

**Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Sepatu Preloved Di Pekanbaru
Terkait Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan
Konsumen (Studi Kasus: Teras Rumah Shoes)**

*Consumer Protection For Preloved Shoe Users In Pekanbaru Related To Law
Number 8 Of 1999 Concerning Consumer Protection (Case Study: Teras Rumah
Shoes)*

M. Ivan Mourist¹, Rika Lestari², Meriza Elpha Darnia³

^{1,2,3}Jurusan Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Riau

Email: imourits@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas perlindungan konsumen dalam transaksi pembelian sepatu preloved di Teras Rumah Shoes, Pekanbaru, yang berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pokok permasalahan yang dikaji adalah sejauh mana hak konsumen terlindungi, tanggung jawab pelaku usaha, serta upaya yang dilakukan konsumen ketika mengalami kerugian akibat pembelian sepatu preloved. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan prinsip perlindungan konsumen, praktik tanggung jawab pelaku usaha, dan tindakan konsumen dalam menghadapi kerugian. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-sosiologis dengan sifat deskriptif. Lokasi penelitian ditetapkan di Toko Sepatu Preloved Teras Rumah Shoes, Kota Pekanbaru. Populasi penelitian meliputi penjual dan pembeli sepatu, dengan sampel purposive sebanyak 1 penjual dan 15 pembeli. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menghubungkan fakta di lapangan dengan teori hukum yang relevan, sehingga kesimpulan dapat ditarik secara deduktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik penjualan sepatu preloved masih membatasi hak konsumen, antara lain melalui kebijakan “No Refund No Return” dan deskripsi produk yang kurang rinci. Mayoritas konsumen (60%) mengalami kerugian karena ketimpangan informasi dan minimnya edukasi hukum mengenai hak konsumen. Pelaku usaha mengakui tanggung jawab terbatas sesuai kebijakan internal, sementara konsumen jarang menggunakan mekanisme penyelesaian sengketa formal. Kesimpulannya, meskipun perlindungan konsumen telah diatur dalam UUPK, implementasinya dalam praktik transaksi sepatu preloved belum optimal. Diperlukan edukasi konsumen, transparansi pelaku usaha, dan sosialisasi lembaga perlindungan konsumen agar hak konsumen lebih terlindungi.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Sepatu Preloved, UUPK, Tanggung Jawab Pelaku Usaha.

ABSTRACT

This study examines consumer protection in the purchase of preloved shoes at Teras Rumah Shoes, Pekanbaru, in relation to Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection (UUPK). The main issues addressed are the extent to which consumer rights are protected, the responsibilities of business actors, and the actions taken by consumers when experiencing losses from purchasing preloved shoes. The purpose of this study is to identify the implementation of consumer protection principles, the practices of business actors' responsibilities, and the actions of consumers in facing losses. This research uses a socio-legal approach with a descriptive nature. The research location is set at Teras Rumah Shoes, Pekanbaru. The population includes both sellers and buyers of shoes, with a purposive sample of 1 seller and 15 buyers. Data were collected through interviews, observation, and documentation studies. Data analysis was conducted qualitatively by relating field facts to relevant legal theories, so conclusions can be drawn deductively. The results show that the practice of selling preloved shoes still limits consumer rights, including through the "No Refund No Return" policy and limited product descriptions. The majority of consumers (60%) experienced losses due to information asymmetry and limited legal education regarding consumer rights. Business actors acknowledge limited responsibility according to internal policies, while consumers rarely use formal dispute resolution mechanisms. In conclusion, although consumer protection is regulated under the UUPK, its implementation in preloved shoe transactions is not yet optimal. Consumer education, business transparency, and socialization of consumer protection institutions are necessary to ensure that consumer rights are better protected.

Keywords: Consumer Protection, Preloved Shoes, UUPK, Business Actors Responsibility.

PENDAHULUAN

Pendahuluan Perkembangan tren penggunaan barang bekas atau *preloved* semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan gaya hidup berkelanjutan (*sustainable living*) dan ekonomi sirkular. Sepatu *preloved* menjadi salah satu komoditas yang diminati, terutama di kalangan anak muda, karena harganya yang lebih terjangkau serta memiliki nilai estetika dan sejarah tertentu.

Selain itu, sepatu *preloved* dari merek terkenal sering kali masih memiliki kualitas yang baik, sehingga banyak konsumen yang lebih memilih membeli barang bekas dibandingkan barang baru dengan harga yang lebih mahal (Yuliana, 2023).

Di Pekanbaru, Teras Rumah Shoes merupakan salah satu toko yang menjual sepatu *sport preloved* di Pekanbaru dengan kisaran harga Rp300.000 hingga Rp800.000. Dengan harga tersebut, konsumen berharap mendapatkan produk yang masih dalam kondisi baik dan layak pakai.

Dengan demikian, transaksi penjualan sepatu *preloved* membawa tantangan tersendiri dalam hal perlindungan konsumen. Hal ini karena kondisi sepatu bekas tidak sepenuhnya sempurna, serta tidak adanya jaminan barang seperti dalam barang baru. Selain itu, dalam praktik di lapangan ditemukan bahwa pelaku usaha seperti Teras Rumah Shoes mencantumkan kebijakan "*No Refund No Return*" dan memberikan deskripsi kondisi barang yang sangat terbatas, misalnya hanya mencantumkan "*Condition: 8,7/10*" tanpa penjelasan rinci mengenai cacat atau kerusakan.

Kebijakan *No Refund No Return* serta deskripsi produk terbatas yang hanya mencantumkan seperti "*Condition: 8,7/10*" ini tentu menimbulkan pertanyaan tentang sejauh mana konsumen dilindungi secara hukum. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Sayangnya, banyak toko *preloved* di Indonesia yang belum menerapkan standar ini dengan baik, sehingga menyebabkan potensi kerugian bagi konsumen (Yuliana et al., 2023).

Banyak penjual menetapkan sistem "barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan", sehingga jika konsumen menerima barang yang tidak sesuai, mereka tidak memiliki pilihan selain menerima keadaan tersebut (Widyastuti et al., 2022). Padahal, dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, disebutkan

bahwa pelaku usaha wajib memberikan kompensasi atau penggantian jika barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian.

Kedua, sanksi perdata, yang memungkinkan konsumen untuk mengajukan gugatan ganti rugi apabila mengalami kerugian akibat tindakan pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Gugatan ini dapat diajukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau jalur pengadilan sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Humaemah, 2020). Namun, dalam praktiknya, banyak konsumen yang tidak mengetahui hak mereka, sehingga kasus-kasus seperti ini jarang diproses melalui jalur hukum (Subekti, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-sosiologis dengan sifat deskriptif. Pendekatan yuridis-sosiologis dipilih karena masalah yang dikaji berkaitan dengan penerapan hukum dalam masyarakat, sehingga penelitian tidak hanya menganalisis regulasi hukum secara teoritis, tetapi juga melihat praktiknya di lapangan. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis, jelas, dan rinci berdasarkan data yang diperoleh dari objek penelitian. Lokasi penelitian ditetapkan di Toko Sepatu Preloved Teras Rumah Shoes, Kota Pekanbaru, karena terdapat permasalahan yang relevan untuk dianalisis, khususnya terkait proses jual beli dan penerapan hak serta kewajiban hukum dalam transaksi. Populasi penelitian meliputi penjual dan pembeli sepatu, sedangkan sampel diambil secara *purposive*, yaitu 1 penjual dan 15 pembeli yang dianggap mewakili populasi dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi yang relevan dengan objek penelitian. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif untuk menghasilkan deskripsi yang sistematis dan komprehensif. Analisis dilakukan dengan menghubungkan fakta yang ditemukan di lapangan dengan teori-teori hukum yang

relevan, sehingga kesimpulan dapat ditarik secara deduktif, dari hal-hal yang bersifat umum menuju hal-hal yang bersifat khusus. Hasil penelitian diharapkan memberikan gambaran jelas mengenai penerapan prinsip hukum dalam praktik jual beli sepatu *preloved*, serta menjadi dasar pemecahan masalah hukum yang dikaji. Dengan metode ini, penelitian dapat menunjukkan hubungan antara teori hukum dan kenyataan sosial di lapangan secara utuh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Sepatu *Preloved* di Teras Rumah Shoes Terkait Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Teras Rumah Shoes adalah sebuah usaha mikro yang berfokus pada penjualan sepatu bekas (*preloved*) khususnya untuk kategori sepatu basket. Usaha ini berdiri pada tanggal 30 Mei 2022 di bawah kepemilikan Bayu Prayoga, yang juga merupakan pecinta olahraga basket. Berlokasi di Jalan Rajawali Sakti, Pekanbaru, usaha ini menasar segmen konsumen muda, seperti pelajar, mahasiswa, serta komunitas basket lokal yang memiliki minat tinggi terhadap sepatu bermerek namun dengan harga yang lebih terjangkau. Penjualan sepatu dilakukan dengan memanfaatkan platform media sosial, seperti Instagram dan WhatsApp.

Fenomena penjualan sepatu *preloved*, terutama sepatu *sport* bermerek, telah menjadi tren di kalangan masyarakat urban. Namun, di balik meningkatnya minat tersebut, timbul berbagai persoalan hukum yang berkaitan dengan hak-hak konsumen. Salah satunya adalah praktik yang dilakukan oleh Teras Rumah Shoes yang mencantumkan kebijakan “*No Refund No Return*” dan hanya menyertakan deskripsi kondisi barang secara umum, seperti “*Condition: 8,7/10, 9/10*”. Hal ini berpotensi mengabaikan hak konsumen untuk memperoleh informasi secara lengkap dan jujur sebelum melakukan pembelian (Winarsih & Oktaviarni, 2021).

Menurut Pasal 4 huruf c dan f UUPK, konsumen berhak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang digunakan, dan juga berhak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Dalam konteks ini, deskripsi sepatu yang hanya menyatakan “*Condition: 8,7/10*” tanpa penjelasan mengenai detail kerusakan atau kondisi aktual dapat dianggap mengurangi hak konsumen tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, sebagian besar mengaku tidak mendapat penjelasan rinci secara lisan dari pihak penjual mengenai kondisi sepatu sebelum melakukan pembelian. Informasi yang diberikan umumnya hanya berupa label singkat seperti “*Condition: 8,7/10, 9/10*” yang tertera di platform Instagram Teras Rumah Shoes, tanpa penjabaran lebih lanjut mengenai kerusakan, keausan, dan lainnya. Setelah barang diterima dan digunakan, ditemukan berbagai masalah seperti sol sepatu yang aus, bekas dijahit ulang, serta noda yang tidak dapat hilang walupun sudah dicuci yang mana tidak terlihat saat pertama kali membeli. Hal ini menunjukkan bahwa adanya ketimpangan informasi yang terjadi dalam transaksi online, terutama ketika pelaku usaha tidak secara aktif memberikan penjelasan atau tidak menyediakan informasi visual dan tertulis yang lengkap mengenai kondisi sepatu.

Selain itu, dalam Pasal 7 huruf b dan c UUPK, pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang serta memberikan jaminan atas barang yang diproduksi dan/atau diperdagangkan. Dengan mencantumkan ketentuan “*No Refund No Return*”, pelaku usaha telah membatasi hak konsumen dalam mendapatkan ganti rugi apabila produk yang dibeli tidak sesuai atau cacat, yang seharusnya tetap dilindungi menurut Pasal 19 ayat (1) yang menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa konsumen memiliki sembilan hak, di antaranya: 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan. 2) Hak untuk memilih barang dan jasa. 3) Hak atas informasi yang benar dan jujur. 4) Hak untuk didengar. 5) Hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa, dan lain sebagainya.

Ketidaktahuan mayoritas konsumen terhadap pasal ini membuat mereka kurang kritis dan tidak mampu menuntut perlindungan hukum saat mengalami kerugian dari pembelian barang bekas, seperti sepatu *preloved*. Hal ini diperparah oleh asumsi umum bahwa barang *preloved* memiliki kekurangan, sehingga keluhan dianggap wajar dan bukan sebagai pelanggaran hak konsumen. Kondisi ini mengindikasikan perlunya:

1. Peningkatan edukasi hukum kepada masyarakat terkait hak-hak konsumen,
2. Peran aktif pemerintah daerah dan lembaga perlindungan konsumen dalam menyosialisasikan isi UUPK,
3. Kewajiban pelaku usaha, seperti Teras Rumah Shoes , untuk turut mengedukasi konsumen dalam setiap proses transaksi.

Bahkan beberapa responden mengatakan bahwa setelah menerima produk, mereka menemukan kondisi yang tidak sesuai ekspektasi, seperti noda kecil, kerutan, atau lem sepatu yang mulai mengelupas, yang sebelumnya tidak disebutkan dalam deskripsi.

Kondisi ini menunjukkan adanya ketimpangan informasi antara pelaku usaha dan konsumen, yang bertentangan dengan Pasal 7 huruf b dan Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang.

Dampak dari informasi yang kurang transparan ini dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap toko *preloved*, serta menyebabkan kerugian konsumen yang seharusnya dapat dicegah bila penjual lebih terbuka dalam memberikan informasi.

Tabel 1. Jumlah Konsumen yang Mengalami Kerugian Setelah Membeli Sepatu *Preloved* di Teras Rumah Shoes

No.	Kategori Pengetahuan Konsumen	Jumlah Responden	Persentase %
1.	Mengalami kerugian	9	60%
2.	Tidak mengalami kerugian	6	40%
	Total	15	100%

Sumber : Data Olahan 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa dari 15 responden yang mengikuti penelitian, mayoritas yaitu 9 orang atau 60% mengalami kerugian sebagai konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen pernah merasakan dampak negatif atau kehilangan dalam transaksi yang mereka lakukan. Sementara itu, 6 responden atau 40% mengaku tidak mengalami kerugian, yang berarti sebagian kecil konsumen merasa puas atau tidak terdampak secara finansial maupun non-finansial dari transaksi yang dilakukan.

Secara keseluruhan, data ini memberikan gambaran bahwa pengalaman kerugian konsumen cukup signifikan, sehingga perlunya perhatian lebih terhadap hak-hak konsumen dan mekanisme perlindungan dalam kegiatan jual beli. Persentase yang ada juga membantu menilai seberapa besar proporsi konsumen yang terdampak, sehingga bisa menjadi dasar analisis lebih lanjut terkait faktor penyebab kerugian dan upaya pencegahannya.

Tanggung Jawab Pelaku Usaha Teras Rumah Shoes

Teori tanggung jawab pelaku usaha (*business responsibility*) menegaskan bahwa pelaku usaha wajib menjamin mutu, keamanan, dan keselamatan produk termasuk aspek *strict liability*, yaitu tanggung jawab mutlak terhadap cacat tersembunyi, bahkan jika barang dijual (Ramadhan et al., 2023). UUPK Pasal 19(1) dan Pasal 7 huruf c dan f memperkuat ketentuan ini, menuntut pelaku usaha untuk memberikan kompensasi dan memastikan informasi produk yang jujur untuk semua jenis barang.

Konsep *strict liability* dalam perlindungan konsumen menuntut pelaku usaha tetap bertanggung jawab atas cacat tersembunyi atau kerusakan yang tidak diinformasikan secara jujur. Dalam kerangka hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk menjamin bahwa barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tidak merugikan konsumen, baik secara fisik, psikologis, maupun ekonomis. Pasal 19 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Dalam etika bisnis, tanggung jawab tidak hanya sekadar memenuhi hukum, tetapi juga membangun kepercayaan melalui kejujuran dan transparansi nilai-nilai inti yang membentuk citra bisnis profesional (Anugrah et al., 2025). Dalam praktiknya, tanggung jawab tersebut mencakup kewajiban pelaku usaha untuk menyampaikan informasi secara jujur dan lengkap, serta memberikan jaminan atau kompensasi apabila terjadi ketidaksesuaian atau cacat produk.

Berdasarkan wawancara penulis kepada pelaku usaha mengenai tanggung jawab atas keluhan dari konsumen yang mengalami kerugian setelah pembelian, seperti adanya bagian sepatu yang sudah pernah direparasi ulang atau kerusakan tersembunyi yang tidak diinformasikan sebelumnya, Bayu Prayoga sebagai pelaku usaha mengakui bahwa toko memang tidak menyediakan opsi pengembalian barang ataupun pengembalian dana. Hal ini disebabkan oleh kebijakan tetap toko yang menganut prinsip “*No Refund No Return*”, yang telah diumumkan sejak awal melalui media sosial dan juga diinformasikan saat transaksi berlangsung. Menurut Bayu, kebijakan tersebut bertujuan untuk melindungi toko dari risiko tuntutan atas kondisi barang bekas yang memang secara alami tidak sempurna.

Upaya Yang Dilakukan oleh Konsumen Teras Rumah Shoes Sebagai Pengguna Sepatu *Preloved* Ketika Mendapatkan Kerugian

Adanya transaksi dilakukan secara online, bukan berarti semua konsumen memahami hak-hak mereka sebagai konsumen ketika mengalami kerugian akibat pembelian barang yang tidak sesuai harapan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap 15 konsumen Teras Rumah Shoes, sebagian besar dari mereka tidak melakukan upaya hukum atau melaporkan keluhannya kepada lembaga perlindungan konsumen. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti ketidaktahuan mengenai prosedur pengaduan, rasa enggan karena harga sepatu yang dianggap relatif murah, dan anggapan bahwa membeli barang *preloved* memang memiliki risiko kerusakan.

Sebagian besar konsumen hanya mengungkapkan keluhan secara langsung kepada pihak penjual tanpa dokumentasi atau catatan resmi dengan respon yang diterima beragam. Dalam beberapa kasus, penjual menanggapi dengan memberikan saran penggunaan atau perawatan sepatu, namun tidak memberikan opsi penukaran atau pengembalian barang. Hal ini sejalan dengan kebijakan toko yang menuliskan pernyataan "*No Refund No Return*" di akun Instagram maupun secara lisan saat transaksi, membuat konsumen merasa tidak memiliki opsi lain (Mufidah et al., 2025). Dalam praktiknya, kebijakan tersebut cenderung merugikan konsumen karena menghilangkan hak untuk mendapatkan penggantian atau kompensasi atas barang yang rusak atau tidak layak guna, padahal hak tersebut diakomodasi oleh undang-undang (Freitas & Santoso, 2024).

Padaahal, dalam Pasal 4 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), ditegaskan bahwa konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Selain itu, Pasal 19 ayat (1) menyatakan 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.

Namun, minimnya sosialisasi terhadap keberadaan dan fungsi lembaga perlindungan konsumen seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)

menyebabkan banyak konsumen memilih untuk tidak menempuh jalur penyelesaian hukum. Sebagaimana dikemukakan oleh Imam Sudiyat, konsumen dalam praktiknya sering kali berada pada posisi yang lemah karena tidak memiliki informasi hukum yang cukup dan cenderung pasrah terhadap kebijakan sepihak dari pelaku usaha.

Idealnya, ketika kerugian dialami akibat produk yang tidak sesuai dengan kondisi aktualnya, mereka dapat mengajukan keluhan secara informal melalui musyawarah dengan pelaku usaha. Jika tidak mendapatkan solusi, mereka berhak menggunakan fasilitas BPSK atau jalur hukum formal sesuai pasal 45 UUPK (Widijantoro et al., 2020). Dalam praktiknya, jika konsumen menggunakan jalur hukum, ada dua dampak positif: (1) pelaku usaha terdorong untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan purna jual, (2) konsumen menjadi bagian dari budaya “konsumen aktif”, yang akhirnya memengaruhi standar pasaran dan reputasi bisnis.

Namun, relevansi teori dengan praktik ini menunjukkan adanya ketimpangan. Berdasarkan hasil wawancara, konsumen yang telah menyampaikan keluhan tidak mendapatkan ganti rugi atau kompensasi, meskipun UUPK secara tegas mengatur kewajiban pelaku usaha. Pasal 19 ayat (1) UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat penggunaan barang yang diperdagangkan. Dengan demikian, meskipun konsumen sudah menempuh mekanisme musyawarah, hasilnya tidak efektif karena pelaku usaha berpegang pada kebijakan *"No Refund No Return"*.

Kondisi ini menggambarkan relevansi teori penyelesaian sengketa konsumen dengan praktik di lapangan, di mana teori menghendaki adanya keseimbangan hak dan kewajiban, namun pada praktiknya terjadi ketidakseimbangan posisi tawar (*inequality of bargaining power*). Konsumen berada pada posisi lemah karena keterbatasan pengetahuan hukum, rendahnya kesadaran untuk membawa kasus ke lembaga seperti Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan adanya kebijakan internal pelaku usaha yang merugikan (Widijantoro et al., 2020).

Dengan demikian, relevansi teori penyelesaian sengketa dengan kasus Teras Rumah Shoes menegaskan bahwa meskipun jalur non-litigasi melalui penyampaian keluhan langsung kepada pelaku usaha sudah ditempuh, perlindungan hukum tetap belum optimal. Hal ini menunjukkan perlunya penguatan mekanisme perlindungan konsumen dan edukasi mengenai jalur penyelesaian sengketa yang lebih formal agar konsumen tidak selalu berada pada posisi yang lemah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen dalam transaksi pembelian sepatu preloved di Teras Rumah Shoes belum optimal. Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjamin hak konsumen atas informasi yang jelas, jujur, dan kompensasi apabila barang tidak sesuai, praktik di lapangan menunjukkan adanya ketimpangan informasi dan keterbatasan perlindungan. Pelaku usaha menerapkan kebijakan “No Refund No Return” yang membatasi hak konsumen, sementara konsumen sebagian besar tidak mengetahui mekanisme penyelesaian sengketa melalui BPSK atau jalur hukum formal. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengetahui perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha dapat dijawab: perlindungan hukum sudah ada secara teoritis, namun implementasinya dalam praktik belum sepenuhnya diterapkan, sehingga konsumen tetap berpotensi mengalami kerugian.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa saran yang dapat disampaikan antara lain:

1. Meningkatkan kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka sesuai UUPK, termasuk hak atas informasi yang jujur dan hak mendapatkan kompensasi.
2. Pelaku usaha diharapkan menyampaikan deskripsi produk secara rinci, termasuk kondisi kerusakan atau cacat tersembunyi, serta mempertimbangkan mekanisme pengembalian atau kompensasi.

3. Pemerintah dan lembaga terkait perlu meningkatkan sosialisasi mengenai keberadaan dan fungsi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) untuk mempermudah akses konsumen terhadap penyelesaian sengketa.
4. Toko sepatu preloved seperti Teras Rumah Shoes disarankan membuat pedoman internal yang tetap mematuhi UUPK agar hak konsumen terlindungi tanpa mengurangi kepastian usaha.
5. Mendorong konsumen untuk proaktif menyampaikan keluhan dan menempuh jalur penyelesaian sengketa formal jika mengalami kerugian, sehingga tercipta keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, B. P., Salsabella, D., Koma, M., Fitri, N. A. A., Widianti, S. K., & Fitriani, S. (2025). Literature Review: Peran Etika Bisnis Dalam Membangun Citra Perusahaan Yang Positif. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 5, 126–134.
- Freitas, J. A., & Santoso, A. P. A. (2024). Perlindungan Konsumen Atas Produk Cacat Dan Gagal. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 1(4), 72–76.
- Humaemah, R. (2020). Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen Yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce. *Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(1), 77–87.
- Mufidah, F. N., Gofur, M. A., & Soraya, N. (2025). Peran Etika Bisnis Islam Dalam Mencegah Kecurangan Produsen Dan Membangun Kepercayaan Konsumen. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 14–22.
- Ramadhan, R., Sahu, N., & Kurniawan, R. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pelanggaran Klausula Baku Oleh Toko Pada Jual Beli Sepatu Secara Online. *Journal Of Sharia And Law*, 2(4), 1113–1125.
- Subekti, B. (2023). *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Pembelian Barang Bekas Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Widijantoro, J., Widiyastuti, Y., & Harsiwi, T. A. M. (2020). *Pemetaan Masalah*

Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Konsumen Dan Pelaku Usaha.
Bandung: Cahaya Atma Pustaka, Kelompok Penerbit Universitas Atma Jaya
Yogyakarta.

- Widyastuti, E. S., Kamila, T. R., & Saputra, P. A. A. (2022). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce: Suatu Perspektif Hukum Islam. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 43–50.
- Winarsih, I., & Oktaviarni, F. (2021). Tanggung Jawab Penyedia Layanan Aplikasi Marketplace Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Provinsi Jambi. *Zaaken: Journal Of Civil And Business Law*, 2(2), 349–367.
- Yuliana, L. (2023). Analisis Tren Citayam Fashion Week Terhadap Preferensi Konsumen Pada Pembelian Produk Second Hand Di Carousell. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(1), 13–17.
- Yuliana, L., Apriyana, N., Fauzan, R., Larasati, N., Alhazami, L., & Sutopo, I. E. B. (2023). Analisis Minat Pembelian Produk Preloved Sebagai Upaya Peduli Lingkungan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 21(1), 14–27.