

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Suatu pertumbuhan dan perkembangan perekonomian serta dunia usaha baik secara nasional maupun internasional khususnya di negara-negara maju dewasa ini sangat pesat. Pertumbuhan dan perkembangan tersebut berjalan beriringan dengan problema hukum di era globalisasi saat ini khususnya dalam bidang ekonomi dan bisnis yang tidak pernah ada habisnya. Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian dan dunia usaha tentunya tidak lepas dari dukungan kemajuan teknologi, dan kemajuan teknologi dewasa ini telah menempatkan *handphone* sebagai perangkat komunikasi yang sangat penting dan sangat dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat modern saat ini. Tidak heran jika karenanya penjualan dan peredaran *handphone* dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup besar termasuk di Indonesia.

Keadaan ini kemudian dimanfaatkan oleh para distributor *handphone* untuk menyalurkan dan memasarkan *handphone* yang telah diproduksi oleh produsen kedalam pangsa pasar. Hal ini tentu saja menimbulkan suatu persaingan yang tinggi bagi para distributor *handphone*. Tingginya persaingan antara para distributor menyebabkan beberapa oknum pengusaha distributor bersaing secara tidak sehat atau ilegal. Salah satu wujud perbuatan tidak sehat atau ilegal dari oknum pengusaha distributor *handphone* yaitu dengan memperbaharui *handphone*

bekas dengan sedikit perbaikan sehingga *handphone* terlihat baru untuk kemudian dibuat dus dan label. Kondisi *handphone* seperti ini jelas merugikan konsumen dan berlawanan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, karena konsumen sebagaimana termuat dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu, Hak konsumen adalah 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 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 mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani 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 perundang-undangan lainnya.

Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan 5 (lima) informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai keadaan dan kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang digunakannya. Keadaan di atas juga bertentangan dengan kewajiban yang dimiliki distributor untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan, sebagaimana diamanatkan Pasal 7 Undang- Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan terhadap konsumen saat ini lebih mendapat perhatian sejalan dengan makin meningkatnya perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia. Pihak konsumen yang dipandang lebih lemah perlu mendapat perlindungan lebih besar dibanding masa-masa yang lalu. Aspek pertama dari perlindungan konsumen adalah persoalan tentang tanggungjawab produsen atas kerugian sebagai akibat yang ditimbulkan oleh produknya.

Dengan singkat persoalan ini lazim disebut dengan tanggungjawab produk (*product liability*).¹ Masalah tanggungjawab produsen (*product liability*) telah mendapat perhatian yang semakin meningkat dari berbagai kalangan, baik kalangan industri, asuransi, konsumen, pedagang, pemerintah dan para ahli hukum. Dengan makin berkembangnya perdagangan internasional maka persoalan tanggung jawab produsen menjadi masalah yang melampaui batas-batas didunia internasional.²

Permasalahan tersebut akan terasa semakin penting dalam era perdagangan bebas atau era globalisasi. Hal ini disebabkan persaingan yang dihadapi bukan hanya diantara produk-produk pada level domestik, tetapi juga pada level dunia. Demikian juga permasalahan hukum yang berkaitan dengan masalah tanggung jawab hukum penjualan *Handphone* rekondisi yang banyak dipasarkan hampir di seluruh dunia, hal ini dengan sendirinya bukan hanya berhadapan dengan hukum nasional Indonesia, namun akan berhadapan juga dengan sistem hukum asing.

Berdasarkan wawancara yang telah penulis lakukan kepada salah satu konsumen yang membeli *Handphone* di Ps.Store, penulis menemukan

¹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2006, hlm. 11.

² Agnes M. Toar, *Tanggung Jawab Produk, Sejarah dan Perkembangannya Di Beberapa Negara*, Bandung, Alumni 1988, hlm. 105.

beberapa permasalahan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen. Seperti yang dialami oleh Nadya 22 tahun seorang mahasiswi yang membeli *Handphone* merek Iphone 5s new box dengan garansi 1 tahun. Ternyata setelah 1 bulan pemakaian lcd mengalami kerusakan tanpa sebab dan saat dimintai klaim garansi tidak ada respon apapun dari Ps.Store, akhirnya Nadya membawa *Handphone* tersebut untuk di *service* di luar Ps.Store dan setelah di periksa ternyata kondisi *Handphone* tersebut adalah *Handphone* rekondisi.

Berasarkan pasal 4 huruf C Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Sedangkan pelaku usaha sesuai Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen berkewajiban memberi informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Berdasarkan pertimbangan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“TINJAUAN HUKUM TRANSAKSI JUAL BELI *HANDPHONE* REKONDISI OLEH PEDAGANG *HANDPHONE* PS STORE BANDUNG DIHUBUNGGAN DENGAN PASAL 4 UNDANG-UNDANG NO 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penulisan skripsi ini yaitu:

1. Bagaimana Tinjauan Hukum terhadap transaksi jual beli handphone rekondisi yang dilaksanakan pedagang handphone PS Store Bandung dihubungkan dengan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana Perlindungan Hukum terhadap hak-hak konsumen dalam Transaksi Jual Beli Handphone Rekondisi Menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
3. Bagaimana Upaya-Upaya yang dilakukan oleh konsumen yang mengalami sengketa atau kerugian dalam Transaksi Jual Beli Handphone Rekondisi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dibahas dalam penulisan skripsi ini, penelitian yang dilakukan untuk membahas permasalahan tersebut mempunyai tujuan:

1. Untuk mengetahui Tinjauan Hukum terhadap transaksi jual beli handphone rekondisi yang dilakukan pedagang handphone PS Store Bandung dihubungkan dengan Pasal 4 Undang-Undang No 8 Tahun 1999.
2. Untuk mengetahui Perlindungan Hukum terhadap hak-hak konsumen dalam Transaksi Jual Beli Handphone Rekondisi

Menurut Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

3. Untuk mengetahui Upaya-Upaya yang dilakukan oleh konsumen yang mengalami sengketa atau kerugian dalam Transaksi Jual Beli Handphone Rekondisi.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memperoleh kegunaan baik teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang hukum, khususnya yang menyangkut mekanisme penyelesaian perkara dalam perlindungan konsumen yang berkaitan dengan transaksi jual beli handphone rekondisi.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak yang berkepentingan seperti Kementerian Perindustrian dan Perdagangan, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), perusahaan handphone dan Lembaga Swadaya Masyarakat lainnya yang bergerak dalam perlindungan konsumen sebagai input untuk mengambil langkah-langkah yang dianggap perlu dalam penyelesaian sengketa terhadap produk rekondisi khususnya yang berkaitan dengan handphone.

E. Kerangka Pemikiran

Perikatan merupakan bagian dari hukum harta kekayaan, selain hukum benda. Hukum perikatan diatur dalam Buku III BW tentang Van Verbintenissen. Istilah *verbintenissen* merupakan salinan dari istilah *obligation* dalam *Code Civil* Perancis. Subekti menerjemahkan *verbintenis* menjadi perikatan, istilah perikatan lebih umum dipergunakan.³

Perikatan tidak terdapat di dalam undang-undang adanya dalam doktrin. Perikatan menurut Subekti adalah suatu hubungan-hubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan itu pihak yang satu menuntut sesuatu dari pihak yang lainnya yang berkewajiban memenuhi tuntutan itu. Perikatan itu sendiri merupakan pengertian abstrak. Perikatan adalah hubungan hukum antara dua pihak di dalam lapangan harta kekayaan, di mana pihak yang satu (kreditur) berhak atas prestasi dan pihak yang lain (debitur) berkewajiban memenuhi prestasi itu.⁴

Jual beli termasuk perjanjian konsesuil yaitu perjanjian yang sah, mengikat atau mempunyai kekuatan hukum pada detik tercapainya sepakat antara penjual dan pembeli mengenai barang yang tidak bergerak.⁵

Menurut Pasal 1457 KUHPerdato, 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. Sedangkan menurut Abdulkadir Muhammad, perjanjian jual beli adalah perjanjian dengan mana penjual memindahkan atau setuju memindahkan hak

³ Bambang Daru Nugroho, *Hukum Perdata Indonesia Integrasi Hukum Eropa Kontinental Ke Dalam Sistem Hukum Adat dan Nasional*, Bandung, PT. Refika Aditama, 2017, hlm. 105.

⁴ *Ibid*, hlm. 106.

⁵ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta, Intermasa, 2002, hlm. 79.

milik atas barang kepada pembeli sebagai imbalan sejumlah uang yang disebut harga.⁶

Menurut Fitzgerald sebagaimana dikutip Satjipto Raharjo awal mula dari munculnya teori perlindungan hukum ini bersumber dari teori hukum alam atau aliran hukum alam. Aliran ini dipelopori oleh Plato, Aristoteles (murid Plato), dan Zeno (pendiri aliran Stoic). Menurut aliran hukum alam menyebutkan bahwa hukum itu bersumber dari Tuhan yang bersifat universal dan abadi, serta antara hukum dan moral tidak boleh dipisahkan. Para penganut aliran ini memandang bahwa hukum dan moral adalah cerminan dan aturan secara internal dan eksternal dari kehidupan manusia yang diwujudkan melalui hukum dan moral.⁷

Fitzgerald menjelaskan teori perlindungan hukum Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara membatasi berbagai kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi. Perlindungan hukum harus melihat tahapan yakni perlindungan hukum lahir dari suatu ketentuan hukum dan segala peraturan hukum yang diberikan oleh masyarakat yang pada dasarnya merupakan kesepakatan masyarakat tersebut untuk mengatur hubungan perilaku antara anggota-anggota masyarakat dan antara perseorangan dengan pemerintah yang dianggap mewakili kepentingan masyarakat.⁸

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri. Undang-Undang

⁶ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, Bandung, PT Alumni, 2010, hlm. 243.

⁷ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hlm. 53.

⁸ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2000, hlm. 54.

Perlindungan Konsumen adalah segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum.⁹

Menurut pandangan ini hubungan antara produsen dan konsumen sebaiknya dilihat sebagai semacam kontrak dan kewajiban produsen terhadap konsumen didasarkan atas kontrak itu. Jika konsumen membeli sebuah produk, ia seolah-olah mengadakan kontrak dengan perusahaan yang menjualnya. Perusahaan dengan tahu dan mau menyerahkan produk dengan ciri-ciri tertentu kepada si pembeli dan si pembeli membayar jumlah uang yang disetujui. Karena kontrak diadakan dengan bebas, produsen berkewajiban menyampaikan produk dengan ciri- ciri tersebut bukan sesuatu yang berbeda dan si konsumen berhak memperoleh produk itu setelah jumlah uang dilunasi menurut cara pembayaran yang telah disepakati.

Pandangan kontrak ini sejalan dengan pepatah Romawi kuno yang berbunyi *caveat emptor*, “hendaklah si pembeli berhati-hati”. Sebagaimana sebelum menandatangani sebuah kontrak, kita harus membaca dengan teliti seluruh teksnya termasuk huruf-huruf terkecil sekalipun demikian juga si pembeli dengan hati-hati harus mempelajari keadaan produk serta ciri-cirinya, sebelum dengan membayar ia menjadi pemiliknya. Transaksi jual-beli harus dijadikan sesuai dengan apa yang tertera dalam kontrak itu dan hak pembeli maupun kewajiban penjual memperoleh dasarnya dari situ. Tentu saja, supaya menjadi sah, kontrak harus memenuhi beberapa syarat lagi. Yang terpenting adalah tiga syarat berikut ini. Pertama, kedua belah pihak harus mengetahui betul baik arti kontrak maupun sifat-sifat produk. Kedua, kedua belah pihak harus melukiskan dengan benar fakta yang menjadi objek kontrak. Jika salah satu pihak dengan sengaja memberi gambaran palsu tentang fakta, maka kontrak menjadi tidak sah.

⁹ A.A Gde Agung Brahmanta, Ibrahim R, I Made Sarjana, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Baku Jual Beli Perumahan Dengan Pihak Pengembang Di Bali*, *Jurnal Ilmiah Prodi Magister Kenotariatan*, 2015-2016, hlm. 210.

Ketiga, tidak boleh terjadi, kedua belah pihak mengadakan kontrak karena dipaksa atau karena pengaruh yang kurang wajar seperti ancaman. Jika salah satu pihak mengalami paksaan, dengan itu kontrak menjadi tidak sah. Jadi, sebagaimana ketidaktahuan dan paksaan merupakan dua faktor utama yang mengagalkan keabsahan kontrak pada umumnya, demikian juga dua faktor itu meniadakan keabsahan kontrak jual-beli yang menandai hubungan produsen-konsumen.

Karena merupakan kontrak, transaksi jual-beli mengandung hak dan kewajiban untuk kedua belah pihak, baik produsen maupun konsumen. Jika dipandang khusus dari segi produsen, bisa kita katakan bahwa bisnis mempunyai kewajiban-kewajiban berikut terhadap konsumen. Kewajiban paling penting adalah melaksanakan kontak sesuai dengan ketentuannya. Produk yang disampaikan kepada konsumen harus mempunyai kualitas yang dijanjikan atau disepakati sebelumnya dan dalam memberi kesepakatan si konsumen harus mengambil keputusan dengan keabsahan penuh. Karena itu metode pemasaran seperti yang disebut bait and switch dari segi etika cukup mencurigakan.

Menurut metode ini sebuah produk diiklankan melalui media massa atau melalui pengumuman di depan toko dengan menyebut harga yang sangat menarik. Setelah calon pembeli masuk toko, baru ia mendengar bahwa produk bersangkutan berkualitas rendah, tetapi tersedia tipe produk itu yang berkualitas lebih baik dan tentu berharga lebih tinggi pula.

Dalam situasi seperti itu banyak orang membeli produk lebih mahal, karena ketika memasuki toko mereka sudah bermotivasi untuk membeli produk tersebut. Iklan atau pengumuman hanya berperan sebagai umpan untuk membujuk calon pembeli memasuki toko, dengan harapan mereka membeli produk lebih mahal. Calon pembeli memang tidak dipaksakan terang-terangan, tetapi pantas diragukan apakah kebebasannya tidak dipermainkan oleh metode pemasaran yang kutang fair ini.

Dalam bahasa Inggris pandangan ini disebut *the due care theory*. Berbeda dengan pandangan kontrak, pandangan kedua ini tidak meyetarakan produsen dan konsumen, melainkan bertolak dari kenyataan bahwa konsumen selalu dalam posisi lemah, karena produsen mempunyai jauh lebih banyak pengetahuan dan pengalaman tentang produk yang tidak dimiliki oleh konsumen. Kepentingan konsumen di sini dinomorsatukan. Karena produsen berada dalam posisi yang lebih kuat dalam menilai produk, ia mempunyai kewajiban menjaga agar konsumen tidak mengalami kerugian dari produk yang dibelinya. Motto berlaku di sini bukannya *caveat emptor* (hendaklah si pembeli berhati-hati), melainkan *caveat venditor* (hendaklah si penjual berhati-hati). Produsen bertanggung jawab atas kerugian yang dialami si konsumen dengan memakai produk, walaupun tanggung jawab itu tidak tertera dalam kontrak jual-beli atau bahkan disangkal secara eksplisit.

Pandangan “perhatian semestinya” ini tidak memfokuskan kontrak atau persetujuan antara konsumen dan produsen, melainkan terutama kualitas produk serta tanggung jawab produsen. Karena itu tekanannya bukan pada segi hukum saja (seperti teori kontrak), melainkan pada etika dalam arti luas. Norma dasar yang melandasi pandangan ini adalah bahwa seseorang tidak boleh merugikan orang lain dengan kegiatannya. Norma dasar ini dapat diberi fungsi lagi, baik dalam teori etika yang disebut *deontology* (dan teori hak), maupun dalam utilitarisme, maupun juga teori keadilan. Semua usaha untuk membenarkan norma “tidak merugikan” ini dapat diterima, sehingga teori “perhatian semestinya” mempunyai basis etika yang teguh. Pendasaran yang berbeda-beda itu bias disingkat sebagai berikut:

Norma “tidak merugikan” bias didasarkan atas teori *deontology* (dan teori hak). Sebab, kita selalu harus memperlakukan orang lain sebagai tujuan pada dirinya dan tidak pernah boleh

memperlakukan dia sebagai sarana belaka. Karena itu orang lain mempunyai hak positif untuk dibantu, jika ia tidak bias membantu dirinya. Produsen yang tidak memperhatikan konsumen, akan menbankan dia pada tujuannya sendiri.

Norma “tidak merugikan” bias didasarkan pula teori utilitarisme, khususnya utilitarisme aturan, karena jika norma ini diterima setiap orang dalam masyarakat akan beruntung. Akhirnya, norma ini bisa didasarkan juga atas teori keadilan, khususnya menurut pandangan John Rawls. Sebab, dalam original position di mana kita berada di balik veil of ignorance kita akan memilih norma ini demi kepentingan kita sendiri.¹⁰

Teori biaya sosial (the social costs theory) menegaskan bahwa produsen bertanggung jawab atas semua kekurangan produk dan setiap kerugian yang dialami konsumen dalam memakai produk tersebut. Hal itu berlaku juga, jika produsen sudah mengambil semua tindakan yang semestinya dalam merancang serta memproduksi produk bersangkutan atau jika mereka sudah memperingatkan konsumen tentang risiko yang berkaitan dengan pemakaian produk.

Menurut para pendukung teori ini semua akibat negatif dari produk (*social costs*) harus dibebankan kepada produsen. Hal itu mereka lihat sebagai satu-satunya cara untuk memaksakan para produsen membuat produk-produk yang aman. Teori ini merupakan dasar bagi ajaran hukum yang disebut *strict liability* (tanggung jawab ketat). Dapat dimengerti, kalau teori biaya sosial ini secara khusus mendapat dukungan dari para aktivis gerakan konsumen. Teori biaya sosial merupakan versi paling ekstrem dari semboyan *caveat venditor* (“hendaklah si penjual berhati-hati”). Walaupun teori ini paling menguntungkan untuk konsumen, rupanya sulit mempertahankannya juga.¹¹

¹⁰ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Depok, PT. Kanisius, 2013, hlm. 256.

¹¹ *Ibid*, hlm. 259.

F. Langkah-Langkah Penelitian

Guna memperoleh data yang konkrit sebagai bahan dalam penelitian skripsi ini, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Penelitian

Spesifikasi penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu *deskriptif analitis*. Bersifat *deskriptif analitis*, karena penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara rinci, sistematis dan menyeluruh mengenai segala sesuatu baik perundang-undangan maupun teori-teori hukum. Menurut Ronny Hanitijo Soemitro penelitian deskriptif analitis merupakan:¹²

“Penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara rinci, sistematis dan menyeluruh mengenai segala sesuatu baik perundang-undangan maupun teori-teori hukum”.

Penelitian ini membahas mengenai pelaksanaan hukum positif yang menyangkut masalah mengenai tanggung jawab produsen telepon genggam rekondisi dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen dari produk cacat berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan *juridis empiris* atau disebut dengan penelitian lapangan yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya

¹² Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1983, hlm. 97.

dalam masyarakat.¹³ Penelitian *yuridis empiris* adalah penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.¹⁴ Atau dengan kata lain yaitu suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau keadaan 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.¹⁵

Pendekatan *yuridis empiris* yaitu hukum (dilihat sebagai norma atau *das sollen*), karena dalam melakukan pembahasan masalah dalam penelitian ini menggunakan bahan-bahan hukum (baik hukum yang tertulis maupun hukum yang tidak tertulis atau baik bahan hukum primer, sekunder maupun tersier. Sedangkan pendekatan empiris adalah dengan melihat hukum sebagai kenyataan sosial, kultural atau *das sein* karena dalam penelitian ini data yang digunakan data primer yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian.

3. Sumber Data

a. Data Primer

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, Rineka Cipta, 2012, hlm. 126.

¹⁴ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 134.

¹⁵ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta, Sinar Grafika, 2002, hlm. 15.

Data Primer adalah transaksi jual beli *handphone* data yang diperoleh langsung dari lapangan penelitian dan sumber berita lainnya, sebagai sumber informasi maka akan dilakukan wawancara kepada konsumen.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang diperoleh dari berbagai sumber hukum yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Bahan Hukum Primer bersumber dari:

- a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Nomor 23 Tahun 1848;
- b) Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan;
- c) Kepmenperindag Republik Indonesia Nomor 350 Tahun 2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang BPSK;
- d) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 350/MPP/Kep/2001

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan-bahan yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu dalam menganalisis serta memahami bahan hukum primer seperti literatur dan

norma-norma hukum yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan-bahan lain yang berguna untuk memberikan petunjuk atau penjelasan terhadap bahan primer dan bahan hukum sekunder seperti hasil penelitian, bulletin, majalah, artikel-artikel di internet dan bahan-bahan lainnya yang sifatnya seperti karya ilmiah berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, dibutuhkan kemampuan untuk memilih, menyusun teknis, dan alat pengumpul data yang relevan. Karena kecermatan dalam memilih dan menyusun teknik serta alat pengumpul data akan berpengaruh secara obyektif pada hasil penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Penelitian Kepustakaan

1. Observasi

Metode ini digunakan dalam rangka untuk mendapatkan data sekunder, yaitu dengan cara mengumpulkan, membaca, mempelajari dan mengutip dari literature, dokumen, sumber hukum, dan bahan pustaka

lainnya yang berkaitan dan relevan dengan permasalahan yang diteliti.

b. Studi Lapangan

2. Wawancara

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara langsung ke lapangan, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti, dalam hal ini penelitian akan dilakukan dengan cara wawancara.

Wawancara merupakan teknik pengumpul data melalui proses tanya jawab secara langsung dan lisan untuk memperoleh informasi yang diperlukan.

c. Penelitian *Cyber Media*

Merupakan teknik pengumpulan data dimana penulis menggunakan sarana internet, untuk menelusuri segala bentuk informasi sehubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan langkah selanjutnya untuk mengolah hasil penelitian menjadi sebuah laporan, data yang diperoleh, dikerjakan, dan dimanfaatkan sedemikian rupa sehingga dapat menyimpulkan persoalan yang ada.

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan penarikan kesimpulan dilakukan dengan metode deduktif, yaitu menguraikan hal-hal yang

bersifat umum lalu menarik kesimpulan yang bersifat khusus sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.¹⁶

Lokasi Penelitian

a. Lokasi Pustaka

- 1) Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Jalan A.H Nasution No.105, Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat 40614;
- 2) Badan Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Pemerintah Provinsi Jawa Barat, Jl. Kawalayaan Indah II No.4, Jatisari, Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286

b. Lokasi Lapangan

- 1) Ps Store Bandung, Jl. Sukamenak No.141, Sukamenak, Kec. Margahayu, Bandung Jawa Barat 40227.



¹⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta, Rineka Cipta, 1986, hlm. 112.