

**KONSUMEN DAN STRATEGI PENJUALAN**  
**(Studi Tentang Perlindungan Hukum terhadap Cara-cara Penjualan**  
**di Solo Grand Mall)**



**Skripsi**

Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas  
Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**NAWANGARUM PUTRI KIRANA**  
**C 100 060 141**

**FAKULTAS HUKUM**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADYAH SURAKARTA**

**2010**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia di dunia ini tidak lepas dengan predikat sebagai konsumen, predikat ini sebagai konsekuensi karena mengkonsumsi barang dan atau jasa melalui transaksi konsumen (*consumer transactions*). Dimana transaksi konsumen yaitu peralihan barang dan atau jasa, termasuk didalamnya peralihan kenikmatan dalam menggunakannya<sup>1</sup>.

Perkembangan teknologi dan ekonomi yang sangat pesat telah menghasilkan berbagai jenis dan variasi dari masing-masing jenis barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Melalui dukungan kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi, membuat terjadi perluasan ruang gerak arus transaksi barang dan jasa melintas batas-batas wilayah suatu negara, pada akhirnya konsumen dihadapkan pada berbagai jenis barang dan jasa yang ditawarkan secara variatif, baik yang berasal dari dalam maupun di impor dari luar negeri<sup>2</sup>.

Kondisi seperti ini, pada satu sisi memberikan manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan jasa yang diinginkan dapat terpenuhi, serta semakin bebas untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen. Fenomena tersebut, pada sisi

---

<sup>1</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT Grasindo, 2000, hal. 111.

<sup>2</sup> Abdul Kadir, Jurnal El-Qisth: *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Produk Makanan Menurut Hukum Islam dan UU No.8 tahun 1999*, dalam <http://jurnal-elqisth.blogspot.com>.

lainnya dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada pada posisi yang lemah.

Di Indonesia lemahnya posisi konsumen tidak terlepas dari sejarah tentang perlindungan konsumen<sup>3</sup>. Sejarah tentang Perlindungan Hukum Konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 20 tahun terakhir, yakni dengan berdirinya suatu lembaga swadana masyarakat yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)<sup>4</sup>. Kemudian baru pada tanggal 20 April tahun 1999 disahkannya dan diundangkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau UUPK ini diharapkan mampu mengatasi masalah yang melanda konsumen di Indonesia. Selain itu juga mengatur perilaku dari pelaku usaha dalam rangka mengembangkan bisnisnya yang dilakukan dengan menggunakan beberapa strategi atau cara-cara penjualan untuk menarik minat dari konsumen agar tertarik dengan barang atau jasa yang disediakan.

Perilaku pelaku usaha dalam melakukan strategi penjualan untuk mengembangkan bisnisnya seringkali menimbulkan kerugian bagi konsumen. Konsumen menjadi obyek aktivitas bisnis untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui kiat promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian yang merugikan konsumen<sup>5</sup>. Dapat dilihat saat ini pasar

---

<sup>3</sup> John Pieris dan Wiwik Sri Widiarty, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Pelangi Cendikia, 2007, hal. 5.

<sup>4</sup> Sidharta, *Op.Cit*, hal. 40.

<sup>5</sup> Abdul Kadir, *Log.Cit*.

dimeriahkan dengan penawaran aneka produk yang dijual obral maupun perang diskon. Memang salah satu cara berhemat adalah dengan memanfaatkan musim obral. Namun perlu hati-hati dengan iklan yang menyebut konsumennya ekonomis dan rasional bila membeli produknya lewat obral dan/atau potongan harga<sup>6</sup>.

Dalam hal penjualan, diatur didalam UUPK pasal 11 yang menyebutkan bahwa:

Pelaku usaha dalam hal penjualan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui atau menyesatkan konsumen dengan:

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

Berbagai alternatif yang digunakan oleh pelaku usaha untuk melakukan cara-cara penjualan agar produk yang mereka jual cepat habis dipasaran dan diminati, membuat konsumen tergiur. Kebanyakan konsumen tertarik apabila barang atau jasa yang dibeli dengan harga murah dan mempunyai kualitas bagus. Konsumen tidak berpikir panjang untuk membeli barang itu apalagi dengan adanya tawaran obral dan potongan harga, konsumen langsung menyerbu tempat

---

<sup>6</sup> Harian Sinar Indonesia Baru » Blog Archive » *LAPK Masyarakat Harus Selektif dan Hati-hati Terhadap Penawaran Murah\_Obral*.htm. September. 2009.

tersebut tanpa mengetahui apakah barang yang dijual memiliki standar mutu yang terjamin dan telah kadaluarsa.

Dalam hal penawaran dari pelaku usaha dengan menjanjikan bermacam-macam keuntungan menarik konsumen untuk membeli produk barang dan atau jasa. Melihat kondisi masyarakat kita saat ini yang mempunyai pola hidup konsumtif, apalagi kaum wanita pasti tertarik dengan potongan harga maupun hadiah yang di iming-imingkan oleh pelaku usaha<sup>7</sup>. Tentu saja jika ternyata informasi tersebut tidak sesuai dengan kenyataan yang ada maka sangat merugikan bagi konsumen.

Untuk itu Lembaga Advokasi dan Perlindungan Konsumen (LAPK) meminta masyarakat untuk selektif dan berhati-hati terhadap berbagai penawaran akan aneka keperluan yang diperdagangkan di pasar dan dijual dengan harga murah maupun yang diobral atau diskon<sup>8</sup>. Dalam hal ini konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum sebagai konsumen. Seperti yang disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

Pasal 1 angka 1

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

Pasal 1 angka 2

Konsumen adalah setiap orang atau 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.

---

<sup>7</sup> Dokumen Hukum: *Hukum-Perlindungan-Konsumen.html*.

<sup>8</sup> *Harian Sinar Indonesia Baru, Log. Cit.*

Konsumen sebagai setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dimasyarakat wajib untuk mendapat perlindungan hukum atas kerugian yang dialaminya. Apalagi dengan adanya strategi penjualan yang digunakan pelaku usaha untuk menarik minat konsumen saat ini, banyak menimbulkan permasalahan bagi konsumen, dimana konsumen kecewa dengan barang yang telah mereka beli.

Maka penelitian tentang cara-cara penjualan khususnya di Mall atau supermarket sangat menarik untuk dikaji lebih dalam karena saat ini konsumen lebih tertarik berbelanja di pasar modern dibandingkan berbelanja di pasar tradisional. Di Mall juga banyak ditemukan tawaran-tawaran yang ditawarkan oleh masing-masing pelaku usaha untuk mengikat konsumen agar tertarik mendatangi dan berbelanja.

Salah satu Mall yang banyak didatangi oleh konsumen di daerah Surakarta adalah Solo Grand Mall. Untuk itu penulis tertarik melakukan penelitian di Solo Grand Mall karena jika dilihat banyak outlet-outlet yang menawarkan barang atau jasa mereka dengan cara-cara penjualan yang berbeda. Sehingga penulis memberikan judul: **KONSUMEN DAN STRATEGI PENJUALAN (Studi Tentang Perlindungan Hukum terhadap Cara-cara Penjualan di Solo Grand Mall)**

## **B. Pembatasan Masalah**

Pembatasan masalah diperlukan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai objek penelitian dan untuk menghindari terjadinya pengaburan dan perluasan masalah sebagai akibat luasnya ruang lingkup tentang objek yang

dikaji, maka penulisan ini dibatasi cara-cara penjualan terhadap produk barang berupa pakaian yang terdapat di outlet-outlet yang ada di Solo Grand Mall. Pakaian yang diteliti yaitu pakaian anak, remaja dan dewasa yang berupa celana, kaos/*tshirt*, *dress*, kemeja, dan *tank top*.

### **C. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam membatasi masalah yang akan diteliti sehingga tujuan dan sasaran yang akhirnya dicapai menjadi jelas, terarah, dan mendapatkan hasil sesuai yang diharapkan. Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu: Bagaimana cara-cara penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha dan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang terlibat dengan cara-cara penjualan oleh pelaku usaha yang melakukan penjualan di Solo Grand Mall?

### **D. Tujuan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini penulis mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan cara-cara penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang melakukan penjualan di Solo Grand Mall
2. Untuk mendeskripsikan perlindungan hukum terhadap konsumen yang terlibat dengan cara-cara penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang melakukan penjualan di Solo Grand Mall.

## **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Sebagai bahan masukan untuk menambah ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu hukum di bidang perdata tentang hukum perlindungan konsumen pada khususnya mengenai cara-cara penjualan dan perlindungan hukumnya.
- b. Sebagai wahana untuk mengembangkan wacana dan pemikiran bagi penulis.
- c. Untuk mengetahui secara mendalam tentang perlindungan konsumen.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan masukan pemikiran dibidang ilmu hukum.
- b. Untuk memberikan masukan dan informasi bagi penulis, masyarakat dan pihak-pihak yang membutuhkan.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu metode cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran yang menjadi ilmu pengetahuan yang bersangkutan.



Metode adalah pedoman cara seorang ilmuwan mempelajari dan memahami lingkungan-lingkungan yang dipahami<sup>9</sup>.

Adapun metode yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

### 1. Metode Pendekatan

Penelitian ini mendasarkan pada penelitian hukum yang dilakukan dengan pendekatan Non-doktrinal yang kualitatif<sup>10</sup>. Hal ini disebabkan di dalam penelitian ini, hukum tidak hanya dikonsepsikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah yang mengatur kehidupan manusia dalam masyarakat, melainkan meliputi pula lembaga-lembaga dan proses-proses yang mewujudkan berlakunya kaidah-kaidah itu dalam masyarakat, sebagai perwujudan makna-makna simbolik dari pelaku sosial, sebagaimana termanifestasi dan tersimak dalam dan dari aksi dan interaksi antar mereka.

Dengan demikian di dalam penelitian ini akan dicoba dilihat keterkaitan antara faktor hukum dengan faktor-faktor ekstra legal yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

### 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Solo Grand Mall. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive*, yang didasarkan pada pertimbangan *pertama*, Solo Grand Mall merupakan Mall yang letaknya

---

<sup>9</sup> Soerjono Soekamto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, 1986. hal. 67.

<sup>10</sup> Soetandyo Wignjosoebroto, *Silabus Metode Penelitian Hukum, Program Pascasarjana Universitas Airlangga*, Surabaya, tt. Hal. 1 dan 3

straregis berada di Jalan Slamet Riyadi yang merupakan jantung kota Surakarta sehingga banyak diminati dan dikunjungi oleh konsumen sebagai tempat belanja dengan rata-rata jumlah pengunjung harian SGM 19.000 sampai 20.000 orang sedangkan pada *weekend* rata-rata 25.000 orang, dan pada waktu Lebaran bisa mencapai 40.000 orang<sup>11</sup>. *Kedua*, karena banyak cara-cara penjualan yang digunakan penjual di Solo Grand Mall untuk menarik minat konsumen.

### 3. Spesifikasi Penelitian

Tipe kajian dalam penelitian ini lebih bersifat deskriptif, karena bermaksud menggambarkan secara jelas dengan tidak menutup kemungkinan pada taraf tertentu juga akan mengeksplanasikan atau memahami tentang berbagai hal yang terkait dengan objek yang diteliti, yaitu: (a) Cara-cara penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang melakukan penjualan di Solo Grand Mall. (b) Perlindungan hukum terhadap konsumen yang terlibat dengan cara-cara penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang melakukan penjualan di Solo Grand Mall.

### 4. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini membutuhkan dua jenis data yang berasal dari dua sumber yang berbeda, yaitu:

---

<sup>11</sup>Harian joglo Semar, *Tampil-mewah-dan-eksklusif-yanto-zefania-direktur-solo-grand-mall-3860.html*, Rabu, tanggal 9 Desember 2009.

#### a. Data Sekunder

Yaitu data yang berasal dari bahan-bahan pustaka, baik yang meliputi:

- 1) Dokumen-dokumen tertulis, yang bersumber dari peraturan perundang-undangan (hukum positif Indonesia), artikel ilmiah, buku-buku literatur, dokumen-dokumen resmi, arsip dan publikasi dari lembaga-lembaga yang terkait.
- 2) Dokumen-dokumen yang bersumber dari data-data statistik, baik yang dikeluarkan oleh instansi pemerintah, maupun oleh perusahaan, yang terkait dengan fokus permasalahannya.

#### b. Data Primer

Yaitu data-data yang berasal dari sumber data utama, yang berwujud tindakan-tindakan sosial dan kata-kata,<sup>12</sup> dari pihak-pihak yang terlibat dengan objek yang diteliti yang berupa keterangan-keterangan yang berasal dari pihak-pihak yang terlibat dengan objek yang diteliti, yang dimaksudkan untuk dapat lebih memahami maksud dan arti dari data sekunder yang ada. Data primer ini pada pelaksanaannya berfungsi sebagai penunjang dari data sekunder.

### 5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>12</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, hal. 112.

a. Studi Kepustakaan

Yang dilakukan dengan cara cara, mencari, menginventarisasi dan mempelajari peraturan perundang-undangan, doktrin-doktrin, dan data-data sekunder yang lain, yang berkaitan dengan fokus permasalahannya. Metode ini dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder yang terkait dengan objek yang dikaji.

b. Wawancara

Metode wawancara ini dilakukan secara intensif dan mendalam terhadap para informan yang berkaitan dengan fokus permasalahan yang dikaji. Dengan maksud untuk memperoleh gambaran yang lebih terperinci dan mendalam, tentang apa yang tercakup di dalam berbagai permasalahan yang telah ditetapkan terbatas pada satu fokus permasalahan tertentu.

c. Observasi (pengamatan)

Observasi adalah pengumpulan data primer dengan cara pengamatan<sup>13</sup>. Pengamatan akan dilakukan secara langsung untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti.

## 6. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini akan digunakan analisis data untuk menyelesaikan perumusan masalah yang ada dengan menggunakan analisis kualitatif. Dalam hal ini analisis akan dilakukan secara berurutan

---

<sup>13</sup> Bilson Simamorang, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka. 2004. hal. 31.

antara metode analisis domain, analisis taksonomis, dan analisis komponensial. Setelah semua tahapan analisis tersebut dilakukan, pada tahapan akhirnya akan dilakukan pula penafsiran data, dimana norma-norma yang ada diaplikasikan ke dalam data, sehingga terjadi suatu dialog antara norma di satu sisi dengan data di sisi lain.

### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan didalam memahami isi dan tujuan penelitian maka penulis memaparkan rancangan dari bentuk dan isi dari skripsi secara keseluruhan adalah sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pembatasan Masalah
- C. Perumusan Masalah
- D. Tujuan Penelitian
- E. Manfaat Penelitian
- F. Metode Penelitian
- G. Sistematika Penuisan

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

- A. Tinjauan Umum tentang Konsumen
  - 1. Pengertian Konsumen
  - 2. Hak-hak Konsumen
  - 3. Kewajiban Konsumen
  - 4. Perlindungan pada Konsumen

- B. Tinjauan Umum tentang Pelaku Usaha
  - 1. Pengertian Pelaku Usaha
  - 2. Hak-hak pelaku usaha
  - 3. Kewajiban Pelaku Usaha
  - 4. Larangan bagi Pelaku Usaha
- C. Tinjauan Umum tentang Strategi Penjualan
  - 1. Pengertian Strategi Penjualan
  - 2. Konsep Penjualan
  - 3. Cara-cara Penjualan
    - a. Promosi dan Iklan
    - b. Diskon atau Potongan Harga
    - c. Obral atau Lelang
    - d. Undian Berhadiah
- D. Teori Bekerjanya Hukum dalam Masyarakat

### BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. HASIL PENELITIAN

Cara-cara penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang melakukan penjualan di Solo Grand Mall.

#### B. PEMBAHASAN

Cara-cara penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha dan perlindungan hukum terhadap konsumen yang terlibat dengan cara-cara penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang melakukan penjualan di Solo Grand Mall.

BAB IV: PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

C. Penutup

DAFTAR PUSTAKA