

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam sejarah perkembangan pola pemenuhan kebutuhan manusia yang saling interdependen terdapat dua posisi yang saling berhadapan antara produsen dan konsumen. Pihak pembuat atau penghasil suatu barang disebut dengan produsen. Pihak yang membutuhkan suatu barang yang dihasilkan oleh produsen disebut konsumen. Baik produsen maupun konsumen berada dalam hubungan yang mutlak bersifat interdependen. Produsen membutuhkan konsumen sebagai pihak yang menerima atau membutuhkan barang-barang yang dihasilkannya, sebaliknya pula konsumen membutuhkan produsen untuk memperoleh barang-barang yang dibutuhkannya. Hubungan konsumen dan produsen dalam kepentingan suatu barang yang bersumber dari produsen dan dibutuhkan oleh konsumen atas dasar suatu harga disebut dengan pasar (*market*).¹

Produsen yang dalam istilah yuridis disebut pelaku usaha, memproduksi barang dan jasa dengan prinsip mendapat keuntungan sebesar-besarnya. Konsumen adalah pihak yang memakai atau menikmati barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen. Barang (*goods*) adalah

¹N. H. T Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Panta Rei, Bogor 2005, hlm.22.

suatu produk yang dihasilkan produsen yang bisa kelihatan dalam bentuk fisik. Selain barang, jasa (*service*) adalah suatu produk yang dihasilkan oleh produsen, yang meskipun tidak bisa kelihatan secara fisik, tetapi dapat memungkinkan terselenggaranya urusan atau kepentingan seseorang yang memerlukan. Segala sesuatu yang dihasilkan oleh produsen dan berkaitan dengan konsumen disebut dengan produk. Atas dasar itu baik barang maupun jasa digunakan dengan istilah produk.²

Pengertian tentang konsumen secara yuridis telah diletakkan dalam berbagai peraturan selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen merumuskan bahwa 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.³

Menurut Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, 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 yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama

²*Ibid*, hlm. 23.

³*Ibid*, hlm. 24.

melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha berbagai bidang ekonomi.⁴

Dalam hukum perlindungan konsumen, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha tidak lagi ditentukan dari ada atau tidaknya kontrak (*privity of contract*). Ini berarti konsumen dapat menggugat pelaku usaha dalam ranah hukum perdata, terlepas bahwa di antara mereka tidak terdapat kontrak. Gugatan yang dilakukan didasarkan pada perbuatan melawan hukum. Dilihat dari prinsip pertanggung jawaban yang dianut dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terlihat bahwa pelaku usaha telah dibebani prinsip yang lebih berpihak pada kepentingan konsumen. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha dibebani untuk selalu bertanggung jawab dengan beban pembuktian terbalik. Artinya, apabila ada gugatan terhadap si pelaku usaha, maka pelaku usaha inilah yang wajib membuktikan bahwa dirinya tidak bersalah dan untuk itu dapat lepas dari tanggung jawab hukum. Sekalipun demikian, jika mengacu pada ketentuan-ketentuan perlindungan konsumen yang lebih spesifik sebagaimana diatur diluar Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sebenarnya telah ada tanggung jawab lain yang lebih protektif terhadap konsumen, yaitu berupa tanggung jawab mutlak (*strict liability*).⁵

Dari tahun ketahun semakin banyak media sosial media baru yang terus bermunculan dengan berbagai konsep dan fitur beragam serta para pengguna yang terus mengalami pertumbuhan yang cepat. Bersamaan

⁴*Ibid*, hlm. 26.

⁵Sidharta, Abdul Rasyid Dan Ahmad Sofian, *Aspek Ekonomi Dan Bisnis*, Prenadamedia, Jakarta, 2018, hlm, 198.

dengan itu, para pemasar dan pelaku bisnis *online* terus melakukan inovasi terhadap cara mereka beriklan dengan menggunakan platform sosial media untuk terus menarik perhatian minat para audiens.

Media sosial kerap menjaring para penggunanya dan mengelompokkannya berdasarkan jenis kelamin, usia, minat ataupun pekerjaan para penggunanya tersebut. Berdasarkan hal tersebut, para pengiklan dapat dengan mudah mencari dan menentukan target pasar mana yang akan dituju berdasarkan demografi yang tercantum dalam media sosial tersebut. Sebagai contohnya media sosial yang cukup kuat dalam menjaring para penggunanya adalah Instagram.

Di Indonesia masalah-masalah pada umumnya sering muncul dalam kasus yang umum pada masyarakat. Contohnya dalam perkembangan media sosial, adalah sebuah media daring dengan penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isinya. Aplikasi Instagram yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi, sehingga dapat terhubung dengan orang lain dengan sangat mudah. Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan dengan aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model konten lainnya.

Disisi lain perkembangan media sosial juga dapat menimbulkan permasalahan hukum yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen. Kemungkinan dapat terjadinya wanprestasi juga sangat besar, disebabkan oleh kurangnya informasi yang diterima oleh konsumen. Dalam KUH Perdata proses transaksi jual-beli dijelaskan oleh Pasal 1458 KUH Perdata: bahwa “ Jual-beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar”⁶

Dalam penggunaan media sosial Instagram saat ini para pengguna banyak menjadikannya sebagai peluang usaha dan/atau bisnis *online* dengan menggunakan nama akun bebas tanpa mencantumkan data pribadi, menjadikan peluang bisnis tersebut sebagai salah satu media yang berisiko untuk dilakukannya transaksi jual beli oleh para pihak, yang terjadi adalah banyak konsumen yang mempercayai akun tersebut dengan bertransaksi secara *online* tanpa mengetahui kebenaran pelaku usaha, sehingga banyak terjadi kerugian terhadap konsumen yang membeli suatu barang namun pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya terhadap konsumen, karena kemudahan bertransaksi tanpa mengetahui data yang jelas dari pelaku usaha yang dapat membuat akun hanya dengan bermodalkan pengikut akun (*followers*). Foto barang-barang bagus dengan harga yang menggiurkan para konsumen, membuat konsumen banyak tertarik untuk

⁶ Pasal 1458 KUH-Perdata

membeli sehingga pelaku usaha dapat melakukan wanprestasi dengan sangat mudah, karena akun Instagram ini dengan sangat mudah dapat diubah sesuai keinginan pengguna seperti, mengganti-ganti nama akun, mengganti alamat email dan nomor telepon bahkan memblokir akun lain.

Dalam kasus ini jika setiap akun media sosial dibuat dengan cara yang rumit dan dibuat secara sah, artinya tidak setiap orang dengan cara mudah dapat membuat akun tanpa menggunakan identitas sebenarnya seperti dengan mencantumkan data kartu tanda penduduk dengan batas maksimal penggunaan tertentu yang membuktikan catatan data pribadi yang sebenar-benarnya, sehingga setiap orang dapat diketahui datanya secara langsung jika terjadi wanprestasi dan tetap terjaga perlindungan konsumen serta kepastian hukumnya.

Di Indonesia belum ada pengaturan yang secara khusus memberikan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online*. Namun, Indonesia telah memberikan pengaturan secara umum dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen begitu juga usulan dari institusi internasional belum memberikan perlindungan hukum yang komprehensif. Hal tersebut karena transaksi *online* merupakan pasar bebas yang dilakukan di “dunia maya” dan tidak memiliki batas geografis serta menggunakan teknologi internet dalam transaksi. Dalam transaksi *online* Negara tidak bisa memberikan perlindungan hukum di dunia nyata disebabkan adanya keterbatasan, dan tidak bisa jika hanya mengharap pelaku usaha yang memberikan perlindungannya, disebabkan pelaku usaha

di dunia maya dapat datang atau muncul dan pergi menghilang begitu saja, tanpa diketahui tempat dan asalnya berada dari seluruh belahan dunia.⁷

Setelah meneliti kelemahan, bentuk perlindungan di berbagai Negara dan usulan institusi internasional dalam transaksi *online*, maka untuk mewujudkan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* lintas Negara, yang melindungi hak-hak konsumen yang diakui secara nasional dan internasional dapat dilindungi memerlukan bentuk perlindungan yang komprehensif. Perlindungan hukum bagi konsumen yang lebih komprehensif di dunia *online* sangat diperlukan, dengan memperhatikan kemudahan transaksi konsumen, merespon meningkatnya ambiguitas dan risiko dalam transaksi *online* mengatasi kesalahan pasar dan melindungi kepentingan konsumen dalam perumusan legislasi menyangkut transaksi *online*.

Permasalahan baru pada perlindungan hukum bagi konsumen membutuhkan aturan-aturan dan langkah-langkah protektif baru. Perlindungan hukum bagi konsumen di lingkungan *online* akan berdampak positif pada perkembangan jaringan, selanjutnya akan berdampak positif pada pelaku usaha. Jika, perdagangan *online* berkembang, konsumen harus diberikan tingkat perlindungan hukum yang setidaknya sama dengan yang diberikan dalam transaksi konvensional. Peranan negara dapat dilakukan

⁷Abdul Halim Barkatullah, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi E-commerce Lintas Negara Di Indonesia*, FH UII Press, Yogyakarta, 2009, hlm. 200.

terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi *online* dengan cara :⁸

1. Menghilangkan kendala-kendala hukum dan memberikan pengaturan dalam transaksi;
2. Memberikan fasilitas dalam bentuk pengaturan terhadap upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha (*self-regulation*); dan
3. Memberikan fasilitas pada konsumen sendiri dalam melakukan transaksi.

Peranan negara yang dimaksud di sini mencakup aspek nasional dan internasional. Artinya, tuntutan adanya kepastian hukum dalam melakukan transaksi dari segi aspek hukum nasional melalui pembentukan peraturan di bidang perlindungan hukum bagi konsumen, maupun aspek hukum internasional melalui perjanjian internasional, atau harmonisasi hukum.⁹

Diperlukan adanya keragaman dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen di berbagai negara. Ada alternatif model pengaturan yang diberikan oleh Negara, yakni, pertama, harmonisasi hukum, sistem transaksi *online* yang beroperasi bukan hanya dalam yurisdiksi nasional suatu negara, juga diluar yurisdiksi negara tersebut. Namun para konsumen yang terlibat dalam transaksi *online* masih tetap

⁸ *Ibid*, hlm. 202.

⁹ *Ibid* hlm. 203.

terikat oleh hukum nasionalnya. Dalam konteks ini, harmonisasi hukum dimaksudkan sebagai wahana untuk menciptakan seperangkat aturan yang prinsip-prinsip dasarnya berasal dari hukum nasional masing-masing negara. Dengan demikian, masing-masing negara tidak akan merasa kehilangan kontrol terhadap aktivitas warganegaranya. Model harmonisasi seperti ini tidak akan mengabaikan eksistensi masing-masing hukum nasional, tetapi akan menyerap prinsip-prinsip dasar yang kemudian kesistensinya dipelihara lewat konsensus dan prinsip untuk memperoleh keuntungan bersama.¹⁰

Kedua, standarisasi Internasional. Model pengaturan lewat standarisasi internasional ini dapat dijadikan alternatif lain apabila partisipasi dan kerjasama antar Negara sulit dicapai, model pengaturan ini dengan menjadikan mutu dan kualitas pelaku usaha sebagai parameter utama tanpa adanya partisipasi langsung dari Negara. Negara harus membenahi peraturan perundang-undangan tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang disesuaikan dengan media ini. Mempertimbangkan bentuk peraturan di berbagai Negara dan usulan institusi internasional. Negara seyogyanya mengambil jalur dengan membuat undang-undang tambahan untuk memperluas penerapan perlindungan hukum bagi konsumen “ruang nyata” kepada konsumen internet.¹¹

¹⁰ *Ibid*, hlm. 204.

¹¹ *Ibid* hlm. 205.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **PERLINDUNGAN KONSUMEN PEMBELI BARANG YANG DI PROMOSIKAN MELALUI AKUN PRIBADI INSTAGRAM YANG TIDAK DAPAT DIAKSES SETELAH DILAKUKAN PEMBAYARAN**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian adalah “Bagaimana perlindungan konsumen terhadap pembeli barang yang di promosikan melalui akun pribadi Instagram yang tidak dapat diakses setelah dilakukan pembayaran?”

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang dirumuskan maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap pembeli barang yang di promosikan melalui akun pribadi Instagram yang tidak dapat diakses setelah dilakukan pembayaran.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian skripsi ini bertujuan mengembangkan ilmu pengetahuan secara teoritis dan membantu mengatasi, mencegah dan memecahkan masalah yang ada pada objek yang diteliti. Kegunaan hasil penelitian terhubung dengan saran-saran yang diajukan setelah kesimpulan:

1. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang perlindungan konsumen, riset ini diharapkan mampu menyediakan referensi baru tentang perlindungan konsumen pembeli barang melalui media instagram.
2. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat melalui analisis yang dipaparkan pada pihak-pihak yang ada di dalamnya. Melalui kajian ini diharapkan masyarakat pada umumnya memiliki bahan bacaan dan diskusi yang bisa menambah wawasan mengenai perlindungan konsumen.

E. Tinjauan Pustaka

Hadirnya masyarakat informasi (*information society*) yang diyakini sebagai salah satu agenda penting masyarakat dunia pada millenium ketiga, antara lain ditandai dengan pemanfaatan internet yang semakin meluas dalam berbagai aktivitas kehidupan, bukan saja di negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Fenomena ini pada gilirannya telah menempatkan informasi sebagai komoditas ekonomi yang sangat penting dan menguntungkan. Transaksi *online* merupakan transaksi perdagangan yang melibatkan individu-individu dan organisasi-organisasi atau badan, berdasarkan pada proses dan transaksi data digital. Data statistik Indonesia pengguna jasa internet diperkirakan tumbuh berkembang melesat. Potensi besar akan peluang untuk mengembangkan

bisnis melalui media internet ini khususnya transaksi *online* sangat bergantung kepada jual-beli.¹²

1. Jual-Beli

Dalam Pasal 1457 KUH-Perdata jual-beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikat dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. Untuk dianggap sah suatu persetujuan jual-beli maka para pihak yang mengikat dirinya wajib memenuhi syarat sah persetujuan jual-beli yakni :¹³

- a. Kesepakatan mereka yang mengikat dirinya
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
- c. Suatu pokok persoalan tertentu, dan
- d. Suatu sebab yang tidak dilarang

Kontrak atau perjanjian menjadi sah maka para pihak harus sepakat terhadap segala hal yang terdapat didalam perjanjian. Pada dasarnya kata sepakat adalah pertemuan atau penyesuaian kehendak antara para pihak di dalam perjanjian. Seseorang dikatakan memberikan persetujuannya atau kesepakatannya jika ia memang menghendaki apa yang disepakati. Di dalam pembentukan kata sepakat terdapat unsur

¹²Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2006 hlm. 1.

¹³ *Ibid*, hlm. 2.

penawaran, dan penerimaan. Kata sepakat pada prinsipnya adalah terjadinya penyesuaian antara penawaran dan penerimaan. Kata sepakat itu sendiri pada dasarnya adalah pertemuan antara dua kehendak.¹⁴

Jual-beli telah dianggap terjadi antara kedua belah pihak apabila telah mencapai kesepakatan tentang suatu barang yang akan dibeli beserta harga barang tersebut, meski barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar. Itu artinya, dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak terikat satu sama lainnya untuk melaksanakan apa yang telah disepakati. Apabila satu pihak berupaya mengingkari kesepakatan yang telah disepakati, maka pihak yang disebut dalam kesepakatan dapat menuntut pihak yang mengingkari kesepakatan tersebut. Adapun kewajiban penjual sebagai berikut :¹⁵

- a. Menyerahkan barang yang dijualnya kepada pembeli dan menanggungnya dengan memberi dua jaminan yaitu penguasaan barang yang dijual itu secara aman dan tentram dan tidak ada cacat tersembunyi pada barang tersebut.
- b. Barang harus diserahkan dalam keadaan seperti ada pada waktu penjualan meliputi, segala sesuatu yang menjadi perlengkapannya beserta surat bukti milik jika ada.

¹⁴ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia Dalam Perspektif Perbandingan*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 168.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 3.

- c. Jika yang diserahkan adalah barang tidak bergerak yang telah ditentukan luas atau ukurannya, penjual wajib menyerahkannya sesuai dengan jumlah yang disepakati.
- d. Bila pembeli membatalkan pembelian, penjual wajib mengembalikan harga barang yang dijual.

Pasal 1516 KUH-Perdata yang menyatakan jika dalam menguasai barang itu pembeli diganggu oleh suatu tuntutan hukum yang didasarkan hipotek atau suatu tuntutan untuk memperoleh barangnya kembali, atau jika pembeli mempunyai suatu alasan yang patut untuk dikhawatirkan akan diganggu dalam penguasaannya, maka ia dapat menangguhkan pembayaran harga pembeli sampai penjual menghentikan gangguan tersebut. Kecuali jika penjual memilih memberikan jaminan atau jika telah diperjanjikan bahwa pembeli wajib membayar jaminan atau segala gangguan.¹⁶

2. Tanggung Jawab

Pertanggung jawaban dalam hukum perdata adalah apabila seseorang dirugikan karena perbuatan seseorang lain, sedang diantara mereka itu tidak terdapat sesuatu perjanjian (hubungan hukum perjanjian), maka berdasarkan undang-undang juga timbul atau terjadi hubungan hukum antara orang tersebut yang menimbulkan kerugian itu. Sebagaimana ketentuan Pasal 1365 KUH-Perdata, bahwa tiap perbuatan

¹⁶ Pasal 1516 KUH-Perdata.

melanggar hukum yang membawa kerugian pada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.

Menurut Pasal 1365 KUH-Perdata, maka yang dimaksud dengan perbuatan melanggar hukum adalah perbuatan yang melawan hukum yang membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.¹⁷

Maka model tanggung jawabnya sebagai berikut :¹⁸

- a. Pasal 1366 KUHPperdata, setiap orang bertanggung jawab tidak saja untuk kerugian yang disebabkan perbuatannya, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan kelalaian atau kurang hati-hatinya.¹⁹
- b. Pasal 1367 KUHPperdata, seorang tidak saja bertanggung jawab untuk kerugian yang disebabkan perbuatannya sendiri, tetapi juga untuk kerugian yang disebabkan perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan oleh barang-barang yang disebabkan dibawah pengawasannya.²⁰

3. Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala

¹⁷ Pasal 1365 KUH-Perdata

¹⁸ Pasal 1365 KUH-Perdata

¹⁹ Pasal 1366 KUH-Perdata

²⁰ Pasal 1367 KUH-Perdata

upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi sewenang-wenang yang selalu merugikan hak. Konsumen dengan adanya Undang-Undang perlindungan konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, dan mereka bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang ini adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan atas hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen.²¹

F. Metode Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek Penelitian yang penulis teliti yakni mengenai Perlindungan Konsumen terhadap barang yang dipromosikan melalui akun pribadi instagram yang tidak dapat diakses.

²¹ Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian Normatif, sebagai penelitian kepustakaan (*library research*) penelitian yang dilakukan atau ditujukan untuk meneliti suatu peraturan, baik yang tertulis maupun tidak tertulis.

3. Metode pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan dan Konseptual. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah semua Undang-Undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan masalah hukum yang sedang ditangani, pendekatan konseptual adalah pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum.

4. Bahan Hukum

Bahan hukum dalam penelitian ini meliputi :

- a. Bahan hukum primer, terdiri dari kitab Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Bahan hukum sekunder, berupa literatur-literatur yang terdiri dari buku-buku, makalah, jurnal, dan referensi-referensi lain yang terkait dengan Perlindungan Konsumen.
- c. Bahan hukum tersier, adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder meliputi Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Hukum, dan Kamus Bahasa Inggris.

5. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan cara Studi Pustaka atau Dokumen yaitu, kegiatan menelusuri dan mengkaji berbagai peraturan perundang-undangan atau literatur yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

6. Analisis Bahan Hukum

Setelah bahan hukum terkumpul dari hasil penelitian kemudian disusun secara sistematis dan dianalisis secara deskriptif kualitatif. Bahan-bahan hukum yang diperoleh kemudian dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis dikaitkan dengan peraturan hukum yang berlaku. Hal ini dilakukan sehingga dapat diambil kesimpulan.

7. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, dan Metode Penelitian Hukum

BAB II TINJAUAN UMUM MENGENAI PERLINDUNGAN KONSUMEN

Bab ini menguraikan hasil kepustakaan yang memaparkan pengertian Perlindungan Konsumen, Publikasi Metode Pemasaran, Iklan Media Sosial, Jual-Beli, dan Perlindungan

Konsumen serta hal-hal yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.

BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN PEMBELI BARANG YANG DI PROMOSIKAN MELALUI AKUN PRIBADI INSTAGRAM YANG TIDAK DAPAT DIAKSES SETELAH DILAKUKAN PEMBAYARAN

Bab ini menjelaskan hasil dari apa yang ada pada rumusan masalah antara lain, bagaimana perlindungan konsumen pembeli barang yang dipromosikan melalui instagram

BAB IV PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari hasil pembahasan atau analisis peraturan perundang-undangan dari hasil penelitian penulis.

BAB II