

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Fashion di jaman sekarang ini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi, perkembangan ini menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan fashion, karena adanya fashion akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi trend center di masyarakat. Aneka kebutuhan fashion selalu melekat pada manusia yang akan terus ada dan berkembang, fashion merupakan sebuah tipe produk atau sejauh mana perilaku yang secara sementara waktu digunakan oleh sejumlah besar konsumen karena produk atau perilaku dinilai oleh masyarakat layak atau pantas pada tempat dan waktu tertentu.¹

Produk fashion termasuk produk yang dapat dikonsumsi dalam jangka panjang karena produk ini digunakan dengan pemakaian normal satu tahun atau lebih. Produk fashion meliputi pakaian, sepatu, tas, aksesoris, dan lain sebagainya. Sebagaimana orang berfikir bahwa memakai barang branded dapat menunjang penampilan, adapula yang membeli barang branded untuk mengoleksinya. Beberapa ada yang membeli untuk investasi, karena kebanyakan barang branded dapat dijual kembali.²

Selain mempersiapkan dana, satu hal penting yang harus kita ketahui saat ingin membeli branded bag adalah tujuan membelinya; apakah tas ini merupakan kebutuhan (ingin dipakai sehari-hari), apakah karena prestis, atau keduanya. Dengan mengetahui tujuannya, kita jadi menentukan akan membeli jenis branded bag merk apa, yang spesifikasinya seperti apa, harganya berapa, dan berapa banyak uang yang harus disisihkan untuk itu. Barang branded kini bisa pula kita dapat secara online tidak hanya di store, beberapa online shop banyak menjual barang branded dengan harga lebih murah dibanding di store. Tidak jarang

¹ Levy, Michael dan Barton, *Retailing Management*, (Boston: para periteMcGraw-Hill Irwin, 2004), hal.139

²<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3974088/pandangan-kursien-karzai-mengenai-perkembangan-fashion-busana-muslim-di-indonesia> diakses pada 30 September 2019

beberapa online shop banyak mengambil barang dari factory outlet untuk dijual kembali³.

Factory outlet adalah toko yang dimiliki suatu perusahaan/pabrik yang menjual produk perusahaan atau pabrik tersebut, menghentikan perdagangan, membatalkan order dan kadang-kadang menjual barang kualitas nomer satu. Dari tahun ke tahun bisnis factory outlet semakin berkembang karena mempunyai peluang yang besar dalam meraih keuntungan selain itu bisnis ini mampu mengikuti perkembangan zaman. Banyaknya jumlah factory outlet tersebut membuat konsumen menghadapi berbagai macam pilihan. Hal ini berarti semakin banyak pertimbangan sampai mereka memutuskan untuk memilih factory outlet yang cocok dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, para peritel berusaha memberikan kepuasan dengan cara memenuhi semua kriteria yang menjadi pertimbangan konsumennya, baik dengan keragaman produk yang ditawarkan, atmosfer toko maupun pelayanan yang diberikan⁴.

Terjadinya pergeseran nilai dalam masyarakat yang cenderung menjadi konsumtif termasuk dalam hal fashion menjadikan bisnis fashion menjadi pasar potensial bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bisnis ini. Para pemilik factory outlet harus lebih jeli melihat perubahan perilaku masyarakat sehingga setiap produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pasar. Keadaan lingkungan eksternal berpengaruh pada perilaku konsumen yang menyebabkan manajemen pemasaran dituntut untuk selalu mengetahui perilaku konsumen di waktu yang akan datang. Perilaku konsumen mencerminkan mengapa seorang konsumen membeli dan bagaimana seorang konsumen tersebut memilih dan membeli suatu produk. Dengan mengkaji perilaku konsumen, perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian⁵.

³<https://www.liputan6.com/bisnis/read/2840304/sebelum-beli-barang-bermerek-pertimbangkan-dulu-hal-ini> diakses pada 30 September 2019

⁴<https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/456/jbptunikompp-gdl-ifmanfauzi-22752-3-babi.pdf> diakses pada 30 September 2019.

⁵<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/8981/Bab%201.pdf?sequence=9> diakses pada 30 September 2019

Kebiasaan masyarakat kita yang lebih menyukai barang-barang dengan harga murah membuat para pemilik factory outlet harus bekerja keras dalam menarik konsumen. Factory outlet sendiri dikenal dengan harga barangnya lebih murah dibandingkan dengan di store. Kehadiran factory outlet tersebut akan terus bersaing dan menciptakan inovasi dan kreatifitas terbaru guna memenuhi kebutuhan masyarakat akan suatu produk, sehingga alternatif suatu produk sejenis yang ditawarkan dipasaran lebih beragam bentuknya. Dengan bervariasinya produk yang ditawarkan dipasaran ini membuat konsumen harus lebih selektif dan memilih suatu produk. Konsumen akan mulai melihat suatu produk dengan merek apa yang paling mampu memenuhi kebutuhannya. Sehingga kemudian akan sampai pada tahap dimana konsumen akan memilih untuk menggunakan suatu produk tidak hanya berdasarkan fungsi dasarnya (*Primary Demand*) saja, tetapi berkembang menjadi keinginan yang memuaskan hati konsumen. Dengan adanya hal tersebut konsumen akan muncul pertanyaan tentang dasar pemikiran konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk ketika konsumen tersebut dihadapkan pada jumlah alternative produk dengan merek berbeda dan saling bersaing.

Namun Wakil Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) Tutum Rahanta menuturkan, keberadaan barang palsu saat ini sudah menjadi rahasia umum di Indonesia. Keberadaannya pun tentunya menjadi ancaman bagi penjual produk bermerk asli. Harga yang ditawarkan untuk produk palsu jauh lebih murah jika dibandingkan dengan produk asli. Indonesia, dengan jumlah penduduk mencapai 250 juta adalah pasar yang menggiurkan untuk bisnis apapun, termasuk bisnis barang palsu. Berdasarkan studi Masyarakat Indonesia Anti-Pemalsuan (MIAP) dan UI, kerugian karena perdagangan barang palsu di Indonesia diperkirakan mencapai Rp65,1 triliun pada 2014⁶.

Adapun nilai kerugian yang dialami seluruh dunia akibat barang palsu lebih fantastis lagi. Berdasarkan laporan Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), total impor barang palsu pada 2013 mencapai US\$461 atau sekitar Rp6 ribu triliun. Jumlah tersebut, menyumbang 2,5 persen dari jumlah

⁶ <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20170608094040-92-220253/ketika-bisnis-barang-bermerk-tergerus-produk-jiplakan> diakses pada 30 September 2019

impor global. Dari total tersebut, sebanyak 63,2 persen barang palsu berasal dari China. Kemudian disusul oleh Hong Kong, dengan volume sebesar 21,3 persen. Di dalam negeri, industri ritel fesyen sempat diramaikan oleh penangkapan dua orang distributor sepatu palsu bermerk Nike oleh Polres Metro Jakarta Selatan pada 2015 lalu. Dari tangan dua distributor tersebut polisi menyita sebanyak 2.182 pasang sepatu palsu⁷.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa hak konsumen adalah:

- a. “hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d.”

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha (dalam hal ini adalah penjual online), sesuai Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen adalah:

- a. “beritikad baik dalam melakukan kegiatannya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c.”

Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

⁷ *Ibid.*,

- a. Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. Kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. Tawaran potongan harga atau kaidah menarik yang di tawarkan;
- e. Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Oleh karena itu Penulis membuat penelitian skripsi yang berjudul **“PRAKTEK PERLINDUNGAN KONSUMEN PENJUALAN BARANG FACTORY OUTLET SELAMA PANDEMI COVID-19.”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

1. Bagaimana Pelaku usaha Factory Outlet menjamin penyediaan barang objek transaksi sesuai deskripsi yang di informasikan kepada konsumen?
2. Bagaimanakah tanggung jawab pelaku usaha Factory Outlet menyangkut ketidaksesuaian barang objek transaksi dengan deskripsi yang di informasikan kepada konsumen?
3. Bagaimana pandangan Islam mengenai perlindungan konsumen terhadap pembelian barang branded di factory outlet?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1) TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini untuk mencapai suatu tujuan, tujuan yang terkandung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengalisis Perlindungan terhadap konsumen yang sudah membeli barang di factory outlet.
- b. Untuk mengalisis penyelesaian terhadap konsumen yang sudah membeli barang di factory outlet.
- c. Untuk mengalisis pandangan Islam mengenai perlindungan konsumen terhadap pembelian barang branded di factory outlet.

MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah pengetahuan peneliti, kalangan akademis dan masyarakat dibidang hukum mengenai pengaturan mengenai perlindungan konsumen terhadap pembelian barang branded di factory outlet.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberikan pengetahuan dan menjadi tambahan referensi bagi masyarakat juga bagi penegak hukum dalam menyelesaikan masalah terkait perlindungan konsumen terhadap pembelian barang branded di factory outlet.

D. KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka konseptual merupakan kerangka yang menggambarkan hubungan antara konsep-konsep khusus yang akan diteliti. Untuk itu peneliti menjadikan kerangka konseptual sebagai pedoman operasional dalam pengumpulan, pengolahan, analisis dan konstruksi data adalah:

1. Factory outlet adalah istilah yang dipakai untuk toko pakaian yang menjual pakaian jadi dengan brand atau merk yang terkenal dan merupakan (kebanyakan) pakaian sisa ekspor dengan kualitas yang berbeda-beda.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
4. Barang palsu adalah versi tiruan atau replica dari produk milik perusahaan lain.

E. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Jenis peneliti 0an dalam penelitian ini adalah empiris yang dengan kata lain adalah jenis penelitian lapangan, yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataan dimasyarakat. Atau dengan kata lain yaitu suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau keadaan nyata yang terjadi dimasyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan, setelah data dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah.

2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder penelitian ini terdiri dari:

- a) Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hasil wawancara dengan:
 - i. Factory outlet;
 - ii. Konsumen.

Serta beberapa aturan terkait yang terdiri dari:

- b) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- c) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer terdiri dari buk-buku hukum, skripsi, artikel, jurnal, hukum yang terkait dengan judul penelitian ini.
- d) Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, yang terdiri dari kamus, ensiklopedia, dan situs internet.

3. Alat Pengumpulan Data

Dalam penulisan ini alat pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi lapangan berupa wawancara dan studi dokumen atau bahan pustaka

4. Analisis Data

Analisis data yang digunakan penulis adalah analisis data kualitatif. Prinsip pokok teknik analisis kualitatif. Prinsip pokok teknik analisis kualitatif ialah mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah dalam pemahaman hasil penelitian, penulisan ini akan dibagi dalam beberapa bab yang diantaranya terdiri dari sub bab, judul dan penelitian yaitu tentang “PRAKTEK PERLINDUNGAN KONSUMEN PENJUALAN BARANG FACTORY OUTLET SELAMA PANDEMI COVID-19” dipembahasan nantinya akan dibagi menjadi 5 (lima) bab, sebagaimana akan diuraikan tentang permasalahan dalam penulisan ini.

Bab I merupakan pendahuluan dan gambaran umum menyeluruh tentang pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, diantaranya latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II berjudul tinjauan pustaka tentang gambaran umum terkait dengan perlindungan konsumen, barang branded dan peran Factory Outlet.

Bab III merupakan hasil dari penelitian mengenai aturan-aturan yang mengenai Perlindungan Konsumen atas barang branded, selain itu bab ini juga akan berisi tentang inti dari penelitian oleh data, tinjauan pustaka, serta teori dan konsep-konsep yang terkait.

Bab IV merupakan uraian tentang pandangan islam terhadap perlindungan konsumen atas factory outlet berdasarkan serta Al-Quran dan Hadist.

Bab V merupakan bab terakhir yang akan memberikan penjelasan secara garis besar dalam bentuk kesimpulan mengenai pokok-pokok permasalahan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, serta mengemukakan beberapa saran. Di bab terakhir ini juga sekaligus merupakan penutup dari pembahasan atas permasalahan didalam penulisan ini.