

## ANALISIS YURIDIS TENTANG PERTANGGUNGJAWABAN PIHAK KETIGA DALAM KASUS PRODUSEN DAN KONSUMEN DI PASAR PLAZA CEPU (TOKO YUNITA)

Laudya Nickyta Alexandra<sup>1</sup>, Afredo Satria Wijaya<sup>2</sup>, Andre Al Akbar<sup>3</sup>, Fikri Arsyad Efendi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Fakultas Hukum, Universitas Bojonegoro, Indonesia

Email: [andriakbar189@gmail.com](mailto:andriakbar189@gmail.com)

### Abstrak

Implementasi terhadap suatu toko atau pasar ini mempunyai persaingan yang ketat untuk di tinjau terhadap segi suatu faktor salah satu contohnya persaingan terhadap era pasar modern bentuk suatu penjualan produk untuk di jual dengan kualitas berbeda salah satu contohnya. Customer Yang bernama Andi memberi barang yang telah di sepakati untuk di beli dan melakukan complain terhadap produk yang di jual untuk kebutuhan dasar salah satunya terhadap produk impor kami yang di tinjau dari segi bentuk dan kualitas yang di jual kian berbeda dengan produk lokal yang di jual memiliki kualitas dan bentuk yang sangat perspektif untuk di minati kalangan masyarakat masa kini untuk selalu di tinjau dalam kalangan konsumen untuk di perjualkan. Pengimporan barang tersebut di tinjau kurang bermutu dari barang yang di import salah satunya produk import kurang di minati Masyarakat masa kini untuk di minati di karenakan faktor dari barang import tersebut memiliki kualitas yang yang rendah kurang terjamin dan tidak memenuhi faktor kondisi barang yang di minati masa kini maka kian kini produk yang ingin kami jual terhadap konsumen harus memiliki kualitas dan tinjauan yang terjamin dari segi produk yang di tawarkan dan di perdagangkan salah satunya faktor produk lokal lebih kian di minati esproduksi tersebut dari kalangan remaja hingga dewasa banyak memburu produk seperti ini brand brand lokal yang banyak di sebar dan di perdagangkan.

E-Commerce merupakan sarana penjualan Online pada toko Yunita (Pasar Plaza Cepu) Jadi E-commerce merupakan sarana penjualan online di Toko Yunita(Pasar Plaza Cepu). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan sebuah website e-commerce yang akan berperan sebagai media periklanan dan penjualan elektronik. Juga, Anda tahu hambatan untuk menerapkan situs web e-niaga. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Penelitian ini berdasarkan studi kasus pada toko Yunita di Kota Cepu. Sumber data yang diperoleh adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian penerapan e-commerce dengan software Opencart pada toko Yunita(Pasar Plaza Cepu) akan dapat menekan biaya dan memberikan informasi yang detail dan cepat kepada pelanggan tentang produk dan bersaing dengan toko berbagai jenis.

**Kata Kunci:** Analisis Yuridis Pertanggung Jawaban Pihak Ke Tiga Produsen dan Konsumen.

### **Abstract**

*The implementation of a store or market has a fierce competition to be reviewed in terms of a factor, one example is competition in the modern market era, a form of selling products to be sold with different qualities, one of the examples. The customer named Andi gives goods that have been agreed to be bought and complains about the products that are sold for basic needs, one of which is our imported products which are reviewed in terms of shape and quality that are sold are increasingly different from the local products that are sold have a very perspective and form to be of interest to today's people to always be reviewed among consumers for sale.*

*The import of these goods is reviewed to be of poor quality from the imported goods, one of which is that imported products are not in demand by today's society to be in demand because the factors of the imported goods have low quality, are not guaranteed and do not meet the factors of the condition of the goods that are in demand today, so now the products that we want to sell to consumers must have guaranteed quality and review in terms of the products offered and in the One of the factors is that local products are increasingly in demand for espodusi, from teenagers to adults, many hunt for products like this, local brands that are widely distributed and traded.*

*E-Commerce is a means of online sales at the Yunita store (Pasar Plaza Cepu) So E-commerce is a means of online sales at the Yunita Store (Pasar Plaza Cepu). The purpose of this research is to implement an e-commerce website that will serve as an advertising and electronic sales medium. Also, you know the barriers to implementing an e-commerce website. The type of research conducted is qualitative. This research is based on a case study on the Yunita store in Cepu City. The data sources obtained are primary and secondary data sources. The data collection technique carried out by the researcher uses observation, interviews, and documentation. The results of the research on the application of e-commerce with Opencart software in Yunita stores (Pasar Plaza Cepu) will be able to reduce costs and provide detailed and fast information to customers about products and compete with stores of various types.*

**Keywords:** *Legal Analysis of Third Party Liability of Producers and Consumers.*

## **A. PENDAHULUAN**

Pada awalnya, toko ini berdiri pada tahun 2004 yang awal mulanya menjual produk sembako yang berjualan berbagai macam kebutuhan pokok missal seperti beras, mie, dll pada itu awal mula berdirinya toko ini mempunyai faktor yang pesat terhadap konsumennya dari berbagai kalangan orang-orang di sekitar semisal di toko Yunita ini mencapai titik penjualan produk berbagai sembako ini menaik pesat sampai pun bisa menerima pesanan-pesanan produk parcel saat hari raya lebaran Idul Fitri maupun santunan yatim piatuh dari tahun 2006-

2012 dari pembisnisian tersebut toko Ini dikenal sebagai klapok (TOKO TERKENAL) di daerah cepu dalam berbagai pesaing klontong kecil di daerah sana walaupun banyak sekali cobaan cobaan yang di alami segi penjualan dan pembelian barang tersebut nan juga toko ini sangat mudah di cari di daerah cepu toko ini juga mengalami perubahan penjualan di era tahun 2012-2016 dengan pencobaan pertama yang menjual sembako degan mencoba coba Menjual produk baju kualitas lokal dengan di era ini pasar plaza cepu mengalami syndrome ekonomis yang Dimana dengan maksud tanpa apapun di dalam faktor penjuakan juga di pungutkan biaya pajak dan waktu itu era itu banyak yang akan mengeluh dengan pesatnya pajak /kenaikan pajak tersebut nan kian bisa berjalan dengan mulus di era tersebut

Pada tahun 2016-2020 toko yunita ini mengalami perubahan penjualan lagi yang Dimana toko inj sudah benar benar menghapus penjualan produk sembako dengan mengalihkan produk tas sandal Sepatu dan di masa ini juga masi belum mengenal era online(store onlie)yang Dimana kalangan remaja hingga dewasa masi suka merayap ke pasar untuk membeli kebutuhan skunder ini dan menyiapkan produk untuk kalangan anak sekolah hingga acara pesta pesta besar dan toko ini juga mengalami kenaikan lonjakan produk yang Dimana produk pesat dari acara acara pesta pernikahan hingga hajan pastinya banyak pesanan yang mulai di angkun untuk di pajangkan/di meriahkan di pesta pesta hingga banyak konsumen konsumen memulai membeli barang dengan cara grosir untuk bisa mendapatkan raib untung harga yang murah yang Dimana harga satuan akan menjorok lebih mahal di banding harga grosir dari keuntungan tersebut toko yunita ini bisa meraib cabang/membuka cabang di era berikutnya untuk memperkembangkan glasi ekonomi yang sekarang bisa di pacukan terhadap konsumen yang ingin mencari toko di darah cepu ini

Masuk ke era selanjutnya 2020-2024 ini toko yunita telah mempunyai 3 cabang dan toko dengan perkembangan zaman dan era modern ini telah menguasai era bisnis ini toko yunita juga mengalami insflansi barang di tahun 2020 dengan dampaknya corona virus dan kebakaran toko pasar plaza cepu dengan kian cepat peminat/pembeli konsumen tidak mengeluh sama sekali dengan kenaikan harga untuk menutupi raup kerugian faktor tersebut hingga saat ini era toko yunita masi berdiri tegak dangan struktur barang yang di jual di online maupun offline dalam dampaknya tersebut toko yunita mengalami keterpurukan sistem ekonomi yang sekarang orba politik juga dampak menghantui faktor penjualan pembelian kian merosot begitu pesat dengan lonjoron produk produk lain dengan tipikal masuknya era lokal yang kian menyelimuti toko ini saat ini toko ini berfokuskan penjualan di era digital

hingga era digital ini pelonjakan hingga kestabilan penjualan sangat baik di tahun ini di banding tahun tahun yang sangat mempuruk keadaan ekonomi tersebut.

Dengan suasana di toko ini juga menyelimuti kehangatan atau kenyamanan terhadap konsumen konsumennya dengan peletakan barang yang rapi dan nyaman di pandang orang orang saat memilah barang di toko offline ini hingga membranikan pertanggung jawaban yang besar terhadap konsumen konsumen di toko ini juga memberikan kemudahan akses saat pembelian maupun pembayaran di via online dengan pertanggung jawaban struktur toko dengan akses era modern ini mempunyai berbagai macam penjualan penjualan produk yang di akses melalui internet/sosmed dalam media online

Keunggulan toko ini juga mempunyai fasilitas yang menjangkau bagi konsumen dan produsen seperti karpet pembelian dan promotion promo harga yang kian kadang berubah ubah dengan era ini kalangan anak muda menjadi condongan gaya yang mereka inginkan melalui zamannya dan struktur toko ini juga mudah untuk di kunjungi saat kian datangnya acara pesta pesta kemeriahan kemerdekaanya hingga lainnya juga mudah untuk di akses dalam media online dan offline.

Toko Yunita adalah toko yang berada di sekitar pasar Cepu, toko ini menjual berbagai produk yaitu Tas, Baju, Sandal, Sepatu dan Kosmetik selain menjual barang secara offline toko ini juga menjual produknya secara online dengan pengambilan sampel produk tersebut dari berbagai Perusahaan yang telah memiliki nama (brand) dan telah mengikuti prosedur penjualan yang telah di tetapkan dalam peraturan per undang-undangan penjualan produk terhadap konsumen yang ada di dalam UU Pasal 19 ( UUPK). Pelaku usaha penanggung jawab memberikan ganti rugi kepada konsumen jika terjadi kerugian akibat menggunakan atau memakai barang dan jasa yang di perdagangkan sebagai ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang penggantian barang atau perawatan Kesehatan di dalam peninjauan barang tersebut konsumen dan produsen melakukan interaksi terhadap suatu faktor penjualan dan pembelian barang yang mempunyai faktor pengeclaim perjanjian terhadap produsen dan konsumen.

Masalah yang terdapat di dalam Toko Yunita ini adalah mengenai sistem dalam manajemen tokonya. Manajemen usaha di toko tersebut masih kurang baik. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, toko ini masih belum memiliki sistem informasi yang digunakan untuk melakukan kontrol dan list barang-barang yang ada di toko sehingga akan kesulitan untuk mengetahui jumlah stock dari masing-masing barang tersebut dan kapan

barang tersebut dibeli dan dapat terjual ke konsumen. Hal tersebut tentunya membuat toko menjadi kesulitan untuk mengetahui jumlah barang yang terjual untuk tiap item yang ada dalam jangka waktu tertentu sehingga menjadi kesulitan dalam menentukan jumlah barang yang harus disediakan untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen tersebut. Toko ini masih mencatat secara manual list barang-barang yang disimpannya serta harga pokok dari barang tersebut dicatat di buku. Untuk data pembelian barang-barang, mereka hanya menyimpan struk pembelian barang tersebut agar dapat melihat berapa jumlah pembelian barang yang telah dibeli sebelumnya. Hal tersebut dapat menjadi referensi mereka untuk melakukan pembelian selanjutnya. Jika pembelian semua barang yang dibeli sebelumnya habis dan kurang untuk stock barang, maka toko menaikkan jumlah pembelian barang untuk stock pada masa mendatang. Begitu juga sebaliknya, jika barang yang dibeli sebelumnya kurang laku, maka toko menurunkan jumlah barang yang dibeli pada waktu selanjutnya.

Toko Yunita merupakan jenis bidang usaha retail menengah kebawah yang marak kita jumpai, tetapi dengan perkembangan zaman toko Yunita cepat atau lambat akan kalah bersaing dengan toko konvensional dikarenakan pengaturan rantai pasokan dan sistem yang dipakai masih bersifat tradisional. Penentuan sebuah sistem yang mengatur tentang bagaimana penyusunan rantai pasok pada sebuah bidang usaha dianggap sangat penting dikarenakan sebuah sistem tersebut dapat menunjang pada pertumbuhan selanjutnya.

Diperlukannya sebuah sistem informasi yang dapat mengatur dan mengelola tentang persediaan yang ada yang masih bersifat manual sehingga standar yang digunakan masih kalah jauh dengan toko konvensional yang ada. Kumpulan data informasi merupakan sebuah sistem data yang dikapsulasi yang membutuhkan arus informasi harian dan memberikan data yang konsisten dengan data informasi yang mereka butuhkan untuk pengambilan Keputusan.

Perbaikan jaringan pada rantai pasok terkadang terbatas hanya pada level distributor atau retailer besar tanpa adanya perbaikan di sektor yang langsung berhadapan dengan konsumen yaitu Toko Yunita. Dalam penelitian ini Toko Yunita yang menjadi komponen terakhir aliran rantai pasok akan dianalisa dan dibuatkan sebuah pemodelan untuk meningkatkan responsifitas yang berdampak pada daya saing dalam penjualan. Suatu analisa yang dilakukan dari lingkup yang kecil akan membawa dampak besar bagi keberlangsungan aliran tersebut, dikarenakan terganggunya sumber daya dan arus informasi dalam jaringan rantai pasok akan menimbulkan dampak atau resiko kedepannya.

Pertumbuhan toko modern di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, terutama seperti alfamart, indomaret dan toko modern lainnya yang dapat kita temui hampir diseluruh wilayah dan saling berdampingan satu sama lain. Toko Yunita merupakan toko modern yang menjual berbagai macam bahan-bahan pokok dengan sasarannya yaitu warga atau Masyarakat menengah keatas dan Masyarakat menengah kebawah.

Perkembangan era modern memberikan kontribusi terhadap adanya pembangunan yang terarah pada kota-kota di Indonesia, dimana karakteristik tata ruang kota-kota besar dikemas secara lebih modern. Seperti yang bisa kita lihat, era modern saat ini ditandai dengan banyaknya pembangunan infrastruktur dengan konsep modern hingga pembangunan pasar dan toko dengan konsep yang lebih modern. Bisa kita lihat dari pasar-pasar modern saat ini dapat dipastikan mempunyai tingkat pertumbuhan yang sangat cepat.

## **B. METODE PENELITIAN**

Setelah peneliti melakukan terhadap beberapa peneletian, ada beberapa yang memiliki keterkaitan dengan peniliti yang peneliti lakukan.

Metode Penelitian menguraikan hasil-hasil ilmiah yang pernah dilakukan oleh sejumlah peneliti yang mempunyai kaitan dengan proyek akhir yang dilakukan. Pada bagian yang dijelaskan masalah-masalah yang belum terjawab.

Mirip dengan bagian latar belakang masalah Metode Penelitian adalah untuk menyakinkan pembaca tentang kelayakan yang akan dibuat. Perbedaannya adalah argument-argument pada latar belakang hanya dijelaskan secara umum, pada Metode Penelitian argument-argument secara khusus dibangun dalam konteks ilmu pengetahuan terminology yang digunakan menunjuk konsep atau makna yang secara khas dikenali dalam bidang yang dimaksud.dengan menentukan konsep barang tersebut barang bisa dapat di pasarkan melalui media online dan offline di toko tersebut walaupun di tahun per tahun persaingan ekonomi begitu pesat atas dasar target marketing secara digital walaupun sedikit penurunan di tahun ini merupakan faktor bencana ekonomi bagi para pedagang pedagang lainnya

Dari faktor toko yunita ini mengalami drop side penjualan dari mulai omset toko baju,sandal,Sepatu,tas mengalami penurunan peminatan di karenakan paceklik ekonomi ini begitu drasti untuk di kejar berbagai sumber juga di toko lainnya juga mengalami Nasib yang sama dari segi tinjauan penjualan.pada dasarnya toko yunita ini juga mengaitkan store online

untuk meningkatkan daya Tarik ke sosial media untuk di perdagangkan secara formalitas ke pada pelanggan baru.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Analisis Yuridis Tentang Pertanggungjawaban Pihak Ketiga Dalam Kasus Produsen dan Konsumen di Pasar Plaza Cepu (Toko Yunita)**

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 8 Tahun 1999, pertanggungjawaban atas barang yang melibatkan pihak ketiga biasanya diatur terkait tanggung jawab produsen atau pelaku usaha terhadap konsumen. UUPK memuat beberapa pasal yang bisa dijadikan dasar untuk analisis pertanggungjawaban pihak ketiga atas barang yang mengakibatkan kerugian pada konsumen, di antaranya:

1. Pasal 19 UUPK – Menyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas ganti rugi apabila barang atau jasa yang diperdagangkan tidak sesuai dengan perjanjian atau mengalami cacat tersembunyi. Pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi yang meliputi pengembalian uang, penggantian barang, atau perbaikan. Jika barang tersebut disuplai oleh pihak ketiga (seperti distributor atau pemasok), mereka juga dapat dimintai tanggung jawab.
2. Pasal 20 UUPK – Pelaku usaha tidak bisa melepaskan diri dari tanggung jawab jika terbukti barang atau jasa yang diperjualbelikan mengalami kerusakan atau tidak sesuai standar. Ini bisa berlaku pada pihak ketiga, misalnya jika distributor atau pemasok yang terlibat adalah penyebab utama cacat atau kerusakan barang.
3. Pasal 27 UUPK – Mengatur bahwa dalam hal produsen atau pelaku usaha menggunakan jasa pihak ketiga dalam memproduksi atau mendistribusikan barang, maka pihak ketiga tersebut dapat ikut bertanggung jawab jika barang yang disalurkan merugikan konsumen.
4. Pasal 28 UUPK – Menyatakan bahwa pelaku usaha yang memproduksi atau mendistribusikan barang harus tunduk pada aturan keselamatan barang yang beredar di pasar. Jika pelanggaran terhadap standar keselamatan ini melibatkan pihak ketiga, misalnya dalam distribusi atau pengemasan barang, maka pihak ketiga tersebut dapat dituntut pertanggungjawaban.

Selain UUPK, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Pasal 1365 tentang perbuatan melawan hukum juga bisa digunakan apabila pihak ketiga melakukan tindakan yang merugikan konsumen secara langsung.

Analisis ini menunjukkan bahwa UUPK memberikan perlindungan kepada konsumen dan memungkinkan mereka menuntut pertanggungjawaban bukan hanya kepada produsen, tetapi juga kepada pihak ketiga (seperti distributor atau pemasok) apabila mereka turut berperan dalam kerugian atau kerusakan barang yang diterima oleh konsumen

### **Upaya Hukum Yang Dapat Dilakukan Oleh Konsumen Yang Dirugikan**

Toko YUNITA merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari dan memainkan peran sentral dalam perekonomian. Baik sebagai sarana distribusi produk maupun tempat bertemunya produsen dan konsumen, toko berfungsi sebagai penghubung antara permintaan dan penawaran. Dalam konteks yang lebih luas, toko juga memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat, mulai dari penciptaan lapangan kerja hingga peningkatan kualitas hidup. Makalah ini akan membahas fungsi, jenis-jenis toko, serta dampak sosial dan ekonomi dari keberadaan Toko YUNITA di masyarakat.

Pertanggungjawaban Hukum Bagi pihak ketiga dalam konsumen dipasar plaza Cepu Toko Yunita Tanggung jawab produk atau tanggung gugat produk merupakan istilah yang diterjemahkan dari product liability. Tanggung jawab produk juga mengacu pada tanggung jawab produsen, dimana dalam istilah bahasa Jerman disebut *produzenten haftung*. Istilah dan definisi tanggung jawab produk di kalangan para pakar dan sejumlah peraturan diartikan secara berbeda-beda. Dalam *Butterworths Concise Australian Legal Dictionary*, Peter E Nygh dan Peter Butt mengatakan bahwa *Product Ability* merupakan tanggung jawab hukum yang dibebankan kepada pengusaha, distributor atau pemasok.

Perlindungan konsumen terhadap pembelian produk Toko Yunita Istilah konsumen berasal dari bahasa Belanda “*consument* “ dan “*consumer*” (Inggris-Amerika).yang dapat diartikan sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan/atau jasa (*uiteindelijke gebruiker van goederen en diensten*). Kepustakaan ekonomi mengenal istilah konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Sedangkan konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk.

Dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen, pemerintah memegang peranan sentral yaitu pemerintah harus dapat mengusahakan terwujudnya perlindungan terhadap kepentingan konsumen melalui pembuatan peraturan-peraturan yang baik (fungsi regulasi) dan melaksanakan peraturan tersebut sebaik-baiknya (fungsi penegakan hukum). Hal ini dilakukan karena secara alamiah kedudukan atau posisi konsumen tidak sama dengan produsen sebagai pelaku usaha. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Hukum perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban produsen/pelaku usaha, serta cara-cara mempertahankan hak dan menjalankan kewajiban itu. Pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah. Perlindungan hukum terhadap konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada posisi tawar yang lemah terhadap konsumen Yang membeli produk tersebut juga akan memberikan pertanggung jawaban yang penuh terhadap barang yang sudah di beli dengan jaminan barang bisa di kembalikan Karena suatu faktor cacat Ataupun rusak dari segi ini toko yunita bisa menjadikan pasokan dari berbagai konsumen yang ingin membeli barang di toko ini juga serta bisa menjadikan implementasi Konsumen tingkat kenyamanan saat melakukan transaksi jual beli dengan ini toko yunita sudah mempunyai Kekuatan badan hukum jaminan konsumen terhadap segi kualitas barang yang tengah di perdagangkan bisa jadi arti untuk Konsumen agar bisa memberikan Kenyamanan atas regulasi barang tersebut dari segi peninjauan barang yang telah di beli belum tentu bisa menjamin Terhadap konsumen Di toko toko lain dan bisa di kaitkan dengan barang struktur yang lebih baik lagi dari peninjauan kualitas agar barang tersebut bisa memberikan faktor Ke baikan di mata pelanggan toko ini.

#### **D. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

##### **1. Definisi Toko YUNITA**

Toko YUNITA adalah tempat atau unit usaha yang menyediakan berbagai macam produk atau jasa untuk dijual kepada konsumen. Toko YUNITA dapat berbentuk fisik, seperti toko store, supermarket espodusi, atau pusat perbelanjaan Grosir, maupun dalam bentuk daring (online store) yang memanfaatkan teknologi internet sebagai sarana transaksi.

##### **2. Jenis-jenis Toko YUNITA**

Toko dapat dikategorikan berdasarkan jenis-jenis produk yang dijual, ukuran, atau bentuk layanan yang ditawarkan:

**Toko Retail (Eceran):** Meliputi kebutuhan individu atau bisa juga kebutuhan rumah tangga dalam jumlah kecil, seperti minimarket, supermarket, atau toko Store.

**Toko Grosir:** Menyediakan barang-barang dalam jumlah besar untuk dijual kembali oleh pelaku usaha lain, misalnya distributor atau pengecer.

**Toko Online:** Menggunakan platform daring untuk menjual produk, memungkinkan konsumen berbelanja tanpa batasan geografis.

**Toko OFFLINE:** Menyediakan produk tertentu dalam kategori yang spesifik, seperti toko pakaian, toko sepatu, atau toko tas.

### 3. Fungsi Toko YUNITA dalam Perekonomian

Keberadaan toko YUNITA memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian. Berikut beberapa fungsi toko YUNITA dalam sistem ekonomi:

**Distribusi Produk:** Toko YUNITA berfungsi sebagai sarana distribusi barang dari produsen ke konsumen akhir. Dengan adanya toko YUNITA, konsumen dapat memperoleh barang kebutuhan sehari-hari dengan mudah.

**Peningkatan Akses Produk:** Toko YUNITA memberikan akses yang lebih mudah bagi masyarakat untuk mendapatkan berbagai barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan.

**Penciptaan Lapangan Kerja:** Toko YUNITA mempekerjakan banyak orang dalam berbagai peran, mulai dari manajer, kasir, karyawan, hingga petugas logistik.

**Peningkatan Pendapatan Negara:** Melalui pajak yang dikenakan pada transaksi penjualan, toko YUNITA turut menyumbang pada pendapatan negara.

### 4. Dampak Sosial dan Budaya Toko

Selain berdampak pada ekonomi, Toko YUNITA juga berpengaruh dalam aspek sosial dan budaya masyarakat:

**Pusat Interaksi Sosial:** Toko YUNITA sering menjadi tempat berkumpul dan berinteraksi antarwarga. Di pasar tradisional, misalnya, transaksi sering melibatkan komunikasi yang mendekatkan hubungan sosial antarindividu.

**Pengaruh pada Pola Konsumsi:** Keberadaan Toko YUNITA mempengaruhi gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Toko YUNITA yang menawarkan produk-produk

modern atau barang-barang impor mendorong perubahan dalam kebiasaan berbelanja dan konsumsi.

Peran dalam Pemberdayaan Lokal: Toko-toko lokal, khususnya yang menjual produk dari pengrajin atau produsen lokal, membantu mengangkat ekonomi lokal dan menjaga keberlanjutan produk budaya modern.

#### 5. Tantangan dan Peluang Toko YUNITA di Era Digital

Perkembangan teknologi telah merubah cara toko beroperasi. Munculnya toko daring (online shop) dan platform e-commerce menghadirkan tantangan bagi toko fisik, namun juga membuka peluang baru bagi para pengusaha.

Tantangan: Banyak toko fisik harus beradaptasi dengan persaingan yang semakin ketat dari toko online. Konsumen sekarang lebih memilih kemudahan berb1. Definisi Toko YUNITA

Toko YUNITA adalah tempat atau unit usaha yang menyediakan berbagai macam produk atau jasa untuk dijual kepada konsumen. Toko YUNITA dapat berbentuk fisik, seperti toko store, supermarket espodusi, atau pusat perbelanjaan Grosir, maupun dalam bentuk daring (online store) yang memanfaatkan teknologi internet sebagai sarana transaksi.

#### 6. Jenis-jenis Toko YUNITA

Toko dapat dikategorikan berdasarkan jenis-jenis produk yang dijual, ukuran, atau bentuk layanan yang ditawarkan:

Toko Retail (Eceran): Meliputi kebutuhan individu atau bisa juga kebutuhan rumah tangga dalam jumlah kecil, seperti minimarket, supermarket, atau toko Store.

Toko Grosir: Menyediakan barang-barang dalam jumlah besar untuk dijual kembali oleh pelaku usaha lain, misalnya distributor atau pengecer.

Toko Online: Menggunakan platform daring untuk menjual produk, memungkinkan konsumen berbelanja tanpa batasan geografis.

Toko OFFLINE: Menyediakan produk tertentu dalam kategori yang spesifik, seperti toko pakaian, toko sepatu, atau toko tas.

#### 7. Fungsi Toko YUNITA dalam Perekonomian

Keberadaan toko YUNITA memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian. Berikut beberapa fungsi toko YUNITA dalam sistem ekonomi:

Distribusi Produk: Toko YUNITA berfungsi sebagai sarana distribusi barang dari produsen ke konsumen akhir. Dengan adanya toko YUNITA, konsumen dapat memperoleh barang kebutuhan sehari-hari dengan mudah.

Peningkatan Akses Produk: Toko YUNITA memberikan akses yang lebih mudah bagi masyarakat untuk mendapatkan berbagai barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan.

Penciptaan Lapangan Kerja: Toko YUNITA mempekerjakan banyak orang dalam berbagai peran, mulai dari manajer, kasir, karyawan, hingga petugas logistik.

Peningkatan Pendapatan Negara: Melalui pajak yang dikenakan pada transaksi penjualan, toko YUNITA turut menyumbang pada pendapatan negara.

#### 8. Dampak Sosial dan Budaya Toko

Selain berdampak pada ekonomi, Toko YUNITA juga berpengaruh dalam aspek sosial dan budaya masyarakat:

Pusat Interaksi Sosial: Toko YUNITA sering menjadi tempat berkumpul dan berinteraksi antarwarga. Di pasar tradisional, misalnya, transaksi sering melibatkan komunikasi yang mendekatkan hubungan sosial antarindividu.

Pengaruh pada Pola Konsumsi: Keberadaan Toko YUNITA mempengaruhi gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Toko YUNITA yang menawarkan produk-produk modern atau barang-barang impor mendorong perubahan dalam kebiasaan berbelanja dan konsumsi.

Peran dalam Pemberdayaan Lokal: Toko-toko lokal, khususnya yang menjual produk dari pengrajin atau produsen lokal, membantu mengangkat ekonomi lokal dan menjaga keberlanjutan produk budaya modern.

#### 9. Tantangan dan Peluang Toko YUNITA di Era Digital

Perkembangan teknologi telah merubah cara toko beroperasi. Munculnya toko daring (online shop) dan platform e-commerce menghadirkan tantangan bagi toko fisik, namun juga membuka peluang baru bagi para pengusaha.

Tantangan: Banyak toko fisik harus beradaptasi dengan persaingan yang semakin ketat dari toko online. Konsumen sekarang lebih memilih kemudahan berbelanja secara daring atau online, yang menyebabkan penurunan penjualan di toko konvensional.

Peluang: Teknologi digital memungkinkan toko fisik memperluas jangkauan pasar melalui integrasi online. Dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce, toko dapat meningkatkan penjualan dan berinteraksi langsung dengan pelanggan.

Persaingan yang harus dihadapi oleh toko tradisional yaitu semakin cepatnya pertumbuhan toko modern yang tentunya banyak memberikan dampak terhadap keberadaan dari toko tradisional yang sebagian besar di miliki oleh perorangan. Namun keberadaan dari toko modern ini dikelola secara professional dan dilengkapi oleh berbagai fasilitas yang lengkap, berbeda halnya dengan toko tradisional yang masih memiliki berbagai kendala terutama dalam pengelolaan yang masih kurang efektif.

ja secara daring atau online, yang menyebabkan penurunan penjualan di toko konvensional.

Peluang: Teknologi digital memungkinkan toko fisik memperluas jangkauan pasar melalui integrasi online. Dengan memanfaatkan media sosial dan e-commerce, toko dapat meningkatkan penjualan dan berinteraksi langsung dengan pelanggan.

Persaingan yang harus dihadapi oleh toko tradisional yaitu semakin cepatnya pertumbuhan toko modern yang tentunya banyak memberikan dampak terhadap keberadaan dari toko tradisional yang sebagian besar di miliki oleh perorangan. Namun keberadaan dari toko modern ini dikelola secara professional dan dilengkapi oleh berbagai fasilitas yang lengkap, berbeda halnya dengan toko tradisional yang masih memiliki berbagai kendala terutama dalam pengelolaan yang masih kurang efektif.

Toko merupakan elemen penting dalam sistem ekonomi dan sosial masyarakat. Selain menyediakan barang dan jasa, toko juga berfungsi sebagai penggerak ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, distribusi produk, dan peningkatan pendapatan negara. Di era digital, toko dihadapkan pada tantangan dan peluang yang menuntut inovasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk tetap relevan, toko-toko konvensional perlu beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Dengan demikian, toko tetap dapat memainkan peran penting dalam perekonomian dan masyarakat di masa depan.

Toko Yunita adalah toko yang berada di sekitar pasar Cepu, toko ini menjual berbagai produk antara lain Tas, Baju, Sandal, Sepatu dan Kosmetik. Toko ini selain

menjual barang secara offline toko ini juga menjual produknya secara online dengan pengambilan sampel produk tersebut dari berbagai Perusahaan yang telah memiliki nama (brand) dan telah mengikuti prosedur penjualan yang telah ditetapkan dalam peraturan per undang-undangan penjualan produk terhadap konsumen yang ada di dalam UU Pasal 19 ( UUPK). Pelaku usaha penanggung jawab memberikan ganti rugi kepada konsumen jika terjadi kerugian akibat mengkonsumsi atau memakai barang atau jasa yang diperdagangkan sebagai ganti rugi tersebut dapat berupa pengembalian uang penggantian barang atau perawatan Kesehatan di dalam peninjauan barang tersebut konsumen dan produsen melakukan interaksi terhadap suatu faktor penjualan dan pembelian barang yang mempunyai faktor pengeklaim perjanjian terhadap produsen dan konsumen.

Dalam segi kualitas barang suatu produk untuk di jual sebaiknya kita wajib mengontrol dan mengkondisikan untuk selalu menjaga dan memuaskan pelanggan pelanggan dalam store online maupun offline dalam kualitas tertentu juga akan terpengaruh dalam persaingan persaingan dunia monopoli perdagangan di era modern ini.

### **Saran**

Jadi untuk melakukan sebuah kegiatan jual beli ini setidaknya dilakukan secara jujur dan sebaik baiknya agar tidak terjadi adanya kecurangan terhadap penjual dan pembeli. Dengan demikian jika hal ini digunakan dengan sebaik-baiknya maka kegiatan ini akan berjalan dengan lancar.

Dengan peningkatan penjualan yang tinggi daya Tarik pelanggan tentu juga bisa untuk menarik segi faktor barang yang telah diperdagangkan dengan melaju pesat dalam persaingan pasar modern juga memiliki kenyamanan store toko offline dalam menghadapi pelanggan – pelanggan pembeli

Penjualan store online wajib kita pantau juga sekaligus untuk memastikan bawasanya perdagangan di store online juga memiliki persaingan yang ketat dalam pebauran barang yang di jual dalam produk tertentu dan memiliki daya ketertarikan lebih di bilang bersaing ketat dalam penjualan faktor dari harga maupun kualitas barang yang tengah diperdagangkan juga akan memberikan kualitas kenyamanan bagi Konsumen terhadap jaminan barang bisa kembali 80% tingkat ke cacatan maupun kerusakan Dan bisa mengaitkan barang dari produsen

langsung dalam konteks ini Produsen ini juga memberikan tingkat jaminan yang mutu terhadap Pihak toko ini dengan Adanya Jaminan Pengembalian barang juga memberikan mutu kenyamanan yang Akan bisa di percaya dengan barang tingkat kualitas yang lebih bagus

Dalam regulasi penjualan dan pembelian faktor produk ini harus Bisa meninjau atau bisa di teliti untuk menanggulangi Permasalahan cacat barang atas suatu produk yang kian makin mempasok atau menghantui masyarakat konsumen agar serta barang tersebut bisa meninjau lebih baik lagi kualitas dan bisa memberikan kenyamanan saat konsumen yang tengah membelinya serta memberikan pertanggung jawaban yang penuh agar konsumen Bisa merasa sama sama diuntungkan dalam Pembelian atau penjualan produk tersebut.

Peninjauan ulang terhadap barang import juga harus bisa di tanganin agar barang import tersebut tidak leluasa menguasai produk produk yang di jual di toko ini sesat itu produk Import tersebut belum tentu atau menjaminkan Barang bisa dengan jaminan kembali saat Toko ini tengah pengambilan barang untuk di jual di konsumen dengan serta makin di perbanyak pasokan barang Dari pasokan produk dalam negri serta memberikan parlemen kenyamanan bagi masyarakat agar tidak Merasa di bohongi oleh suatu produk tersebut.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Purwito, E. (2023). KONSEP PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DAN TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA TERHADAP PRODUK GULA PASIR KADALUARSA DI KOTA SURABAYA. *Vol. 13 No. 1, (2023), 13, 110-129.*