

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian perdagangan pada saat ini telah meningkat dan menghasilkan beragam jenis produk barang ataupun jasa yang dikonsumsi. Perkembangan perdagangan telah memberikan ruang gerak yang sangat besar dan bebas dalam setiap transaksi perdagangan sehingga barang dan jasa mudah dimiliki dan dikonsumsi oleh konsumen, salah satunya yaitu pakaian yang merupakan salah satu kebutuhan yang paling mendasar bagi manusia yang sangat penting digunakan untuk menutupi dan melindungi tubuh dalam setiap aktivitasnya. Banyaknya jenis pakaian membuat manusia dapat memilih sesuai dengan kebutuhan dan selera yang dimiliki, mulai dari harga, motif sampai pakaian brand luar negeri.

Sikap dan perilaku masyarakat saat ini semakin berubah dari waktu ke waktu, karena masyarakat lebih gemar untuk membeli pakaian bekas impor karena mudah tergiur dengan pakaian branded luar negeri dengan harga yang sangat murah.¹ Pakaian bekas yang dijual tersebut telah digunakan oleh orang yang sebelumnya yang tidak jelas bagaimana kondisinya, apakah mereka bersih, atau bebas dari segala macam penyakit. Apalagi pakaian-pakaian bekas tersebut didatangkan dari luar negeri yang

¹ Ni Putu Maha Dewi Pramitha Asti dan Ni Made Ari Yuliantini Griadhi, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Mengonsumsi Pakaian Impor Bekas*, Kertha Semaya, Journal Ilmu Hukum Vol. 5 No. 1, 2017.

sudah diketahui bahwa pergaulan disana sangatlah bebas. Pakaian bekas tersebut diimpor ke wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berasal dari Negara: Korea, Hongkong, Jepang, China dan Singapura. Sekarang ini banyak dijumpai Online Shop yang memperjual belikan pakaian-pakaian bekas impor yang diperjualbelikan melalui Instagram.

Masyarakat sekarang banyak melakukan permintaan terhadap pakaian bekas impor kepada para pelaku usaha melalui media internet yaitu Instagram sebagai alat pemasarannya yang semakin hari semakin meningkat. Permintaan pakaian bekas impor yang sangat meningkat tersebut menyebabkan daya jual pakaian bekas impor menjadi sangat besar dan digemari oleh masyarakat karena mendapatkan harga yang sangat terjangkau sehingga sangat berbeda dengan harga pakaian baru yang biasanya dijual di Pasar. Hal itu menjadi usaha yang sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha karena dengan modal sedikit dapat dijual kembali kepada konsumen dengan harga yang cukup tinggi serta menyebabkan pakaian bekas impor terus membanjiri pasar dalam negeri.

Para pelaku usaha seringkali menerima banyak permintaan yang diminta oleh konsumen, permintaan yang dilakukan konsumen kepada para pelaku usaha yaitu dengan menjual pakaian yang berbagai jenis dan model yang lagi trend pada jaman sekarang, seperti sweater dengan model oversize, knitwear, dll. Para pelaku usaha mau melaksanakan permintaan konsumen tersebut, karena para pelaku usaha sendiri sangat diuntungkan dengan banyak permintaan dari konsumen tersebut. Konsumen juga merasa sangat diuntungkan karena kebutuhan barang ataupun jasa yang mereka inginkan

dapat terpenuhi dengan mudah. Namun disisi lain, tanpa disadari kedudukan konsumen dengan pelaku usaha menjadi tidak setara karena konsumen berada pada posisi yang lemah dan sebagai subjek yang dirugikan.

Konsumen menjadi objek aktivitas bisnis untuk meraup keuntungan bagi para pelaku usaha dengan cara penjualan yang merugikan konsumen.² Maka dari itu perlu untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta meningkatkan kesadaran, pengetahuan konsumen untuk melindungi dirinya terhadap eksploitasi para pelaku usaha. Selain berpotensi untuk menjadi objek eksploitasi para pelaku usaha, juga seharusnya terhindar dari dampak negatif dari berbagai produk yang mereka gunakan.

Para pelaku usaha selalu mengabaikan hak-hak konsumen yang didasarkan pada aturan Pasal 4 ayat (1) dan (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa: “hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang ataupun jasa”. Barang-barang yang dimaksud merupakan barang-barang yang tidak membahayakan konsumen. Pasal 4 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan mutu barang dan/ataupun jasa”. Para konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan informasi tersebut secara lengkap dan jelas mengenai kondisi pakaian yang dijual oleh pelaku usaha.

Disisi lain juga diatur dalam Pasal 47 ayat (1) Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan yang menjelaskan “bahwa setiap

²Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana, Jakarta, 2013, hlm.1.

importir wajib mengimpor barang dalam keadaan baru”. Maksudnya yaitu para pelaku usaha dalam memperdagangkan barang harus dalam keadaan baru. Terlebih lagi jika dalam penjualan tersebut para pelaku usaha tidak mencuci kembali pakaian-pakaian yang telah diperdagangkan, karena bisa dapat membahayakan kesehatan dan keselamatan konsumen. Hal tersebut guna untuk melindungi kepentingan konsumen serta menciptakan rasa aman terhadap konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Kebijakan mengenai peraturan larangan impor pakaian bekas diatur dalam Pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 Tentang Larangan Impor Pakaian Bekas menyebutkan bahwa “pakaian bekas dilarang untuk diimpor ke dalam wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Perlindungan hukum bagi konsumen sangat dibutuhkan guna untuk mendapatkan suatu kepastian hukum yang menjadi hak konsumen, karena sesungguhnya perlindungan konsumen juga merupakan bagian dari perlindungan atas hak asasi manusia. Resiko yang dimiliki konsumen lebih besar daripada pelaku usaha, yang menyebabkan hak-hak konsumen sangat rentan yang disebabkan posisi tawar konsumen yang lemah, maka hak-hak konsumen sangat riskan untuk dilanggar.³ Kepastian hukum yang diberikan dalam hal perlindungan kepada konsumen yaitu demi meningkatkan harkat, martabat para konsumen dan dapat menjamin keselamatan kesehatan konsumen serta terbuka nya informasi tentang barang dan/atau jasa baginya,

³ Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Nusa Media, Bandung, 2010, hlm. 1.

dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggung jawab.⁴ Setiap konsumen berhak mendapatkan informasi yang akurat, benar dan jelas terhadap kondisi pakaian yang di jual oleh para pelaku usaha melalui Instagram dengan mencantumkan catatan atau caption mengenai kondisi barang yang dijual tersebut.

Para pelaku usaha/pedagang banyak yang merambah ke *social media* salah satunya yaitu Instagram untuk melakukan perdagangan pakaian bekas impor. Para pelaku usaha memilih Instagram karena lebih bisa menjangkau para pembeli/konsumen dengan lebih banyak. Disisi lain dalam kenyataannya masih ditemukan pelanggaran hak konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha atas kurangnya informasi yang jelas terhadap kondisi barang yang dijual oleh pelaku usaha.

Pada permasalahan yang diangkat ini mengenai informasi yang tidak jelas yang diberikan kepada konsumen yang dirugikan dalam pembelian pakaian bekas impor melalui Instagram dimana para pelaku usaha seringkali tidak memberikan informasi atau caption secara lengkap dan jelas dalam penjualan pakaian bekas impor tersebut di Instagram seperti adanya noda kotor pada pakaian, bolong/robek, warna baju aslinya memudar, tidak mencantumkan panjang dan lingkar dada pada pakaian dengan jelas, dll. Kondisi pakaian bekas impor yang dijual tidak selalu mulus, seringkali terdapat kecacatan/minus pada pakaian. Sedangkan pelaku usaha hanya menyertakan kondisi secara umum saja tanpa memberikan informasi kecacatan secara jelas. Didalam gambar yang telah di posting tersebut juga

⁴Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm. 9.

tidak difoto/tidak dimasukkan bagian mana saja yang terdapat minus sehingga konsumen percaya dengan apa yang ada di gambar dan di caption. Hal tersebut sangat merugikan para konsumen karena pakaian yang telah diterima oleh mereka sangat berbeda dengan apa yang ada digambar.

Dari permasalahan tersebut Undang-undang Perlindungan Konsumen bertujuan untuk menciptakan sistem yang mengandung unsur kepastian hukum, akses untuk mendapatkan informasi, serta terdapat hak-hak konsumen yang penting untuk ditegakkan yaitu hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang ataupun jasa, tetapi juga demi menumbuhkan kesadaran pelaku usaha agar dapat bersikap jujur mengenai informasi yang diberikan dalam penjualannya melalui Instagram agar para konsumen tidak merasa dirugikan/kecewa serta pelaku usaha dapat bertanggung jawab terhadap perbuatan yang telah merugikan pihak konsumen dalam perdagangan. Ketidaksesuaian mengenai spesifikasi/kualitas barang yang telah diterima dengan barang yang tertera di catatan/caption Instagram merupakan bentuk pelanggaran atau larangan bagi pelaku usaha dalam memperdagangkan barang.

Dari pemaparan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul yaitu **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Informasi Yang Tidak Jelas Dalam Pembelian Pakaian Bekas Impor Melalui Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”**.

I.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen atas informasi yang tidak jelas dalam pembelian pakaian bekas impor melalui Instagram berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana upaya yang dapat dilakukan konsumen yang mengalami kerugian atas pembelian pakaian bekas impor dengan informasi yang tidak jelas melalui Instagram?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi konsumen atas informasi yang tidak jelas dalam pembelian pakaian bekas impor melalui Instagram berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui upaya yang dapat dilakukan konsumen yang mengalami kerugian atas pembelian pakaian bekas impor dengan informasi yang tidak jelas melalui Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, dan dapat menjadi referensi dalam perkembangan ilmu hukum di Indonesia yang berkaitan dengan jual beli pakaian bekas impor melalui Instagram dengan informasi yang tidak jelas.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu memecahkan masalah yang mungkin sedang dialami oleh pembaca terutama menyangkut masalah dalam jual beli pakaian bekas impor melalui Instagram dengan informasi yang tidak jelas.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Hukum

1.5.1.1 Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum mempunyai fungsi dalam mewujudkan tujuan-tujuan hukum, yaitu keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Bentuk perlindungan ini tidak hanya dari aturan yang sudah ada, baik tertulis ataupun tidak tertulis, yang pelaksanaannya melalui suatu penegakan hukum.

Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah perlindungan terhadap harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak-hak sasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan.⁵ Dalam hal ini berkaitan dengan konsumen yang berarti hukum memberikan perlindungan dan pertolongan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.

⁵ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat di Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 1

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum sebagai upaya untuk melindungi kepentingan individu serta menjamin adanya kepastian hukum atas kedudukannya sebagai manusia yang mempunyai hak untuk menikmati martabatnya, dengan memberikan kewenangan padanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.

1.5.1.2 Jenis – Jenis Perlindungan Hukum

Menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum bagi rakyat Indonesia menjadi dua macam:⁶

- a. Perlindungan hukum preventif, bertujuan untuk mencegah agar tidak terjadinya sengketa dan rakyat diberikan kesempatan mengajukan keberatan (*inspraak*) atau pendapatnya sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitive yang sangat besar artinya bagi tindakan pemerintahan untuk bersikap hati-hati dalam pengambilan keputusan yang berdasarkan diskresi. Dalam perlindungan hukum preventif ini setiap individu masyarakat berhak untuk menuntut pemenuhan hak mereka sebagai upaya dalam mewujudkan keadilan (*the right to be heard*).
- b. Perlindungan hukum represif merupakan bentuk perlindungan hukum yang bertujuan untuk menyelesaikan dalam terjadinya sengketa

⁶ *Ibid*, hlm. 4-5.

Perlindungan hukum preventif dengan perlindungan hukum represif sangat berkaitan karena diliat dari perlindungan hak yang sama antara individu satu dengan yang lainnya. Pemerintah yang berperan besar dalam perlindungan hukum dan memberikan jalan keluar bagi setiap individu yang bersengketa berdasarkan kepentingan masyarakat luas.

1.5.2 Tinjauan Umum Tentang Perlindungan Konsumen

1.5.2.1 Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan Konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk antara penyedia dan penggunaanya dalam kehidupan bermasyarakat.⁷

Dalam Pasal 1 angka (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa “Perlindungan konsumen merupakan segala upaya perlindungan guna menjamin adanya kepastian hukum yang diberikan kepada konsumen”. Artinya, kepastian hukum tersebut diberikan oleh pemerintah kepada konsumen dalam hal melindungi hak-hak dan kepentingan para konsumen. Didalam Undang-undang Perlindungan Konsumen tidak hanya bertujuan untuk melindungi para konsumen, tetapi

⁷ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen (Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk)*, Cetakan Pertama, Pante Rei, Jakarta, 2005, hlm. 11.

juga mengatur mengenai kepentingan para pelaku usaha, dimana pelaku usaha juga mempunyai peranan yang penting didalam dunia perdagangan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat.⁸

Menurut Az Nasution memberikan batasan dari hukum perlindungan konsumen yaitu keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan/atau jasa konsumen.⁹ Dengan demikian hukum perlindungan konsumen dapat digunakan apabila diantara pelaku usaha dengan konsumen melakukan hubungan hukum dan kemudian terjadi sengketa permasalahan yang dikarenakan kedudukan yang tidak seimbang.

1.5.2.2 Asas Perlindungan Konsumen

Asas mengenai perlindungan konsumen diatur dalam Pasal 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa perlindungan konsumen berdasarkan pada 5 (lima) asas, yaitu:

- 1) Asas Kemanfaatan, dimaksudkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, kepentingan para konsumen dan pelaku usaha harus

⁸ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2006, hlm. 4.

⁹ *Ibid.*

mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya secara menyeluruh;

- 2) Asas Keadilan, dimaksudkan agar konsumen dan pelaku usaha dapat memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil. Pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban untuk harus beritikad baik kepada konsumen dan sebaliknya konsumen harus beritikad baik kepada pelaku usaha;
- 3) Asas Keseimbangan, dimaksudkan untuk dapat memberikan keseimbangan dalam arti materiil dan spiritual antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah;
- 4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, dimaksudkan agar setiap konsumen diberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan dalam pemanfaatan serta penggunaan barang ataupun jasa yang dikonsumsi;
- 5) Asas Kepastian Hukum, dimaksudkan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan, serta negara menjamin kepastian hukum.

Melihat dari substansi Pasal 2, bahwa setiap asas mengacu pada pembangunan nasional. Kelima asas tersebut mengacu pada tujuan hukum yang akan dicapai dan

diwujudkan bersama guna menyeimbangkan kebutuhan bersama antara konsumen dan pelaku usaha.

Redbruch menyebut keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum sebagai “tiga ide dasar hukum”, yang berarti dapat dipersamakan dengan asas hukum. Ketiga asas tersebut, dengan sendirinya menempatkan asas ini yang menjadi rujukan pertama baik dalam pengaturan perundang-undangan ataupun dalam berbagai aktivitas yang berhubungan dengan gerakan perlindungan konsumen oleh semua pihak yang terlibat didalamnya.¹⁰

1.5.2.3 Tujuan Perlindungan Konsumen

Tujuan Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 3 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa:

“Perlindungan Konsumen bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

¹⁰ Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 27.

- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen”.

Didalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, perlindungan hak-hak konsumen lebih diutamakan daripada pelaku usaha karena hak-hak konsumen dasarnya guna untuk mencapai keadilan dalam meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, serta menumbuhkan pelaku usaha dengan sikap yang bertanggung jawab.

.1.5.3 Tinjauan Umum Tentang Konsumen dan Pelaku Usaha

1.5.3.1 Pengertian Konsumen

Konsumen merupakan pihak yang memiliki peranan penting dalam pelaksanaan transaksi jual beli barang dan/ataupun jasa. Berdasarkan Pasal 1 angka (2) memberikan pengertian mengenai konsumen, yaitu bahwa:

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

Pengertian konsumen dapat terdiri dari 3 pengertian, yaitu:¹¹

- a. Konsumen adalah setiap orang yang memperoleh barang dan/ataupun jasa yang dipakai untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara, yaitu setiap orang yang memperoleh barang dan/ataupun jasa untuk diperdagangkan kembali/komersial. Konsumen antara ini dapat dikatakan sebagai distributor ataupun pengecer.
- c. Konsumen akhir, yaitu setiap orang alami (*natuurlijke persoon*) yang memperoleh dan menggunakan barang dan ataupun jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadinya, keluarga ataupun rumah tangganya serta tidak untuk dijual kembali.

1.5.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen

Secara umum dikenal ada 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:¹²

1. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*).
2. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*).

¹¹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Kencana Media Group, Jakarta, 2008, hlm. 62.

¹² Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Grasindo, Jakarta, 2000, hlm. 16.

3. Hak untuk memilih (*the right choose*).
4. Hak untuk didengar (*the right to be heard*).

Pada Pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen ada 9 (sembilan) hak-hak konsumen yang dirumuskan sebagai berikut:

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

tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

Konsumen memiliki hak untuk membela diri apabila sewaktu-waktu terjadi kerugian yang dialami oleh konsumen. Ketika hak konsumen tersebut dilanggar oleh pelaku usaha, maka konsumen dapat memperjuangkan hak-hak nya tersebut.

Kewajiban Konsumen terdapat pada Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen yang menetapkan kewajiban sebagai berikut:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, guna untuk keamanan dan keselamatan konsumen.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/ataupun jasa.
- c. Membayar sesuai dengan harga yang telah disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban konsumen dengan hak konsumen sama pentingnya dalam membantu penyelesaian sengketa konsumen yang sewaktu-waktu dapat terjadi.

1.5.3.3 Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha yaitu seseorang atau badan hukum yang memproduksi barang ataupun jasa dengan mencari keuntungan/laba dari barang ataupun jasa yang telah dihasilkan tersebut guna untuk dapat memenuhi kebutuhan setiap masyarakat atau konsumen. Sebagai penyelenggara kegiatan usaha, pelaku usaha merupakan pihak yang mempunyai tanggung jawab lebih besar atas perbuatan negatif yang berupa kerugian yang ditimbulkan oleh usahanya kepada konsumen.

Pengertian pelaku usaha juga dijelaskan didalam Pasal 1 angka (3) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu: “Pelaku usaha merupakan tiap orang perseorangan atau badan hukum maupun yang tidak berbadan hukum, baik secara sendiri ataupun secara bersama-sama yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, melalui perjanjian melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”

1.5.3.4 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak pelaku usaha terdapat pada Pasal 6 Undang-undang Perlindungan Konsumen yaitu:

1. Hak untuk menerima harga yang sesuai dengan kesepakatan antara konsumen dengan pelaku usaha terkait

- kondisi dan nilai tukar barang dan/ataupun jasa yang diperdagangkan;
2. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beriktikad baik;
 3. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
 4. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen bukan merupakan akibat dari barang ataupun jasa yang telah diperdagangkan oleh pelaku usaha;
 5. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Penetapan tentang hak dan kewajiban pelaku usaha tersebut dimaksudkan guna untuk menciptakan suatu hubungan yang sehat atau baik antara pelaku usaha dengan konsumen. Penetapan hak-hak tersebut dapat melindungi pelaku usaha dari perbuatan konsumen yang tidak beriktikad baik pada pelaku usaha.

Didalam Undang-undang Perlindungan Konsumen juga mengatur mengenai kewajiban pelaku usaha yang terdapat pada Pasal 7, yaitu:

- a) Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta

- memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- c)Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
 - d)Menjamin mutu barang dan/ataupun jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
 - e)Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang diperdagangkan.
 - f)Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian barang apabila barang dan/atau jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha yang terdapat dalam Pasal 7 huruf b Undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut menyatakan bahwa pelaku usaha harus memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ataupun jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Pemberian informasi yang jelas tersebut merupakan hak para konsumen yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha dalam melakukan penyelenggaraan usaha karena apabila pelaku usaha tidak memberikan informasi secara jelas atau

lengkap yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi) yang pasti akan merugikan setiap konsumen¹³.

Penyampaian informasi yang benar dan jelas sangatlah penting atas produk yang dijual kepada konsumen, agar konsumen tidak salah menilai terhadap gambaran mengenai suatu produk yang akan dibeli. Penyampaian informasi yang dilakukan pelaku usaha kepada konsumen dapat berupa representasi, peringatan maupun berupa instruksi.¹⁴

1.5.3.5 Larangan Pelaku Usaha

Secara garis besar, larangan perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam Pasal 8 Undang-undang Perlindungan Konsumen dapat dibagi kedalam 2 (dua) larangan pokok, yaitu sebagai berikut:¹⁵

- a. Larangan mengenai produk itu sendiri, yang tidak memenuhi syarat dan standar yang layak untuk digunakan oleh konsumen. Sebelum dijual kepada konsumen, pelaku usaha harus mengecek terlebih dahulu atas kelayakan suatu barang yang akan dijual.
- b. Larangan mengenai ketersediaan informasi yang tidak benar dan tidak akurat. Dalam memilih dan menentukan

¹³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm. 44.

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm. 39.

barang yang akan dikonsumsi, konsumen perlu informasi yang jelas mengenai kondisi barang ataupun jasa. Para pelaku usaha harus bersikap jujur dalam memberikan informasi yang benar dan jelas mengenai kondisi barang tentang kelebihan dan kekurangan yang ada pada barang yang dijual tersebut.

1.5.3.6 Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Dalam Pasal 19 Undang-undang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai tanggung jawab perdata dari pelaku usaha kepada konsumen. Tanggung jawab yang diberikan pelaku usaha terhadap konsumen yakni berupa ganti rugi sebagai akibat kerusakan, pencemaran dan/atau mengkonsumsi barang ataupun jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Para pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi apabila konsumen dapat membuktikan kesalahan dari pelaku usaha. Ganti rugi yang dilakukan tidak selalu pembayaran sejumlah uang, tetapi juga dapat dilakukan dengan melakukan penggantian barang yang sejenis ataupun yang setara dengan harga yang dibeli, atau dapat berupa perawatan kesehatan ataupun pemberian santunan sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku. Penggantian kerugian dapat dilakukan dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari setelah pelaku usaha dengan konsumen melakukan transaksi.

1.5.4 Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Melalui Instagram

1.5.4.1 Pengertian Jual Beli

Dalam Pasal 1457 Kitab Undang-undang Hukum Perdata diatur mengenai jual beli yang menyebutkan bahwa “Jual beli merupakan suatu persetujuan atau kesepakatan antara pihak satu dengan pihak lainnya dengan mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak lainnya membayar harga barang yang telah disepakati oleh para pihak”.

1.5.4.2 Pengertian Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto, video yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pengambilan foto dan dapat merubah filter foto yang ada di pilihan filter pada Instagram serta dapat dibagikan ke berbagai layanan jaringan sosial. Para pelaku usaha melakukan penjualan pakaian bekas impor melalui Instagram dengan cara mengunggah foto-foto pakaian dengan jelas beserta kondisi pakaiannya dan menjelaskan informasi mengenai kekurangan dan kelebihan tentang kondisi pakaian secara jelas atau lengkap pada kolom *caption* yang sudah ada.

1.5.4.3 Pengertian Jual Beli Melalui Instagram

Jual beli melalui Instagram merupakan suatu persetujuan saling mengikat satu sama lain antara

penjual/pelaku usaha sebagai pihak yang memperdagangkan barang ataupun jasa dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang telah disepakati oleh para pihak yang dilakukan secara *Online* melalui media Instagram dengan keadaan dimana seseorang sedang menggunakan jaringan internet dengan tidak melakukan transaksi jual beli secara bertatap muka atau langsung karena satu perangkat dengan perangkat lainnya saling terhubung sehingga dapat saling berkomunikasi satu sama lain.

1.5.5 Tinjauan Umum Tentang Pakaian Bekas Impor

1.5.5.1 Pengertian Pakaian Bekas

Pakaian bekas adalah baju, celana ataupun penutup tubuh manusia yang telah digunakan oleh orang lain sebelumnya dan kemudian digunakan kembali oleh orang yang baru memiliki pakaian tersebut. Pakaian termasuk dalam kebutuhan primer yang wajib dipenuhi, tetapi seiring dengan majunya modernisasi, pakaian dapat digolongkan sebagai kebutuhan tersier karena banyak masyarakat sekarang yang tidak hanya menggunakan pakaian sebagai alat penutup tubuh tetapi juga digunakan sebagai gaya hidup yang melitinkan identitas kita kepada lingkungan sosial. Dengan menggunakan pakaian, seseorang dapat

menunjukkan suatu status, kedudukan, kekuasaan, gender dan bahkan jenis kelamin dari masa ke masa.

Pakaian bekas biasanya masih dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk dijual kembali karena masih adanya nilai ekonomi. Kebutuhan dan pengetahuan akan fashion yang semakin tinggi membuat pakaian bekas sangat diminati oleh para konsumen. Selain menjadi mata pencaharian tidak sedikit pula masyarakat yang menggunakan pakaian bekas sebagai kebutuhan sandang untuk dicocokkan dengan pakaian yang lainnya.

1.5.5.2 Pengertian Pakaian Bekas Impor

Pakaian bekas impor adalah pakaian yang telah digunakan oleh manusia untuk menutupi bagian tubuhnya yang mana barang tersebut berasal dari luar negeri atau luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pakaian bekas impor tersebut pakaian yang telah dikonsumsi atau dipakai oleh seseorang dalam satu kali pemakaian atau lebih yang tidak jelas bagaimana kondisinya.

Para pelaku usaha biasanya membeli pakaian bekas impor dalam bentuk bal, yang biasanya terdapat kurang lebih sekitar 300 potong pakaian dalam satu bal dengan bermacam-macam merk dan kode yang kemudian dijual kembali kepada para konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan barang ataupun jasa tersebut.

Pakaian pakaian bekas impor tersebut biasanya masuk dari , Jepang, Malaysia, Korea Selatan, Singapura dan Eropa.

1.5.6 Tinjauan Umum Tentang Impor

1.5.6.1 Pengertian Impor

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), impor yaitu pemasukan barang dagangan dari luar negeri. Impor merupakan salah satu komponen dari pengeluaran atau konsumsi untuk barang-barang atau jasa dari luar negeri. Dalam teori konsumsi, disebutkan bahwa konsumsi ditentukan oleh tingkat pendapatan. Dalam mengkonsumsi barang-barang dari luar negeri, besarnya ditentukan oleh faktor pendapatan, harga relative barang di dalam negeri dan diluar negeri serta nilai tukar dalam negeri terhadap mata uang asing.¹⁶

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan menjelaskan mengenai importir, yaitu seseorang atau lembaga atau badan usaha yang berbentuk badan hukum ataupun bukan berbentuk badan hukum yang melakukan kegiatan impor.

1.5.6.2 Jenis - Jenis Barang Impor

Ada 4 jenis barang impor, yaitu:¹⁷

1. Barang yang diatur Tata Niaganya

¹⁶ Astuti Purnamawati dan Sri Fatmawati, *Dasar-Dasar Ekspor Impor*, UPP STIM YKPN, Yogyakarta, 2013, hlm. 14.

¹⁷ Marolop Tandjung, *Aspek dan Prosedur Ekspor-Impor*, Salemba Empat, Jakarta, 2011, hlm. 386.

Adalah gula, beras, cengkih, *nitro cellulose*, bahan berbahaya tertentu, precursor, pelumas, cakram optic, tekstil dan produk tekstil, bahan perusak lapisan ozon, intan kasar, minuman beralkohol, plastic, bahan peledak, sakarin, perkakas tangan, barang modal bukan baru dan totokopi berwarna. *Metil bromide* untuk keperluan karantina dan pra-pengapalan serta LPG (tabung gas).

2. Barang yang dilarang impornya

Komoditas udang, gombal baru dan bekas, Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (B3), sisa reja dan skrap dari plastic, produksi industry percetakan, pestisida etilin dibrimoda, barang bukan baru (bekas) termasuk pakaian bekas, psikotropika, narkotika dan bahan senjata kimia.

3. Barang yang bebas impornya

Semua jenis barang yang tidak termasuk pada kelompok diatur, diawasi dan dilarang dan impor dapat dilakukan oleh setiap perusahaan yang telah memiliki Angka Pengenal Impor.

4. Barang yang dikecualikan dari ketentuan umum

Barang yang diimpor harus dalam keadaan baru. Namun untuk memberikan intensif kepada dunia usaha, pemerintah mengambil kebijakan untuk memberikan pengecualian impor dalam keadaan bukan baru.

1.5.7 Tinjauan Umum Tentang Informasi

1.5.7.1 Pengertian Informasi

Informasi merupakan data yang telah di proses dengan baik sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut baik secara lisan ataupun tulisan. Informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri :¹⁸

- a. Akurat, bahwa informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan, serta harus jelas mencerminkan maksudnya.
- b. Tepat Pada Waktunya, bahwa informasi yang masuk pada penerima tidak boleh terlambat.
- c. Relevan, bahwa informasi harus mempunyai manfaat untuk si pemakai.
- d. Lengkap, bahwa informasi yang diberikan atau yang tertera harus dapat diterima dengan lengkap oleh penerima dan tidak boleh memberikan informasi secara setengah-setengah.

1.5.7.2 Informasi Yang Tidak Jelas

Informasi tidak jelas yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen yaitu dengan tidak memberikan keterangan secara jelas dan detail mengenai kondisi pakaian yang sebenarnya seperti kecacatan noda, bolong/robek,

¹⁸ Azhar Susanto, *Sistem Informasi Manajemen*, Linggar Jaya, Bandung, 2004, hlm. 10.

ukuran panjang dan lingkar dada baju, dll. Sehingga informasi yang ditangkap oleh konsumen melalui *caption* yang ada pada foto yang telah di *posting* sangat berbeda dengan keadaan pakaian yang sebenarnya. Informasi harus memenuhi tingkat kebutuhan setiap konsumen dengan jelas.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian normatif atau yuridis-normatif. Penelitian normatif ini dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Bahan-bahan tersebut disusun kemudian dikaji dan ditarik kesimpulan mengenai hubungan dengan masalah yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan penelitian yuridis normatif dikarenakan penelitian yang digunakan penulis yaitu dengan cara meneliti bahan kepustakaan serta penelitian ini dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau keadaan yang nyata yang terjadi di masyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan, setelah data yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah.¹⁹

¹⁹ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 2002, hlm. 16.

1.6.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek atau objek penelitian²⁰, baik melalui kuesioner, wawancara atau hasil pengamatan terhadap objek tertentu yang kemudian diolah kembali oleh peneliti. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek ataupun objek penelitian, yakni dari studi dokumen atau kepustakaan yang dikumpulkan sehingga dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Sumber data sekunder dapat dibagi menjadi:

- a. Bahan Hukum Primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat terdiri dari peraturan perundang-undangan yang terkait dengan objek penelitian, yaitu:
 1. Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
 2. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- b. Bahan Hukum Sekunder adalah bahan hukum yang mendukung, menjelaskan, serta memberikan tafsiran terhadap sumber data

²⁰<http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/metode-pengumpulan-data-dalam-penelitian>, diakses pada tanggal 14 Desember 2020, Pukul 13.05 WIB.

primer.²¹ Dalam hal ini terdiri dari literatur maupun karya ilmiah para sarjana yang berkaitan dengan penelitian.

- c. Bahan Hukum Tersier adalah petunjuk atau penjelasan mengenai bahan hukum primer atau bahan hukum sekunder yang berasal dari kamus, ensiklopedia, majalah, dan sebagainya.

1.6.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan bahan hukum yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini diperoleh dengan cara:

1. Studi Pustaka / Dokumen

Studi dokumen merupakan langkah awal dari setiap penelitian hukum. Studi dokumen bagi penelitian hukum meliputi studi bahan-bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.²²

Data kepustakaan penulis diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi, dan hasil penelitian.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat untuk mengumpulkan data atau informasi umpan balik dari peneliti kepada konsumen guna menganalisa sebuah data yang relevan. Kuesioner yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan *Google Form* yang kemudian disebar oleh peneliti secara *online*.

²¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI, Jakarta, 1983, hlm. 51.

²² Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, Kencana, Jakarta, 2005, hlm. 195.

3. Wawancara

Wawancara merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung oleh seorang pewawancara dengan mengajukan pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian dengan responden.²³

1.6.4 Metode Analisis Data

Tahapan setelah pengumpulan data yaitu metode analisis data. Analisis data yang sudah diperoleh penulis kemudian akan diolah kembali oleh penulis untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang ada.

Metode analisis data yang dipilih oleh penulis adalah metode analisis data menggunakan pendekatan kualitatif terhadap data primer dan data sekunder. Metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang secara tertulis atau dapat secara lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Metode penelitian kualitatif ini hasil analisis tidak tergantung pada jumlah, tetapi data yang dianalisis dari berbagai pandangan. Penelitian yang dilakukan yakni meliputi kegiatan pengumpulan data, penyusunan data dan analisis data. Data primer dalam hal ini menggunakan data kuesioner dan data wawancara dalam mengumpulkan datanya. Sedangkan data sekunder yang digunakan meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

²³ Amirudin dan Zainal Azikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. 82.

1.6.5 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 4 (empat) bulan yakni dimulai dari bulan Desember 2020 sampai dengan bulan Maret 2021. Pada bulan Oktober minggu keempat dilakukan tahap persiapan penelitian yaitu pengajuan judul proposal, acc judul proposal oleh dosen pembimbing, pencarian data, bimbingan proposal penelitian, acc proposal penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah skripsi ini, maka kerangka dibagi menjadi beberapa bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Skripsi ini dengan judul **“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Informasi Yang Tidak Jelas Dalam Pembelian Pakaian Bekas Impor Melalui Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”**. Dalam pembahasannya dibagi menjadi 4 (Empat) bab. Sebagaimana diuraikan secara menyeluruh tentang produk permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini.

Bab Pertama merupakan Pendahuluan. Pendahuluan yang berisi uraian mengenai topik yang dibahas dalam penelitian ini yang memberikan gambaran secara umum dan menyeluruh tentang pokok permasalahan yang dibahas dalam penulisan tentang Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Informasi Yang Tidak Jelas Dalam Pembelian Pakaian Bekas Impor Melalui Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam bab pertama dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat

penelitian, kajian pustaka, metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif.

Bab Kedua membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen atas informasi yang tidak jelas dalam pembelian pakaian bekas impor melalui Instagram berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sub bab pertama mengenai bentuk-bentuk informasi tidak jelas dalam penjualan pakaian bekas impor melalui Instagram. Sub bab kedua mengenai perlindungan hukum bagi konsumen atas informasi yang tidak jelas dalam pembelian pakaian bekas impor melalui Instagram berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Bab Ketiga membahas tentang upaya yang dapat dilakukan konsumen yang mengalami kerugian atas pembelian pakaian bekas impor dengan informasi yang tidak jelas melalui Instagram.

Bab Keempat merupakan bab terakhir sebagai penutup di dalam bab ini terdapat dua sub bab yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan dibuat agar poin-poin penting skripsi ini yang sudah dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya dapat dengan mudah tersampaikan kepada pembaca, sedangkan saran dalam bab penutup ini bertujuan agar skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk para pihak.