

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Untuk mencapai keadilan dan keseimbangan antara hak dan kewajiban, hukum adalah alat negara yang digunakan untuk menertibkan, mendamaikan, dan menata kehidupan masyarakat. Hukum adalah kumpulan undang-undang yang berisi perintah dan larangan yang menjaga keamanan dan kenyamanan masyarakat dan harus ditaati oleh masyarakat. Hukum itu sendiri terdiri dari fakta dan pernyataan yang beragam untuk memastikan bahwa kebebasan dan kehendak seseorang dapat disesuaikan dengan tindakan orang lain. Pada dasarnya, hukum mengatur hubungan manusia dalam masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip yang beraneka ragam.

Dalam ranah ekonomi bisnis, hukum memegang peranan penting sebagai salah satu elemen yang mendukung serta menjaga kelancaran aktivitas ekonomi bisnis. Hukum ekonomi bisnis berperan dalam mengatur dan melindungi berbagai jenis usaha dagang, termasuk dari skala besar hingga UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Fokusnya adalah mengatur agar kegiatan bisnis berjalan dalam koridor yang sesuai dengan aturan, serta melindungi pelaku ekonomi dari tindakan tidak adil yang mungkin dilakukan oleh oknum tertentu. Tujuannya adalah menciptakan lingkungan bisnis yang aman, teratur, damai dan adil bagi semua pihak

terlibat, sehingga seluruh anggota masyarakat dapat merasakan manfaat secara bersama-sama.

Melalui hukum ekonomi bisnis yang mempunyai peranan penting dalam kegiatan ekonomi bisnis ini menghasilkan produk-produk hukum yang menunjang kegiatan ekonomi bisnis dalam banyak sektor, salah satunya perlindungan konsumen. Hukum Perlindungan konsumen merujuk pada serangkaian peraturan yang mengandung prinsip-prinsip yang mengatur dan melindungi kepentingan konsumen.

Hukum perlindungan konsumen juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri. Dengan memiliki pengetahuan yang memadai, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih bijak terkait dengan barang dan jasa yang mereka gunakan. Hal ini penting untuk mengurangi risiko terjadinya kerugian akibat penggunaan produk yang tidak aman atau tidak sesuai dengan yang diiklankan. Selain itu, kemandirian konsumen dalam melindungi diri juga berperan dalam memperkuat posisi mereka dalam hubungan dengan pelaku usaha, sehingga tercipta keseimbangan yang lebih adil dalam transaksi ekonomi.

Perlindungan konsumen juga bertujuan untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan melindungi mereka dari dampak negatif penggunaan barang dan jasa. Perlindungan ini mencakup upaya untuk memastikan bahwa konsumen tidak menjadi korban dari produk yang berbahaya atau layanan yang tidak memadai. Dalam konteks ini, penting

untuk menerapkan standar yang ketat terhadap kualitas barang dan jasa yang beredar di pasaran. Dengan demikian, konsumen tidak hanya terhindar dari kerugian fisik dan finansial, tetapi juga mendapatkan penghormatan terhadap hak-hak mereka sebagai bagian dari masyarakat yang lebih luas.

Selain itu, pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya merupakan aspek krusial dari perlindungan konsumen. Konsumen yang berdaya dapat lebih aktif dalam mencari informasi, melakukan evaluasi terhadap produk dan jasa, serta menuntut hak mereka ketika terjadi pelanggaran. Untuk mendukung hal ini, diperlukan sistem perlindungan konsumen yang transparan dan memberikan akses informasi yang mudah. Dengan adanya kepastian hukum dan keterbukaan informasi, konsumen dapat merasa lebih aman dan percaya diri dalam melakukan transaksi. Upaya ini juga diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen, sehingga mereka beroperasi dengan lebih jujur dan bertanggung jawab, serta terus meningkatkan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan.

Hukum Perlindungan Konsumen merangkum semua prinsip-prinsip dan aturan yang dirancang untuk mengatur serta melindungi konsumen dalam berbagai aspek penyediaan dan penggunaan produk konsumen, terutama dalam konteks interaksi antara penyedia produk dan pengguna di masyarakat. Ini mencakup serangkaian peraturan yang menetapkan hak dan

tanggung jawab bagi konsumen dan produsen dalam upaya mereka memenuhi kebutuhan.¹

Hukum Perlindungan konsumen memegang peran yang sangat penting dalam segala jenis transaksi jual beli. Hal ini dikarenakan perlindungan tersebut memberikan rasa aman kepada pembeli dan mencegah kerugian bagi mereka. Keberadaan hukum ini juga memastikan bahwa pembeli memiliki hak untuk memperoleh barang sesuai dengan informasi yang telah diberikan sebelumnya, atau barang sesuai dengan janji yang dibuat oleh penjual sebagai pelaku usaha.

Pada dasarnya, manusia memiliki kebutuhan yang beragam dan berkelanjutan untuk menjaga kehidupannya. Kebutuhan ini dapat dikelompokkan ke dalam tiga tingkatan berdasarkan intensitasnya, yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Salah satu kebutuhan dasar yang tetap menjadi prioritas bagi setiap individu adalah kebutuhan akan pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, masyarakat diberikan pilihan yang beragam dalam mencapai dan memenuhi kebutuhan tersebut, salah satunya dalam memenuhi kebutuhan sandang yakni pakaian.

Dalam memenuhi kebutuhan sandang tersebut, masyarakat sudah diberikan banyak opsi yang didapat dari adanya perkembangan jaman dan teknologi. Seperti penjualan baju melalui penawaran *online* di berbagai

¹ Puteri Asyifa Octavia Apandy, Melawati, Panji Adam, *Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli*, (Bandung, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 3, No. 1, Juli 2021) hal 14-15

platform yang ada, seperti di *marketplace*. Namun yang menjadi perhatian masyarakat Indonesia mempunyai daya beli dan perilaku konsumtif yang bervariasi sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka. Menurut Supawi Pawenang mengartikan daya beli adalah kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan.² Daya beli masyarakat ini ditandai dengan meningkat ataupun menurun, daya beli meningkat jika lebih tinggi dibanding periode lalu sedangkan daya beli menurun ditandai dengan lebih tingginya kemampuan beli masyarakat dari pada periode sebelumnya.

Tidak hanya daya beli yang dapat mempengaruhi dalam pemenuhan kebutuhan sandang yang ada di masyarakat, perilaku konsumtif juga menjadi salah satu faktor yang berperan besar dalam bervariasinya bentuk pemenuhan kebutuhan sandang yang ada di masyarakat. Menurut Waluyo³ perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa menimbang dengan matang, lalu menurut Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko⁴ menyatakan bahwa dalam mendeskripsikan perilaku konsumtif maka konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhannya dan keinginannya.

Tingkat pendapatan yang berpengaruh kepada daya beli masyarakat menjadi salah satu faktor yang penting yang mempengaruhi kegiatan

² Supawi Pawenang, *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis*, Surakarta, Program Pascasarjana UNIBA, 2016, hlm 25.

³ Mujahidah, Noorah A., *Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya*, 2020, Universitas Negri Makassar, hlm 3.

⁴ *Ibid*

ekonomi di masyarakat. Dalam kegiatan jual beli untuk memenuhi kebutuhan sandang, salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat yakni dengan jual beli baju bekas impor atau sering disebut dengan istilah *Thrifting*.⁵ Fenomena *Thrifting* yang berkembang di masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor utama yakni daya beli dan perilaku konsumtif masyarakat.

Dengan adanya keterbatasan daya beli mendorong masyarakat untuk mencari alternatif yang lebih terjangkau dalam memenuhi kebutuhan pakaian dan barang lainnya. *Thrifting* menjadi pilihan karena menawarkan harga yang lebih rendah daripada barang baru, memungkinkan individu dengan anggaran terbatas untuk tetap tampil dengan gaya tanpa menghabiskan banyak uangnya.⁶ Perilaku konsumtif yang berkembang di masyarakat turut mempengaruhi fenomena *Thrifting*. Budaya konsumerisme yang mendorong untuk selalu memiliki barang-barang terbaru seringkali membuat individu membeli lebih dari yang mereka butuhkan. *Thrifting* menjadi solusi karena memberikan akses terhadap

⁵ Dikutip dari www.dictionary.cambridge.org bahwa arti kata *thrifting* yaitu "*the activity of looking for or buying goods from thrift stores or other places that sell used things such as clothes, books, or furniture*". "*Thrifting*" adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada kegiatan berbelanja barang-barang bekas atau barang *secondhand*, biasanya di toko-toko khusus yang menjual barang-barang bekas atau di pasar loak. Barang-barang yang dibeli melalui *thrifting* sering kali termasuk pakaian, perabotan rumah tangga, buku, dan berbagai barang lainnya yang masih layak pakai tetapi sudah tidak baru. Kegiatan *thrifting* menjadi populer karena beberapa alasan, termasuk harga yang lebih murah dibandingkan membeli barang baru, upaya untuk mendukung keberlanjutan dengan mengurangi limbah, dan juga kesempatan untuk menemukan barang-barang unik atau vintage yang tidak tersedia di toko-toko ritel biasa. Sumber dari kamus bahasa Inggris <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/thrifting>, diakses 7 Juli 2024.

⁶ Ayutia Nurita Sari, Fenomena *Thrifting* Semakin Populer, Hati-Hati Barang Ilegal!, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalu/baca-artikel/16340/Fenomena-Thrifting-Semakin-Populer-Hati-Hati-Barang-Ilegal.html>, diakses pada 27 Mei 2024

barang-barang berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau, memungkinkan konsumen untuk memenuhi keinginan tanpa harus mengeluarkan banyak uang.⁷

Sebagian besar dari masyarakat menjadikan *thrifting* ini sebagai sebuah gaya hidup yang dianggap relatif murah dan terjangkau. Namun penting untuk memahami bahwa fenomena *thrifting* tidak hanya sekadar tren mode atau gaya hidup, tetapi juga mencerminkan dinamika ekonomi, perilaku konsumen, dan kesadaran lingkungan dalam masyarakat.⁸ Dari sisi ekonomi, *thrifting* menawarkan alternatif ekonomis bagi konsumen untuk mendapatkan barang dengan harga lebih terjangkau, terutama dalam situasi ekonomi yang tidak stabil. Perilaku konsumen juga berubah, dengan semakin banyak orang mencari nilai tambah dari barang bekas yang unik dan berkualitas, serta mengadopsi pola konsumsi yang lebih berkelanjutan. Kesadaran lingkungan juga meningkat, karena *thrifting* membantu mengurangi limbah dan permintaan produksi baru, sehingga mengurangi dampak negatif industri ritel dan manufaktur terhadap lingkungan.

Berkembangnya teknologi dan informasi masyarakat untuk mendapatkan fasilitas dalam berbelanja yang modern, salah satunya dengan munculnya *e-commerce*. Faktor pengguna internet yang tinggi di Indonesia, menyebabkan jumlah transaksi *online* dalam berbelanja di *e-commerce*

⁷ Nika Nencyana Fadila, 2023, "Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa", Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan, Vol.1,No,3 Juli 2023, hlm 5

⁸ Ahyan Syaraahiyaa, *Fenomena Thrift Shopping Di Kalangan Masyarakat Akibat Perubahan Gaya Hidup Hidup Modern*, Studi Globalisasi di Wilayah Jawa Timur, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, hlm 4

meningkat. Tingginya angka pertumbuhan penduduk di Indonesia juga menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi peningkatan penggunaan *e-commerce*.⁹ Pembelian barang di *e-commerce* juga terjadi karena strategi *marketing* di media sosial yang mampu banyak menarik minat *customer*. Oleh karena itu, dengan banyaknya pengguna media sosial di Indonesia mampu mempengaruhi peningkatan pertumbuhan kegiatan ekonomi di *e-commerce*.¹⁰

Fenomena *thrifting* atau jual beli barang bekas yang awalnya diperjual belikan melalui toko *offline*, sekarang merambah melalui *e-commerce*. Dalam konteks bisnis *thrifting* yang terus berkembang dan modern, belanja barang bekas tidak hanya melalui toko-toko atau outlet baju, sekarang bisa didapatkan melalui toko *online*. Kegiatan *thrift* ini semakin populer karena faktor dari adanya *influencer* dan juga adanya beberapa *public figure* yang mana mulai mengunggah hasil *thrift* di media sosial.¹¹

Ironisnya, toko *online* juga mempunyai banyak resiko dalam kegiatan bisnis tersebut bagi konsumen. Barang bekas yang diperjualbelikan melalui *e-commerce* biasanya memiliki daya tarik bagi konsumen yang lebih tinggi karena memiliki pilihan barang seperti barang bermerek terkenal dengan harga yang relatif lebih murah dan memudahkan

⁹ Mohammad Rafki Nazar, 2012, "Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap E-Commerce", *Jurnal Akademik*, Volume 7 Nomor 1 Tahun 2023, Universitas Telkom.

¹⁰ *Ibid*

¹¹ Nika Nancyana Fadila dkk, "Fenomena Thrifting Yang Populer Dikalangan Mahasiswa", *Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, Volume 1, Nomor 3, Juli 2023.

konsumen untuk mendapat banyak pilihan barang yang diinginkan dibandingkan harus berbelanja secara *offline*.

Meskipun berbelanja barang bekas melalui *e-commerce* dianggap lebih praktis dan menguntungkan, pada praktiknya, pembeli seringkali kesulitan mendapatkan informasi yang jelas mengenai kualitas dan jumlah barang yang ditawarkan. Saat menjual barang bekas, banyak pelaku usaha yang tidak memperhatikan pentingnya memberikan informasi yang akurat dan lengkap kepada konsumen, menyebabkan ketidakseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Sebab masih banyak konsumen yang dalam bertransaksi jual beli di *e-commerce* belum secara penuh terpenuhi hak-haknya akibat pelaku usaha yang tidak memperhatikan kewajibannya dalam memberikan informasi kepada konsumen.

Pada penelitian terdahulu, terdapat fakta yang ditemukan dalam kesimpulannya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Moh. Nafaatis Zikro¹², mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Mataram, dengan judul "Perlindungan Hukum Jual Beli Pakaian Bekas Impor atau Thrifting di Indonesia" mengungkapkan beberapa temuan penting terkait regulasi dan perlindungan hukum terhadap praktik penjualan pakaian bekas impor di Indonesia yang menunjukkan bahwa pengaturan jual beli pakaian bekas impor di Indonesia dilarang berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Selain itu, larangan ini dipertegas oleh Peraturan

¹² Moh. Nafaatis Zikro, "Perlindungan Hukum Jual Beli Pakaian Bekas Impor Atau Thrifting Di Indonesia", *Skripsi*, Universitas Mataram, 2023.

Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/2015 yang secara spesifik mengatur tentang larangan impor pakaian bekas. Larangan ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari potensi bahaya yang mungkin timbul dari penggunaan pakaian bekas impor yang tidak memenuhi standar kesehatan dan keamanan.

Ada pula temuan penelitian yang dilakukan oleh Intan Nur Rahmalia¹³ dalam tesisnya berjudul "Perlindungan Hukum dalam Jual Beli Online di Wardap Thrift Shop Cirebon Perspektif Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Ekonomi Syariah" mengungkapkan bahwa dalam praktik jual beli online di Wardap Thrift Shop Cirebon, terdapat pelanggaran terhadap beberapa hak dan kewajiban konsumen serta perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hak-hak dan kewajiban konsumen yang tidak dijalankan serta melanggar perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, diantaranya: pada Pasal 4 point 1, 3, 7, 8 mengenai hak-hak konsumen, dan pada pasal 7 yakni pada point b,d,e,f dan g, mengenai kewajiban pelaku usaha, serta melanggar pasal 19 ayat 1 tentang tanggung jawab pelaku usaha dan pasal 8 ayat 2 tentang perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

¹³ Intan Nur Rahmalia, "Perlindungan Hukum Dalam Jual Beli Online Di Wardap Thrift Shop Cirebon Perspektif Undang-Undang Nomor 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Ekonomi Syariah", *Tesis*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Syekh Nurjati Cirebon, 2023.

Oleh karena itu penulis merasa perlu menelaah lebih fokus pada perlindungan hukum terhadap konsumen yang bertransaksi melalui platform *e-commerce* yang objeknya barang bekas. Aspek Hukum perlindungan konsumen dalam hal ini melibatkan banyaknya Undang-Undang yang mengatur, seperti Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, namun dalam penulisan skripsi ini dikhususkan pada dasar hukum yang bersumber dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyebutkan bahwa kewajiban pelaku usaha mencakup memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Dalam praktik perdagangan *thrifting* di *e-commerce*, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang jelas dan benar tentang barang yang dibeli, termasuk kesesuaian barang atau jasa dengan perjanjian.

Dengan demikian, pemahaman yang mendalam mengenai perlindungan konsumen terhadap transaksi jual beli barang bekas di platform *e-commerce* sangatlah penting, dalam konteks hak atas informasi

yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Berikut juga dengan memberhatikan kewajiban hak dan kewajiban pelaku usaha khususnya dalam jual beli melalui *e-commerce*. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pengembangan kebijakan yang lebih efektif, untuk memastikan keadilan dan keamanan bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi bisnis jual beli barang bekas di platform *e-commerce*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis membuat perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi hukum perlindungan konsumen dalam Konteks *Thrifting* melalui platform *e-commerce* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen dalam konteks *thrifting* melalui platform *e-commerce*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis, agar bermanfaat bagi perkembangan ilmu hukum khususnya di bidang perdata dalam hal perlindungan konsumen *Thrifting* di platform *e-commerce*.

2. Manfaat Praktis dalam penelitian ini ditujukan untuk :

- a. Bagi konsumen, memberikan kesadaran hukum mengenai perlindungan secara hukum kepada konsumen dan dapat menuntut hak atas perlindungan konsumen kepada pelaku usaha *thrifting* di platform *e-commerce* jika konsumen mengalami kerugian selama melakukan transaksi *thrifting* di *e-commerce* tersebut.
- b. Bagi Pelaku Usaha, agar mengetahui dan menyadari adanya tanggung jawab secara hukum kepada konsumen dalam hal hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan praktik dagang *thrifting* melalui platform *e-commerce*.
- c. Bagi penulis, agar mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam praktik dagang *thrifting* di platform *e-commerce* serta mengetahui apa yang menjadi pertanggung jawaban para pedagang *thrifting* di *e-commerce* kepada konsumen yang mengalami kerugian.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian dengan judul aspek perlindungan konsumen mengenai praktik dagang *thrifting* menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, adalah hasil pemikiran penulis sendiri dan bukan merupakan plagiasi. Terdapat adanya beberapa penulisan yang didapat mempunyai tema besar yang sama dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. SKRIPSI

a. Identitas Penulis

- a) Disusun oleh : Arkia Putri Sarah Belladin
- b) NPM : 30301800070
- c) Institusi : Fakultas Hukum Universitas Islam
Sultan Agung Semarang

b. Judul Skripsi : Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Baju Bekas (*Thrift Shop* atau *Preloved*)

c. Rumusan Masalah :

- a) Untuk Mengetahui dan memahami hak konsumen dalam transaksi perdagangan baju bekas (*thrift shop*) yang sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen
- b) Untuk mengetahui dan memahami penyelesaian sengketa yang terjadi antara konsumen dengan para penjual baju bekas (*thrift shop*)

d. Hasil Penelitian

Hak Konsumen dalam bertransaksi jual beli baju bekas (*thrift shop*) menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah konsumen sudah mendapatkan haknya sesuai Pasal 4 ayat (2) dan (3) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni hak untuk

memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang yang sesuai dan mendapat informasi benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa.

Bentuk Penyelesaian sengketa antara pelaku usaha jual beli baju bekas (*thrift shop*) dengan konsumen terhadap kerusakan/cacat barang yang dibeli adalah konsumen memilih untuk menyelesaikan sengketa melalui jalur non-litigasi dengan cara negosiasi untuk mencapai kesepakatan bersama karena dianggap lebih praktis, hemat waktu, dan hemat biaya dibandingkan dengan penyelesaian melalui jalur litigasi.

e. Perbedaan dengan penulisan penelitian ini yakni, penelitian ini lebih mendalami detail aspek yuridis teoritis perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen serta perbedaan penelitian terletak pada tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui tentang bagaimana implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen dalam konteks *thrifting* melalui platform *e-commerce*.

2. SKRIPSI

a. Identitas Penulis

a) Disusun oleh : Vera Wulandari

b) NPM : 1921030330

c) Institusi : Fakultas Syari'ah Universitas Islam
Negeri Raden Intan Lampung

b. Judul Skripsi : Perlindungan Konsumen Terhadap
Penjualan Pakaian Thrifting Bal Perspektif Hukum Islam
Dan Hukum Positif.

c. Rumusan Masalah :

a) Bagaimana implementasi jual beli pakaian thrifting
bal ?

b) Apakah praktik jual beli pakaian thrifting bal sudah
sesuai dengan Syari'at Islam dan Undang-Undang
Perlindungan Konsumen?

d. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jual beli pakaian thrifting bal yang terjadi di Pasar Way Halim Bandar Lampung tidak sesuai dengan Hukum Islam, dan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam pelaksanaannya jual beli ini mengandung kesamaran terkait informasi pakaian, dalam Islam hal tersebut dikenal dengan istilah garar (penipuan). Dan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hak konsumen tidak dapat terpenuhi dengan baik.

e. Perbedaan dengan penulisan penelitian ini yakni, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah implementasi jual beli pakaian *thrifting* bal sudah sesuai dengan syari‘at Islam dan untuk mengetahui apakah dalam praktik jual beli pakaian *thrifting* bal, konsumen sudah mendapatkan hak lindungnya sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sementara tujuan penulisan skripsi yang penulis susun, bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana implementasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen dalam konteks *thrifting* melalui platform *e-commerce*.

3. SKRIPSI

a. Identitas Penulis

a) Disusun oleh : Tiara Yasmin Wahyuningrum

b) NPM : 130710101024

c) Institusi : Fakultas Hukum, Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Universitas Jember.

b. Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pakaian Bekas yang Diimpor ke Indonesia.

c. Rumusan Masalah :

- a) Apakah mengimpor pakaian bekas melanggar Undang-Undang ?
- b) Apa bentuk perlindungan hukum bagi konsumen pakaian bekas yang di impor ?
- c) Apa upaya yang dapat di tempuh apabila konsumen mengalami kerugian fisik dan finansial ?

d. Hasil Penelitian

Mengimpor pakaian bekas melanggar Peraturan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang larangan Impor Pakaian Bekas. Kegiatan impor sendiri diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 48/M-DAG/PER/7/2015 Tentang ketentuan Umum di bidang Impor. Pasal 6 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 48/M-DAG/PER/7/2015 Tentang ketentuan Umum di Bidang Impor menjelaskan bahwa barang yang diimpor harus dalam keadaan baru, kecuali di tentukan lain oleh peraturan perundang-undangan. Setiap barang yang masuk kedalam wilayah kepabeanan Negara Republik Indonesia akan di kenakan Pos Tarif/HS (*harmonized System*) sebagai pajak bea masuknya barang di dalam pos tarif sendiri diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 6/PMK.010/2017

tentang Penetapan Sistem Klasifikasi Barang dan Pembebanan Tarif Bea Masuk Atas Barang Impor.

Bentuk perlindungan hukum bagi konsumen pakaian bekas yang diimpor ke Indonesia telah diatur didalam pasal 29 dan 30 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen yaitu suatu bentuk pembinaan dan pengawasan dari pemerintah. Pembinaan tidak hanya diberikan kepada konsumen tetapi juga pelaku usaha. Perlindungan hukum di berikan kepada konsumen dimulai sejak konsumen memilih barang dan/atau jasa yang akan dipergunakan. Tanggung jawab pelaku usaha di dalam pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen merupakan bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dari pelaku usaha dalam bentuk ganti kerugian.

Upaya yang dapat di tempuh apabila konsumen mengalami kerugian fisik dan finansial, yaitu: penyelesaian sengketa diluar pengadilan dan penyelesaian sengketa melalui pengadilan berdasarkan ketentuan pasal 45 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen yang di utamakan adalah melalui jalur damai yaitu melalui Badan Penyelesaian Konsumen (BPSK).

Pemilihan jalur upaya penyelesaian ditentukan sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Berdasarkan pasal 48 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, jalur pengadilan di pilih apabila jalur penyelesaian sengketa diluar pengadilan tidak berhasil. Gugatan yang diajukan melalui jalur litigasi sama halnya dengan pengajuan gugatan perdata. Gugatan perdata ini diajukan melalui pengadilan negeri ditempat kedudukan konsumen.

e. Perbedaan dengan penulisan penelitian ini yakni, penelitian ini menjabarkan apa yang menjadi dasar yuridis secara dasar dalam penanganan sengketa kerugian jual beli baju bekas impor yang dilakukan, sedangkan penelitian yang akan ditulis penulis membahas apa yang menjadi pertanggung jawaban hukum dalam penanganan kerugian yang dialami konsumen dalam praktik dagang *Thriftling* yang sudah berkembang dan maju ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

F. Batasan Kosep

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan Hukum dalam hal ini berarti upaya melindungi masyarakat yang dilakukan pemerintah atau penguasa dengan sejumlah peraturan perundang-undangan yang ada dan berlaku.

2. Konsumen

Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pembeli atau penerima barang bekas impor dari kegiatan jual beli *thrifting*.

3. Transaksi Dagang

Transaksi dagang menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan adalah kegiatan yang berkaitan dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.

4. *Thrifting*

"*Thrifting*" adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada kegiatan berbelanja barang-barang bekas atau barang *secondhand*, biasanya di toko-toko khusus yang menjual barang-barang bekas atau di pasar loak. Barang-barang yang dibeli melalui *thrifting* sering kali termasuk pakaian, perabotan rumah tangga, buku, dan berbagai barang lainnya yang masih layak pakai tetapi sudah tidak baru. Kegiatan *thrifting* menjadi populer karena beberapa alasan, termasuk harga yang lebih murah dibandingkan membeli barang baru, upaya untuk mendukung keberlanjutan dengan mengurangi limbah, dan juga kesempatan untuk menemukan barang-barang unik atau vintage yang tidak tersedia di toko-toko ritel biasa.

5. Platform

Platform adalah infrastruktur digital yang menjadi fondasi untuk pengoperasian aplikasi, layanan, atau program.

6. *E-Commerce*

Definisi transaksi elektronik terdapat dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (“UU ITE”) yang berbunyi "Transaksi Elektronik adalah setiap perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya."

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian Hukum

Jenis Penelitian hukum yang penulis gunakan dalam penulisan ini menggunakan metode Penelitian Hukum Empiris. Metode Penelitian Hukum Empiris merupakan metode penelitian hukum yang mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataan di masyarakat atau penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya yang terjadi di masyarakat, dengan maksud menemukan fakta-fakta yang dijadikan data penelitian yang kemudian data tersebut dianalisis untuk

mengidentifikasi masalah yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah.¹⁴

2. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian hukum empiris adalah data primer sebagai data utama dan data sekunder yang berupa bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari responden. Untuk mendapatkan data primer ini dilakukan dengan cara survei kepada konsumen *thriftling* di *e-commerce* yang pernah mengalami kerugian dalam transaksi *thriftling* di *e-commerce*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 (tigapuluh) orang.

b. Data Sekunder

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum Primer yang digunakan dalam penelitian ini merupakan dokumen yang memiliki daya mengikat secara hukum bagi subjek hukum berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi *thriftling* di platform *e-commerce* yaitu :

a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

¹⁴ Bambang Waluyo, 2022, Penelitian Hukum Dalam Praktek, Jakarta, Sinar Gragika, hlm 15-16

- b) Kitab Undang-Undang Hukum Dagang
- c) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- d) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- e) Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini merupakan dokumen hukum yang tidak memiliki daya mengikat bagi para subjek hukum yaitu berupa pendapat hukum yang diperoleh dari buku, jurnal, internet serta fakta hukum yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam transaksi *thrifting* yang dilakukan melalui platform *e-commerce*.

3. Cara Pengumpulan Data

a. Data Primer

Data Primer diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan daftar pertanyaan wawancara. Penulis mengajukan pertanyaan melalui daftar pertanyaan wawancara yang telah dibuat sebelumnya agar dapat menggali informasi yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen yang

dirugikan dalam transaksi dagang produk *thrifting* di platform *e-commerce*.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dengan mempelajari bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan dan juga bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal, internet, dan fakta hukum yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi dagang produk *thrifting* di platform *e-commerce*.

4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengumpulkan data yang dilakukan di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, lebih tepatnya di Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY), jalan Mrican Baru No.28, Mrican, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281.

5. Populasi

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian dengan ciri yang sama, berupa himpunan atau perkumpulan orang, benda, atau tempat dengan sifat dan ciri yang sama. Dalam penelitian ini populasinya adalah mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) yang menjadi konsumen *e-commerce*.

Pemilihan populasi mahasiswa UAJY yang menjadi konsumen *e-commerce* dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan

ilmiah yang relevan. Pertama, mahasiswa merupakan kelompok demografis yang signifikan dalam penggunaan teknologi dan platform *e-commerce*. Mereka sering kali memiliki akses yang lebih mudah terhadap perangkat teknologi dan internet, serta kecenderungan yang lebih tinggi untuk berbelanja secara online dibandingkan kelompok usia lainnya. Kedua, dengan memfokuskan penelitian pada satu universitas, peneliti dapat mengendalikan variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian, seperti latar belakang pendidikan, akses teknologi, dan kebiasaan berbelanja, sehingga hasil yang diperoleh lebih konsisten dan dapat dibandingkan. Ketiga, UAJY dipilih sebagai lokasi penelitian karena dianggap representatif dari populasi mahasiswa di Indonesia, baik dari segi keragaman latar belakang sosial-ekonomi maupun kebiasaan konsumsi digital mereka, sehingga penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat dan relevan mengenai perilaku konsumen *e-commerce* di kalangan mahasiswa di Indonesia secara umum.

6. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan secara non random, yaitu dengan mengambil anggota sampel sedemikian rupa sehingga sampel mencerminkan ciri-ciri dari populasi yang sudah dikenal sebelumnya.

Dalam macam non random sampling, penulis menggunakan jenis teknik *Purposive Sampling*.¹⁵ Teknik ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan penilaian peneliti terhadap sampel yang dianggap relevan dan representatif. Teknik ini biasanya menghasilkan sampel dengan kualitas yang lebih baik. Purposive sampling sangat cocok digunakan ketika peneliti ingin memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar relevan dengan topik penelitian, seperti memilih konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian *thrifting* melalui platform *ecommerce*, sehingga penulis dapat lebih fokus pada analisis permasalahan yang spesifik dan mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai isu perlindungan konsumen.

7. Responden

Responden merupakan subyek yang memberikan informasi langsung kepada penulis melalui daftar pertanyaan wawancara dengan pertanyaan yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi dagang produk *thrifting* di platform *e-commerce*. Dalam penelitian ini adalah kosumen *e-commerce* yang merupakan Mahasiswa Universitas Atma Jaya yang berjumlah 30 (tiga puluh) orang.

¹⁵ Rachmatia Nurchaliza, "Teknik Pengambilan Sampel : Peneliti Harus Mengetahui Ini!" <https://bit.telkomuniversity.ac.id/teknik-pengambilan-sampel/>, diakses 8 Juli 2024.

8. Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini dilakukan secara kualitatif terhadap data primer dan data sekunder yang penulis peroleh. Setelah itu, dari analisis tersebut akan ditarik kesimpulan dengan metode berpikir deduktif proposisi umum yang kenyataannya telah diketahui dan berakhir pada kesimpulan yang bersifat khusus yang berkaitan dengan pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi dagang produk *thrifting* di platform *e-commerce*.

