

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pengguna internet di Indonesia dalam waktu yang cukup singkat langsung meledak pertumbuhannya. Para pengelola bisnis dewasa ini sebaiknya senantiasa memfokuskan perancangannya pada bagaimana menanggapi dan melindungi pelanggan. Oleh karenanya, pemilik bisnis harus mengantisipasi keinginan pelanggan dan menyesuaikan barang, terutama karakteristik barang yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam konteks inilah, penerapan strategi bisnis harus berorientasi pada pemanfaatan dan aplikasi metode-metode guna menarik perhatian, terutama dalam bisnis non-konvensional (bisnis *online*), bahkan metode yang digunakan diharapkan mulai berbasis teknologi.

Strategi bisnis yang sudah berorientasi pada pemanfaatan aplikasi dalam persaingan bisnis saat ini telah mendorong para pengelola bisnis (maupun calon pelaku bisnis) untuk bergerak cepat, kreatif dan antisipatif. Hal ini disebabkan oleh perubahan mendasar dalam sistem persaingan bisnis yang memanfaatkan teknologi, yang dilakukan oleh usaha non konvensional. Usaha non konvensional atau (bisnis *online*) adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan di media internet untuk menghasilkan uang, sama halnya seperti sebuah kegiatan bisnis di kehidupan nyata.¹

Pemasaran efektif yang dilakukan usaha non konvensional dalam meraih keuntungan melalui media digital atau jejaring sosial tersebut merupakan peluang usaha yang lebih menjanjikan. Hal seperti ini sangat cocok bagi pelaku atau calon pelaku yang hendak memulai bisnis ataupun usaha lainnya dengan modal yang sedikit. Semakin berkembangnya media jejaring sosial dikalangan masyarakat saat ini, semakin memudahkan aktifitas penggunanya untuk memenuhi segala kebutuhan aktifitas dalam hidup, mulai dari transaksi *online*, reservasi *online*, order *online*, toko *online*, pembelajaran *online* dan

¹ Ade Irma, *Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online*, dalam Jurnal Online Kinesik, Vol. 4, No. 2, 2017, hal. 1-11.

lain sebagainya yang serba *online*. Kebutuhan informasi *online* juga sangat penting dalam bisnis jual beli *online*, seperti yang tertera dalam Undang-Undang Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 Ayat (1) menjelaskan bahwa Informasi Elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik, tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara, gambar, peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram, teleks, *teletcopy*, atau sejenisnya. Huruf, tanda, angka, kode akses, symbol sebagaimana telah diolah yang memiliki makna atau dapat dipahami oleh seseorang orang yang mampu memahaminya.² Berdasarkan isi dari Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik tersebut dijelaskan bahwa dalam berbisnis *online* atau memiliki bisnis non konvensional para pelaku usaha atau pedagang harus memahami informasi tentang bagaimana etika dalam berbisnis di media *online* agar tidak disalahgunakan.

Situasi ini tentunya dimanfaatkan dengan sangat baik oleh seseorang maupun kelompok dalam melakukan bisnis secara *online* atau non konvensional, karena dengan kehadiran perangkat seluler, aktifitas bisnis secara *online* selain dapat dilakukan dari rumah, juga dapat dilakukan secara *mobile*, dimanapun pelaku bisnisnya berada, tidak terbatas tempat dan waktu, seperti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh banyak pelaku usaha non konvensional.³

Salah satu pelaku usaha non konvensional atau bisnis *online* yang sedang berjalan yaitu *Sinau Socks*, yang bergerak pada bidang garmen. *Sinau Socks* adalah sebuah *brand* yang saat ini fokus pada produk pengembangan kaus kaki yang terinspirasi dari motif-motif dan simbol etnik budaya Indonesia dan metode pemasarannya melalui aplikasi media sosial. *Sinau Socks* bisa dikatakan sebagai pelaku usaha non konvensional karena tidak memiliki tempat usaha secara fisik dan barang diproduksi sendiri untuk diperdagangkan.

Ditinjau dari tempat usaha dan cara memproduksi barangnya, *Sinau Socks*

2 Indonesia, Undang-Undang Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 Ayat (1).

3 R. Agus Baktiono & I Putu Artaya, *Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical*, e-jurnal Manajemen Kinerja, 2(2).

merupakan pelaku usaha non konvensional yang tidak bisa menghilangkan penerapan hukum perlindungan kepada konsumennya. Penerapan hukum yang dilakukan oleh pelaku usaha non konvensional sebenarnya memang harus dilakukan agar tidak adanya kerugian yang ditimbulkan dari peristiwa-peristiwa hukum dalam bidang hukum perlindungan konsumen.

Penerapan atau pengamalan hukum adalah model penalaran dengan cara menyertakan suatu kejadian yang terjadi di lingkungan dalam suatu peraturan yang kerap ada atau suatu prinsip, kemudian dipertimbangkan apakah penempatan kejadian tersebut ke dalam cakupan peraturan bisa diterima atau tidak.⁴ Pengamalan hukum pada dasarnya melibatkan proses pengajuan argumentasi hingga mendekati simpulan yang dilakukan oleh ahli matematik. Adapun pendapat lain dari para ahli, bahwa metode rasio hanya berada pada kedudukan yang kedua, karena hukum memiliki wewenang dalam pembuatan keputusan yang adil dan dikehendaki atau disetujui oleh masyarakat, bukan menggunakan ketajaman logika.⁵

Berdasarkan data sensus ekonomi 2016 dari Badan Pusat Statistik (BPS), industri bisnis di Indonesia mencapai 11,9% dengan jumlah 26,2 juta *online shopper*. Dalam satu tahun berikutnya di tahun 2017 jumlah bisnis *online* meningkat sebesar 17%, dan dipuncaknya pada tahun 2018 jumlah *online shopper* mencapai 41% dari total populasi penduduk di Indonesia.⁶

Besarnya peningkatan jumlah *online shopper* dari data tersebut, pastinya sudah banyak pembeli yang memakai barang dan jasa dari bisnis *online* tersebut. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dari masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁷

Banyaknya pembeli yang tertarik menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa dari bisnis *online* karena salah satunya konsumen atau pembeli dapat tidak bertemu secara langsung (*face to face*) dalam pembelian barang atau jasa. Dengan kata lain konsumen dapat melakukan transaksi secara elektronik (transaksi *online*). Pembelian melalui media elektronik

4 Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. 348.

5 *Ibid*, hal. 348.

6 Andri Donnal Putra, *Data Online Shopper Di Indonesia*, kompas.com, diakses pada Rabu 20 Maret 2018 pukul 16:22 wib

7 Indonesia, Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (2).

adalah tindak hukum yang dilakukan menggunakan komputer, atau media elektronik lainnya seperti *handphone* atau laptop.⁸ Tindak hukum itu sendiri yaitu tindakan subjek hukum yang diperuntukkan untuk siapapun yang menimbulkan akibat hukum yang secara sengaja diinginkan oleh subjek hukum.⁹

Mengenai proses pembelian barang atau jasa melalui media elektronik tersebut, perjanjian jual beli antara pihak pedagang dan pembeli harus didasari dengan maksud dan tujuan yang baik. Maksud dan tujuan yang baik yakni salah satu bentuk kewajiban hukum harus dipatuhi pada keseluruhan proses kontrak.¹⁰ Pada umumnya transaksi menimbulkan suatu kesepakatan yang diciptakan oleh para kelompok yang bersangkutan. Kesepakatan yang sah dalam persetujuan mereka yang mengikat dirinya, kesepakatan untuk menciptakan suatu permufakatan, beberapa pokok persoalan yang sudah ditentukan, dan akibat dari sesuatu yang tidak dilarang.¹¹ Perjanjian sah telah menjadi persetujuan yang telah ditetapkan bagi semua pihak yang bersangkutan. Istilah *Pakta Sunt Serfande* dalam teks Undang-Undang Hukum Perdata pada Pasal 1338 menegaskan persetujuan yang diciptakan secara sah oleh para pihak menjadi kebijakan perundang-undangan oleh kelompok yang membuatnya.¹² Berbicara mengenai prinsip hukum kontrak dalam transaksi yang dilakukan secara *online*, pada hakikatnya berbicara mengenai kontraktual dalam hubungan antara dua orang untuk melakukan sesuatu.¹³

Pada suatu kontrak atau perjanjian, sering terjadi permasalahan wanprestasi dalam kontrak antara pihak. Pengingkaran perjanjian terjadi jika salah satu kelompok dalam persetujuan yang semula dilakukan tidak melaksanakan prestasi (kewajiban) yang menjadi target perjanjian antara satu

8 Indonesia, Undang-Undang Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 1 Ayat (2).

9 Enni Soerjati Priowirjanto, *Pengaturan Transaksi Elektronik dan Pelaksanaannya di Indonesia Dikaitkan dengan Perlindungan E-Konsumen*, dalam Padjajaran Jurnal Ilmu Hukum, Vol, 1 No 2, 2014.

10 Ade Angga Surya Putra, *Tanggung Jawab Penjual Rokok Elektronik Pada Transaksi Online*, dalam Jurnal Hukum Bisnis Universitas Udayana, 2016.

11 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1320 tentang Kesepakatan.

12 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1320 tentang Perjanjian.

13 Nining Latianingsih, *Prinsip Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Transaksi Elektronik Menurut Undang Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik*, dalam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 11 No 2, 2012.

kelompok dengan kelompok yang lain dalam pemufakatan. Berdasarkan Undang-Undang Pasal 1233 dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, oleh karena tindakan wanprestasi dapat menimbulkan kerugian bagi mitra kontraknya, maka mitra kontrak yang tidak sesuai dengan perjanjian memiliki hak untuk menghendaki pertahanan hukum melalui pengadilan guna mengharuskan pihak yang melakukan pengingkaran janji kembali menjalankan kewajibannya sesuai dengan kontrak yang telah disepakati.¹⁴

Meski sudah adanya pasal yang berlaku tersebut, dalam menjalankan bisnis *online* juga kerap terjadi pelanggaran hukum yang utamanya pelanggaran hukum diterapkan oleh pedagang. Salah satu pengingkaran hukum yang dilakukan oleh pedagang adalah tidak cocoknya produk yang diterima oleh konsumen saat pembelian. Seperti yang disebutkan dalam Undang-Undang Pasal 8 ayat 1(d) pedagang tidak diperbolehkan memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi atau keadaannya, jaminan, keistimewaan serta kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut¹⁵. Berdasarkan pasal tersebut, para pelaku usaha atau pedagang harus memperhatikan kondisi barang yang akan dikirimkan kepada pembeli, jaminan yang akan diberikan, yang sesuai dengan etika perdagangan. Serta adapun Pasal 8 ayat 1(f) menyatakan pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut¹⁶. Sesuai dengan pasal di atas, para pelaku usaha atau pedagang saat mengirimkan barang kepada konsumen atau pembeli harus sesuai dengan promosi atau iklan yang dipasang.

Adanya pengingkaran-pengingkaran hukum yang dilakukan oleh pedagang tentu tidak terlepas dari perlindungan hukum bagi konsumen. Pertahanan konsumen adalah segala cara untuk menanggung adanya kepastian hukum

14 Afrilian Perdana, *Penyelesaian Wanprestasi Dalam Perjanjian Jual beli Melalui Media Elektronik*, dalam Jurnal Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Vol 2 No 1, 2014.

15 Indonesia, Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 ayat (1) huruf (d).

16 *Ibid*, Pasal 8 ayat (1) huruf (f).

guna memberikan pertahanan kepada pembeli.¹⁷ Sudah beberapa dekade banyak kasus penting yang berkaitan dengan kenyamanan dan kesejahteraan dalam mengonsumsi barang dan jasa muncul sebagai keperihatinan bangsa dan tidak juga memperoleh perhatian dari sisi pertahanan hukum bagi para pembeli.¹⁸

Realitas tersebut menunjukkan bahwa masalah perlindungan konsumen adalah masalah yang sangat serius. Akan tetapi, masalah-masalah tersebut baru dipersoalkan ketika ramai dibahas dalam pemberitaan di berbagai media. Berbicara tentang perlindungan konsumen sama halnya dengan membicarakan tanggung jawab produsen atau tanggung jawab produk, karena pada dasarnya tanggung jawab produsen dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.¹⁹ Tanggung jawab produk adalah tanggung jawab para produsen untuk produk yang telah dibawanya ke dalam peredaran, yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena cacat yang melekat pada produk tersebut. Menimbulkan kerugian yang dimaksudkan adalah segala kerugian yang ditimbulkan atau disebabkan oleh produk dan kerusakan atau musnahnya produk.²⁰

Perlindungan konsumen juga menjamin kewenangan-kewenangan yang diberikan kepada pembeli atau konsumen itu sendiri. Kewenangan tersebut merupakan kewenangan untuk didengar dan hak untuk memperoleh ganti kerugian. Kewenangan untuk didengar salah satu kewenangan dari pembeli guna tidak dirugikan lagi, atau kewenangan untuk menjaukan diri dari kerugian. Kewenangan ini dapat berbentuk laporan karena adanya kerugian yang telah dialami pembeli akibat penggunaan suatu produk.

Hal ini dapat dilaporkan baik secara pribadi maupun secara kolektif, baik yang dilaporkan secara langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu, misalnya melalui YLKI.²¹ Kewenangan untuk mendapatkan ganti kerugian

17 Indonesia, Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal (1) ayat (1).

18 Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Cetakan ke-3, 2009, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung, h. 21.

19 Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004, hal. 23.

20 Agnes M. Toar, *Penyalahgunaan Keadaan dan Tanggung Jawab atas Produk di Indonesia*, Jakarta, 1988, hal. 6.

21 Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004, hal. 43.

merupakan kewenangan untuk mengembalikan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) yang disebabkan oleh adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Kewenangan ini berkaitan dengan penggunaan barang yang telah merugikan konsumen, baik yang berupa kerugian materi, maupun kerugian yang menyangkut diri konsumen. Untuk mewujudkan kewenangan ini tentu saja harus melewati kebijakan tertentu, baik yang diselesaikan secara baik-baik (di luar pengadilan) maupun yang diselesaikan melalui jalur pengadilan.²²

Dengan kewenangan pembeli tersebut maka penghasil barang sebagai pedagang memiliki kewajiban, yaitu kewenangan memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila produk yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.²³

Sebagai contoh kasus pelanggaran hukum yang timbul di *Sinau Socks* yaitu kasus ibu Dyah Ayu membeli barang yaitu kaos kaki yang berjumlah tiga pasang. Ibu Dyah memesan kaos kaki yang berkode *Cetha, Rhuga, Serra* kepada *Sinau Socks*. Namun saat barang pesanan tiba di rumah Ibu Dyah barang yang datang tidak sesuai pesanan, ternyata barang yang tiba tidak ada yang sesuai melainkan kaos kaki yang kode nya tidak dipesan yaitu kode *Bhada*. Ibu Dyah menyesali kejadian tersebut karena dia sudah lebih dari dua kali membeli atau menggunakan barang dan jasa yang diperdagangkan oleh *Sinau Socks*. Kejadian ini membuat ibu Dyah mengadukan kepada pihak *Sinau Socks* untuk bertanggung jawab atas kelalaian tersebut yang mengakibatkan kerugian terhadap dirinya.

Berkaitan dengan beberapa permasalahan yang terjadi pada kasus yang telah penulis uraikan diatas, penulis terdorong untuk meneliti permasalahan ***“Penerapan Hukum Perlindungan Konsumen Akibat Kelalaian Sinau Socks Sebagai Pelaku Usaha Non Konvensional”*** dari kasus tersebut.

I.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana perlindungan konsumen akibat kelalaian *Sinau Socks* menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen?

²² *Ibid*, hal. 44.

²³ Indonesia, Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7, huruf (g).

- b. Bagaimana tanggung jawab *Sinau Socks* terhadap barang yang diterima konsumen tidak sesuai seperti saat pembelian?

I.3 Ruang Lingkup Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat maka ruang lingkup kajian akan dibatasi pada Perlindungan konsumen akibat kelalaian yang dilakukan oleh *Sinau Socks* menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan bentuk tanggung jawab *Sinau Socks* terhadap barang yang diterima konsumen tidak sesuai seperti saat pembelian.

I.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dalam penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui perlindungan konsumen akibat kelalaian *Sinau Socks* sebagai produsen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui tanggung jawab *Sinau Socks* terhadap barang yang diterima tidak sesuai seperti saat pembelian.

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diberikan dalam penulisan ini antara lain :

a. Manfaat Teoritis:

- 1) Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat dalam bangku perkuliahan dan membandingkannya dengan praktek di lapangan.
- 2) Sebagai wahana untuk mengembangkan wacana dan pemikiran bagi peneliti.
- 3) Untuk mengetahui secara mendalam tentang perlindungan konsumen.

b. Manfaat Praktis:

- 1) Memberikan sumbangan pemikiran dibidang hukum pada umumnya dan pada khususnya tentang bisnis *online* atau bisnis non konvensional.
- 2) Untuk memberikan masukan dan informasi bagi masyarakat luas tentang perlindungan konsumen.

I.5 Kerangka Teori dan Kerangka Konseptual

a. Kerangka Teori

Kerangka teoritis adalah konsep yang merupakan abstraksi dan hasil pemikiran atau kerangka acuan yang pada dasarnya bertujuan untuk mengadakan identifikasi terhadap dimensi sosial yang dianggap relevan oleh peneliti.²⁴

Perkembangan dan kemampuan dalam bidang ilmu hukum didukung dengan adanya teori hukum sebagai dasar serta landasannya, fungsi dari teori hukum adalah untuk menjelaskan nilai-nilai hukum yang terdapat didalamnya. Penelitian ini tidak lepas dari teori-teori hukum yang dibahas dalam pemikiran para ahli hukum itu sendiri.

Kerangka teori ini merupakan kerangka yang menggambarkan hubungan antara teori-teori yang diteliti konsep teori bukan merupakan gejala yang akan diteliti tetapi merupakan abstraksi dari gejala tersebut.

Gejala itu dinamakan fakta, sedangkan konsep teori merupakan suatu uraian mengenai hubungan-hubungan dalam fakta tersebut.²⁵ Teori hukum dapat digunakan menganalisis dan menerangkan pengertian hukum dan konsep yuridis, yang relevan untuk menjawab permasalahan yang muncul dalam penelitian hukum.²⁶

Dalam mengkaji penelitian ini penulis menggunakan teori perlindungan hukum dan teori tanggung jawab.

1). Teori Perlindungan Konsumen

Menurut Janus Sidabalok perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Berbicara tentang perlindungan konsumen berarti mempersoalkan jaminan atau kepastian tentang terpenuhinya hak-hak konsumen.²⁷ Hak-

²⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2010, hal. 125.

²⁵ Ronny Hatimjo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1983.

²⁶ Salim H.S, *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*, Rajawali, Jakarta, 2010, hal. 21.

²⁷ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. 7.

hak konsumen memang menjadi sorotan perlindungan konsumen dikarenakan konsumen memiliki kewenangan untuk mendapatkan kekuatan perlindungan konsumen untuk konsumen itu sendiri.

Adapun perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya dalam pemenuhan kebutuhan dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut. Cakupan perlindungan konsumen tersebut dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:²⁸

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

2) Teori Tanggung Jawab

Hans Kelsen mengungkapkan teori tentang pertanggung jawaban dalam hukum yaitu konsep yang terkait dengan konsep kewajiban hukum adalah tanggung jawab hukum. Seseorang dikatakan secara hukum bertanggung jawab untuk perbuatan tertentu adalah bahwa seseorang dapat dikenakan sanksi dalam kasus yang berlawanan. Umumnya, dalam

²⁸ Dr. Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT Kharisma Putra Utama, Jakarta, 2016, hal. 21-22.

suatu kasus sanksi dikenakan terhadap pelaku adalah karena perbuatannya sendiri yang membuat orang tersebut harus bertanggung jawab.²⁹

Dalam kasus yang ditulis penulis, seseorang ataupun bisa disebut pelaku usaha bertanggung jawab atas perbuatannya yang menimbulkan kerugian pada orang lain. Sehingga pelaku tersebut memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab kepada orang lain atas perbuatannya.

b. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual adalah pedoman dari definisi-definisi operasional di dalam judul penulis, adapun pengertiannya sebagai berikut:

1) Penerapan Hukum

Penerapan hukum adalah suatu tipe penalaran dengan cara memasukkan suatu kejadian nyata dalam suatu peraturan yang umum atau suatu prinsip, untuk kemudian dinilai apakah penempatan kejadian tersebut ke dalam jangkauan peraturan tersebut bisa diterima atau tidak.³⁰

2) Perlindungan konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.³¹

3) Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³²

²⁹ Hans Kelsen, *Teori Hans Kelsen Tentang Hukum*, terjemahan Jimly Asshidiqie dan M. Ali Safa'at, Konstitusi Press, Jakarta, 2012, hal. 56.

³⁰ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hal. 348.

³¹ Indonesia, Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (1).

³² *Ibid*, Pasal 1 ayat (2).

4) Pelaku usaha

Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.³³

5) Sinau Socks

Sinau Socks adalah sebuah brand yang saat ini fokus pada produk pengembangan kaus kaki yang terinspirasi dari motif-motif dan simbol etnik budaya Indonesia dan metode pemasarannya melalui aplikasi media sosial.³⁴

6) Usaha Non Konvensional

Usaha Non Konvensional adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan di media internet untuk menghasilkan uang, sama halnya seperti sebuah kegiatan bisnis di kehidupan nyata.³⁵

I.6 Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu sarana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, baik dari segi teoritis maupun praktis. Penelitian merupakan suatu bagian pokok dari ilmu pengetahuan, yang bertujuan untuk lebih mengetahui dan lebih memperdalam segala segi kehidupan. Penelitian merupakan sarana yang dipergunakan oleh manusia untuk memperkuat, membina, serta mengembangkan ilmu pengetahuan.³⁶ Dalam kepentingan penulisan skripsi ini, tentunya penulis membutuhkan data yang akurat,

³³ *Ibid*, Pasal 1 ayat (3).

³⁴ Wawancara dengan Dimas PP sebagai Owner Sinau Socks, tanggal 5 Maret 2019 di tempat tinggal owner Sinau Socks.

³⁵ Ade Irma, *Peran Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Bisnis Online*, dalam Jurnal Online Kinesik, Vol. 4, No. 2, 2017, hal. 1-11.

³⁶ Soerjono Soekanto, *Op.cit.*, hal. 3.

lengkap dan relevan dengan permasalahan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, merupakan suatu penelitian yuridis normatif, maka penelitian ini berbasis pada analisa dengan cara pengamatan, pemahaman, dan penghayatan norma hukum. Adapun data-data atau metode yang dipergunakan oleh penulis di dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian normatif Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normatif (yuridis normatif). Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, menyebutkan dengan istilah metode penelitian hukum normatif atau metode penelitian hukum kepustakaan. Penelitian Hukum Normatif (yuridis normatif) adalah metode penelitian hukum yang dilakukan dengan meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka.³⁷

b. Pendekatan Masalah

Dalam penulisan ini penulis memakai pendekatan masalah yang bersifat yuridis normatif (*legal research*). Pendekatan yuridis normatif merupakan pendekatan yang mendalami hukum sebagai ajaran yang bersifat teoritis searah atas studi pendalaman ini. Pendekatan yang dilakukan dengan cara mempelajari perundang-undangan, teori teori dan konsep-konsep yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

c. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini didapat dari 3 (tiga) bahan hukum, yaitu: bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

1) Sumber Bahan Hukum primer

Bahan Hukum yang bersifat mengikat, berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini, seperti Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang

³⁷ *Ibid.* Hal. 13-14

Nomor 11 Tahun 2008 Informasi dan Transaksi Elektronik dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

2) Sumber Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer. Karena bersifat menjelaskan yang dapat membantu menganalisis bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini adalah buku, jurnal hukum, internet, wawancara dengan pemilik *Sinau Socks*, makalah, serta bahan-bahan tertulis lainnya.

3) Sumber Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum yang merupakan bahan-bahan yang bersifat menunjang bahan hukum sekunder yang berbentuk kamus hukum berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menggunakan metode Penelitian Pustaka (*Library Research*) yaitu studi pendalaman yang dilancarkan oleh penulis untuk memperoleh bahan sekunder, yaitu data yang didapatkan dengan menelaah buku-buku, peraturan perundang-undangan, karya tulis, makalah, wawancara, serta data yang didapatkan dari penelusuran melalui media internet atau media lain yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini.

e. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian penulis, teknik pengumpulan data diperoleh melalui studi dokumen, yaitu teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi dari buku-buku dan bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan penulisan ini. Selain itu pengumpulan data juga dilakukan melalui analisa data yang merupakan kegiatan untuk menentukan isi atau makna hukum yang dijadikan rujukan dalam menyelesaikan permasalahan hukum yang menjadi objek kajian.

I.7 Sistematika Penulisan

Dalam menghasilkan karya ilmiah maka pembahasannya harus diuraikan secara sistematis. Untuk mempermudah penulisan skripsi ini maka diperlukan

adanya sistematika penulisan yang teratur yang terbagi dalam bab-bab yang saling berangkaian satu sama lain. Sistematika dalam penulisan skripsi ini dibagi dalam beberapa bab, dimana masing-masing bab diusahakan agar tersusun secara sistematis. Maksud dan tujuannya adalah agar dapat terhindar dari penyimpangan dari apa yang telah ditetapkan, masing-masing bab saling berhubungan dan disusun secara berurut dari hal yang paling umum menuju hal yang lebih khusus, dengan harapan agar analisa dalam penulisan skripsi ini dapat lebih mudah dipahami. Penelitian ini akan disusun secara sistematis mengikuti struktur yang telah ada dengan dibagi menjadi lima bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan memuat dan menguraikan latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penulisan, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori, kerangka konseptual, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN DAN USAHA NON-KONVENSIONAL**

Dalam bab ini terdiri dari uraian mengenai tinjauan umum tentang perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, tinjauan mengenai pelaku usaha konvensional dan pelaku usaha non-konvensional. Serta peran BPSK terhadap perlindungan konsumen.

**BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN AKIBAT
KELALAIAN *SINAU SOCKS* TERHADAP BARANG
YANG TIDAK SESUAI SAAT PEMBELIAN DAN**

KETERKAITAN PERAN BPSK TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN YANG DILAKUKAN OLEH *SINAU SOCKS*.

Pada bab ini berisikan kasus pada *Sinau Socks* yang telah mengirimkan barang yang sudah dibeli konsumen tidak sesuai dengan pembelian dan keterkaitan peran BPSK terhadap perlindungan konsumen yang dilakukan oleh *Sinau Socks*.

BAB IV ANALISA PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN PERTANGGUNG JAWABAN *SINAU SOCKS* SEBAGAI PELAKU USAHA NON KONVESIONAL

Dalam bab ini penulis melakukan analisa mengenai *Sinau Socks* sebagai produsen telah melaksanakan kewajiban menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan tanggung jawab *Sinau Socks* terhadap barang yang diterima konsumen tidak sesuai seperti saat pembelian.

BAB V PENUTUPAN

Bab ini merupakan bab terakhir atau penutup yang memuat kesimpulan dan saran yang ditulis oleh penulis sesuai dengan pembahasan dan rumusan masalah.