

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI PAKAIAN BEKAS IMPOR MELALUI APLIKASI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DI INDONESIA

Muhammad Herman Effendi¹, Djumadi², Lena Hanifah³

E-mail: hermaneffendi6897@gmail.com , Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia¹

ABSTRACT

This study aims to provide an analysis of the legality of used clothing purchased by consumers from online thriftshop businesses and how legal protection is for consumers who buy used clothing from online thriftshops via Instagram. To answer this objective, a normative juridical research was conducted, using a statutory approach and a socio-legal approach. This research is a prescriptive analysis with sources of legal material obtained through literature study. The results of this study indicate that: first, the sale and purchase agreement of imported used clothing made through Instagram is said to be contrary to Article 1320 of the Civil Code regarding the legal terms of the fourth agreement (halal cause) if the object of sale and purchase in the form of used clothing is imported from outside the customs area, why? because imported used clothes are prohibited from entering the customs area by Article 47 paragraph (1) and Article 51 paragraph (2) Law Number 7 of 2014 concerning Trade and Regulation of the Minister of Trade Number 12 of 2020 concerning Goods Prohibited from Importing. on the other hand, this is considered not contrary to the fourth condition in Article 1320 of the Civil Code if the used clothes are not imported used clothes. Second, legal protection for consumers who buy imported used clothing is provided by the government in a preventive and repressive manner. Preventively itself aims to prevent where this is made in the form of a written rule such as the Consumer Protection Act. The repressive protection aims to resolve if a problem occurs, the solution can be taken by consumers through two channels, namely non-litigation between the parties only or through BPSK, while through litigation, it can be through the general justice institution by filing a civil lawsuit or to the police if there is a criminal element.

Keywords: *Consumer Protection, Used Clothing, Thriftshop*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisis mengenai legalitas pakaian bekas yang dibeli konsumen dari pelaku usaha *thriftshop online* dan bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang membeli pakaian bekas dari *thriftshop online* melalui *Instagram*. Untuk menjawab tujuan tersebut dilakukan dengan penelitian yuridis normatif, menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan sosio legal. Penelitian ini bersifat preskriptif analisis dengan sumber bahan hukum yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: **pertama**, perjanjian jual beli pakaian bekas impor yang dilakukan melalui Instagram dikatakan bertentangan dengan Pasal 1320 KUHPerdata mengenai syarat sah perjanjian yang keempat (kausa yang halal) bilamana objek jual beli berupa pakaian bekas tersebut didatangkan dari luar daerah pabean, mengapa karena pakaian bekas impor sendiri

dilarang masuk kedaerah pabean oleh Pasal 47 ayat (1) dan Pasal 51 ayat (2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Barang Dilarang Impor. sebaliknya hal ini dianggap tidak bertentangan dengan syarat keempat dalam Pasal 1320 KUHPerdata jika pakaian bekas tersebut bukan pakaian bekas impor. **Kedua**, Perlindungan hukum bagi konsumen yang membeli pakaian bekas impor diberikan oleh pemerintah secara preventif dan represif. Secara preventif sendiri bertujuan untuk mencegah dimana hal ini dibuat dalam bentuk sebuah aturan tertulis seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Adapun perlindungan secara represif bertujuan untuk menyelesaikan apabila terjadi masalah, penyelesaiannya dapat ditempuh konsumen melalui dua jalur yakni non litigasi antar para pihak saja atau melalui BPSK sedangkan melalui jalur litigasi bisa melalui lembaga peradilan umum dengan mengajukan gugatan perdata atau ke kepolisian jika ada unsur pidananya.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Pakaian Bekas, *Thriftshop*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor industri fashion telah mengalami peningkatan pesat pada era sekarang. Teknologi informasi yang ada menjadi media penyampaian informasi perubahan tren terkini. Perubahan tren ini dipengaruhi adanya sudut pandang serta pendapat yang berbeda pada masyarakat mengenai mode dalam berpenampilan. Setiap orang memiliki gaya hidup yang menjadi ciri khas masing-masing, gaya hidup ini menjadi faktor dalam memilih suatu produk, produk yang dipilih haruslah sesuai dengan selera konsumen dan juga harus berkualitas serta memiliki kesesuaian nominal harga dengan kemampuan finansialnya.¹

Salah satu gaya hidup lama yang sekarang ramai digandrungi masyarakat yaitu berburu pakaian bekas untuk *fashion* hal ini dikenal dengan istilah *thrifthing*. Budaya *thrifthing* ini sendiri merupakan sebuah transaksi jual beli sebuah barang dimana barang yang dimaksud kali ini berfokus kepada pakaian bekas yang notabene kebanyakan di datangkan dari luar negeri, membeli pakaian bekas sendiri selain harganya yang jauh lebih murah dibandingkan harga aslinya tentu juga mendapat kepuasan tersendiri dikarenakan pakaian yang dijual biasanya hanya satu-satunya atau *limitid edition*, membeli pakaian bekas ini sendiri tentunya harus mengharuskan kita memahami seputar dunia *fashion* dimana kebanyakan anak muda paham akan merek-merek terkenal yang berasal dari luar negeri, misal *brand* dari Prancis seperti Luis Vuitton. Aktivitas ini sendiri masuk dalam perjanjian jual beli dimana menurut ketentuan Pasal 1457 KUHPerdata, jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Jual beli tersebut dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika

¹ Arwita Dwi Andriani. Cristina Menuk Sri H, *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor Ditempat Biasa Thrift Store Surabaya*, Journal of Sustainability Business Research, Vol 2 No 1 Maret 2021 hlm 194-195.

setelah kedua belah pihak telah sepakat mengenai barang dan harganya, meskipun barang tersebut belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.

Selain itu, aktivitas *thrifhting* juga menjadi peluang bisnis di tengah pandemik virus corona ini dimana banyak dari kalangan anak muda yang mengerti *fashion* memanfaatkan prasarana untuk dapat terselenggaranya bisnis mereka dengan berburu pakaian bekas kepusat pasar besar yang ada dikota-kota besar di Indonesia untuk mendapatkan pakaian bekas bermerek dan juga ada yang sampai berburu ke luar negeri untuk melakukan *thrifhting* ini untuk mencari pakaian bekas yang tentunya layak dipakai kembali agar dapat dijual kembali dengan harga yang menguntungkan. Akhirnya banyak yang sengaja berburu pakaian bekas (*thrifhting*) untuk dijual kembali dengan melalui dunia maya dengan membuat akun sosial media *Instagram* untuk menjual pakaian bekas tersebut secara *online* atau *di-resell* kembali. Pakaian hasil *thrifhting* tersebut di-rebranding dan dipercantik tampilannya atau apabila ada yang kotor maka akan dicuci oleh si penjual sebelum dijual, sehingga dapat dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi.

Seiring berjalaninya waktu banyak dari pebisnis *thrifhtshop* ini mendapatkan jalur untuk membeli pakaian bekas melalui internet secara langsung pada importir dari luar negeri secara “ball” atau “karung” melalui importir pakaian bekas dengan harga bisa mencapai belasan juta, dengan pembelian pakaian bekas secara ball melalui importirnya secara langsung ini juga tidak menjamin bahwa pakaian yang pelaku usaha beli bisa dijual dengan harga tinggi semua dimana pakaian yang ada didalam tumpukan ball ini tidak semuanya pakaian bermerek hal ini bisa dikatakan untung-untungan apabila dapat pakaian yang bermerek atau tidak atau bahkan bisa saja mendapatkan pakaian “vintage” yang tentunya harga jualnya bisa tembus diangka jutaan rupiah.

Terlebih dijaman Covid sekarang ini semuanya yang serba online, sekarang ini kita bisa melakukan transaksi jual beli bisa dimana saja baik itu sedang rebahan dikamar, lagi nongkrong maupun lagi dalam perjalanan sewaktu dimobil. Maka berawal dari inilah banyak pelaku usaha *thrifhtshop* yang awalnya membuka lapaknya berjualan di kios secara offline pinggir jalan lalu mereka juga melebarkan sayap dagangannya ke dunia maya seperti toko daring atau online shop, dimana mereka bisa memasarkan dagangan mereka secara online kepada seluruh calon buyernya atau konsumennya di seluruh Indonesia atau bahkan luar negeri.

Dari kegiatan *thrifhtshop* yang digeluti mayarakat sekarang ini khususnya para pelaku usahanya sendiri mempunyai dampak positif dan negatif dimana positifnya kegiatan ini menjadi ladang usaha untuk menambah penghasilan bagi pelaku usaha dikala masa pandemik yang sangat berdampak pada perekonomian masyarakat dan negatifnya kegiatan ini bisa berdampak terhadap penurunan minat masyarakat terhadap pakaian-pakaian yang dijual dan di produksi di dalam negeri atau dari brand lokal. Orang-orang pada berlomba tampil dengan pakaian bermerek dari luar negeri agar terlihat keren dimana hal inilah mengurangi minat konsumen tersebut untuk membeli brand-brand local yang ada di dalam negeri dimana brand lokal ini juga tidak kalah kualitasnya dengan brand luar yang mereka dapatkan secara second atau bekas pakai.

Melihat dari sudut pandang hukum terkait dengan regulasi mengenai usaha *thriftshop* yang saat ini ramai digandrungi masyarakat baik itu pelaku usaha atau pemilik *thriftshop online* maupun konsumen atau pelaku *thriftthing* sebagai pihak pembelinya, di Indonesia sendiri memperjualbelikan pakaian bekas atau dalam kerennya dikenal dengan sebutan *thriftshop* dilarang oleh undang-undang dimana menilik pasal 47 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tentang Perdagangan yang berbunyi “Setiap importir wajib mengimpor barang dalam keadaan baru” dan hal ini juga dipertegas di dalam Pasal 51 ayat 2 Undang-Undang Nomor 7 Tentang Perdagangan yang berbunyi “Importir dilarang mengimpor barang yang ditetapkan sebagai barang yang dilarang untuk di impor” untuk mengetahui lebih dalam mengenai objek yang diteliti penulis mengenai pakaian bekas yang tergolong kedalam barang dilarang di impor maka dapat melihat melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Barang Dilarang Impor dimana didalam permendag ini sendiri telah dicantumkan barang-barang yang dilarang impor diantaranya pakaian bekas dengan diberi nomor POS TARIF/HS 6309.00.00.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tepatnya pada dibagian BAB IV mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha tepatnya di Pasal 8 ayat (2) yang berbunyi “pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara benar dan lengkap atas barang yang dimaksud”. Menurut Pasal 8 ayat 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini sendiri seperti memberikan pengecualian atas apa yang sudah dilarang di dalam Undang-Undang Perdagangan dan Peraturan Menteri Perdagangan perihal masuknya pakaian bekas ke dalam wilayah negara kesatuan republik Indonesia.

Penjual pakaian bekas atau dalam hal ini akun *thriftshop* dalam praktiknya menjual dagangannya secara online melalui aplikasi *Instagram* sendiri memberikan secara jelas mengenai informasi kekurangan atau *minus* barang yang mereka jual kepada calon pembeli mereka, dimana hal ini bersesuaian sekali dengan pengecualian seperti apa yang tersebut di dalam Pasal 8 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Dari uraian latar belakang diatas maka dapat ditarik permasalah diantaranya sebagai berikut:

Rumusan Masalah

1. Bagaimana legalitas jual beli pakaian bekas impor melalui aplikasi sosial media *Instagram* di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen yang membeli pakaian bekas impor dari pelaku usaha *thriftshop online* melalui aplikasi sosial media *Instagram* ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk memberikan analisis mengenai legalitas pakaian bekas yang dibeli konsumen dari pelaku usaha *thriftshop online* melalui aplikasi sosial media *Instagram*.
2. Untuk memberikan analisis mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam hal membeli pakaian bekas dari pelaku usaha *thriftshop online* melalui aplikasi sosial media *Instagram*.

Kegunaan Penelitian

1. Bagi pelaku bisnis dibidang *fashion* agar menjadi bahan rujukan dalam memperhatikan berbagai aspek khususnya aspek hukum sebelum menjalankan bisnis usaha pakaian bekas atau *thriftshop* baik itu secara online maupun offline.
2. Bagi kalangan masyarakat pencinta *fashion* agar menjadi bahan bacaan mengenai legalitas pakaian bekas yang di impor dari luar negeri serta turut sadar akan pentingnya mendukung produk dalam negeri.

Tinjauan Pustaka

1. Perlindungan konsumen

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum.² 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.

Untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab.³ Aturan mengenai sanksi-sanksi yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan dapat ditemukan dalam Bab XIII Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang dimula dari Pasal 60 sampai dengan Pasal 63. Sanksi-sanksi yang dapat dikenakan terdiri dari: Sanksi Administrasi, Sanksi Pidana Pokok dan Sanksi Pidana Tambahan⁴

2. Pengertian Perlindungan Hukum

Menurut Philipus Hadjon perlindungan hukum bagi rakyat ada dua yaitu:

- a. Perlindungan hukum preventif artinya rakyat diberi kesempatan mengajukan pendapatnya sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif yang bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa.
- b. Perlindungan hukum represif yang bertujuan menyelesaikan sengketa. Perlindungan hukum adalah suatu jaminan yang diberikan oleh Negara kepada semua pihak untuk dapat melaksanakan hak dan kepentingan hukum yang dimilikinya dalam kapasitasnya sebagai subyek hukum.⁵

3. Pengertian Perjanjian dan Perikatan

Pengertian perjanjian sendiri termuat di dalam Pasal 1313 KUHPerdata dimana “Suatu persetujuan adalah perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Perjanjian dalam arti sempit hanya mencakup

² *Ibid*, hlm 192.

³ Zaeni Asyhadie, 2016, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanannya di Indonesia*, Jakarta: rajawali pers, hlm 191.

⁴ Abdul Halim Barkatullah, 2016, *Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Bandung: Penerbit Nusa Media, hlm 113.

⁵ Philipus.M. Hadjon, 1988, *Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia*, Surabaya: Bina Ilmu, hlm 5.

perjanjian yang ditujukan kepada hubungan hukum dalam lapangan hukum harta kekayaan saja sebagaimana diatur dalam Buku III BW sedangkan perjanjian dalam arti luas mencakup semua perjanjian yang menimbulkan akibat hukum sebagaimana yang dikehendaki para pihak.⁶

Jual beli (menurut B.W.) adalah suatu perjanjian bertimbang balik dalam mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lainnya (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.⁷

4. Pengertian Jual Beli Online

E-commerce dapat diartikan sebagai perdagangan elektronik, maksudnya perdagangan elektronik ini adalah perdagangan yang dilakukan secara elektronik menggunakan internet sebagai medianya. Sama halnya pada Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik untuk selanjutnya disebut UU ITE yaitu Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Dalam perkembangan praktik *e-commerce* merupakan kegiatan yang meliputi tukar menukar informasi, iklan dan transaksi.⁸

5. Pengertian Instagram, Thriftshop dan Thrifhting

Instagram dapat diartikan sebagai aplikasi yang dapat difungsikan sebagai media berbagi foto dan video dalam sebuah jejaring sosial, memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, dan menambahkan *filter* untuk menambah kesan menarik pada foto. *Instagram* memiliki konsep interaksi antar pengguna dengan mengikuti (*following*) atau pengikut (*follower*). Pengguna juga dapat menambahkan komentar pada foto maupun video dan menyukainya.⁹ *Thriftshop* adalah istilah yang hadir setelah adanya istilah lain mengenai penjualan barang bekas seperti preloved, second hand, atau pasar loak. Saat ini orang lebih banyak menggunakan istilah *thriftshop* untuk mendefinisikan tempat yang menjual barang bekas.¹⁰ *Thrifhting* sendiri merupakan sebuah kegiatan berburu pakaian bekas. Dilansir dari laman merdeka.com, *thrifhting* dapat dikatakan juga sebagai orang yang hemat atau seseorang yang sedang mempraktikkan penghematan. Maka dari itu, orang-

⁶ Zakiyah, 2015, *Hukum Perjanjian Teori dan Perkembangannya*, Yogyakarta: lingkar media Yogyakarta, hlm 4.

⁷ Subekti, 2014, *Aneka Perjanjian*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, hlm 1.

⁸ Rahmayani Indrasari, (2018: Juli-Desember), *Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online (E-Commerce) Pada Online Shop Monstreation*, JOM Fakultas Hukum Volume V Edisi 2, hlm 9.

⁹ Rudi Dian Arifin. 2020. *Pengertian Instagram / Sejarah, Fungsi, Manfaat* <https://dianisa.com/pengertian-instagram/> Diakses tanggal 12 Maret 2022.

¹⁰ Anugerah Ayu Sendari. 2021. *Thriftshop adalah bagian dari penghematan, ketahui manfaat membeli pakaian bekas*, <https://hot.liputan6.com/read/4659606/thrift-shop-adalah-bagian-dari-penghematan-ketahui-manfaat-membeli-pakaian-bekas> diakses tanggal 21 Januari 2022.

orang yang berbelanja di *Thriftshop* adalah mereka yang beruntung bisa mendapatkan barang bekas layak pakai namun dengan harga yang sangat miring.¹¹

6. Pengertian Daerah Pabean, Pengawasan Kepabeanan dan Macam Pelanggaran Kepabeanan

Pengertian daerah pabean adalah seluruh wilayah perairan, daratan maupun sungai dan zona eksklusif dari suatu negara, baik yang ditetapkan dan diakui secara internasional maupun didasarkan atas kedaulatan dan undang-undang serta batas-batas suatu negara.¹²

Menurut Collin Vassaroti, tujuan pengawasan pabean adalah memastikan semua pergerakan barang, kapal, pesawat terbang, kendaraan dan orang-orang yang melintas perbatasan negara berjalan dalam kerangka hukum, peraturan, dan prosedur pabean yang ditetapkan serta untuk menjaga dan memastikan agar semua barang, kapal dan orang yang keluar/masuk dari dan kesuatu negara mematuhi semua ketentuan kepabeanan.¹³

Pelanggaran pabean adalah setiap pelanggaran atau percobaan pelanggaran terhadap undang-undang pabean. Pelanggaran dimaksud dikelompokkan kedalam dua kelompok, yakni: (1) Pelanggaran ketentuan administrasi dan (2) Pelanggaran ketentuan pidana.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian hukum ini termasuk kedalam penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif sendiri adalah penelitian hukum yang meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma. Menurut Peter Mahmud Marzuki, penelitian normatif atau doktrinal adalah penelitian yang memberikan penjelasan sistematis aturan yang mengatur suatu kategori hukum tertentu, menganalisis hubungan antara peraturan menjelaskan daerah kesulitan dan mungkin memprediksi pembangunan masa depan.¹⁴

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah Penelitian Doktrinal, yaitu penelitian yang menyediakan ekspresi sistematis terhadap peraturan yang mengatur kategori hukum tertentu, menganalisis hubungan antar peraturan, menjelaskan area yang mengalami hambatan, dan bahkan memperkirakan perkembangan mendatang¹⁵. Dalam hal ini peraturan perundang-undangan yang dipergunakan sebagai bahan hukum primer adalah terkait tentang perdagangan yang mengatur tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan perdagangan dalam maupun luar negeri serta peraturan pemerintah yang baru ini dikeluarkan terkait dengan Peraturan Menteri Perdagangan terkait dengan barang dilarang impor.

¹¹ Nasfati Sabrina. 2021. *Mengenal Thrifthing yang lagi hits dikalangan anak muda* <https://www.harianhaluan.com/lifestyle/pr-101284053/mengenal-thrifting-yang-lagi-hits-di-kalangan-anak-muda> diakses tanggal 21 Januari 2022.

¹² Ali Purwito. Indriani. 2015, *Ekspor, Impor, Sistem Harmonisasi, Nilai Pabean dan Pajak Dalam Kepabeanan*, Jakarta: Mitra Wacana Media, hlm 7.

¹³ Adrian Sutedi. 2012, *Aspek Hukum Kepabeanan*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm 61.

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki. 2005, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana Prenada Media grup, hlm. 32.

¹⁵ Talkon Law. 2016. *Tipe penelitian hukum menurut Peter Mahmud Marzuki*, <https://talkonlaw.wordpress.com/2016/03/23/tipe-penelitian-hukum-menurut-peter-mahmud-marzuki/> diakses tanggal 16 mei 2022.

3. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat preskriptif analitis. Penelitian yang bersifat preskriptif analitis mengandung hal-hal yang terkait dengan apa yang seyogyanya dilakukan bukan membuktikan kebenaran hipotesis. Oleh karena itu preskripsi timbul dari hasil telaah yang telah dilakukan.¹⁶

4. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan 2 buah pendekatan diantaranya:

a. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*)

Pendekatan ini untuk memperjelas persoalan menyangkut konsistensi dasar filosofis, dasar ontologis, *ratio legis*/logika hukum (konsistensi) adalah sesuatu yang tetap (asas hukum) antara konstitusi – undang-undang, sesama undang-undang, undang-undang – peraturan pemerintah.¹⁷

b. Pendekatan Sosio-Legal

Kajian dengan pendekatan sosio legal ini diperlukan untuk mengetahui serta menganalisa kesenjangan yang terjadi antara teori beserta peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai legalitas jual beli pakaian bekas impor dengan apa yang terjadi atau dipraktikkan oleh pelaku usaha dan masyarakat melalui aplikasi sosial media *Instagram* di Indonesia. Kajian terhadap hukum dengan menggunakan pendekatan ilmu hukum maupun ilmu-ilmu sosial dimana hukum dapat dipelajari baik dari segi perspektif ilmu hukum atau ilmu sosial maupun kombinasi keduanya.¹⁸ Artinya dalam melakukan pendekatan terhadap apa yang penulis teliti kali ini didunia bisnis *Thrifhtshop Online* yang dilakoni pelaku usaha dengan konsumen diperlukan kombinasi dari pendekatan hukumnya dengan sosialnya untuk langkah penelitian kedepannya.

5. Sumber Bahan Hukum

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer ini merupakan bahan hukum yang meliputi semua peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait dengan pembahasan yang diteliti.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder ini memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, yang diperoleh dari buku-buku, majalah, koran, situs internet, pendapat serta pandangan dari berbagai pihak yang dapat digunakan untuk menunjang penelitian ini.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier ini merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, berupa Kamus Hukum dan Kamus Besar Bahasa Indonesia.

6. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

¹⁶ *Ibid.* hlm.69.

¹⁷ Hadin Muhjad dan Nunuk Nuswardani. 2012. *Penelitian hukum Indonesia kontemporer*, Yogyakarta: Genta Publishing. hlm. 46.

¹⁸ Sulistyowati Irianto. 2012. *Kajian Sosio-Legal*, Bali: Pustaka Larasan, hlm 2.

Teknik pengumpulan bahan hukum yang dilakukan oleh peneliti yaitu menggunakan studi kepustakaan (*library research*), yang dilakukan dengan cara pengumpulan bahan hukum dengan studi kepustakaan, dengan cara mengumpulkan dan menginventarisasi bahan hukum yang berkaitan dengan dunia *fashion* dengan cara menjual pakaian bekas impor secara online melalui aplikasi *Instagram*.

7. Analisis Bahan Hukum

Setelah semua bahan hukum primer, sekunder dan tersier terkumpul maka kemudian dilakukan pengolahan bahan hukum dengan membagi-bagi bahan hukum sesuai dengan bagian permasalahan, kemudian disusun sedemikian rupa untuk menjawab isu hukum yang telah dirumuskan¹⁹.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Legalitas jual beli pakaian bekas impor melalui aplikasi sosial media *Instagram* di Indonesia

Aktivitas Jual beli pakaian bekas secara online di Indonesia banyak memperjual belikan pakaian bekas impor, namun ada juga yang non-impor maka dari itu jika barang yang diperjual belikan berupa pakaian bekas impor maka status barang tersebut dikatakan illegal namun sebaliknya. Hal ini bersesuaian dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Tepatnya pada Pasal 47 ayat (1) dan Pasal 51 ayat 2. Lebih jelasnya diatur didalam aturan turunannya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Barang Dilarang Impor.

2. Perlindungan hukum bagi konsumen yang membeli pakaian bekas impor dari pelaku usaha *thrifhtshop online* melalui aplikasi sosial media *Instagram*

Konsumen yang merasa dirugikan pelaku usaha *thrifhtshop* akibat dari membeli pakaian bekas mendapat perlindungan hukum dari negara dengan cara mengajukan tuntutan ganti rugi melalui gugatan ke pengadilan atau laporan pidana ke kepolisian atau dikenal dengan jalur litigasi dan melalui jalur non litigasi dengan cara menuntut ganti rugi secara langsung kepada penjual atau melalui pihak ketiga seperti BPSK.

Pembahasan

1. Era digitalisasi sekarang ini sangat berdampak terhadap kehidupan masyarakat sehari-hari, dimana sekarang ini kita bisa dengan mudah melihat dan melakukan banyak hal dengan mudah menggunakan sebuah perangkat digital yang canggih seperti *smartphone*. Zaman modern saat ini internet sangat diperlukan dalam mendukung berbagai kegiatan masyarakat, apalagi di masa pandemik Covid-19 saat ini. Banyak aktifitas dilakukan dengan bantuan internet atau dalam hal ini secara online, semisal seperti aktivitas belajar disekolah, dikampus, pertemuan dengan rekan bisnis yang di lakukan secara online dengan memanfaatkan aplikasi pertemuan yang tersedia di ponsel pintar masing-masing. Bahkan pekerjaan pun sekarang ini bisa dikerjakan tanpa harus datang kekantor.

¹⁹ Rahmida Erliyani, 2021, *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum cetakan ke3*, Yogyakarta: Magnum Pustaka Utama, hlm 148.

Tidak hanya aktivitas pendidikan dan pekerjaan saja yang bisa dilakukan melalui dunia maya atau dalam hal ini secara online. Di dunia perdagangan pun juga bisa dilakukan secara online dengan melalui aplikasi *e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia* serta juga berbagai aplikasi sosial media, semisal seperti aplikasi sosial media *Facebook*, *WhatsApp* dan *Instagram*. aplikasi sosial media intagram sendiri khususnya banyak digunakan oleh kalangan masyarakat yang masih muda atau anak baru gede (ABG).

Berfokus pada dunia perdagangan melalui system online, banyak di manfaatkan oleh banyak orang sekarang ini untuk menjadi sebuah bisnis dimana melalui aplikasi sosial media *Instagram* sendiri mereka menjajakan berbagai macam dagangannya semisal yang lagi ramai seperti berjualan kosmetik dan pakaian. Berdagang secara online sendiri sangatlah memudahkan sekali dimana mereka para pedagang tak perlu lagi menyewa lapak jualan di pasar atau di pinggir jalan, mereka hanya perlu membuat akun toko mereka saja untuk berjualan melalui sosial media *Instagram*.

Aplikasi sosial media *Instagram* sendiri dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk berjualan online dengan membuka usaha *thrifhshop online* dikarenakan aplikasi ini sendiri banyak diminati berbagai kalangan dimana menurut laporan *Napoleon Cat* menunjukkan, ada 91,01 juta pengguna *Instagram* di Indonesia pada Oktober 2021. Jumlah ini turun 7,18% dibandingkan Agustus 2021 yang mencapai 98,06 juta pengguna. Tercatat, mayoritas pengguna *Instagram* di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 33,90 juta diikuti kelompok usia 25-34 dan kelompok usia 13-17.²⁰

Bisnis jual beli pakaian bekas ini pun juga akhirnya dilakukan dengan memanfaatkan modernisasi zaman dengan transaksinya dilakukan secara online melalui dunia maya, dimana pelaku usahanya disini banyak dari mereka memanfaatkan aplikasi sosial media *Instagram* dikarenakan aplikasi ini sendiri banyak digunakan kalangan anak muda yang notebene menjadi target pasar mereka dalam hal jual beli pakaian bekas. Pelaku usaha dalam hal jual beli pakaian bekas disini dikenal dengan sebutan *thrifhshop online* dimana mereka memasarkan lapak dagangan mereka melalui akun *Instagram* yang mereka buat masing-masing untuk menggaet minat konsumen atau pembeli.

Masuknya barang dari luar negeri ke Indonesia atau dalam hal ini barang impor pada saat masuk haruslah melalui pos pengawasan pabean dimana pos ini sendiri merupakan tempat yang digunakan oleh pejabat bea dan cukai untuk melakukan pengawasan terhadap lalu lintas perdagangan barang impor dan ekspor²¹. Pengawasan kepabeanan sendiri merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka penegakan hukum dan upaya agar perundang-undangan kepabeanan, cukai dan peraturan-peraturan departemen teknis yang dititipkan kepada dan menjadi tanggungjawab bea dan cukai dapat terlaksana dengan baik.²²

²⁰ Cindy Mutia Annur. *Ada 91 juta pengguna instagram di Indonesia, mayoritas usia berapa?*. 2021. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-majoritas-usia-berapa#:~:text=Pengguna%20Instagram%20Berdasarkan%20Kelompok%20Usia%20%26%20Jenis%20Kelamin%20\(Oktober%202021\)&text=Laporan%20Napoleon%20Cat%20menunjukkan%2C%20ada,mencapai%2098%2C06%20juta%20pengguna](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-majoritas-usia-berapa#:~:text=Pengguna%20Instagram%20Berdasarkan%20Kelompok%20Usia%20%26%20Jenis%20Kelamin%20(Oktober%202021)&text=Laporan%20Napoleon%20Cat%20menunjukkan%2C%20ada,mencapai%2098%2C06%20juta%20pengguna), Diakses pada tanggal 5 /2/2022.

²¹ Arfin, Agung Tri Safari, 2019, *Pengantar Pengawasan Kepabeanan*, Bogor: Ghalia Indonesia, hm 45.

²² *Ibid*, hlm 54-55.

Alur keluar masuknya barang dari dalam maupun luar negeri sendiri pengawasannya menjadi kewenangan Direktorat Jendral Bea dan Cukai di bawah Kementerian Keuangan.

Luasnya wilayah perairan di Indonesia, memudahkan lalu lintas keluar masuk barang dengan angkutan laut. Indonesia juga merupakan Negara yang terletak diposisi strategis yang dihimpit oleh dua benua dan berada ditengah dua samudra, oleh sebab itu, Indonesia merupakan salah satu jalur perdagangan internasional didunia. Wilayah dan posisi Indonesia yang strategis menyebabkan banyaknya lalu lintas barang masuk dan keluar, baik diantara wilayah Indonesia maupun diantara Indonesia dengan luar negeri.²³ Maka dari itulah agar tidak adanya penyelundupan barang illegal masuk ke dalam negeri, Direktorat Jendral Bea dan Cukai memiliki kewenangan penuh untuk mengontrol penuh alur perdagangan tersebut.

Banyaknya peminat terhadap pakaian bekas impor menyebabkan semakin tingginya frekuensi terhadap permintaan pakaian bekas impor di Indonesia. Selama ini pakaian bekas impor banyak didatangkan dari negara-negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia.²⁴ Kehadiran barang-barang impor ini sendiri dimasa pandemik Covid-19 saat ini sangat berdampak bagi masyarakat khususnya bagi kalangan anak muda di Indonesia untuk menambah penghasilan bagi mereka dimana dewasa ini barang impor banyak dijadikan lahan bagi anak-anak muda untuk menjadikannya bisnis dimana barang impor yang dimaksud disini ialah pakaian-pakaian bekas yang dijual dengan harga yang murah di pasar-pasar besar di tiap-tiap kota. Pakaian bekas impor ini sendiri mereka beli dengan berburu secara langsung ke pasar untuk nantinya pakaian bekas yang mereka beli tersebut di-reessel atau dijual kembali dengan harga yang relative naik agar mendapatkan keuntungan.

Barang bekas import yang masuk ke Indonesia ini menjadi salah satu alternatif berbelanja dengan harga minim, akan tetapi diharapkan membuat pemakainya terlihat maksimal dalam mengikuti tren-*fashion* yang sedang berlangsung saat ini. Saat ini barang bekas pun diangkat kelasnya oleh pedagang seperti kalangan anak muda yang jeli melihat peluang dari bisnis baju bekas ini.²⁵ Namun, alternative pencinta *fashion* dalam berbelanja dengan harga miring melalui toko *thriftshop online* melalui aplikasi sosial media *Instagram* kali ini jika dilihat dari segi kacamata hukum positive di Indonesia, melalui pemerintah sebagai penyelenggara negara membuat regulasi yang mengatur terkait dengan perdagangan, dimana pemerintah sendiri mengeluarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Tepatnya pada Pasal 47 ayat (1) bahwa “setiap importir mengimpor barang dalam keadaan baru” artinya importir yang melakukan kegiatan memasukkan barang ke daerah pabean haruslah memasukkan barang yang baru dan didalam Pasal 51 ayat 2 “Importir

²³ Nelly Kristinah , Bety Lauren , Shenti Agustini , Vera Ayu Riandini. *Analisis Hukum Pelaksanaan Fungsi Pengawasan Lalu Lintas Barang Impor Oleh Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai Di Kota Batam, Indonesia*. 2021. Artikel dalam “Ganesha Civic Education Journal” Volume 3 Issue 1 April, hlm. 2.

²⁴ Mariana Veridiana Nggai. *Kajian terhadap Upaya Merumuskan Ius Constituendum dalam Pengaturan Perdagangan Pakaian Bekas Impor (Studi Kasus di Kota Pontianak)*. 2017. Artikel dalam " Jurnal Nestor Magister Hukum1”, no. 1: 210224, hlm 3.

²⁵ Rivaldi L. Saputro. *Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya)*, 2018. Artikel dalam “AntroUnairdotNet”, Vol.VII/No.3/Okttober, hlm 337.

dilarang mengimpor barang yang ditetapkan sebagai barang yang dilarang untuk di impor". Barang yang dimaksud disini ialah barang yang tercantum didalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Barang Dilarang Impor dimana didalam permendag ini sendiri telah dicantumkan daftar barang-barang yang dilarang impor diantaranya adalah barang yang menjadi objek penelitian kali ini yakni pakaian bekas dengan diberi nomor POS TARIF/HS 6309.00.00.

Namun terdapat ambiguitas peraturan antara peraturan tersebut diatas ketika dibandingkan dengan Pasal 8 ayat 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa "pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat, bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud". Ambiguitas peraturan terlihat dari isi Pasal 8 Ayat 2 yang seolah-olah masih diperbolehkannya penjualan pakaian impor bekas.²⁶ Melihat pada praktiknya, toko *thriftshop online* pada aplikasi sosial media *Instagram* dalam hal menjual dagangannya (pakaian bekas) kepada konsumen selalu memberikan informasi yang jelas mengenai kondisi barang yang mereka jual dimana setiap postingan pada akun *Instagram* *thriftshop online* mereka selalu disertai dengan *caption* yang berbunyi seperti: "kondisi 9/10", "minus noda dibagian kerah", "minus sablonan sedikit pudar", "minus karet lengan kendor" dan bahkan disertai dengan video kondisi keadaan dimana minus itu berada. Artinya disini pihak pelaku usaha *thriftshop online* sudah memberikan informasi yang jelas terhadap kondisi ataupun keadaan barang yang sebenarnya sebagaimana pengecualian yang terdapat didalam Pasal 8 Ayat 2. Inkonsistensi antar peraturan perundang-undangan sebagaimana disebutkan diatas jelas menjauhkan hukum dari cita utamanya yaitu hukum dibuat dan diberlakukan dimasyarakat untuk menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat dan tidak menimbulkan ketidakpastian hukum.²⁷

Legalitas jual beli pakaian bekas ini juga keabsahannya takluput harus diuji melalui Pasal 1320 KUHPerdata dimana pasal ini menguji keabsahan suatu perjanjian khususnya dalam hal ini perjanjian jual beli pakaian bekas impor yang dilakukan oleh pelaku usaha *thriftshop online* dengan konsumen yang mana suatu perjanjian dianggap sah secara hukum jikalau sudah memenuhi syarat-syarat yang ada didalam Pasal 1320 KUHPerdata. Syarat sah perjanjian yang ada didalam Pasal 1320 KUHPerdata diantaranya yakni: Sepakat, cakap, hal tertentu dan kausal yang halal. Jika dikaitkan ke empat syarat sah perjanjian yang ada dipasal 1320 KUHPerdata, maka perjanjian jual beli juga takluput harus tunduk terhadap Pasal 1320 KUHPerdata ini yang mana syarat pertama berupa "kesepakatan" antara pelaku usaha *thriftshop online* dengan konsumen dimana mereka sama-sama sepakat mengenai harga yang telah dicantumkan oleh si penjual di akun *thriftshop online* miliknya.

Syarat perjanjian yang kedua yakni "kecakapan" dimana pihak penjual dan pembeli seseorang yang sudah dewasa, namun dalam hal jual beli pakaian bekas online melalui aplikasi sosial media isntagram ini sendiri perihal umur penulis tidak bisa menyimpulkannya

²⁶ Risma Nur Arifah. *Kendala-Kendala Pencegahan Perdagangan Pakaian Bekas Impor Di Kota Malang*. 2015. Artikel dalam "Jurnal Syariah dan Hukum", Volume 7 Nomor 1, Juni hlm 91.

²⁷ *Ibid.* hlm 91.

begitu saja mengingat aplikasi sosial media *Instagram* ini sendiri digunakan oleh berbagai kalangan baik tua maupun muda, artinya syarat kedua ini bisa terpenuhi atau tidak.

Syarat sah perjanjian yang ketiga yakni “hal tertentu”, syarat ini lebih kepada objek apa yang pelaku usaha *thriftshop online* dengan konsumen perjanjian dimana dalam hal ini yang mereka jadikan objek dalam perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha *thriftshop online* dalam aplikasi sosial media *isntagram* sendiri yakni berupa pakaian bekas.

Dan syarat keempat yakni “kausal yang halal” artinya syarat ini tidak memperbolehkan perjanjian jual beli pakaian bekas yang dibuat pelaku usaha *thriftshop online* dengan konsumen secara online melalui aplikasi sosial media *Instagram* bertentangan dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku serta norma-norma yang berlaku dikehidupan.

Perjanjian jual beli pakaian bekas yang penulis bahas kali ini bisa dikatakan bertentangan dengan syarat sah perjanjian yang keempat (kausal yang halal) bilamana objek jual beli berupa pakaian bekas yang diperjualbelikan tersebut merupakan pakaian bekas impor yang didatangkan dari luar daerah pabean, mengapa karena pakaian bekas impor sendiri dilarang masuk kedaerah pabean oleh Pasal 47 ayat (1) dan Pasal 51 ayat (2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Barang Dilarang Impor sehingga hal ini dianggap bertentangan dengan kausal yang halal. Namun hal ini dianggap tidak bertentangan dengan syarat keempat dalam Pasal 1320 KUHPerdata ini jikalau pakaian bekas tersebut bukan pakaian bekas impor artinya pakaian bekas tersebut berasal dari dalam negeri. Pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat sahnya perjanjian ini jika ke-4 syarat tersebut tidak dipenuhi maka mempunyai akibat hukum yang mana jika syarat pertama dan kedua yang merupakan syarat subjektif yakni sepakat dan cakap tidak terpenuhi maka akan berakibat perjanjian tersebut “dapat dibatalkan” dan jika syarat ketiga dan keempat yang merupakan syarat objektif yakni hal tertentu dan kausal yang halal tidak terpenuhi maka akibat hukumnya perjanjian tersebut “batal demi hukum”.

Legalitas pakaian bekas sendiri didalam negeri secara yuridis memang illegal peredarannya, meskipun dilarang oleh undang-undang namun pada praktiknya pakaian bekas ini sendiri masih banyak yang lolos dari penjagaan di pos perbatasan untuk masuk ke daerah pabean sehingga pakaian bekas ini masih banyak beredar di daerah pabean untuk diperjual belikan. Pakaian bekas yang lolos masuk ke daerah pabean sendiri seolah-olah dibiarkan oleh pemerintah dan pemerintah seolah-olah seperti tutup mata akan hal ini dan juga pakaian bekas sendiri jikalau sudah terlanjur masuk mungkin menurut hemat penulis yang menjadi kendala utama untuk menindak hal ini yakni sulitnya membedakan antara pakaian bekas impor dengan pakaian bekas dalam negeri yang sudah tercampur tergantung kelayakannya untuk dijual oleh pelaku usaha. Karena di lapangan masih banyak didapati pakaian-pakaian bekas yang tidak ada mereknya pun juga banyak pakaian bekas yang bermerek brand asal Indonesia atau dalam negeri sehingga hal ini bisa saja membuat dinas-dinas perdagangan kabupaten kota setempat tidak menindaklanjuti akan hal ini.

2. perjanjian jual beli pakaian bekas yang dilakukan antara pelaku usaha *thriftshop online* dengan konsumen melalui aplikasi *Instagram* pada praktiknya posisi dari pihak konsumen masih lemah dibandingkan dengan pihak pelaku usaha, dimana menurut hasil penelitian Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN), terdapat beberapa faktor yang menyebabkan lemahnya konsumen diantaranya:

- a) Masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya.
- b) Belum terkondisinya masyarakat konsumen karena sebagai masyarakat belum tahu akan kemana haknya disalurkan jika mendapat kesulitan atau kekurangan dari standar barang atau jasa yang sewajarnya.
- c) Belum terkondisinya masyarakat konsumen menjadi masyarakat yang mempunyai kemauan menuntut hak-haknya.
- d) Proses peradilan yang ruwet dan waktu yang berkepanjangan
- e) Posisi konsumen yang lemah.²⁸

Dalam hal perjanjian jual beli pakaian bekas melalui aplikasi sosial media *Instagram* sendiri misalnya kondisi konsumen berada diposisi yang lemah jika barang atau dalam hal ini pakaian bekas yang ia beli dari *thriftshop online* tidak sesuai gambarnya dengan barang yang datang ketangan konsumen apalagi sebelumnya pelaku usaha melampirkan sebuah *caption* yang bisa mewanti-wanti konsumennya dalam membeli pakaian bekas yang mereka dagangkan bahwa barang yang sudah dibeli tidak bisa dikembalikan.

Hal ini lah yang menjadi penanda bahwa pada perjanjian jual beli pakaian bekas secara daring melalui aplikasi sosial media *Instagram* sendiri memberikan kelemahan khususnya bagi konsumen dimana salah satu faktor penyebab lemahnya kedudukan konsumen dalam transaksi *e-commerce* disebabkan karena rendahnya kesadaran para konsumen di Indonesia akan pendidikan konsumen serta pengetahuan akan hak-hak mereka yang terdapat pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen.²⁹ Maka dari itu disini pentingnya perlindungan hukum terhadap para konsumen mengingat posisi mereka yang lemah dibandingkan dengan pihak pelaku usaha dalam transaksi jual beli secara online. Akibat kemajuan zaman maka dari itu perjanjian jual beli pakaian bekas ini bisa yang dilakukan secara online dari mana saja dan tentunya resiko kecurangan dalam hal dilakukannya perjanjian ini juga semakin besar, semisal dalam hal konsumen sudah mentransfer dana yang disepakati kepada penjual namun penjual tidak mengirimkan barang tersebut, atau barang yang dikirimkan tersebut berbeda dengan barang yang diinginkan konsumen dan bahkan lebih parahnya lagi konsumen bisa saja diblokir kontaknya oleh penjual akibat ingin menguntungkan diri sendiri, maka dari itu perlindungan konsumen itu juga meliputi dua aspek diantaranya: perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang disepakati atau tidak sesuai

²⁸ N.H.T Siahaan. 2005. *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk*. Jakarta: Panta Rei, hlm 42.

²⁹ Sapta Abi Pratama. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace*. Proceding: Call for Paper 2 nd National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era. hlm 191

dengan dipostingan dan perlindungan terhadap diberlakukan syarat-syarat yang tidak adil terhadap konsumen.³⁰

Jadi, pada tahapan pelaksanaan perjanjian jual beli pakaian bekas secara online melalui aplikasi *Instagram* sendiri yang didasarkan oleh kesepakatan para pihak mempunyai celah yang bisa menimbulkan potensi kecurangan pada saat pelaksanaannya dimana kecurangan tersebut lebih condong diderita oleh pihak konsumen atau pembeli yang disini posisinya lebih lemah dibandingkan pihak pelaku usaha *thriftshop online* atau penjual mengingat aturan dari norma kebiasaan dalam jual beli online sendiri konsumen berkewajiban harus membayar terlebih dahulu sebelum barang yang dibeli dikirimkan oleh penjual, dalam hal pembayarannya pun tidak seperti perjanjian yang dilakukan secara tatap muka melainkan pembayarannya juga via online dengan uang elektronik baik itu melalui *Transfer Bank, Shopee Pay, Dana* dan atau jenis-jenis pembayaran via elektronik lainnya.

Jual beli secara online melalui aplikasi sosial media *Instagram* sendiri sangat besar untuk memicu kecurangan yang dapat merugikan konsumen maka dari itu pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen agar mendapatkan kepastian hukum pada perjanjian jual beli pakaian bekas impor tanpa bertatap muka ini. maka dari itu dengan adanya undang-undang perlindungan konsumen yang didalamnya mengatur mengenai tanggungjawab pelaku usaha setidaknya hal ini sudah memberikan rasa aman bagi para konsumen.

Adapun kerugian yang diderita konsumen dapat diklasifikasikan kedalam:

- Kerugian materiil, yaitu berupa kerugian pada barang-barang yang dibeli;
- Kerugian immaterial, yaitu kerugian yang membahayakan kesehatan konsumen;³¹

Klasifikasi kerugian materiil dan immaterial diatas sendiri sangat erat kaitannya dengan pakaian bekas impor dimana konsumen bisa mendapat kerugian berupa kondisi pakaian bekas yang tidak sesuai dengan difoto atau bahkan akibat dari konsumsi pakaian bekas tersebut yang berdampak pada kesehatan konsumen seperti terkena penyakit kulit akibat berbagai macam bakteri yang ada dipakaian bekas impor yang ia beli dari pelaku usaha *thriftshop online* melalui aplikasi sosial media *Instagram* tersebut.

Maka dari, untuk mencoba menghindari kerugian-kerugian baik itu materiil maupun inmmateriil seperti diatas maka diperlukan usaha-usaha dari konsumen untuk memberikan pengamanan terhadap transaksi secara online ini, baik yang bersifat preventif maupun bersifat represif. Usaha yang bersifat prefentif dapat berupa sikap konsumen yang selalu berhati-hati dalam belanja, konsumen harus mengetahui apakah toko elektronik yang dikunjungi dapat dipercaya.³² Dalam hal sikap preventif konsumen dalam kehatia-hatian dalam memilih toko *thriftshop online* yang menjual barang yang ia ingin beli dimana dalam praktiknya, penjual sendiri pada akun sosial media *Instagram*nya sendiri biasanya

³⁰ Rosmawati. 2018. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama*. Depok: Prenadamedia Grup, hlm 6.

³¹ Adrian Sutedi. 2008. *Tanggungjawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia, hlm 37.

³² Dahlia. *Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (E-Commerce)*. 2009. Artikel Dalam “Wacana Hukum” Vol.Viii, No.1, April, hlm 43.

mencantumkan testimoni penjualan atau bukti pembeli-pembeli terdahulu yang biasanya dalam bentuk arsip *story* yang berisi bukti *review* barang yang mereka jual dari konsumen-konsumennya apalagi konsumen tersebut sudah pernah membeli barang tersebut sebelumnya, maka hal ini menambah keyakinan bahwa toko tersebut dapat dipercaya mulai dari keaslian barangnya, kejururannya, pelayananannya sampai dengan kebesihannya karena konsumen dapat menilainya berdasarkan pengalaman berbelanja sebelumnya.

Dalam hal dirugikannya konsumen dalam sebuah bisnis maka dengan adanya perlindungan hukum yang diberikan oleh pemerintah melalui peraturan perundang-undangan seperti pada dasarnya perlindungan itu diberikan melalui Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada Pasal 27 ayat (1) Segala warga negara bersamaan kedudukannya didalam hukum dan pemerintahan dan wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu dengan tidak ada kecualinya. Lalu perlindungan hukum bagi konsumen diatur secara khusus melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan aturan turunannya.

Adanya undang-undang perlindungan konsumen pada tahun 1999 dimana undang-undang ini berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. dengan lahirnya undang-undang perlindungan konsumen ini memberikan kapastian hukum mengenai penyelesaian sengketa konsumen yang mana undang-undang ini membagi penyelesaian sengketa konsumen dalam 2 penyelesaian dimana penyelesaian melalui jalur non litigasi dan penyelesaian melalui jalur litigasi atau melalui pengadilan.

Adapun proses atau alur konsumen dalam menuntut pemenuhan haknya dengan jalur non litigasi dan litigasi sebagaimana dijelaskan diatas diantaranya sebagai berikut:

1. Penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur non litigasi ini terbagi menjadi 2 cara yakni dengan cara menyelesaiannya secara internal dengan para pihak saja atau secara bipartit serta menyelesaiannya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).
2. Penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur litigasi ini bisa dengan cara mengajukan gugatan wanprestasi dan gugatan perbuatan melawan hukum ke pengadilan atau bisa dengan cara membuat laporan pidana kepihak kepolisian setempat.

Mengenai proses penyelesaian sengketa konsumen melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) diawali dengan mengajukan permohonan penyelesaian sengketa konsumen oleh kuasanya baik secara tertulis maupun secara lisan melalui sekretariat BPSK terdekat dari tempat kediaman konsumen.³³ mengacu pada Pasal 16 Kepmenperindag No. 350/MPP/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen bahwa permohonan penyelesaian sengketa konsumen harus memuat secara benar dan lengkap mengenai:

1. Nama dan alamat lengkap konsumen, asli waris atau kuasanya disertai bukti diri ;

³³ Susanti Adi Nugroho, *Op.cit*, hlm 149.

2. Nama dan alamat lengkap pelaku usaha ;
3. Barang atau jasa yang diadukan ;
4. Bukti perolehan (bon,faktur,kuitansi dan dokumen bukti lain) ;
5. Keterangan tempat, waktu dan tanggal diperoleh barang atau jasa tertentu ;
6. Saksi yang mengetahui barang atau jasa tersebut diperoleh ;
7. Foto-foto barang dan kegiatan pelaksanaan (jika ada).

Kemudian Sekretariat BPSK mendaftar dan memeriksa permohonan dan apabila diterima konsumen memilih cara penyelesaian dan harus disetujui oleh pelaku usaha, cara penyelesaiannya meliputi konsiliasi, mediasi dan arbitrase. Setelah memilih ketua BPSK akan menunjuk Majelis & Panitera, setelah 3 hari sejak permohonan diterima maka dilakukan pemanggilan pelaku usaha dan selanjutnya memasuki persidangan tergantung cara yang dipilih para pihak apakah dengan cara siding mediasi, konsiliasi atau arbitrase. Setelah putus, putusan BPSK sendiri pada saat eksekusi dimintakan penetapan eksekusinya di Pengadilan Negeri ditempat konsumen dirugikan.³⁴

Namun dalam hal penyelesaian sengketa konsumen melalui lembaga BPSK ini sendiri masih terdapat banyak kendala dimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang diharapkan menjadi senjata bagi konsumen pencari keadilan, dalam implementasinya ternyata masih sulit dilakukan dikarenakan ketentuan hukumnya tidak sesuai sebagaimana yang diharapkan yakni penyelesaian sengketa secara cepat, sederhana dan murah.³⁵ Adapun kendala yang dimaksud pada kutipan diatas diantaranya terlalu kompleksnya tugas karena berfungsi sebagai lembaga penyelesaian sengketa konsumen dan termasuk pembinaan dan pengawasan. Belum adanya aturan yang tegas mengenai alokasi anggaran. Kurangnya SDM anggota BPSK, dan rendahnya kesadaran hukum konsumen dan juga pelaku usaha³⁶

Sedangkan penyelesaian dengan mengajukan gugatan ke pengadilan, konsumen bisa mengawalinya dengan mendaftarkan gugatan tersebut secara tertulis melalui sistem *e-court* atau dari website Mahkamah Agung yang berisikan duduk perkara atau posita dan tuntutan atau petitum. Konsumen bisa mendaftarkannya dengan menggunakan jasa Advokat atau kuasa hukum, dalam hal dirugikannya konsumen maka gugatan tersebut didaftarkan dengan gugatan perbuatan melawan hukum atau *onrechmatigedaad* sesuai dengan Pasal 1365 KUHPerdata, setiap orang yang melakukan perbuatan melanggar hukum diwajibkan untuk mengganti kerugian yang timbul dari kesalahannya tersebut. Sebagaimana diketahui akibat dari *onrechmatigedaad* adalah adanya sanksi berupa ganti rugi.³⁷ Proses penyelesaian sengketa melalui litigasi ini sendiri kurang disukai oleh konsumen karena penyelesaiannya yang lambat dan memakan waktu yang lama sebagaimana ketentuan hukum acara yang berlaku.

³⁴ *Ibid*, hlm 156-157.

³⁵ *Ibid*, hlm 209

³⁶ Hesti Dwi Atuti. *Kendala Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*. 2015, Artikel dalam "Jurnal Mimbar Justitia" Vol. I No. 02 Edisi Juli-Desember, hlm 589.

³⁷ Yurliani, Purwatiningsih, Zakiyah. 2013. *Perbuatan Melawan Hukum (Onrechmatigedaad) Sebagai Dasar Gugatan*). Yogyakarta: Aura Pustaka, hlm 9.

Perlindungan hukum yang diberikan pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pada praktiknya didunia bisnis masih banyak yang belum diketahui konsumen, mengingat kurangnya akan kesadaran serta awamnya konsumen dan faktor pendidikan konsumen yang kebanyakan terbilang tidak berasal dari pendidikan tinggi hukum, sehingga dalam menuntut haknya secara hukum konsumen masih dalam kesulitan akibat ketidaktahuan akan regulasi yang mengatur mengenai perlindungan hukum bagi mereka.

KESIMPULAN

1. pakaian bekas impor sendiri dilarang masuk kedaerah pabean oleh Pasal 47 ayat (1) dan Pasal 52 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Barang Dilarang Impor sehingga hal ini dianggap bertentangan dengan kausa yang halal. Meskipun dilarang oleh undang-undang, pada praktiknya pakaian bekas ini sendiri masih banyak beredar di daerah pabean untuk diperjual belikan. Pakaian bekas yang terlanjur lolos masuk ke daerah pabean sendiri seolah-olah dibiarkan oleh pemerintah dan pemerintah seolah-olah seperti tutup mata akan hal ini dan juga pakaian bekas sendiri jika sudah terlanjur masuk mungkin yang menjadi kendala utama untuk menindak hal ini yakni sulitnya membedakan antara pakaian bekas impor dengan pakaian bekas yang berasal dari dalam negeri yang sudah tercampur. sehingga hal membuat dinas-dinas perdagangan kabupaten kota setempat tidak menindaklanjuti akan hal ini. sehingga jual beli pakaian bekas di Indonesia yang didatangkan dari luar daerah pabean sendiri merupakan tindakan illegal namun apabila pakaian bekas tersebut berasal dari dalam negeri maka menjadi legal untuk diperjual belikan.
2. Lemahnya posisi konsumen dibandingkan dengan pihak pelaku usaha. Membuat perlindungan hukum terhadap para konsumen begitu penitig adanya. Mengapa sangat penting, karena perlindungan hukum sendiri bisa menjadi upaya konsumen dalam mendapatkan keadilan apabila ia dirugikan pelaku usaha atau penjual. Untuk mendapatkan keadilan tersebut bisa dengan dua jalur yakni jalur non litigasi dan jalur litigasi. Penyelesaian melalui jalur non litigasi bisa dengan cara cepat, sederhana dan murah dengan menyelesaiannya antar para pihak saja tanpa melibatkan pihak lain (bipartit), namun penyelesaian dengan cara ini juga mempunyai kelemahan yang diantaranya ada pada posisi yang tidak seimbang pada para pihak dimana pihak konsumen cenderung lebih lemah

dibanding pihak pelaku usaha, sedangkan penyelesaian melalui pihak ketiga (tripartit) BPSK dan Pengadilan memakan waktu yang terbilang lama dan melalui arbitrase terkendala pada arbiter yang belum ada menangani permasalahan sengketa konsumen di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Asyhdie, Zaeni. 2016. Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia. Rajawali Pers. Jakarta;
- Barkatullah, Halim, Abdul. 2016. Framework Sistem Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesi. Penerbit Nusa Media. Bandung;
- Eriyani, Rahmida. 2021. Metode Penelitian dan Penulisan Hukum Cetakan ke 3. Magnum Pustaka Utama. Yogyakarta;
- Hadjon, M.Philipus. 1998. Perlindungan Hukum bagi Rakyat Indonesia. Bina Ilmu. Surabaya;
- Irianto, Sulistyowati Dkk. 2012. Kajian Sosio-Legal. Pustaka Larasan. Bali;
- Mujjad, Hadin, Nuswardani, Nunuk. 2012. Penelitian Hukum Indonesia Kontemporer. Genta Publishing. Yogyakarta;
- Marzuki, Mahmud, Peter. 2005. Penelitian Hukum. Kencana Prenada Media grup. Jakarta;
- Nugroho, Adi, Susanti. 2008. Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya. Kencana. Jakarta;
- Purwito, Ali dan Indriani. 2015. Eksport, Impor, Sistem Harmonisasi, Nilai Pabean dan Pajak Dalam Kepabeanan. Mitra Wacana Media. Jakarta;
- Rosmawati. 2018. Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen Edisi Pertama. Prenadamedia Grup. Depok;
- Safari, Tri, Agung. Arfin. 2019. Pengantar Pengawasan Kepabeanan. Ghilia Indonesia. Bogor;
- Siahaan, N.H.T. 2005. Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen dan Tanggungjawab Produk. Panta Rei. Jakarta;
- Subekti. 2014. Aneka Perjanjian. PT Citra Aditya Bakti. Bandung;
- Sutedi, Adrian. 2008. Tanggungjawab Produk dalam Hukum Perlindungan Konsumen. Ghilia Indonesia. Bogor;

- Sutedi, Adrian. 2012. Aspek Hukum Kepabeanan. Sinar Grafika. Jakarta;
- Zakiyah. 2015. Hukum Perjanjian Teori dan Perkembangannya. lingkar media Yogyakarta. Yogyakarta;
- Zakiyah, Purwatiningsih, Yurliani. 2013. Perbuatan Melawan Hukum (Onrechtmatigedaad) Sebagai Dasar Gugatan). Aura Pustaka. Yogyakarta;

Jurnal

- Agnes Fitriantica. Harmonisasi Peraturan perundang-Undangan Indonesia Melalui konsep Omnibus Law. *Jurnal Gema Keadilan. Volume 6.* Edisi III. Oktober-November 2019;
- Arifah Nur Risma. Kendala-Kendala Pencegahan Perdagangan Pakaian Bekas Impor Di Kota Malang. *Jurnal Syariah dan Hukum, Volume 7 Nomor 1.* Juni 2015;
- Atuti Dwi Hesti. "Kendala Penyelesaian Sengketa Konsumen Melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). *Jurnal Mimbar Justitia Vol. I No. 02.* Edisi Juli-Desember 2015;
- Dahlia. Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (E-Commerce). *Wacana Hukum Vol.Viii, No.1.* April 2009;
- H Sri Menuk Cristina. Andriani Dwi Arwita Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Impor Ditempat Biasa Thrift Store Surabaya, *Journal of Sustainability Business Research, Vol 2 No 1.* Maret 2021;
- Nggai Veridiana Mariana. Kajian terhadap Upaya Merumuskan Ius Constituendum dalam Pengaturan Perdagangan Pakaian Bekas Impor (Studi Kasus di Kota Pontianak). *Jurnal Nestor Magister Hukum1, no. 1: 210224 .* 2017;
- Pratama Abi Sapta. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Barang Tidak Sesuai Gambar Pada Transaksi Di Marketplace. *Proceding: Call for Paper 2 nd National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era ;*
- Rahmayani Indrasari, Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Online (E-Commerce) Pada Online Shop Monstreation, *JOM Fakultas Hukum Volume V Edisi 2,* Juli-Desember 2018;
- Riandini Ayu Vera, Dkk. Analisis Hukum Pelaksanaan Fungsi Pengawasan Lalu Lintas Barang Impor Oleh Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai Di Kota Batam, Indonesia. *Ganesha Civic Education Journal Volume 3 Issue 1,* April 2021;

Saputro L Rivaldi. Thriftstore Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Upaya Mempertahankan Eksistensi Pakaian Bekas Sebagai Budaya Populer di Surabaya). *AntrouairdotNet*, Vol.VII/No.3/, Oktober 2018;

Undang-Undang

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang No.30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan

Peraturan Pemerintah No.58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Barang Dilarang Impor

Internet:

Annur, Muthia, Cindy. 2021 “Ada 91 juta pengguna Instagram di Indonesia, mayoritas usia berapa?”.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-Instagram-di-indonesia-mayoritas-usia> berapa#:~:text=Pengguna%20Instagram%20Berdasarkan%20Kelompok%20Usia%20%26%20Jenis%20Kelamin%20(Oktober%202021)&text=Laporan%20Napoleon%20Cat%20menunjukkan%2C%20ada,mencapai%2098%2C06%20juta%20pengguna diakses tanggal 5 Februari 2022;

Arifin, Dian Rudi. 2020. “Pengertian Instagram / Sejarah, Fungsi, Manfaat” <https://dianisa.com/pengertian-Instagram/> diakses tanggal 12 Maret 2022;

Law, Talkon 2016. “*Tipe penelitian hukum menurut Peter Mahmud Marzuki*”, <https://talkonlaw.wordpress.com/2016/03/23/tipe-penelitian-hukum-menurut-peter-mahmud-marzuki/> Diakses tanggal 16 Mei 2022;

Nasfati, Sabrina. 2021. “*Mengenal Thrifthing yang lagi hits dikalangan anak muda*”. <https://www.harianhaluan.com/lifestyle/pr-101284053/mengenal-thrifting-yang-lagi-hits-di-kalangan-anak-muda> diakses tanggal 21 Januari 2022;

Sendari, Ayu, Anugerah. 2021. “*Thriftshop adalah bagian dari penghematan, diketahui manfaat membeli pakaian bekas*”. <https://hot.liputan6.com/read/4659606/thrift-shop-adalah-bagian-dari-penghematan-ketahui-manfaat-membeli-pakaian-bekas> diakses tanggal 21 Januari 2022;