Perspektif Hukum Perdata

Perjanjian merupakan inti dari hubungan hukum dalam bidang keperdataan karena menjadi dasar timbulnya hak dan kewajiban antara dua pihak atau lebih. Melalui perjanjian, para pihak saling mengikatkan diri untuk melaksanakan sesuatu yang disepakati dan memperoleh akibat hukum yang diakui oleh negara. Dalam sistem hukum Indonesia, konsep perjanjian berakar pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang mengatur

⁴⁶ Rina Wahyuni, “Analisis Klausula Baku dalam Transaksi Konsumen Berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999,” *Jurnal Ilmiah Hukum Humaniora*, Vol. 10, No. 1 (2022): hlm. 53.

hubungan hukum perdata berdasarkan asas kebebasan berkontrak.⁴⁷ Dengan demikian, setiap hubungan hukum, termasuk antara pelaku usaha dan konsumen, harus berlandaskan pada perjanjian yang sah menurut ketentuan hukum perdata.

Dalam praktik transaksi modern, terutama pada hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, bentuk perjanjian sering kali tidak muncul dalam bentuk dokumen tertulis yang dinegosiasikan, melainkan berupa klausula baku yang telah disiapkan sepihak oleh pelaku usaha. Contoh paling umum dapat dilihat dalam klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan.” Keberadaan klausula tersebut menimbulkan pertanyaan apakah perjanjian semacam itu masih memenuhi asas-asas keadilan dan kesepakatan bebas sebagaimana diatur dalam hukum perdata. Oleh karena itu, pembahasan mengenai pengertian, unsur, asas, serta relevansi perjanjian terhadap praktik transaksi konsumen menjadi sangat penting untuk dianalisis.⁴⁸

a. Pengertian Perjanjian Menurut KUHPerdata dan Doktrin

Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.⁴⁹ Menurut Subekti, perjanjian merupakan suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada orang lain, atau di mana dua orang saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu.⁵⁰ Pengertian ini menekankan adanya unsur kehendak bebas serta kesepakatan dua pihak.

⁴⁷ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Buku III.

⁴⁸ Retna Gumanti, *Syarat Sahnya Perjanjian (Ditinjau dari KUHPerdata)*, Universitas Negeri Gorontalo E-Journal, 2023.

⁴⁹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pasal 1313.

⁵⁰ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta: Intermedia, 2005, hlm. 45.

Dalam perkembangan hukum kontemporer, Desi Syamsiah menjelaskan bahwa konsep perjanjian kini juga mencakup transaksi elektronik selama memenuhi unsur kesepakatan dan keabsahan hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata.⁵¹

b. Unsur-Unsur dan Syarat Sah Perjanjian

Secara yuridis, perjanjian memiliki dua komponen penting yaitu unsur-unsur perjanjian dan syarat sah perjanjian.

Unsur perjanjian meliputi adanya:

1. Subjek hukum yang cakap bertindak (para pihak yang mengikatkan diri),
2. Objek perjanjian atau hal yang menjadi prestasi
3. Kesepakatan sebagai pertemuan kehendak, dan
4. Tujuan hukum berupa akibat hukum yang dikehendaki oleh para pihak.

Keempat unsur tersebut menunjukkan bahwa perjanjian tidak sekadar tindakan formal, tetapi hubungan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban.⁵² Sementara itu, syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata terdiri dari empat hal, yaitu:

1. kesepakatan para pihak,
2. kecakapan hukum untuk membuat perjanjian,
3. suatu hal tertentu, dan
4. sebab yang halal⁵³

⁵¹ Desi Syamsiah, "Kajian Terhadap Keabsahan Perjanjian E-Commerce Bila Ditinjau dari Pasal 1320 KUH Perdata," *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik* Vol. 2 No. 1 (2021)

⁵² Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta: Intermasa, 2005, hlm. 51.

⁵³ KUH Perdata, Pasal 1320.

Dua syarat pertama bersifat subjektif, karena berkaitan dengan orang yang membuat perjanjian, sedangkan dua syarat berikutnya bersifat objektif, karena menyangkut isi dan tujuan perjanjian.⁵⁴

Retna Gumanti menjelaskan bahwa apabila syarat subjektif tidak terpenuhi, maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan, sedangkan pelanggaran terhadap syarat objektif menyebabkan perjanjian batal demi hukum.⁵⁵ Dalam praktik transaksi konsumen, unsur kesepakatan sering kali lemah karena konsumen berada dalam posisi yang tidak seimbang untuk menolak atau menegosiasikan klausula yang telah disusun pelaku usaha. Vika Nur Senda menyebut kondisi ini sebagai bentuk “*ketimpangan kehendak*” yang mencederai asas kebebasan berkontrak dan prinsip kesepakatan bebas.⁵⁶

2.5 Asas-asas Pokok dalam Perjanjian

Asas merupakan prinsip dasar yang menjadi landasan pembentukan dan pelaksanaan perjanjian dalam hukum perdata. Melalui asas-asas ini, hukum berupaya menjaga keseimbangan antara kebebasan individu untuk membuat kesepakatan dan perlindungan terhadap kepentingan pihak lain. Terdapat beberapa asas penting yang menjiwai lahirnya perjanjian, yaitu asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas pacta sunt servanda, asas itikad baik, dan asas kepribadian (personalitas).

⁵⁴ Retna Gumanti, “Syarat Sahnya Perjanjian (Ditinjau dari KUH Perdata),” *E-Journal Universitas Negeri Gorontalo*, 2023.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Vika Nur Senda dkk., “Implikasi Hukum Ketidakterpenuhan Syarat Subjektif dalam Pasal 1320 KUH Perdata,” *LETTERLIJK Jurnal Hukum Perdata* Vol. 1 No. 2 (2024).

1. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.⁵⁷ Maknanya, para pihak bebas menentukan isi, bentuk, dan mitra dalam perjanjian, selama tidak bertentangan dengan hukum, ketertiban umum, maupun kesusilaan. Menurut Mariam Darus Badruzaman, kebebasan kontrak tidak boleh ditafsirkan secara mutlak, sebab dalam kenyataannya selalu terdapat perbedaan posisi tawar-menawar di antara para pihak, khususnya antara pelaku usaha dan konsumen.⁵⁸ Oleh karena itu, kebebasan kontrak harus dijalankan dalam kerangka keadilan dan kepatutan.

2. Asas Konsensualisme

Asas ini menegaskan bahwa perjanjian telah lahir sejak tercapainya kesepakatan antara para pihak tanpa perlu adanya formalitas tertentu, kecuali ditentukan lain oleh undang-undang.⁵⁹ Dengan demikian, kehendak bebas dan pertemuan kehendak (*consensus ad idem*) menjadi syarat utama lahirnya perjanjian. Subekti menyatakan bahwa inti dari asas konsensualisme adalah adanya “pertemuan pikiran” antara dua pihak yang saling sepakat untuk menimbulkan akibat hukum tertentu.⁶⁰ Dalam konteks transaksi konsumen, asas ini sering kali tidak terwujud secara ideal karena konsumen jarang memiliki kesempatan untuk bernegosiasi terhadap klausula yang disusun sepihak oleh pelaku usaha.

⁵⁷ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pasal 1338 ayat (1).

⁵⁸ Badruzaman, *ibid.*, hlm. 52.

⁵⁹ Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Jakarta: Intermasa, 2005, hlm. 53.

⁶⁰ *Ibid.*, hlm. 54.

3. Asas Pacta Sunt Servanda.

Asas ini juga bersumber dari Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, yang bermakna bahwa setiap perjanjian yang dibuat secara sah mengikat dan wajib dilaksanakan sebagaimana isi yang telah disepakati. Pelanggaran terhadap perjanjian dapat menimbulkan sanksi hukum berupa ganti rugi, pembatalan kontrak, atau pemenuhan prestasi. Namun, Mariam Darus mengingatkan bahwa asas ini tidak boleh diartikan secara kaku, sebab penerapannya tetap harus memperhatikan asas kepatutan dan keseimbangan antara hak dan kewajiban.⁶¹ Dalam konteks perjanjian konsumen, pelaku usaha tidak dapat bersembunyi di balik asas ini untuk membenarkan klausula *“barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”*, karena klausula demikian bertentangan dengan prinsip keadilan kontraktual dan perlindungan konsumen.

4. Asas Itikad Baik

Asas ini tercantum dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, yang menyatakan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.⁶² Subekti membedakan antara itikad baik subjektif yaitu kejujuran batin para pihak dan itikad baik objektif yaitu perilaku wajar yang diakui masyarakat.⁶³ Dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, asas itikad baik menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa isi perjanjian tidak mengandung ketentuan yang menindas atau merugikan pihak yang

⁶¹ Badruzaman, *Hukum Perikatan*, hlm. 56.

⁶² KUH Perdata, Pasal 1338 ayat (3).

⁶³ Subekti, *ibid.*, hlm. 55.

lebih lemah. Dengan demikian, klausula baku yang membatasi hak konsumen secara tidak adil dapat dinilai bertentangan dengan asas ini.

5. Asas kepribadian (Personalitas)

Asas kepribadian di atur dalam Pasal 1340 KUH Perdata, yang menyatakan bahwa perjanjian hanya berlaku bagi pihak-pihak yang membuatnya. Makna asas ini adalah bahwa perjanjian tidak dapat menimbulkan kewajiban atau hak bagi pihak ketiga yang tidak ikut dalam kesepakatan. R. Setiawan menegaskan bahwa asas kepribadian menunjukkan sifat individualistik hukum perdata, di mana akibat hukum perjanjian dibatasi hanya bagi para pihak yang menandatangani.⁶⁴ Dengan memahami asas ini, dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab hukum dalam suatu perjanjian tidak dapat dialihkan secara sepihak kepada pihak lain yang tidak menjadi bagian dari kesepakatan tersebut.

Dengan demikian, kelima asas ini merupakan pilar utama yang menuntun pembentukan dan pelaksanaan perjanjian secara adil dan seimbang. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman terhadap asas-asas perjanjian menjadi penting untuk menilai apakah klausula *“barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”* telah sesuai dengan prinsip dasar hukum perdata atau justru menyimpang dari semangat keadilan kontraktual yang diamanatkan undang-undang.

⁶⁴ R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bandung: Bina Cipta, 1994, hlm. 23.

2.6 Teori Ketidakseimbangan Kedudukan Para Pihak dalam Perjanjian

Konsumen

Teori ketidakseimbangan kedudukan para pihak muncul sebagai landasan analitis terhadap perjanjian konsumen, yang sering kali menggunakan klausula baku. Teori ini didasari oleh kenyataan bahwa dalam transaksi modern, posisi pelaku usaha jauh lebih kuat dari konsumen, baik secara ekonomi, teknologi, maupun dalam menentukan syarat kontrak. Akibatnya, konsumen berada pada posisi penerima akhir yang tidak memiliki daya tawar, sehingga kesepakatan yang terjadi tidak lagi mencerminkan kebebasan berkontrak klasik, melainkan penerimaan yang dipaksakan.

Dalam konteks penelitian mengenai klausula *“barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”*, teori ketidakseimbangan menjadi penting karena menunjukkan alasan mendasar mengapa konsumen berada dalam kondisi kurang dilindungi. Pelaku usaha memanfaatkan posisi dominannya untuk menetapkan syarat yang berpotensi merugikan konsumen, terutama ketika syarat tersebut membatasi atau meniadakan hak konsumen untuk mengajukan keberatan, meminta penggantian, atau menuntut ganti rugi. Dengan mengacu pada teori ini, penelitian dapat menilai secara objektif apakah klausula tersebut merupakan bentuk penyalahgunaan posisi dominan atau sekadar kebijakan wajar dalam transaksi ritel.

a. Teori ketidakseimbangan kedudukan para pihak

Teori ketidakseimbangan kedudukan para pihak merupakan pemahaman bahwa tidak semua perjanjian dibentuk secara setara. Satjipto Rahardjo menjelaskan bahwa hukum kontrak tidak boleh dipahami secara formalistis semata, karena dalam praktik terdapat pihak-pihak yang memiliki kelemahan struktural sehingga tidak memiliki kemampuan yang sama untuk menentukan isi kontrak.⁶⁵ Menurutny, realitas sosial harus menjadi titik tolak dalam menilai apakah suatu perjanjian benar-benar mencerminkan kesepakatan yang bebas atau hanya menjadi alat pelaku usaha untuk mengamankan kepentingannya.

Az. Nasution menyatakan bahwa dalam perjanjian konsumen, kedudukan para pihak hampir selalu tidak seimbang akibat adanya ketimpangan pengetahuan dan informasi.⁶⁶ Konsumen berada pada posisi yang kurang mengetahui karakteristik produk, risiko kerusakan, maupun kebijakan transaksi, sehingga rentan menerima syarat yang sebenarnya merugikan dirinya. Dengan demikian, teori ketidakseimbangan menjelaskan bahwa kesepakatan dalam kontrak konsumen bukanlah kesepakatan bebas, melainkan hasil dari dominasi pelaku usaha atas akses informasi dan kontrol transaksi.

⁶⁵ Satjipto Rahardjo, *Hukum dan Perubahan Sosial* (Bandung: Alumni, 1987), hlm. 45.

⁶⁶ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Diadit Media, 2010), hlm. 79.

b. Faktor Penyebab Ketidakseimbangan dalam Perjanjian Konsumen

Ketidakseimbangan kedudukan dalam perjanjian konsumen muncul karena beberapa faktor, yaitu :

1. ketimpangan informasi (*information asymmetry*).

Pelaku usaha memiliki pengetahuan lebih luas mengenai kualitas, fungsi, dan risiko produk, sementara konsumen hanya menerima informasi terbatas yang diberikan oleh pelaku usaha.⁶⁷ Ketidakseimbangan informasi membuat konsumen tidak mampu menilai risiko klausula tertentu dalam perjanjian, termasuk klausula yang meniadakan hak pengembalian barang.

2. ketimpangan struktur ekonomi dan posisi tawar.

Pelaku usaha berada dalam posisi dominan karena memiliki kekuatan modal, jaringan usaha, dan sistem pengelolaan transaksi yang terorganisasi. Hal ini menyebabkan konsumen tidak memiliki ruang negosiasi, terutama dalam perjanjian baku yang sifatnya tinggal menerima atau menolak.⁶⁸ Shidarta menegaskan bahwa dominasi pelaku usaha tidak hanya berasal dari modal, tetapi juga dari penguasaan teknologi dan sistem transaksi, yang membuat konsumen semakin tidak mampu melakukan kontrol.⁶⁹

⁶⁷ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm. 54.

⁶⁸ Mariam Darus Badruzaman, *Hukum Perikatan* (Bandung: Alumni, 2014), hlm. 92.

⁶⁹ Fenomena Ketidaksetaraan Daya Tawar dalam Kontrak Konsumen,” *Privat Law*, Vol. 12 No. 1 (2024), hlm. 33.

3. ketimpangan kesempatan bernegosiasi.

Dalam praktik ritel, konsumen tidak dapat mengubah syarat perjanjian, termasuk kebijakan pengembalian barang. Pilihan yang tersedia hanya mengikuti keseluruhan aturan toko. Dalam kondisi demikian, pelaku usaha dapat menetapkan klausula sepihak dan membebaskan dirinya dari kewajiban hukum yang seharusnya ditanggung berdasarkan UUPK. Fenomena ini ditemukan pula dalam kajian *Privat Law* tahun 2024 yang menyimpulkan bahwa klausula baku seringkali digunakan untuk menekan hak konsumen dengan alasan efisiensi bisnis.⁷⁰

c. Relevansi Teori terhadap Klausula “Barang yang Sudah Dibeli Tidak Dapat Dikembalikan”

Teori ketidakseimbangan menjadi relevan dalam menilai klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” karena menunjukkan bahwa klausula tersebut tidak lahir dari perundingan yang setara. Dalam praktiknya, konsumen hanya mengetahui keberadaan klausula tersebut setelah transaksi dilakukan atau pada saat berada di kasir. Akibatnya, konsumen tidak memiliki kesempatan untuk menolak atau menegosiasikan ketentuan itu. Kondisi ini membuktikan bahwa konsumen berada pada posisi pasif dan tidak memiliki daya tawar.

⁷⁰ Shidarta, “Teori Timbulnya Perjanjian dalam Transaksi Konsumen Elektronik,” *Jurnal Rechts Vinding*, Vol. 12 No. 2 (2023), hlm. 115.

UUPK melalui Pasal 18 ayat (1) dan (3) secara tegas melarang pelaku usaha membuat klausula yang membatasi hak konsumen untuk mendapatkan barang yang layak dan sesuai. Dengan menggunakan teori ketidakseimbangan, klausula tersebut dapat dipahami sebagai bentuk penyalahgunaan posisi dominan oleh pelaku usaha untuk menghindari tanggung jawab hukum. Penelitian Fitri Novia Heriani menunjukkan bahwa penyalahgunaan posisi dominan merupakan bentuk pelanggaran yang merugikan konsumen karena meniadakan haknya untuk memperoleh barang yang layak fungsi.⁷¹

Dalam konteks praktik transaksi jual beli pada toko ritel yang menjadi objek penelitian, teori ketidakseimbangan memberikan dasar konseptual bahwa konsumen seharusnya tidak dibebani klausula yang meniadakan hak pengembalian barang, terutama jika barang yang dibeli mengalami cacat atau tidak sesuai keterangan. Dengan demikian, penggunaan klausula tersebut tidak hanya bertentangan dengan UUPK, tetapi juga bertentangan dengan prinsip keseimbangan dan keadilan dalam hukum perjanjian.

⁷¹ Fitri Novia Heriani, "Memperkuat Wasit Persaingan Usaha Lewat Aturan Penyalahgunaan Posisi Dominan," Hukumonline.com, 9 Agustus 2017.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian hukum empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis. Disebut empiris karena penelitian tidak hanya mengkaji norma hukum yang berlaku dalam peraturan perundang-undangan, tetapi juga melihat bagaimana norma tersebut diterapkan di masyarakat, khususnya dalam praktik transaksi di Toko Bunga Obral. Pendekatan yuridis-sosiologis menurut Soerjono Soekanto adalah metode penelitian yang mempelajari hukum sebagai perilaku sosial yang hidup dalam masyarakat, sehingga hukum tidak hanya dipandang sebagai kumpulan norma, tetapi juga sebagai kenyataan yang dapat diamati melalui interaksi sosial.⁷²

Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya menjelaskan apakah klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” sesuai dengan ketentuan normatif UUPK dan KUHPdata, tetapi juga menilai bagaimana klausula tersebut dipahami, diterapkan, dan dipersepsikan oleh pelaku usaha maupun konsumen. Pendekatan ini dipilih karena penelitian hukum perlindungan konsumen pada hakikatnya berkaitan erat dengan perilaku pelaku usaha dalam praktik, sehingga metode empiris diperlukan untuk menangkap kenyataan di lapangan secara objektif.

⁷² Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2012), hlm. 51.

3.2 Alasan Pemilihan Lokasi

Pemilihan Toko Bunga Obral sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan, yaitu: pertama, toko ini merupakan salah satu toko ritel yang menerapkan klausula baku dalam transaksi jual beli; kedua, Toko Bunga Obral memiliki volume transaksi yang cukup tinggi sehingga relevan untuk penelitian hukum empiris; ketiga, toko ini secara terbuka menerapkan klausula yang menjadi objek penelitian; dan keempat, lokasi toko berada di kawasan yang strategis sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat setempat.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini disusun berdasarkan pendekatan yuridis empiris yang menggabungkan kajian normatif dengan temuan faktual di lapangan. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan mengenai klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” tidak hanya berkaitan dengan keberlakuan norma dalam peraturan perundang-undangan, tetapi juga mengenai bagaimana klausula tersebut digunakan secara nyata oleh pelaku usaha kepada konsumen. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan tiga jenis data, yaitu data primer, data sekunder, dan data tersier, yang masing-masing memberikan kontribusi penting dalam menggambarkan fenomena hukum yang diteliti.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara dengan pemilik atau pengelola dan konsumen yang pernah melakukan transaksi di toko tersebut. Data primer menjadi komponen paling penting karena memberikan

gambaran faktual mengenai praktik penggunaan klausula baku yang berpotensi merugikan konsumen sebagaimana dikemukakan oleh Soerjono Soekanto bahwa data lapangan diperlukan untuk melihat efektivitas hukum dalam masyarakat secara nyata.⁷³

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang mencakup berbagai bahan hukum dan literatur ilmiah. Bahan hukum primer terdiri dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjadi dasar normatif dalam menilai keabsahan suatu klausula baku. Bahan hukum sekunder berupa buku-buku karya para ahli, jurnal-jurnal ilmiah. Data sekunder ini berfungsi memberi landasan teoritis dan analitis bagi penelitian ini, termasuk untuk membandingkan teori dengan temuan di lapangan.

c. Data Tersier

Data tersier merupakan bahan pelengkap yang menunjang pemahaman peneliti terhadap data primer dan sekunder. Bahan tersebut antara lain kamus besar bahasa Indonesia, kamus hukum, ensiklopedia hukum, serta sumber daring kredibel seperti Hukumonline dan website resmi pemerintah yang memberikan penjelasan mengenai peraturan perundang-undangan. Data tersier tidak digunakan sebagai dasar

⁷³ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2012), hlm. 45.

analisis utama, tetapi sebagai penunjang dalam menjelaskan istilah dan konsep-konsep hukum yang relevan dengan penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi objek generalisasi dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁴ Berdasarkan pengertian tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pihak yang terlibat dalam praktik transaksi jual beli di Toko Bunga Obral, khususnya pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan penerapan klausula baku “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan”

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian. Menurut Sugiyono, sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁷⁵ Sampel dalam penelitian ini meliputi pemilik atau pengelola Toko Bunga Obral, serta konsumen yang pernah melakukan transaksi di toko tersebut sebagai informan pendukung.

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2019, hlm. 80.

⁷⁵ Ibid., hlm. 81

Tabel 3.1
Populasi dan Sampel

No	Keterangan	Populasi	Sampel
1	Pemilik/Pengelola Toko	1	1
2	Konsumen	Tidak di Tentukan	5
TOTAL SAMPEL			6

***Sumber Data:** Data primer, diolah oleh penulis berdasarkan hasil wawancara di Toko Bunga Obral, 2026.*

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan pendekatan yuridis-empiris yang membutuhkan perpaduan antara data normatif dan temuan faktual. Menurut Soerjono Soekanto, pengumpulan data merupakan tahap penting karena berfungsi menghubungkan norma hukum dengan realitas sosial dalam masyarakat.⁷⁶ Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan tiga teknik utama, yaitu studi kepustakaan, wawancara, dan dokumentasi, yang satu sama lain saling melengkapi.

a. Studi Kepustakaan

Teknik penulis dalam mengumpulkan data dalam studi kepustakaan ini penulis mendapat data yang bersifat teoritis yaitu dengan jalan membaca dan mempelajari buku-buku, literatur, dokumen, majalah, internet, peraturan Perundang-Undangan, dan hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang di teliti.

⁷⁶ Ibid.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi terstruktur kepada pemilik Toko Bunga Obral serta beberapa konsumen yang pernah melakukan transaksi di toko tersebut. Teknik semi terstruktur dipilih karena mampu memberikan ruang bagi responden menjelaskan pengalaman secara alami, namun tetap dalam koridor fokus penelitian. Lexy J. Moleong menyatakan bahwa wawancara jenis ini efektif dalam menggali data kualitatif karena memungkinkan peneliti memahami makna di balik tindakan responden.⁷⁷

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan bukti berupa foto penempatan klausula baku di toko. Sukardi menjelaskan bahwa dokumentasi merupakan teknik yang penting dalam penelitian empiris karena dapat menguatkan atau memverifikasi data hasil wawancara.⁷⁸ Melalui dokumentasi, peneliti dapat melihat bentuk konkret klausula “barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan” yang digunakan oleh masing-masing pelaku usaha.

3.6 Analisis Data

Setelah Pengumpulan ke dalam data, selanjutnya dilakukan analisis data. Pada kegiatan penulisan ini, data yang telah diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dengan mendeskripsikan data yang dihasilkan dari penelitian di lapangan ke dalam bentuk penjelasan secara

⁷⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), hlm. 112.

⁷⁸ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm. 78.

sistematis, logis dan efektif. Analisis ini tidak diperoleh melalui bentuk hitungan.