



SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
JUAL BELI BARANG BERKATALOG**

*CONSUMER PROTECTION IN THE PURCHASE AND SALE OF GOODS
THROUGH CATALOGS*

**DENDY YOHANES
NIM. 080710101153**

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

2015

SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
JUAL BELI BARANG BERKATALOG**

*CONSUMER PROTECTION IN THE PURCHASE AND SALE OF GOODS
THROUGH CATALOGS*

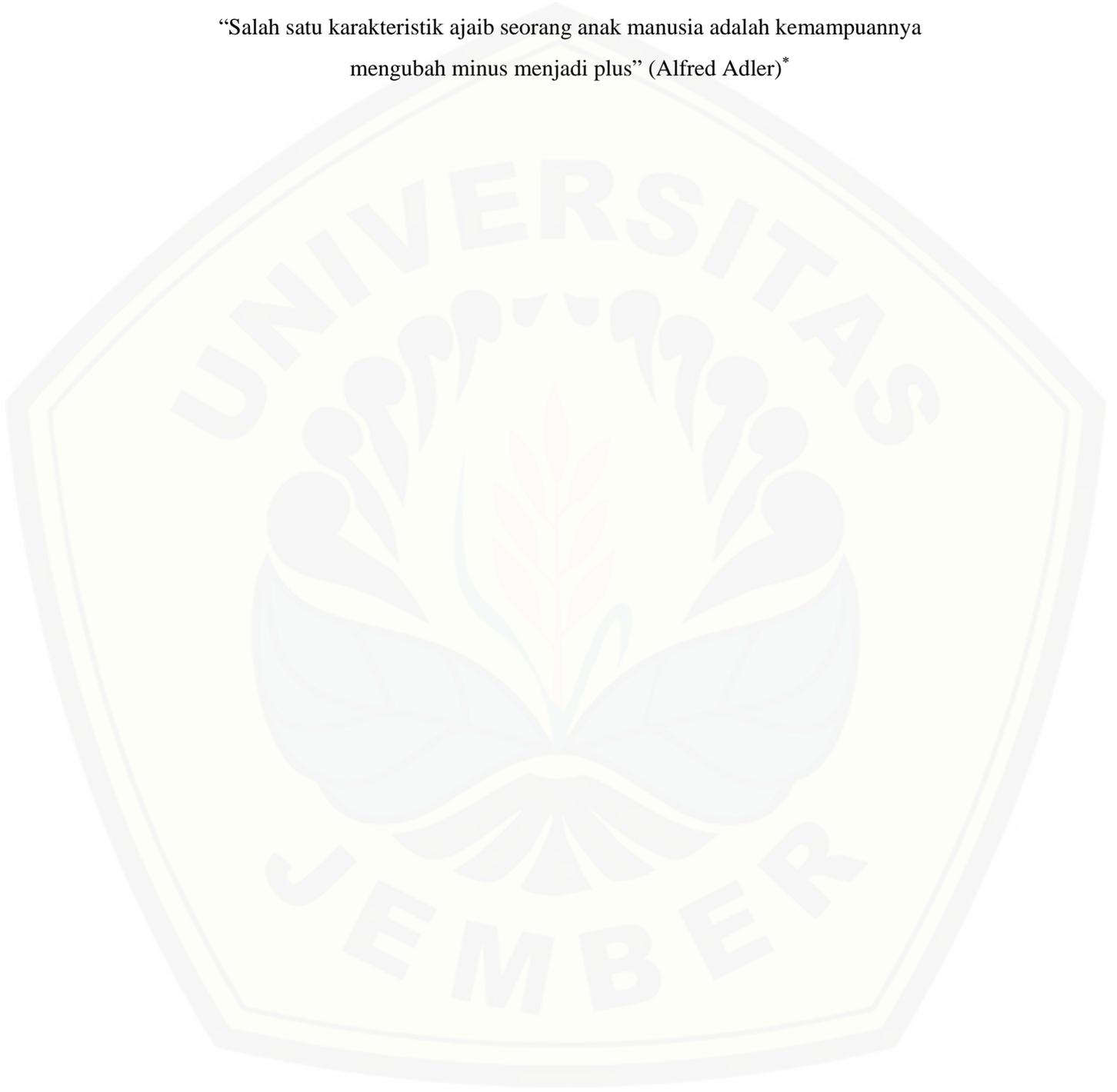
**DENDY YOHANES
NIM. 080710101153**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2015

MOTTO

“Salah satu karakteristik ajaib seorang anak manusia adalah kemampuannya mengubah minus menjadi plus” (Alfred Adler)*



* Art Garner, 2012, *Why Winners Win*, Surabaya, Mic Publishing, hlm. 100.

SKRIPSI

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
JUAL BELI BARANG BERKATALOG**

*CONSUMER PROTECTION IN THE PURCHASE AND SALE OF GOODS
THROUGH CATALOGS*

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Hukum (S1) dan mencapai gelar Sarjana Hukum

**DENDY YOHANES
NIM. 080710101153**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2015

PERSETUJUAN

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL 19 SEPTEMBER 2015

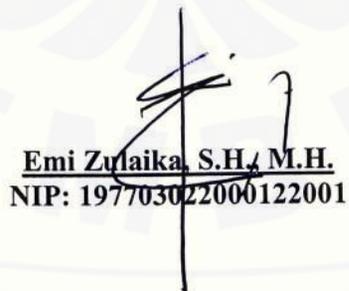
Oleh :

Pembimbing



Prof. Dr. H.M. Khoidin, S.H, M.Hum, C.N
NIP: 196303081988021001

Pembantu Pembimbing



Emi Zulaika, S.H, M.H.
NIP: 197703022000122001

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul :

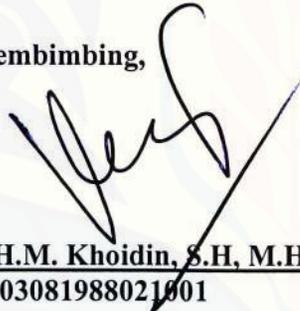
**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM
JUAL BELI BARANG BERKATALOG**

*CONSUMER PROTECTION IN THE PURCHASE AND SALE OF GOODS
THROUGH CATALOGS*

Oleh :

DENDY YOHANES
NIM. 080710101153

Pembimbing,



Prof. Dr. H.M. Khoidin, S.H, M.Hum, C.N
NIP: 196303081988021001

Pembantu Pembimbing,



Emi Zulaika, S.H., M.H.
NIP: 197703022000122001

Mengesahkan :

Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi

Universitas Jember

Fakultas Hukum

Rehabat Dekan,



Dr. Nurul Ghufroh, S.H., M.H.
NIP. 197409221999031003

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 23
Bulan : Oktober
Tahun : 2015

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

Panitia Penguji :

Ketua



I Wayan Yasa, S.H., M.H.
NIP.196010061989021001

Sekretaris



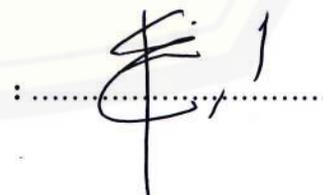
Edi Wahjuni, S.H., M.Hum
NIP.196812302003122001

Anggota Penguji :

Prof. Dr. H.M. Khoidin, S.H, M.Hum, C.N
NIP: 196303081988021001



Emi Zulaika, S.H., M.H.
NIP: 197703022000122001



PERNYATAAN

Saya sebagai penulis yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dendy Yohanes

NIM : 080710101153

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berbentuk skripsi dengan judul : **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM JUAL BELI BARANG BERKATALOG”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak lain serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 19 September 2015

Yang menyatakan.



Dendy Yohanes

NIM. 080710101153

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan rasa syukur kepada Tuhan Yesus Kristus dan rasa terima kasih kepada :

1. Ayahanda tercinta Wakimin dan Ibunda tercinta Ennike Kasmirah, yang sangat saya sayangi dan saya banggakan;
2. Bapak/Ibu Guruku mulai tingkat SD, SMP, dan SMA, dan Bapak/Ibu Dosenku tercinta di Fakultas Hukum Universitas Jember, serta semua orang yang telah dengan tulus memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan dan tanpa pamrih yang sangat saya hormati dan saya banggakan;
3. Almamater Tercinta Fakultas Hukum Universitas Jember yang sangat saya banggakan sebagai tempat untuk menimba ilmu pengetahuan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa banyak sekali hambatan, tantangan, dan kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Tanpa bimbingan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Terimakasih kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu setia menemani, membimbing, menyayangi dan memberikan pertolongan yang selalu tepat pada waktunya;
2. Bapak Prof. Dr. H.M. Khoidin, S.H, M.Hum, C.N, selaku Dosen Pembimbing Utama yang saya hormati dalam penulisan skripsi ini yang telah sabar dan tulus ikhlas bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
3. Ibu Emi Zulaika, S.H., M.H., selaku Dosen Pembantu Pembimbing yang saya hormati dalam penulisan skripsi ini yang telah tulus ikhlas bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
4. Bapak I Wayan Yasa, S.H., M.H. selaku Ketua Penguji yang saya hormati dalam penulisan skripsi ini yang telah tulus ikhlas bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
5. Ibu Edi Wahjuni, S.H., M.Hum selaku Sekretaris Penguji yang saya hormati dalam penulisan skripsi ini yang telah tulus ikhlas bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
6. Bapak Dr. Nurul Ghufron S.H., M.H., selaku Penjabat Dekan, Bapak Mardi Handono, S.H., M.H., selaku Pembantu Dekan II, dan Bapak Iwan Rahmad, S.H., M.H., selaku Pembantu Dekan III sekaligus Penjabat Pembantu Dekan I Fakultas Hukum Universitas Jember yang saya hormati;

7. Bapak Dr. Dominikus Rato, S.H., MS, selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Jember yang saya hormati;
8. Bapak Samsudi, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang saya hormati;
9. Seluruh Civitas Akademika beserta seluruh Staf Fakultas Hukum Universitas Jember atas bantuannya selama penulis menuntut ilmu;
10. Ayahanda tercinta Wakimin, Ibunda tercinta Ennike Kasmirah dan kakaku Dany Yonathan yang sangat saya sayangi dan saya banggakan. Terima Kasih atas limpahan curahan kasih sayang, doa, serta kesabarannya;
11. Koko Tan Sinliong, yang telah memberikan semangat dan masukan-masukan baik dalam penulisan skripsi dan nasihat untuk menjadi personal yang baik;
12. Fidy Ayu Widanti, yang tak pernah lelah memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini;
13. Keluarga besar Pastori beserta seluruh sidang Jemaat GKAI Dam Lima, serta keluarga besar Pastori beserta seluruh sidang jemaat GPPS Jember yang senantiasa memberikan semangat dan bantuan doa sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik;
14. Sahabat-sahabatku tercinta di Fakultas Hukum Universitas Jember (FH UNEJ) angkatan 2008, serta teman-teman Kost lembah permai.

Semoga semua doa, bimbingan, pengarahan, nasehat, bantuan, semangat, dan dorongan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang lebih baik dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Jember, 22 Oktober 2015

Penulis

RINGKASAN

Di era yang semakin canggih dan global ini, membuat persaingan di dunia usaha semakin ketat. Hal ini membuat para pelaku usaha semakin inovatif dalam menawarkan dan memasarkan produknya. Saat ini salah satu sistem pemasaran yang digemari para pelaku usaha adalah menggunakan sistem pemasaran langsung (*direct marketing*), dimana dalam sistem pemasaran langsung dapat menggunakan sistem pemasaran singgel level atau multi level.

Dalam sistem pemasaran langsung, pada dasarnya pelaku usaha memasarkan produknya melalui sistem pendistribusian khusus. Dimana produk yang ditawarkan hanya bisa didapatkan melalui member/mitra usaha yang sudah terdaftar. Sedangkan media yang digunakan pelaku usaha untuk menawarkan produknya kepada konsumen dapat berupa katalog cetak maupun kataog elektronik serta melalui mitra usaha yang berkedudukan sebagai distributor.

Permasalahan yang muncul dalam jual beli barang berkatalog tersebut biasanya berkaitan dengan barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan deskripsi barang yang terdapat dalam katalog. Pencantuman informasi atas barang yang kurang jelas mengenai spesifikasi, kualitas, cara penggunaan dan resiko penggunaan barang yang juga menjadi permasalahan yang dapat merugikan konsumen. Selanjutnya berkaitan dengan komplain yang dilakukan konsumen kepada pelaku usaha terhadap barang yang dibelinya juga mengalami kendala yang sangat merugikan konsumen, dimana dalam proses komplain tersebut tidak ada pemberitahuan tentang jangka waktu yang jelas terkait penyelesaian komplain tersebut.

Rumusan masalah dalam skripsi ini, yaitu : (i) Bagaimana kekuatan hukum perjanjian jual beli barang berkatalog; (ii) Bagaimanaka tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam jual beli barang berkatalog; (iii) Bagaimana upaya konsumen dalam mengajukan gugatan ganti rugi beserta cara-cara penyelesaiannya.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk : pertama, mengetahui dan memahami kekuatan hukum perjanjian jual beli barang berkatalog. Kedua, mengetahui dan memahami tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam jual beli barang berkatalog. Ketiga, mengetahui dan memahami upaya yang dapat dilakukan konsumen dalam mengajukan gugatan ganti rugi beserta cara-cara penyelesaiannya.

Metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode yuridis-normatif (*legal research*) dengan pendekatan masalah melalui pendekatan undang-undang (*statute approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dengan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, serta bahan non hukum kemudian dilanjutkan dengan analisa bahan hukum.

Kesimpulan dari skripsi ini adalah pertama, kekuatan hukum perjanjian jual beli barang berkatalog mengikat kedua belah pihak berdasarkan Pasal 1320 jo Pasal 1338 KUHPerdara, dimana mengikatnya perjanjian jual beli barang berkatalog tidak hanya terhadap hal-hal yang secara tegas dinyatakan dalam

katalog, namun juga meliputi janji-janji lain yang secara tidak tegas dinyatakan seperti janji-janji pemberian hadiah yang tidak dimuat secara langsung melalui katalog namun melalui media lain, maupun janji yang diberikan mitra usaha diluar apa yang dijanjikan oleh produsen yang diberikan melalui katalog. Kedua, pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen dalam jual beli barang berkatalog yang timbul baik atas kesesatan informasi, barang yang diterima tidak sebagaimana yang dijanjikan dan kerugian akibat penggunaan atau pemanfaatan barang yang dibeli sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf h jo Pasal 7 huruf g jo Pasal 7 huruf f jo Pasal 19 ayat (1). Ketiga, upaya konsumen dalam mengajukan gugatan ganti kerugian dalam jual beli barang berkatalog dapat melalui beberapa jalur penyelesaian sengketa yang diantaranya adalah:

- a) Penyelesaian sengketa secara damai antara kedua belah pihak;
- b) Penyelesaian sengketa melalui BPSK;
- c) Penyelesaian sengketa melalui Pengadilan Negeri.

DAFTAR ISI

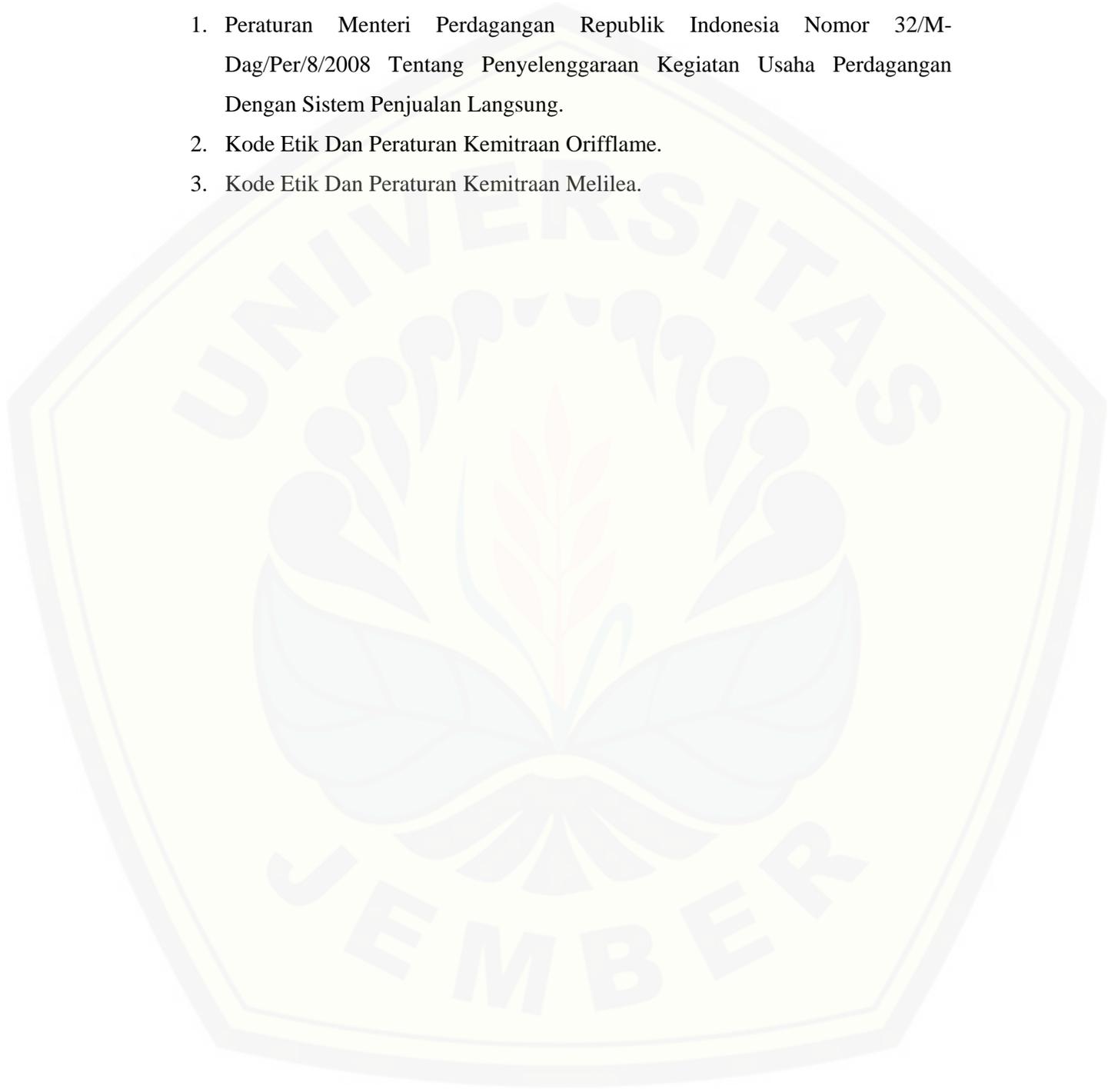
	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PRASYARAT GELAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	vii
HALAMAN PERNYATAAN	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH	x
HALAMAN RINGKASAN	xii
HALAMAN DAFTAR ISI	xiv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Umum	5
1.3.2 Tujuan Khusus	5
1.4 Metode Penelitian	6
1.4.1 Tipe Penelitian	6
1.4.2 Pendekatan Masalah	7
1.4.3 Bahan Hukum	7
1.4.3.1 Bahan Hukum Primer	8
1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder	8
1.4.3.3 Bahan Non Hukum	9
1.4.4 Analisis Bahan Hukum	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Perlindungan Hukum	11

2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum	11
2.2.1 Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum.....	12
2.1.3 Tujuan Perlindungan Hukum	13
2.2 Konsumen	14
2.2.1 Pengertian Konsumen.....	14
2.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen	16
2.3 Pelaku Usaha	18
2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha	18
2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	19
2.4 Perjanjian	20
2.4.1 Pengertian Perjanjian	20
2.4.2 Unsur-Unsur Perjanjian	21
2.4.3 Syarat Sah Perjanjian	22
2.4.4 Asas-Asas Perjanjian	26
2.4.5 Macam-Macam Perjanjian	28
2.5 Jual Beli	20
2.5.1 Pengertian Jual Beli	20
2.5.2 Terjadinya Perjanjian Jual Beli	31
2.5.3 Kewajiban Penjual dan Pembeli	32
2.6 Katalog	33
2.6.1 Pengertian Katalog	33
2.6.2 Macam-Macam Katalog	34
BAB 3 PEMBAHASAN	36
3.1 Kekuatan Hukum Perjanjian Jual Beli Barang Berkatalog	36
3.1.1 Kedudukan Katalog Sebagai Media Penawaran Menurut Hukum	36
3.1.2 Kekuatan Mengikat Perjanjian Jual Beli Barang Berkatalog Berdasarkan Pasal 1320 dan Pasal 1338 KUHPerduta	47
3.2 Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Yang Di Derita Konsumen Dalam Jual Beli Barang Berkatalog	49

3.2.1 Bentuk Perlindungan Hukum yang diberikan kepada konsumen Dalam Jual Beli Barang Berkatalog	49
3.2.2 Tanggung Jawab Mitra Usaha Dan Produsen Dalam Jual Beli Barang Berkatalog Terhadap Konsumen	61
3.3 Upaya Konsumen Dalam Mengajukan Gugatan Gantirugi Beserta Cara-Cara Penyelesaiannya	72
3.3.1 Penyelesaian Sengketa Secara Damai Oleh Para Pihak	74
3.3.2 Penyelesaian Sengketa Melalui BPSK	77
3.3.3 Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan	82
BAB 4 PENUTUP	85
4.1 Kesimpulan	85
DAFTAR BACAAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 32/M-Dag/Per/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung.
2. Kode Etik Dan Peraturan Kemitraan Orifflame.
3. Kode Etik Dan Peraturan Kemitraan Melilea.



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era yang semakin canggih dan global kini, membuat persaingan di dunia usaha semakin ketat. Hal ini membuat para pelaku usaha semakin inovatif dalam menawarkan dan memasarkan produknya. Saat ini salah satu sistem pemasaran yang digemari para pelaku usaha adalah menggunakan sistem pemasaran langsung (*direct marketing*) atau penjualan langsung (*direct selling*). Penjualan langsung (*direct selling*) adalah metode penjualan barang dan/atau jasa tertentu melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan kepada konsumen di luar lokasi eceran tetap.¹ Pendistribusian barang melalui sistem penjualan langsung dapat dilakukan secara *single* level dan multi level,² dimana cara pendistribusian barang dilakukan secara eksklusif melalui anggota perusahaan yang resmi terdaftar sebagai anggota perusahaan yang berkedudukan sebagai mitra usaha. Penjualan langsung secara *single* level adalah penjualan barang tertentu yang tidak melalui jaringan pemasaran berjenjang. Sedangkan yang dimaksud dengan penjualan langsung secara multilevel adalah penjualan barang tertentu melalui jaringan pemasaran berjenjang yang dikembangkan oleh mitra usaha yang bekerja atas dasar komisi dan/atau bonus berdasarkan hasil penjualan barang kepada konsumen.³

Pemasaran produk melalui sistem penjualan langsung pada dasarnya dapat menggunakan satu atau lebih media periklanan yang disebut sebagai periklanan tanggapan langsung. Periklanan tanggapan langsung dapat berupa iklan melalui media cetak (katalog) dan media elektronik (telepon, internet dapat berupa elektronik katalog, email, web dan lain-lain).

¹Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Perdagangan No: 32/M DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung jo Penjelasan Pasal 7 ayat 3 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

²Pasal 7 ayat 3 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

³Penjelasan Pasal 7 ayat 3 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

Pemasaran produk dengan sistem penjualan langsung di Indonesia saat ini dilakukan dengan menggunakan media utama berupa katalog cetak dan elektronik katalog. Dalam buku yang berjudul *The Complete Ideal's Guides Direct Marketing*, Bly Robert W., mengemukakan pendapatnya bahwa:⁴

Katalog merupakan peranti penjualan yang dirancang untuk menghasilkan kontak penjualan atau penjualan langsung. Bisa dikatakan selain situs web, katalog merupakan satu-satunya media pemasaran langsung yang dapat menjual berbagai produk sekaligus.

Keberhasilan memasarkan produk dengan katalog tergantung pada produk atau barang yang menarik disertai naskah deskriptif yang menonjolkan berbagai ciri dan manfaatnya. Diantara para konsumen, ada yang sangat sangat gemar berbelanja melalui katalog. Bagi konsumen katalog adalah cara belanja yang mudah, praktis dan menjamin privasi konsumen. Mereka juga senang karena sering mendapatkan diskon atau menemukan produk-produk yang tidak tersedia ditoko.

Sistem penjualan dengan menggunakan katalog biasanya disebut sebagai *mail-order*. *Mail-order* merupakan penjualan melalui pos atau paket.⁵ Konsumen membeli produk yang di lihatnya di iklan, brosur *direct mail*, dan katalog tanpa melihat barang secara langsung maupun tanpa harus datang ketoko atau bertatap muka dengan wiraniaga. Selanjutnya barang pesanan tersebut akan dikirim langsung kealamat konsumen melalui jasa pos atau kurir.

Dengan adanya sistem penjualan langsung melalui media katalog, maka konsumen tidak lagi susah payah untuk memilih barang yang ingin dibelinya, hanya berbekal katalog konsumen dapat memilih berbagai macam barang dengan kualitas tertentu dalam satu buku katalog maupun elektronik katalog yang disediakan pelaku usaha. Selain itu pelaku usaha juga memperoleh keuntungan terkait dengan minimnya biaya promosi yang dikeluarkan pelaku usaha dalam menawarkan barang yang ditawarkan kepada konsumen, hal tersebut dikarenakan pemasaran langsung dengan menggunakan katalog baik cetak maupun elektronik katalog termasuk dalam jenis iklan lini bawah (*below the line*) dimana dalam hal finansial iklan lini bawah lebih murah dibandingkan dengan iklan lini atas (*above the line*) seperti iklan melalui televisi, media pers, media luar ruang dan

⁴Bly Robert W., 2006, *The Complete Ideal's Guides Direct Marketing*, Jakarta, Prenada, hlm, 159.

⁵Ibid., hlm, 8.

sebagainya.⁶ Selain itu, katalog yang disediakan pelaku usaha (khususnya katalog cetak) dihargai dengan harga tertentu sehingga hasil penjualan katalog tersebut akan memberikan keuntungan tersendiri bagi pelaku usaha.⁷ Sedangkan untuk elektronik katalog memberikan keuntungan berupa penghematan uang dalam hal biaya cetak dan pos.⁸

Namun kekurangan dari jual beli barang berkatalog yaitu bahwa konsumen tidak dapat mengetahui secara langsung tentang kondisi, kualitas, dan spesifikasi barang yang akan di belinya. Hanya berdasarkan deskripsi atas barang yang terdapat dalam katalog, konsumen menentukan pilihan barang yang akan dibelinya.

Permasalahan yang muncul dalam jual beli barang berkatalog biasanya berkaitan dengan barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan deskripsi yang terdapat dalam katalog. Pencantuman informasi atas barang yang kurang jelas mengenai spesifikasi, kualitas, cara penggunaan dan resiko penggunaan barang juga menjadi permasalahan yang dapat merugikan konsumen. Selanjutnya berkaitan dengan komplain yang dilakukan konsumen kepada pelaku usaha terhadap barang yang dibelinya juga mengalami kendala yang sangat merugikan konsumen, dimana dalam proses komplain tersebut tidak ada pemberitahuan tentang jangka waktu yang jelas terkait penyelesaian komplain tersebut.

Berdasarkan Pasal 4 huruf h Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang di terima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Kemudian Pasal 7 huruf g Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa Kewajiban pelaku usaha adalah memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang di terima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Selanjutnya menurut

⁶Jaefkins frank, 1997, *Periklanan Edisi Ketiga*, Jakarta, erlangga. hlm. 86. hlm. 99. hlm. 114. Lihat juga Philip Kotler, 1997, *Manajemen Pemasaran Marketing Manajemen 9e Analisis, Perencanaan, Implimentasi, Dan Kontrol Edisi Revisi*, Jakarta, PT. Ikrar Mandiriabadi, hlm. 317. hlm. 327.

⁷Ibid., Philip Kolter, hlm. 211.

⁸Ibid.

Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut. Selain itu berdasarkan Pasal 7 huruf f pelaku usaha berkewajiban untuk memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Kemudian Pasal 19 ayat (1) menyebutkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Berdasarkan pasal tersebut diatas, ketidak sesuaian barang yang diterima dengan deskripsi yang tertera dalam katalog merupakan bentuk pelanggaran/larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang. Selain itu terhadap kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang ditawarkan pelaku usaha melalui katalog juga dilindungi. Selanjutnya konsumen yang dirugikan berhak untuk menuntut gantirugi serta mendapatkan perlindungan hukum atas pelanggaran yang telah dilakukan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan uraian singkat tersebut diatas maka permasalahan ini menarik untuk di bahas dan penulis bermaksud untuk mengangkat permasalahan tersebut sebagai karya tulis berupa skripsi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kekuatan hukum perjanjian jual beli barang berkatalog?
2. Bagaimanaka tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam jual beli barang berkatalog?
3. Bagaimana upaya konsumen dalam mengajukan gugatan ganti rugi beserta cara-cara penyelesaiannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Agar dapat menuju sasaran yang tepat, maka dalam penyusunan karya tulis ini sangat dirasa perlu untuk menetapkan tujuan penulisannya, adapun tujuan penulisan yang dimaksud terbagi dalam 2 (dua) kategori, yakni:

1.3.1. Tujuan Umum

Tujuan umum penulisan skripsi ini antara lain:

1. Untuk memenuhi dan melengkapi persyaratan yang wajib dipenuhi guna mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.
2. Untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu hukum yang diperoleh dalam perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Jember melalui sebuah penelitian hukum.
3. Untuk memberikan tambahan pemikiran atas permasalahan yang telah dibahas, yaitu dari hasil penelitian hukum yang dilakukan penulis, yang diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya, bagi kalangan akademis Fakultas Hukum Universitas Jember, dan almamater, serta pihak lain yang berminat atau berkepentingan sehubungan dengan permasalahan yang dibahas pada khususnya.

1.3.2. Tujuan Khusus

Tujuan khusus penulisan skripsi ini antara lain:

1. Untuk mengetahui dan memahami kekuatan hukum perjanjian jual beli barang berkatalog.
2. Untuk mengetahui dan memahami tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam jual beli barang berkatalog.
3. Untuk mengetahui dan memahami upaya yang dapat dilakukan konsumen dalam mengajukan gugatan ganti rugi beserta cara-cara penyelesaiannya.

1.4 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara menemukan atau memperoleh atau menjalankan suatu kegiatan untuk memperoleh hasil yang konkrit. Metode penelitian sangat diperlukan dalam penyusunan suatu karya tulis ilmiah, agar analisis terhadap objek studi dapat dijalankan sesuai prosedur yang benar sehingga kesimpulan akhir yang nantinya diperoleh mendekati kebenaran objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Penyusunan suatu karya tulis ilmiah atau skripsi, harus mempergunakan suatu metode yang terarah dan terkonsep dengan baik. Agar penulis mendapatkan hasil yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah atas penelitian yang dilakukan, maka penulis menggunakan metode penulisan sebagai berikut:

1.4.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah Penelitian Hukum (*Legal Research*). Penelitian hukum yaitu:

“Menemukan kebenaran koherensi, yaitu adakah aturan hukum sesuai norma hukum dan adakah norma yang berupa perintah atau larangan itu sesuai dengan prinsip hukum, serta apakah tindakan (*act*) seseorang sesuai dengan norma hukum (bukan hanya sesuai aturan hukum) atau prinsip hukum.”⁹

Penelitian hukum digunakan untuk memecahkan isu hukum yang dihadapi dengan cara mengidentifikasi masalah hukum, melakukan penalaran hukum, menganalisis masalah yang dihadapi dan kemudian memberikan pemecahan atas masalah tersebut.¹⁰

Tipe penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah yuridis normative (*Legal Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji berbagai aturan hukum yang bersifat formil seperti undang-undang, peraturan-peraturan serta literature yang berisi konsep-konsep teoritis yang kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini.

⁹Peter Mahmud Marzuki, 2014, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, hlm. 47.

¹⁰Ibid., hlm. 60.

1.4.2 Pendekatan Masalah

Ada beberapa pendekatan yang dapat digunakan dalam melakukan penelitian hukum. Pendekatan tersebut berfungsi untuk mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu hukum yang akan diteliti. Pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan undang-undang (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*).

Pendekatan undang-undang (*statute approach*), dimana pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.¹¹ Dalam metode pendekatan perundang-undangan peneliti perlu memahami hierarki dan Asas-Asas dalam peraturan perundang-undangan. Dengan demikian pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan dengan menggunakan regulasi dan legislasi.¹² Undang-undang dan regulasi tersebut merupakan landasan bagi penulis untuk menjawab isu hukum.

Pendekatan konseptual (*conceptual approach*), adalah pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang didalam ilmu hukum.¹³ Pemahaman pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tersebut merupakan sandaran bagi penulis dalam membangun argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi.

1.4.3. Bahan Hukum

Bahan hukum merupakan sarana dari suatu penulisan yang digunakan untuk memecahkan permasalahan yang ada sekaligus memberikan preskripsi mengenai apa seyogyanya. Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penulisan skripsi ini antara lain bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum.

¹¹Ibid., hlm. 131.

¹²Ibid., hlm. 137

¹³Ibid., hlm. 135.

1.4.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang bersifat autoritatif, yang artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan, resmi atau risahlah dalam pembuatan peraturan perundang-undangan atau putusan-putusan hakim.¹⁴

Bahan hukum primer yang penulis pergunakan dalam penulisan skripsi antara lain:

1. Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945;
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata/Burgelijk Wetboek Staatsblad Tahun 1847 Nomor 23;
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821;
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58;
5. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45;
6. Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/Mpp/Kep/12/2001 Tentang Pelaksanaan Tugas Dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.
7. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 32/M-Dag/Per/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Kegiatan Usaha Perdagangan Dengan Sistem Penjualan Langsung.

1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan pedoman-pedoman resmi. Publikasi tentang hukum meliputi

¹⁴Ibid., hlm 181.

buku-buku teks, kamus-kamus hukum, jurnal-jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan.¹⁵ Bahan hukum sekunder yang digunakan pada penulisan skripsi ini meliputi buku-buku literatur hukum, tulisan-tulisan hukum, maupun jurnal-jurnal yang relevan dengan permasalahan.

1.4.3.3 Bahan Non Hukum

Bahan-bahan non hukum merupakan data yang dapat berupa buku-buku mengenai ilmu politik, ekonomi, sosiologi, filsafat, kebudayaan ataupun laporan-laporan penelitian non hukum dan jurnal-jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan topik penelitian.¹⁶ Selain sumber-sumber penelitian yang berupa bahan hukum, peneliti juga menggunakan bahan non hukum dalam penulisan skripsi ini yang meliputi buku-buku ilmu ekonomi, kamus dan data yang diperoleh dari internet.

1.4.4 Analisis Bahan Hukum

Analisis bahan hukum merupakan metode untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang dibahas. Proses menemukan jawaban tersebut, dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:¹⁷

1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;
2. Mengumpulkan bahan-bahan hukum yang sekiranya dipandang mempunyai relevansi juga bahan-bahan non hukum;
3. Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
4. Menarik kesimpulan dalam bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum;
5. Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun dalam kesimpulan.

Hasil analisis tersebut kemudian dibahas untuk mendapatkan pemahaman yang jelas atas permasalahan yang dibahas, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan dengan menggunakan metode deduktif, yaitu

¹⁵Ibid.

¹⁶Ibid., hlm. 183-184.

¹⁷Ibid., hlm. 213.

cara pengambilan kesimpulan yang bersifat khusus, sehingga jawaban atas rumusan masalah dapat tercapai.



BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perlindungan Hukum

2.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Berdasarkan penjelasan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa “Indonesia adalah Negara yang berdasarkan atas hukum dan pemerintahan berdasarkan atas sistem konstitusi”. Elemen pokok Negara hukum adalah pengakuan dan perlindungan terhadap *fundamental rights*. Pasal 2 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa “setiap orang berhak atas pengakuan, jaminan, perlindungan, dan kepastian hukum”. Hal ini membawa konsekuensi bahwa “setiap orang berhak bebas dari perlakuan yang diskriminatif atas dasar apapun dan berhak mendapatkan perlindungan terhadap perlakuan yang diskriminatif itu”.¹⁸

Prinsip perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia menurut Philipus M. Hadjon adalah prinsip pengakuan dan perlindungan terhadap harkat dan martabat manusia yang bersumber pada Pancasila. Selanjutnya Philipus M. Hadjon menjelaskan apa yang dimaksud dengan perlindungan hukum sebagaimana uraian di bawah ini.

“Perlindungan hukum merupakan suatu kondisi subjektif yang menyatakan hadirnya keharusan pada diri sejumlah subjek hukum untuk segera memperoleh sejumlah sumber daya guna kelangsungan eksistensi subjek hukum yang dijamin dan dilindungi oleh hukum agar kekuatannya secara terorganisir dalam proses pengambilan keputusan politik maupun ekonomi khususnya pada distribusi sumber daya baik pada perangkat individu maupun struktural.”¹⁹

Sedangkan perlindungan hukum menurut kamus umum bahasa Indonesia ialah perlindungan yang diberikan terhadap hukum agar tidak ditafsirkan berbeda

¹⁸Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

¹⁹Philipus M. Hadjon, 1987, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: PT. Bina Ilmu. .hlm. 2.

dan tidak diciderai oleh aparat penegak hukum dan juga bisa berarti perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap sesuatu hal tertentu.²⁰

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami bahwa Perlindungan hukum mempunyai makna tentang suatu upaya atau tindakan melindungi terhadap subjek hukum. Pengertian hukum dalam ilmu hukum secara umum menyebutkan bahwa selain adanya dalam bentuk peraturan perundang-undangan juga dikenal adanya hukum dalam pelaksanaannya. Berdasarkan pengertian ini dapat dikatakan bahwa perlindungan hukum yang dimaksud adalah upaya melindungi melalui peraturan secara tertulis ataupun melalui tingkah laku penegak hukum dalam melakukan penegakan hukum.

1.1.2 Bentuk-Bentuk Perlindungan Hukum

Philipus M. Hadjon dengan menitik beratkan pada “tindakan pemerintah” (*bestuureshandeling* atau *administrative action*) membedakan perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia menjadi dua macam:²¹

- a. Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa yang memberi rakyat untuk mengajukan keberatan (*inspraak*) atau pendapatnya sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif, yang sangat besar artinya bagi tindakan pemerintahan yang didasarkan kepada kebebasan bertindak karena pemerintah terdorong untuk bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan berdasarkan diskresi.
- b. Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan terjadinya sengketa dalam arti luas termasuk penanganan perlindungan hukum bagi rakyat oleh peradilan umum dan peradilan administrasi di Indonesia.

Lebih lanjut Philipus M. Hadjon menjelaskan bahwa:

Sarana perlindungan preventif meliputi setiap individu sebagai anggota masyarakat berhak menuntut pemenuhan hak mereka sebagai upaya mewujudkan keadilan (*the right to be heard*) dan upaya hukum yang diupayakan oleh pemerintah dengan cara membuka akses yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk memperoleh informasi tentang proses pemenuhan hak mereka

²⁰WJS. Purwodarminto, 1999, cetakan XI, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta, balai pustaka, hlm. 60.

²¹Philipus M. Hadjon, Op.Cit., hlm. 2-3.

(*access to information*), sebagai wujud dari pelaksanaan pemerintahan yang baik.²²

Berdasarkan bentuk-bentuk perlindungan hukum sebagaimana uraian tersebut diatas, dapat dipahami bahwa kedua bentuk perlindungan hukum tersebut pada dasarnya ditujukan untuk melindungi hak-hak subjek hukum atas tindakan subjek hukum lainnya yang dapat menimbulkan dilanggarnya hak-hak subjek hukum tersebut dengan cara mengajukan keberatan atau mengutarakan pendapatnya kepada subjek hukum (pemerintah atau instansi terkait) serta memberikan hak kepada rakyat Indonesia untuk mengajukan tuntutan melalui lembaga peradilan.

1.1.3 Tujuan Perlindungan Hukum

Tujuan perlindungan hukum pada dasarnya erat kaitannya dengan tujuan dari hukum itu sendiri, hal ini dikarenakan suatu tindakan perlindungan hukum dilakukan agar tujuan hukum itu sendiri tidak disimpangi, dimana hak-hak subjek hukum bisa ditegakkan dengan bantuan hukum. Tujuan hukum berdasarkan pendapat beberapa ahli hukum terdiri dari dua. Pertama, hukum bertujuan untuk mencapai keadilan (*teori etis/ethische theori*), disisi lain dalam proses mencapai keadilan terdapat ketegangan antara keadilan dengan kepastian hukum. Kedua, hukum bertujuan untuk mencapai kebahagiaan yang sebesar-besarnya dengan asumsi bahwa tujuan hukum tercapai jika hukum tersebut sesuai dengan daya guna atau bermanfaat dalam menghasilkan kebahagiaan (*teori utilitis/utiliteis theori*).²³ Karena terdapat pertentangan antara kedua teori tersebut, maka munculah teori yang ketiga yaitu teori gabungan/campuran. Menurut teori ini tujuan hukum adalah bukan hanya keadilan semata, tetapi juga kemanfaatannya.²⁴ Sedangkan menurut Achmad Ali, seharusnya keadilan bersama-sama dengan

²²Ibid., hlm. 2-3.

²³Ishaq, 2008, *Dasar-Dasar Ilmu Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, hlm. 8-9.

²⁴Ibid.

kemanfaatan dan kepastian hukum dijadikan tujuan hukum secara prioritas, sesuai dengan kasus in konkreto.²⁵

Berdasarkan pendapat para sarjana, maupun teori sebagaimana tersebut diatas, hal tersebut menunjukkan bahwa hukum dapat mencapai tujuannya jika terjadi keseimbangan antara kepastian hukum dan keadilan, atau keserasian kepastian yang bersifat umum (objektif) dan penerapan keadilan secara khusus yang bersifat subjektif.²⁶ Oleh sebab itu, dengan adanya keseimbangan penerapan antara nilai-nilai hukum yang dijalankan secara seimbang akan didapatkan suatu kemanfaatan bagi kesejahteraan umat manusia.

2.2 Konsumen

2.2.1 Pengertian Konsumen

Hukum perlindungan konsumen terbentuk dari pola hubungan antara beberapa unsur utama yang terkait didalamnya. Hubungan tersebut tercipta dari suatu perikatan bisnis yang menimbulkan akibat hukum. Dalam hukum perlindungan konsumen, pengertian akibat hukum tidak hanya berhenti setelah terjadinya kesepakatan dan pelaksanaan terhadap perjanjian antara para pihak, melainkan perlu ditindak lanjuti sampai sesudah berakhirnya perjanjian. Artinya, meskipun perikatan bisnis telah dinyatakan selesai, namun pihak konsumen tetap berhak mendapatkan perlindungan hukum atas penggunaan barang dan atau jasa yang disediakan produsen.

Menurut A.S. Hornby, Gen. Ed., istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* adalah setiap orang yang menggunakan barang.²⁷ Begitu pula kamus bahasa Inggris-Indonesia yang memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.²⁸ Kamus umum bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri,

²⁵Dewi Astutty Mochtar dan Dyah Ochtorina Susanti, 2012, Pengantar Ilmu Hukum, Malang, Bayumedia Publishing, hlm. 87.

²⁶Ibid., hlm. 10.

²⁷Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group, hlm. 15.

²⁸Jhon M. Echols dan Hasan Sadily, 1995, *Kamus Inggris-Indonesia*, Jakarta, Gramedia, hml. 124.

bahan makanan, dan sebagainya.²⁹ Berdasarkan definisi diatas, pengertian konsumen secara umum dapat diartikan sebagai setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik dipakai untuk pemakaian akhir maupun proses produksi selanjutnya.

Menurut Az. Nasution membagi pengertian konsumen menjadi tiga yaitu:³⁰

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu;
2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang atau jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial);
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).

Lebih lanjut Az. Nasution menjelaskan bahwa:

Bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital, berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Kalau ia distributor atau pedagang berupa barang setengah jadi yang menjadi mata dagangannya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa itu dipasar industri atau pasar produsen.³¹

Bagi konsumen akhir, barang dan/atau jasa itu adalah barang atau jasa konsumen, yaitu barang atau jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga atau rumah tangganya (produk konsumen). Barang atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh dipasar-pasar konsumen, dan terdiri dari barang atau jasa yang umumnya digunakan di dalam rumah tangga masyarakat.³²

Unsur untuk membuat barang/jasa lain dan/atau diperdagangkan kembali merupakan pembeda pokok, antara konsumen-antara (produk kapital) dengan

²⁹WJS.Poerwadarminta, 1976, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka, hml. 521.

³⁰Az. Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta, Diadit Media, hlm. 13.

³¹Ibid., hlm. 14.

³²Ibid.

konsumen-akhir (produk konsumen), yang penggunaannya bagi konsumen akhir adalah untuk diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya.

Pengertian konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah Setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Kalimat “tidak untuk diperdagangkan” mengandung pengertian bahwa konsumen menggunakan sendiri barang tersebut, apabila nantinya ia menjual kembali barang tersebut maka ia bukan termasuk kategori konsumen, melainkan termasuk kategori pelaku usaha. Konsumen yang dimaksud dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah konsumen akhir, hal ini terlihat dalam penjelasan Pasal 1 angka 2 undang-undang tersebut yang menyebutkan bahwa :

“Dalam kepastiaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir.”

Berdasarkan pasal diatas, konsumen yang mendapat perlindungan menurut undang-undang perlindungan konsumen adalah konsumen akhir, yakni pemakai, pengguna, pemanfaat barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya, dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

2.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekadar fisik, melainkan terlebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan

konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen.³³

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:³⁴

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*);
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*);
3. Hak untuk memilih (*the right to choose*);
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Menurut Celina Tri Siswi Kristianti, Empat hak dasar di atas diakui secara internasional. Dalam perkembangannya, organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *the international organization of consumer union* (IOCU) menambahkan lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak untuk mendapatkan lingkungan baik dan sehat.³⁵ Namun, tidak semua organisasi konsumen menerima penambahan hak-hak tersebut. Mereka bebas untuk menerima semua atau sebagian. YLKI, misalnya memutuskan untuk menambahkan satu hak lagi sebagai pelengkap empat hak dasar konsumen, yaitu hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.³⁶

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen merumuskan hak-hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 (empat) adalah sebagai berikut:

1. Hak atas kenyamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang diperjanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan ;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

³³Celina Tri Siswi Kristianti 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Sinar Grafika, hlm. 30.

³⁴Shidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, Grasindo, hlm. 14.

³⁵Celina Tri Siswi Kristianti, *Op.Cit.*, hlm. 31.

³⁶*Ibid.*

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

Disamping hak-hak sebagaimana diatur dalam Pasal 4 tersebut diatas, juga terdapat hak-hak konsumen yang dirumuskan dalam pasal-pasal berikutnya, khususnya dalam Pasal 7 yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha.

Selain hak-hak yang disebutkan itu, ada juga hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang, hal ini berangkat dari pertimbangan, kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan tidak secara jujur, yang dalam hukum dikenal dengan terminologi “persaingan curang”.³⁷

Adapun kewajiban konsumen dijelaskan dalam Pasal 5, meliputi:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Oleh karena kewajiban dan hak merupakan antinomi dalam hukum, sehingga kewajiban pelaku usaha dapat dilihat sebagai hak konsumen dan juga sebaliknya kewajiban konsumen dapat dilihat sebagai hak pelaku usaha.

2.3 Pelaku Usaha

2.3.1 Pengertian Pelaku Usaha

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pengertian pelaku usaha diatur dalam Pasal 1 angka 3 yang memberi pengertian sebagai berikut:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-

³⁷Celina Tri Siswi Kristianti, Op.Cit., hlm. 32.

sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Tentang kualifikasi pelaku usaha sebagaimana disebut diatas diperinci lagi dalam penjelasan Pasal 1 angka 3 yang meliputi perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Kajian atas perlindungan terhadap konsumen tidak dapat dipisahkan dari telaah terhadap hak-hak dan kewajiban pelaku usaha.

Hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen meliputi:

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selanjutnya mengenai kewajiban pelaku usaha diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang meliputi:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi

- jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
 7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, jelas bahwa hak dan kewajiban pelaku usaha berlawanan dengan hak dan kewajiban konsumen. Ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha.

2.4 Perjanjian

2.4.1 Pengertian Perjanjian

Istilah perjanjian berasal dari kata *overeenkomst*. Berdasarkan Pasal 1313 KUHPerdata perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Pengertian perjanjian dalam Pasal 1313 menurut para ahli hukum memiliki beberapa kekurangan. Kekurangan tersebut antara lain meliputi:³⁸

- a. Pengertian tersebut tidak lengkap karena perumusannya hanya perjanjian sepihak saja.
- b. Pengertian tersebut terlalu luas karena meliputi perjanjian kawin, perbuatan melawan hukum, perwalian sukarela, serta perbuatan yang tidak memiliki akibat hukum.

Berdasarkan kekurangan-kekurangan tersebut, para ahli hukum memberikan definisi perjanjian sebagai berikut:

- a. Menurut Subekti, Perjanjian adalah Suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.³⁹
- b. Menurut Wirjono Projodikoro, Sebagai suatu hubungan hukum mengenai harta benda antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu hal atau tidak melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu.⁴⁰

³⁸R. Setiawan, 1994, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bandung, Bina Cipta, hlm. 49.

³⁹R. Subekti, 2002, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, Intermasa, hlm. 1.

⁴⁰Wirjono Projodikoro, 2000, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, Bandung. Mandar Maju, hlm. 4.

- c. Menurut Yahya Harahap, Perjanjian atau *verbinten* mengandung suatu hubungan hukum kekayaan atau harta benda antara dua orang atau lebih, yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi.⁴¹
- d. Menurut R.Setiawan, *overeenkomst* diartikan persetujuan, adalah suatu perbuatan hukum, dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.⁴²
- e. Menurut J.Satrio, tanpa memberikan pengertian, perjanjian secara umum dapat mempunyai arti luas dan arti sempit. Dalam arti luas suatu perjanjian berarti setiap perjanjian yang menimbulkan akibat hukum sebagai yang dikehendaki (atau yang dianggap dikehendaki) oleh para pihak, termasuk di dalamnya perkawinan, perjanjian kawin dan lain-lain. Dalam arti sempit, perjanjian di sini hanya ditujukan kepada hubungan-hubungan hukum dalam lapangan hukum kekayaan saja, seperti yang dimaksud dalam buku III saja.⁴³
- f. Selanjutnya definisi perjanjian menurut *Henry Campbell Black* adalah suatu kesepakatan di antara dua atau lebih pihak yang menimbulkan, memodifikasi, atau menghilangkan hubungan hukum.⁴⁴

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut diatas, dapat dipahami bahwa perjanjian merupakan suatu hubungan hukum yang terbentuk karena adanya sepakat antara kedua belah pihak dimana kesepakatan tersebut timbul dari kehendak yang dinyatakan oleh para pihak, yang selanjutnya perjanjian tersebut membawa akibat hukum bagi para pihak yang mengikatkan dirinya dalam hubungan hukum tersebut.

2.4.2 Unsur-Unsur Perjanjian

Menurut J.Satrio Unsur-unsur perjanjian dapat dikelompokkan dalam beberapa kelompok sebagai berikut:⁴⁵

1. Unsur *Essensialia*

⁴¹M. Yahya Harahap, 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Bandung, Alumni, hlm. 6.

⁴²R. Setiawan, Op.Cit., hlm. 49 .

⁴³J. satrio, 1995, *Hukum Perikatan Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Buku 1*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, hlm. 28.

⁴⁴Munir fuadi. 2014. *Konsep hukum perdata*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, hml 180.

⁴⁵J.satrio, Op.Cit., hlm. 67.

Unsur *Essensialia* adalah unsur perjanjian yang harus ada didalam suatu perjanjian, unsur mutlak, dimana tanpa adanya unsur tersebut, perjanjian tak mungkin ada.

2. Unsur *Naturalia*

Unsur *Naturalia* adalah unsur perjanjian yang oleh undang-undang diatur, tetapi oleh para pihak dapat disingkirkan atau diganti. Disini unsur tersebut oleh undang-undang diatur dengan hukum yang mengatur/menambah.

3. Unsur *Accidentalialia*

Unsur *Accidentalialia* adalah unsur perjanjian yang ditambah oleh para pihak, undang-undang sendiri tidak mengatur tentang hal tersebut.

Berkaitan dengan unsur yang terakhir, berdasarkan pertimbangan R.v.J. Surabaya, 7 Februari 1912, dalam perkara T.K.T.O.T.N.cs, dimuat dalam T.106:65., menyatakan bahwa semua janji-janji dalam suatu perjanjian, yang sengaja dibuat untuk menyimpangi ketentuan hukum yang menambah, merupakan unsur *accidentalialia* dari perjanjian.⁴⁶

Uraian tersebut diatas memberikan pemahaman bahwa unsur *essensialia* berkaitan dengan sepakat mengenai objek perjanjian, sedangkan unsur *naturalia* berkaitan dengan ketentuan-ketentuan dalam KUHPerdara khususnya Buku III tentang Perikatan yang bersifat pelengkap, dimana KUHPerdara Buku III berfungsi untuk menambah kekurangan-kekurangan klausula perjanjian yang tidak diatur secara khusus oleh para pihak, selanjutnya unsur *accidentalialia* berkaitan dengan kebiasaan-kebiasaan yang mengatur tentang perjanjian yang ada dalam suatu daerah tertentu dimana kebiasaan tersebut kedudukannya lebih diutamakan dari ketentuan Buku III KUHPerdara, selain itu apa yang secara tegas diatur dalam perjanjian untuk menyimpangi ketentuan dalam KUHPerdara Buku III juga termasuk unsur *accidentalialia*.

2.4.3 Syarat Sah Perjanjian

Secara umum syarat sahnya suatu perjanjian diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara yang terdiri dari 4 (empat) bagian yang meliputi:

1. Sepakat mereka yang telah mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;

⁴⁶Ibid., hlm. 73.

3. Suatu sebab tertentu;
4. Suatu sebab yang halal.

Dari keempat syarat tersebut dapat dibagi menjadi 2 (dua) kelompok, yaitu syarat subjektif dan syarat objektif. Untuk syarat yang pertama dinamakan syarat subjektif karena syarat tersebut mengatur mengenai subjek perjanjian. Sedangkan syarat terakhir disebut syarat objektif karena syarat tersebut mengatur mengenai objek perjanjian.⁴⁷

Keempat syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara tersebut diatas akan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut.

1. Kesepakatan

Kesepakatan para pihak merupakan unsur mutlak untuk terjadinya suatu perjanjian. Kesepakatan adalah persesuaian kehendak antara para pihak, yaitu bertemunya antara penawaran (*offerter*) dan penerimaan (*acceptasi*).

Ada beberapa ajaran tentang saat terjadinya kesepakatan dalam perjanjian, yaitu:⁴⁸

- a. Teori kehendak (*wils theorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak pihak penerima dinyatakan, misalnya dengan melukiskan surat.
- b. Teori pengiriman (*verzendtt heorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan terjadi pada saat kehendak yang dinyatakan itu dikirim oleh pihak yang menerima tawaran.
- c. Teori pengetahuan (*vernemings theorie*) mengajarkan bahwa pihak yang menawarkan seharusnya sudah mengetahui bahwa tawarannya diterima.
- d. Teori kepercayaan (*vertrowens theorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan itu terjadi pada saat pernyataan kehendak dianggap layak diterima oleh pihak yang menawarkan.

Cara-cara untuk terjadinya penawaran dan penerimaan dapat dilakukan secara tegas maupun dengan tidak tegas, yang penting dapat dipahami atau dimengerti oleh para pihak bahwa telah terjadi penawaran dan penerimaan.

Beberapa contoh yang dapat dikemukakan, sebagai cara terjadinya kesepakatan/terjadinya penawaran dan penerimaan adalah:⁴⁹

- a. Dengan cara tertulis;

⁴⁷Mariam Darus Badruzaman, 1994., *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, hlm. 23.

⁴⁸Ibid., hlm. 24.

⁴⁹Ahmadi Miru, 2007, *Hukum Kontrak Perancangan Kontrak*, Jakarta, PT Gravindo Percada, hlm. 14.

- b. Dengan cara lisan;
- c. Dengan simbol-simbol tertentu;
- d. Dengan berdiam diri.

Berdasarkan beberapa cara terjadinya kesepakatan tersebut di atas, secara garis besar terjadinya kesepakatan dapat terjadi secara tertulis dan tidak tertulis, dikatakan tidak tertulis, bukan lisan karena perjanjian dapat saja terjadi dengan cara tidak tertulis dan juga tidak lisan, tetapi bahkan hanya dengan menggunakan symbol-simbol atau dengan berdiam diri.

2. Kecakapan

Kecakapan adalah kemampuan menurut hukum untuk melakukan perbuatan hukum (perjanjian).⁵⁰ KUHPperdata mengatur mengenai kecakapan seseorang dalam Pasal 1329 s.d. 1331 KUHPperdata.

Dalam Pasal 1330 KUHPperdata, ditentukan bahwa tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah:

- a. Orang-orang yang belum dewasa.
Orang-orang yang belum dewasa, yakni orang yang berusia belum 21 tahun dan belum menikah karena walaupun belum berusia 21 tahun kalau sudah menikah, maka sudah dianggap cakap, bahkan walaupun dia bercerai sebelum berusia 21 tahun. Sedangkan berdasarkan Pasal 47 Undang-Undang nomor 1 tahun 1974 tentang Perkawinan disebutkan bahwa orang yang sudah dewasa adalah telah berusia 18 (delapan belas) tahun atau sudah menikah;
- b. Mereka yang ditaruh dibawah pengampuan.
Orang yang ditaruh dibawah pengampuan yakni orang yang gila, kalap mata, bahkan dalam hal tertentu juga orang yang boros (Pasal 433 KUHPperdata);
- c. Orang-orang perempuan yang ditetapkan oleh undang-undang dan pada umumnya semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

Mengenai perempuan dalam hal yang ditetapkan oleh undang-undang sekarang ini tidak dipatuhi lagi karena hak perempuan dan laki-laki telah disamakan dalam hal membuat perjanjian. Sedangkan untuk orang-orang yang dilarang oleh undang-undang untuk membuat perjanjian tertentu sebenarnya tidak tergolong sebagai orang yang tidak cakap, tetapi hanya tidak berwenang membuat perjanjian tertentu. Sebagai contoh orang yang dinyatakan

⁵⁰Ahmadi Miru dan Saka Pati, 2008, *Hukum Perikatan Penjelasan Makna Pasal 1233-1456 BW*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, hlm. 68.

pailit berdasarkan putusan pengadilan tidak dapat membuat perjanjian utang piutang.⁵¹

3. Hal Tertentu

Mengenai hal tertentu, sebagai syarat ketiga untuk sahnya perjanjian yang menerangkan tentang harus adanya objek perjanjian yang jelas. Jadi suatu perjanjian tidak bisa dilakukan tanpa objek yang tertentu. Jadi tidak bisa seseorang menjual sesuatu (tidak tertentu) dengan harga seribu rupiah misalnya kata sesuatu itu tidak menunjukkan hal tertentu, tetapi hal yang tidak tentu.⁵²

Objek perjanjian disebut sebagai prestasi. Dalam KUHPerdara prestasi dapat dibagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu:

- a. Menyerahkan atau memberikan sesuatu;
- b. Berbuat sesuatu; dan
- c. Tidak berbuat sesuatu.

Objek perjanjian untuk menyerahkan atau memberikan sesuatu pada dasarnya penyerahan berupa benda.⁵³ Benda tersebut dapat berupa benda tidak bergerak, benda bergerak, benda tidak berwujud, benda yang sekarang ada dan benda yang dikemudian hari akan ada. Untuk menentukan benda atau barang yang menjadi objek perjanjian, dapat dipergunakan berbagai cara seperti menghitung, menimbang, mengukur atau menakar.

Objek perjanjian berupa berbuat sesuatu dapat disebut sebagai jasa.⁵⁴ Untuk menentukan jasa, harus ditentukan apa yang harus dilakukan oleh salah satu pihak.

Sedangkan objek perjanjian berupa tidak berbuat sesuatu berbentuk suatu tindakan.⁵⁵

4. Sebab Yang Halal

Syarat ke empat mengenai suatu sebab yang halal, ini juga merupakan syarat tentang isi perjanjian. Kata halal disini bukan dengan maksud untuk memperlawankan dengan kata haram dalam hukum Islam, tetapi yang dimaksud disini adalah bahwa isi perjanjian tersebut tidak dapat bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum.⁵⁶

Keempat unsur perjanjian sebagaimana tersebut diatas merupakan unsur yang harus terpenuhi dalam perjanjian agar suatu perjanjian dapat dikatakan sebagai perjanjian yang sah.

⁵¹Ahmadi Miru, Op.Cit., hlm. 29.

⁵²Ahmadi Miru dan Saka Pati, Op.Cit.

⁵³Ibid., hlm. 5.

⁵⁴Ibid.

⁵⁵Ibid.

⁵⁶Ibid., hlm.69.

2.4.4 Asas-Asas Perjanjian

Asas-asas dalam perjanjian, antara lain:⁵⁷

1. Asas Kebebasan Berkontrak
Para pihak menurut kehendak bebasnya masing-masing dapat membuat perjanjian dan semua orang bebas mengikatkan diri dengan siapapun yang ia kehendaki. Pihak-pihak juga dapat bebas menentukan cangkupan isi serta persyaratan dari suatu perjanjian dengan ketentuan bahwa perjanjian tersebut tidak boleh bertentangan dengan perundang-undangan yang bersifat memaksa, baik ketertiban umum ataupun kesusilaan.⁵⁸
2. Asas Konsensualisme
Asal ini dapat ditemukan dalam Pasal 1320 dan Pasal 1338 KUHPerdara. Dalam Pasal 1320 KUHPerdara penyebutannya tegas, sedangkan dalam Pasal 1338 KUHPerdara ditemukan dalam istilah “semua”. Kata-kata “semua” menunjukkan bahwa setiap orang diberi kesempatan untuk menyatakan keinginannya (will), yang dirasanya baik untuk menciptakan perjanjian. Asas ini erat hubungannya dengan asas kebebasan mengadakan perjanjian.
3. Asas Kepercayaan
Seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain, menumbuhkan kepercayaan diantara kedua pihak itu bahwa satu sama lain akan memegang janjinya, dengan kata lain akan memenuhi prestasinya di belakang hari. Tanpa adanya kepercayaan itu, maka perjanjian itu tidak mungkin akan diadakan oleh para pihak.
Dengan kepercayaan ini, kedua pihak mengikatkan dirinya dan keduanya perjanjian itu mempunyai kekuatan mengikat sebagai undang-undang.
4. Asas Kekuatan Mengikat
Demikian seterusnya dapat ditarik kesimpulan bahwa di dalam perjanjian terkandung suatu asas kekuatan mengikat. Terikatnya para pihak pada perjanjian itu tidak semata-mata terbatas pada apa yang diperjanjikan, akan tetapi juga terhadap beberapa unsur lain sepanjang dikehendaki oleh kebiasaan dan kepatutan serta moral. Demikianlah sehingga asas-asas moral, kepatuhan dan kebiasaan yang mengikat para pihak.
5. Asas Persamaan Hukum

⁵⁷Mariam Darius Badruzaman, 1996, *K.U.H.Perdata Buku III (Hukum Perikatan dengan Penjelasan)*, Edisi Kedua, Cetakan I, Bandung, Alumni.hlm. 113-115.

⁵⁸Herlien Budiono, 2006, *Asas Keseimbangan bagi Hukum Perjanjian Indonesia (Hukum Perjanjian Berdasarkan Asas Wigati Indonesia)*, Terjemahan oleh Tristan P. Moeliono, Bandung, Citra Aditya Bakti, hlm. 95.

Asas ini menempatkan para pihak di dalam persamaan derajat, tidak ada perbedaan, walaupun ada perbedaan kulit, bangsa, kekayaan, kekuasaan, jabatan dan lain-lain.

Masing-masing pihak wajib melihat adanya persamaan ini dan mengharuskan kedua pihak untuk menghormati satu sama lain sebagai manusia ciptaan Tuhan.

6. Asas Keseimbangan

Asas ini menghendaki kedua pihak memenuhi dan melaksanakan perjanjian itu. Asas keseimbangan ini merupakan kelanjutan dari asas persamaan. Kreditor mempunyai kekuatan untuk menuntut pelunasan prestasi melalui kekayaan debitor, namun kreditor memikul pula beban untuk melaksanakan perjanjian itu dengan iktikad baik. Dapat dilihat di sini bahwa kedudukan kreditor yang kuat diimbangi dengan kewajibannya untuk memperhatikan iktikad baik, sehingga kedudukan kreditor dan debitor seimbang.

7. Asas Kepastian Hukum

Perjanjian sebagai suatu figur hukum harus mengandung kepastian hukum. Kepastian ini terungkap dari kekuatan mengikat perjanjian itu yaitu sebagai undang-undang bagi para pihak.

8. Asas Moral

Asas ini terlihat dalam perikatan wajar, dimana suatu perbuatan sukarela dari seseorang tidak menimbulkan hak baginya untuk menggugat kontra prestasi dari pihak debitor. Juga hal ini terlihat di dalam *zaakwaarneming*, dimana seseorang yang melakukan suatu perbuatan dengan sukarela atau moral yang bersangkutan mempunyai kewajiban (hukum) untuk meneruskan dan menyelesaikan perbuatannya. Asas ini terdapat dalam Pasal 1339 KUHPerduta. Faktor-faktor yang memberikan motivasi pada yang bersangkutan melakukan perbuatan hukum itu berdasarkan pada kesusilaan atau sebagai panggilan dari hati nuraninya.

9. Asas Kepatutan

Asas ini dituangkan dalam Pasal 1339 KUHPerduta. Asas kepatutan disini berkaitan dengan ketentuan isi perjanjian. Asas kepatutan harus dipertahankan, karena melalui asas ini ukuran tentang hubungan ditentukan juga oleh rasa keadilan dalam masyarakat.

10. Asas Kebiasaan

Asas ini diatur dalam Pasal 1339 *junto* 1347 KUHPerduta, yang dipandang sebagai bagian dari perjanjian. Suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk apa yang secara tegas diatur, akan tetapi juga hal-hal yang dalam keadaan dan kebiasaan yang lazim diikuti.

Asas-asas perjanjian sebagaimana tersebut diatas merupakan latar belakang/dasar dari peraturan-peraturan yang konkret sebagaimana diatur dalam KUHPerdota khususnya Buku III Tentang Perikatan, dimana asas-asas tersebut mengandung nilai-nilai etis, serta jiwa dari norma hukum perjanjian.

2.4.5 Macam-Macam Perjanjian

Jenis-jenis perjanjian ditinjau dari beberapa pandangan antara lain:⁵⁹

1. Perjanjian Timbal Balik
Perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang menimbulkan kewajiban pokok bagi kedua belah pihak. Misalnya, perjanjian jual beli.
2. Perjanjian Cuma-Cuma dan Perjanjian atas Beban
Perjanjian dengan cuma-cuma adalah perjanjian yang memberikan keuntungan bagi salah satu pihak saja. Misalnya, hibah. Sedangkan perjanjian atas beban adalah perjanjian terhadap prestasi dari pihak yang satu selalu terdapat kontra prestasi dari pihak lain dan antara kedua prestasi itu ada hubungan menurut hukum.
3. Perjanjian Bernama (*Benoemd, Specified*) dan Perjanjian Tidak Bernama (*Onbenoemd, Unspecified*)
Perjanjian bernama (khusus) adalah perjanjian yang mempunyai nama sendiri. Maksudnya adalah perjanjian-perjanjian tersebut diatur dan diberi nama oleh pembentuk undang-undang, berdasarkan tipe yang paling banyak terjadi sehari-hari. Perjanjian bernama terdapat dalam Bab V sampai dengan XVIII KUHPerdota. Diluar perjanjian bernama tumbuh perjanjian tidak bernama, yaitu perjanjian-perjanjian yang tidak diatur dalam KUHPerdota, tetapi terdapat di masyarakat. Jumlah perjanjian ini terbatas. Lahirnya perjanjian ini adalah berdasarkan asas kebebasan mengadakan perjanjian atau *partij otonomi* yang berlaku di dalam hukum perjanjian. Salah satu contoh dari perjanjian ini adalah perjanjian sewa beli.
4. Perjanjian Campuran (*Contractus Sui Generis*)
Sehubungan dengan perbedaan di atas perlu dibicarakan perjanjian campuran. Perjanjian campuran ialah perjanjian yang mengandung unsur perjanjian. Terhadap perjanjian campuran ini terdapat berbagai paham, antara lain:
 - a. Paham pertama mengatakan bahwa ketentuan-ketentuan mengenai perjanjian khusus diterapkan secara analogis

⁵⁹Mariam Darus Badruzaman, Op.Cit., hlm. 19-22.

- sehingga setiap unsur dari perjanjian khusus tetap ada (*contractus sui generis*);
- b. Paham kedua mengatakan bahwa ketentuan-ketentuan yang dipakai adalah ketentuan-ketentuan dari perjanjian paling menentukan (teori absorpsi);
 - c. Paham ketiga mengatakan bahwa ketentuan-ketentuan undang-undang yang diterapkan terhadap perjanjian campuran itu adalah ketentuan undang-undang yang berlaku untuk itu (teori kombinasi).
5. Perjanjian Obligatoir.
Perjanjian obligatoir adalah perjanjian antara pihak-pihak yang mengikatkan diri untuk melakukan penyerahan kepada pihak lain (perjanjian yang menimbulkan perikatan). Menurut KUHPerdara, perjanjian jual beli saja belum mengakibatkan beralihnya hak milik dari penjual kepada pembeli. Untuk beralihnya hak milik atas bendanya masih diperlukan satu lembaga lain, yaitu penyerahan. Perjanjian jual belinya itu dinamakan perjanjian obligatoir karena membebaskan kewajiban (*obligatoir*)
6. Perjanjian Kebendaan.
Perjanjian kebendaan adalah perjanjian hak atas benda dialihkan /diserahkan (*transfer of title*) kepada pihak lain.
7. Perjanjian Konsensual dan Perjanjian Riil.
Perjanjian konsensual adalah perjanjian di antara kedua belah pihak yang telah tercapai persesuaian kehendak untuk mengadakan perikatan. Menurut KUHPerdara, perjanjian ini sudah mempunyai kekuatan mengikat (Pasal 1338 KUHPerdara). Namun demikian di dalam KUHPerdara ada juga perjanjian-perjanjian yang hanya berlaku sesudah terjadi penyerahan barang. Misalnya, perjanjian penitipan barang (Pasal 1694 KUHPerdara), pinjam pakai (Pasal 1740 KUHPerdara). Perjanjian yang terakhir ini dinamakan perjanjian riil yang merupakan peninggalan hukum romawi.
8. Perjanjian-Perjanjian yang Istimewa Sifatnya
Perjanjian-perjanjian yang istimewa sifatnya, antara lain:
- a. Perjanjian *liberatoir* yaitu perjanjian para pihak yang membebaskan diri dari kewajiban yang ada, misalnya pembebasan utang (*kwijtschelding*) Pasal 1438 KUHPerdara;
 - b. Perjanjian pembuktian (*bewijsovereenkomst*) yaitu perjanjian antara para pihak untuk menentukan pembuktian apakah yang berlaku di antara mereka.
 - c. Perjanjian untung-untungan, misalnya, perjanjian asuransi, Pasal 1774 KUHPerdara;
 - d. Perjanjian publik yaitu perjanjian yang sebagian atau seluruhnya dikuasai oleh hukum publik karena salah satu

pihak bertindak sebagai penguasa (pemerintahan), misalnya, perjanjian ikatan dinas dan perjanjian pengadaan barang pemerintah.

Dari beberapa macam perjanjian sebagaimana uraian tersebut diatas, dapat diketahui bahwa pembagian macam-macam perjanjian dapat didasarkan dari beberapa aspek (tinjauan) seperti perjanjian menurut persyaratan dan proses terjadi/terbentuknya, menurut sifat dan akibat hukumnya, menurut hak dan kewajiban para pihak, menurut penamaan dan sifat pengaturan hukumnya, menurut keuntungan dan adanya prestasi pada satu atau lebih pihak lainnya, menurut kemandirian fungsinya, dan kontrak menurut ada atau tidak adanya kepastian pelaksanaan prestasi.⁶⁰

Aspek-aspek dari macam-macam perjanjian tersebut diatas menggambarkan ciri khas dari tiap-tiap perjanjian dimana tiap-tiap perjanjian mengatur perbuatan hukum dan akibat hukum yang berbeda-beda.

2.5 Jual Beli

2.5.1 Pengertian Jual Beli

Perjanjian jual beli diatur dalam Pasal 1457 s.d. 1540 KUHPperdata. Dalam Pasal 1457 diatur tentang pengertian jual beli. Berdasarkan pasal tersebut, perjanjian jual beli adalah:

“Suatu perjanjian timbal balik dalam mana pihak yang satu (sipenjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak yang lainnya (sipembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.”

Menurut R. Subekti:

Perkataan jual beli menunjukkan bahwa dari satu pihak perbuatan dinamakan menjual, sedangkan dari pihak yang lain dinamakan pembeli. Istilah yang mencakup dua perbuatan yang bertimbal balik itu adalah sesuai dengan istilah belanda “*koop en verkoop*”

⁶⁰Muhamad Syaifuddin, 2012, *Hukum Kontrak Memahami Kontrak Dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik, Dan Praktik Hukum (Seri Pengayaan Hukum Perikatan)*, Bandung, Mandar Maju, hlm. 147-155.

yang juga mengandung pengertian bahwa pihak yang satu ‘*verkoop*’ (menjual) sedangkan yang lainnya “*koopt*” (membeli).⁶¹

Memperhatikan pengertian perjanjian jual beli sebagaimana diatur dalam Pasal 1457 KUHPerduta diatas, dapat dipahami bahwa perjanjian jual beli meletakkan hak dan kewajiban diantara para pihak dimana hak dan kewajiban tersebut merupakan wujud dari prestasi dan kontra prestasi diantara para pihak yang berupa penyerahan barang disatu pihak dan penyerahan sejumlah uang pada pihak lainnya.

2.5.2 Terjadinya Perjanjian Jual Beli

Unsur-unsur pokok (*essentialia*) perjanjian jual beli adalah barang dan harga. Sesuai dengan asas konsensualisme sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerduta dan 1338 KUHPerduta, perjanjian jual beli itu sudah dilahirkan pada detik tercapainya sepakat mengenai barang dan harga. Begitu kedua pihak sudah setuju tentang barang dan harga, maka lahirlah perjanjian jual beli yang sah. Sifat konsensualisme dari jual beli tersebut ditegaskan dalam Pasal 1458 KUHPerduta yang mengatakan bahwa “Jual beli dianggap sudah terjadi antara kedua belah pihak seketika setelah mereka mencapai sepakat tentang barang dan harga, meskipun barang itu belum diserahkan maupun harga belum dibayar.”

Bedasarkan ketentuan Pasal 1458 KUHPerduta diatas dapat dipahami bahwa saat terjadinya perjanjian jual beli adalah ketika kedua belah pihak mencapai sepakat. Jika dikaitkan dengan hirarki dari ayat-ayat yang terdapat dalam Pasal 1320 KUHPerduta, maka dapat diketahui bahwa penempatan ayat-ayat tersebut tidaklah dilakukan dengan sembarangan, namun terdapat konsekuensi logis didalamnya dimana “kesepakatan” melahirkan perjanjian meskipun syarat sah perjanjian yang lain tidak terpenuhi, hanya saja secara moral perjanjian tersebut dapat diakui keberadaannya dan dapat dilaksanakan, namun secara hukum perjanjian tersebut mungkin dapat dibatalkan atau batal demi hukum.

⁶¹R. Subekti, 1995, *Aneka Perjanjian*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, hlm 1.

2.5.3 Kewajiban Penjual dan Pembeli

Kewajiban penjual dan pembeli dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kewajiban Penjual

Bagi pihak penjual ada dua kewajiban utama yaitu:⁶²

a. Menyerahkan hak milik atas barang yang diperjual belikan.

Kewajiban menyerahkan hak milik meliputi segala perbuatan yang menurut hukum diperlukan untuk mengalihkan hak milik atas barang yang diperjual belikan itu dari si penjual kepada sipembeli.⁶³

b. Menanggung kenikmatan tenteram atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi.

Kewajiban untuk menanggung kenikmatan tenteram merupakan konsekuensi dari pada jaminan yang oleh penjual diberikan kepada pembeli bahwa barang yang dijual dan dilever itu adalah sungguh-sungguh memilikinya sendiri yang bebas dari sesuatu beban atau tuntutan dari suatu pihak.⁶⁴

Sedangkan kewajiban untuk menanggung cacat tersembunyi dapat diterangkan bahwa sipenjual diwajibkan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi pada barang yang dijualnya yang membuat barang tersebut tak dapat dipakai untuk keperluan yang dimaksud atau yang mengurangi pemakaian itu, sehingga, seandainya sipembeli mengetahui cacat-cacat tersebut, ia sama sekali tidak akan membeli barang itu atau tidak membelinya selain dengan harga yang kurang.⁶⁵

2. Kewajiban Pembeli

Kewajiban pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat yang telah diperjanjikan.⁶⁶ Akan tetapi, apabila waktu dan tempat pembayaran tidak ditetapkan dalam perjanjian, pembayaran harus dilakukan ditempat dan pada waktu penyerahan barang dilakukan.⁶⁷

Apabila pembeli tidak membayar harga barang tersebut penjual dapat menuntut pembatalan perjanjian sebagaimana halnya pembeli dapat menuntut pembatalan perjanjian jika penjual tidak menyerahkan barangnya.

Disamping kewajiban pembeli tersebut diatas, dikenal pula hak penjual.

Kewajiban-kewajiban pembeli tersebut diatas merupakan hak dari penjual dan

⁶²R. Subekti, *Ibid.*, hlm. 8.

⁶³*Ibid.*, hlm. 9.

⁶⁴*Ibid.*, hlm. 17.

⁶⁵*Ibid.*, hlm. 19.

⁶⁶*Ibid.*, hlm. 20.

⁶⁷Pasal 1514 KUHPperdata.

sebaliknya, sehingga tidak perlu lagi untuk menguraikan lebih lanjut tentang hak-hak penjual dan pembeli.

2.6 Katalog

2.6.1 Pengertian Katalog

Beberapa pengertian katalog dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengertian katalog menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah 1 carik, daftar, atau buku yang memuat nama benda atau informasi tertentu yang ingin disampaikan, disusun secara berurutan, teratur dan alfabetis. 2 daftar barang yg dilengkapi dengan nama, harga, mutu, dan cara pemesanannya.⁶⁸
2. Pengertian katalog menurut *oxford dictionaryes* adalah *a publication containing details and often photographs of items for sale, especially one produced by a mail-order company* yang dalam terjemahan Indonesia berarti sebuah publikasi yang berisi rincian dan sering foto-foto barang untuk dijual, terutama yang diproduksi oleh sebuah perusahaan mail-order.⁶⁹
3. Menurut Frank Jaefkins katalog adalah sejenis brosur yang menerangkan dengan tambahan ilustrasi, tentang berbagai produk yang ditawarkan perusahaan beserta harganya, dengan ukuran bermacam-macam mulai dari ukuran saku sampai sebesar buku telepon, tergantung keperluan bisnisnya.⁷⁰
4. Menurut Robert W. Bly katalog adalah piranti penjualan yang dirancang untuk menghasilkan kontak penjualan atau penjualan langsung.⁷¹
5. Secara umum pengertian katalog merupakan media yang memuat informasi suatu produk/barang dalam jumlah banyak. Informasinya seputar spesifikasi produk, gambar produk, kelebihan dan keunggulan, dan juga daftar harga produk tersebut secara keseluruhan.⁷² Terlepas dari deskripsi dari masing-masing item dan harganya, terdapat bagian khusus yang mencakup data yang diperlukan seperti informasi pada kontak alamat, nomor telepon, website, e-mail, cabang atau

⁶⁸Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan), *Katalog*, <http://kbbi.web.id/>, diakses tanggal 4 september 2013 Pukul 15.00 WIB.

⁶⁹Oxford Dictionaries, *Definition Of Catalog In English*, http://oxforddictionaries.com/definition/american_english/catalog, diakses tanggal 6 september 2013Pukul 22.00 WIB.

⁷⁰Jaefkins frank, Op.Cit., hlm, 137.

⁷¹Bly Robert W., Op.Cit., hlm, 159.

⁷²Pengertian Company Profile – Contoh Company Profile – Video Company Profile – Design Company Profile, *Brosur Dan Katalog*, <http://pembuatancompanyprofile.wordpress.com/2011/10/24/brosur-dan-katalog/>, tanggal 6 september 2013 Pukul 22.00 WIB.

anak perusahaan, metode pemesanan, pengiriman dan pembayaran, dan jam operasional.⁷³

Dari uraian tersebut diatas, dapat dijelaskan secara sederhana bahwa yang dimaksud dengan katalog, merupakan media penawaran yang memuat daftar produk/barang yang dilengkapi dengan informasi setiap produk beserta cara pemesanan, pembayaran, dan pengiriman.

2.6.2 Macam-Macam Katalog

Berdasarkan bentuknya katalog dapat dibedakan menjadi dua, yaitu dalam bentuk katalog cetak dan dalam bentuk elektronik katalog.

1. Katalog Cetak

Katalog cetak merupakan media iklan berupa kertas cetak⁷⁴ yang merupakan suatu media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto produk dalam tata warna dan halaman putih.⁷⁵

2. Elektronik Katalog

Satu faktor penting dalam periklanan internet adalah cara-cara memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen. Ini seringkali dilakukan menggunakan katalog.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, katalog tidak hanya tersedia dalam bentuk katalog cetak, melainkan juga tersedia dalam bentuk elektronik katalog. Kebanyakan dari elektronik katalog pada awal perkembangannya merupakan replikasi teks dan gambar dari teks yang sudah dicetak. Namun elektronik katalog telah berkembang menjadi semakin dinamis, *customized*, dan terpadu dengan prosedur pembelian dan penjualan.

Elektronik katalog dapat diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yaitu:⁷⁶

a. Dinamika penyajian informasi.

Dalam bagian ini, ada dua macam kategori:

- (1) Katalog statis: katalog disajikan dalam deskriptif tekstual dan gambar statis.
- (2) Katalog dinamis: katalog dipresentasikan dalam gambar bergerak atau animasi, bisa ditambahkan bunyi untuk melengkapi isi yang statis.

⁷³Aldo Edo Sutedja, SagalaART, *Apa Itu Katalog*, <http://sagalaartweb.blogspot.com/2011/07/apa-itu-katalog.html>, diakses tanggal 6 september 2013 Pukul 15.00.

⁷⁴M. suyanto, 2003, *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta, Andi, hlm. 247.

⁷⁵Rhenald Kasali, 1995, *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*, Jakarta, Pustaka Utama Graffiti, hlm. 99.

⁷⁶M. suyanto, Op.Cit., hlm. 247.

b. Tingkat *customization*.

Ada dua kategori berbeda yakni:

i. *Redy-Made Catalog* (katalog yang sudah jadi)

Pedagang menawarkan katalog yang sama kepada konsumen manapun.

ii. *Customized*

Mengirimkan isi dan tampilan yang di *customized* tergantung pada karakteristik pelanggan.

c. Tingkat keterpaduan antara katalog dengan proses bisnis.

(1) Pemesanan (*order taking*) dan pemenuhan kewajiban.

(2) Sistem pembayaran elektronis.

(3) *Software* dan sistem alurkerja internet.

(4) Sistem persediaan dan akunting.

(5) Extranet milik supliyer atau pelanggan.

(6) Katalog kertas.

Uraian diatas memberikan pemahaman bahwa macam-macam katalog pada dasarnya hanya terdapat dalam dua bentuk, yaitu katalog cetak dan elektronik katalog dimana kedua bentuk katalog tersebut digunakan sebagai alat untuk menawarkan produk. Perbedaan dasar antara kedua katalog tersebut terletak pada bentuk atau wujudnya, dimana katalog cetak berbentuk *hard cover* sedangkan untuk elektronik katalog berbentuk *soft cover*.