

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia mengalami perkembangan teknologi yang sangat pesat, salah satunya yang terkait yaitu jual beli *online*. Shopee sebagai salah satu *platform* terkenal. Masyarakat semakin bergantung pada *marketplace* Shopee, dikarenakan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Saat ini, konsumen lebih mudah mendapatkan akses melalui *marketplace* dan juga dapat meningkatkan tantangan baru terkait perlindungan konsumen. Salah satu masalah yang muncul adalah resiko pembelian barang palsu. Karena, pelaku usaha tidak memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang barang yang mereka tawarkan.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) menegaskan bahwa setiap konsumen berhak atas informasi yang benar mengenai barang yang dibeli. Pada Pasal 4 huruf (c) UUPK menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar dan tidak menyesatkan. Tetapi, dalam praktiknya banyak pelaku usaha yang mengabaikan kewajiban tersebut dalam jual beli *online*. Sehingga, penelitian ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kenyataannya. Oleh karena itu, permasalahan tersebut dapat merugikan konsumen.

Perlindungan konsumen adalah suatu bentuk kebijakan yang bertujuan untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen dalam interaksi pelaku usaha, penjual atau penyedia layanan. Dalam menjalankan dan memberikan perlindungan hukum dibutuhkan suatu tempat atau wadah dalam pelaksanaannya yang sering disebut dengan sarana perlindungan hukum.¹ Perlindungan hukum terhadap konsumen pada suatu transaksi perdagangan diwujudkan dalam dua bentuk pengaturan, yakni perlindungan hukum dalam bentuk perundang-undangan tertentu yang bersifat umum dan perlindungan hukum sesuai perjanjian yang khusus dibuat oleh para pihak, wujudnya dalam bentuk substansi atau isi perjanjian antara konsumen dan pelaku jasa, seperti ketentuan tentang ganti rugi, jangka saat pengajuan klaim, penyelesaian sengketa, dan sebagainya.²

Az. Nasution berpendapat bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang

¹ Tampubolon, Wahyu Simon. "Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Advokasi* 04, no. 1 (2016): 1.

² Makhrup; Abdul Ghani Sahroni, Ainuddin, "Pertanggungjawaban Travel Agent Terhadap Konsumen Apabila Terjadi Wanprestasi Ditinjau Dari UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus: CV.Lombok Wisata Adventure)" 2, no. 3 (2023) hal. 11

mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.³

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.⁴ Perlindungan konsumen melibatkan upaya untuk mencegah praktik bisnis yang tidak etis, kecurangan, barang dan layanan yang tidak memenuhi standar, serta memastikan bahwa konsumen memiliki akses yang mudah dan tepat waktu ke informasi yang terperinci tentang barang atau layanan yang mereka beli. Hak Konsumen menurut UUPK menyebutkan, Hak konsumen adalah :

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa,
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan,
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa,
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan,
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut,
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen,
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif,

³ Maharani, Alfina, and Adnand Darya Dzikra. "Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia : Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2, no. 6 (2021): 659–666.

⁴ Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Ayat (2)

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana semestinya,
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Definisi Pelaku Usaha Menurut UUPK Pada Pasal 1 Ayat (3)

menyebutkan bahwa, *“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”*

Menurut UUPK Pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya,
- b. Memberikan informasi yang benar. Jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan,
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif,
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku,
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan,
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Definisi Merek menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek & Indikasi Geografis (yang selanjutnya disebut UU Merek & Indikasi Geografis), menyebutkan bahwa Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang dibarangi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa.⁵

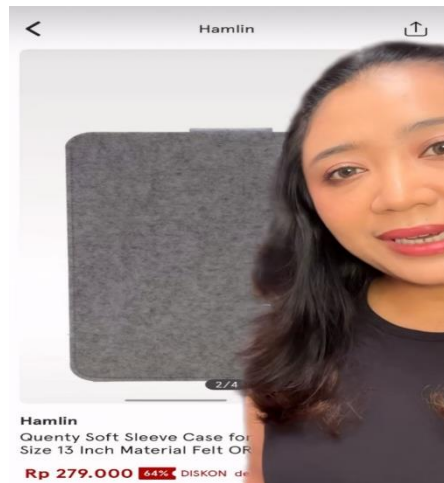
Untuk itu, tanggungjawab pelaku usaha atas barang yang merugikan konsumen sangat perlu diperhatikan dari pemerintah yang berwenang demi tercapainya kepuasan konsumen dan keuntungan dari pelaku usaha. Dan apabila terjadi kerugian pada konsumen yang disebabkan oleh barang dari pelaku usaha, maka sudah sepantasnya pelaku usaha untuk memberikan ganti kerugian kepada konsumen, yaitu penggantian dengan barang dan/atau jasa yang sama dan penggantian dengan sejumlah uang.⁶

⁵ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek & Indikasi Geografis

⁶ Louis Yulius, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produk Yang Merugikan Konsumen," *Lex Privatum* 1, no. 3 (2013): 31.

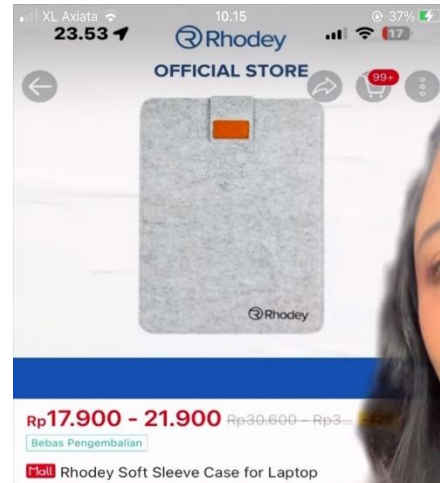
Kasus penyesatan merek, semakin meningkat di *marketplace*. Konsumen seringkali tidak menyadari bahwa mereka membeli barang palsu, yang dapat merugikan mereka secara finansial. Kasus penyesatan merek di *marketplace* Shopee yaitu Merek Hamlin yang viral di media sosial karena ada salah satu konsumen yang membagikan video ke media sosial tentang barang Hamlin yang dibelinya. Akun tiktok dengan nama @jiglycious menceritakan pengalamannya membeli tas laptop Merek Hamlin dengan harga Rp. 279.000-an.⁷ Pada awalnya tiktokers tersebut tidak merasa ada keanehan dengan barang yang ia beli sampai tiba-tiba label Merek Hamlin pada tas laptop tersebut lepas. Ia pun merasa terkejut setelah melihat label Merek Hamlin yang ternyata ditumpuk dengan Merek lain. Tas tersebut ternyata berasal dari Merek Rhodey yang harganya hanya Rp. 20.000-an saja, hal ini membuat tiktokers tersebut merasa ditipu dan dirugikan dengan pembelian barang Merek Hamlin yang ia lakukan. Konten tersebut menjadi viral, bahkan banyak dari pembeli yang lain juga mengalami hal yang serupa saat membeli barang Merek Hamlin.

⁷Jiglycious, "Video Tiktok Viral Kasus Merek Hamlin," 12 Maret, last modified 2004, <https://vt.tiktok.com/ZSYhgtuqc/>.



Gambar 1.1 Tas Merek Hamlin

Sumber gambar : media sosial tiktok dari
akun @jiglyciouss



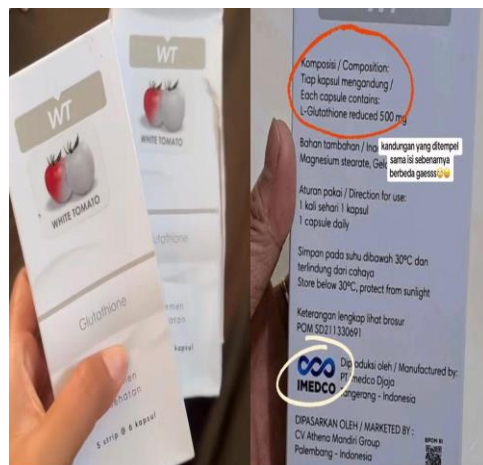
Gambar 1.2 Tas Merek Rhodey

Sumber gambar : media sosial tiktok dari
akun @jiglyciouss

Kasus lain terkait dengan penyesatan merek terdapat pada *skincare white tomato*, Pemilik barang *skincare white tomato* adalah Dokter Ricard Lee. Dokter Ricard Lee mengklaim barang *skincare*nya mengandung *white tomato extract*, yang memiliki manfaat untuk kesehatan kulit dan melindungi dari sinar matahari. *Skincare white tomato* adalah barang *skincare* yang viral karena dibahas oleh salah satu dokter di media social tiktok.⁸ Dokter kecantikan atau dikenal dengan sebutan Dokter Detektif, melakukan uji lab terkait barang tersebut dan menyatakan bahwa bahan utama dalam barang tersebut adalah *L-Reduce Glutathione*, bukan *extract* tomat putih. Klaim tersebut memicu reaksi

⁸ Dokter Detektif, "Kasus Skincare White Tomato Dr. Ricard," last modified 2024, <https://vt.tiktok.com/ZS6j3BhwB/>.

negatif dari konsumen yang merasa tertipu oleh Dokter Richard Lee karena tidak ada bukti yang mendukung dari adanya kandungan keberadaan *extract* tomat putih dalam barangnya. Oleh karena itu, barang tersebut merupakan bentuk penipuan untuk menaikkan harga jual tanpa memberikan manfaat nyata. Konsumen mengungkapkan kekecewaannya karena harga barang yang tinggi sekitar Rp. 1.500.000,- tidak sebanding dengan hasil yang dijanjikan.



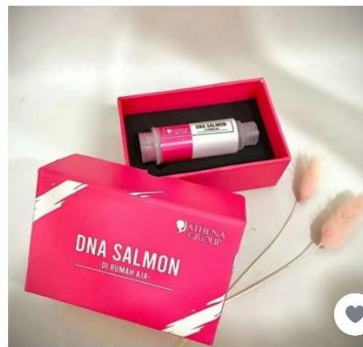
Gambar 1.3 *White Tomato* dipasarkan oleh CV Athena Mandiri Group
Sumber gambar : media social tiktok dari akun @by_vizy



Gambar 1.4 *Glubio* dipasarkan oleh PT imedco Djaja
Sumber gambar : media social tiktok dari akun @by_vizy

Kasus berikutnya terkait penyesatan merek *skincare* DnA Salmon yang dipasarkan oleh Dokter Ricard Lee merupakan hasil racikan inovatif dari Dokter Ricard Lee. Namun, dalam sebuah penjelasan Dokter Detektif di Media social Tiktok menjelaskan bahwa barang *skincare* DnA Salmon tersebut merupakan barang merek lain yang ditempel stiker milik merek Dokter Richard

Lee.⁹ Jadi, barang DnA Salmon milik Dokter Richar Lee tersebut diketahui oleh Dokter Detektif bahwa barang tersebut merupakan *rebranding* dari merek *skincare* asal Korea Selatan, yaitu Merek Ribeskin. *Skincare* DnA Salmon dijual dengan harga Rp. 2.204.000, sedangkan barang merek aslinya yaitu Rebeskin dijual hanya Rp. 866.00. Oleh karena itu, konsumen merasa tertipu atas kasus tersebut karena membeli dengan harga yang tidak sesuai dengan kualitas dan barang tersebut merupakan *rebranding* dari *skincare* asal Korea Selatan.



Rp2.204.000 Rp2.865.200 23%
Sisa 2
DNA SALMON by Athena dr Richard Lee BPOM /
PERAWATAN DI RUMAH AJA

Gambar 1.5 DnA Salmon dipasarkan oleh
CV Athena Group
Sumber gambar : Marketplace Blibli



Ribeskin Pink Shooter Superficial Pink Aging Sk...
Rp866.000

Gambar 1.6 Super Ficial dipasarkan oleh
Ribeskin
Sumber gambar : Marketplace Blibli

⁹ Dokter Detektif, “Kasus Skincare DnA Salmon Dr. Richard,” last modified 2024, <https://vt.tiktok.com/ZS6jcGsRD/>.

Penjual dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui kualitas barang, layanan pelanggan, jaminan keamanan, dan pengalaman pengguna. Akan tetapi dalam kenyataannya tetap ada pelaksanaan penjual yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini membuat konsumen yang membeli barang tersebut merasa dirugikan, karena ketidakjujuran pelaku usaha yang menempelkan stiker atau logo Merek miliknya sendiri pada barang merek milik orang lain.

Kasus penyesatan merek tersebut mengakibatkan konsumen mengalami kerugian karena barang yang diperjualbelikan barang tersebut ternyata bukan barangsi sendiri, melainkan barang orang lain yang diperbaharui dengan mengganti stiker atau logo merek sendiri. Dengan demikian, kasus penyesatan merek tersebut tidak memenuhi salah satu hak konsumen yang terdapat dalam UUPK Pasal 4 huruf (c) yang menyatakan bahwa *“hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”*.

Kewajiban penyampaian informasi juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) pada Pasal 9, menyebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan barang melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, pelaku usaha, dan barang yang ditawarkan. Dalam situasi ini penting untuk menilai sejauh mana pelaku usaha memenuhi kewajiban mereka untuk memberikan informasi

kepada konsumen dan bagaimana perlindungan hukum dapat diterapkan untuk melindungi hak konsumen. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mendapatkan temuan baru untuk membantu menciptakan kebijakan perlindungan konsumen yang lebih baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah informasi yang tidak jujur pada konsumen atas *rebranding* yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran UUPK dan UU ITE?
2. Apakah kerugian konsumen atas *rebranding* yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dimintakan tuntutan ganti rugi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk melakukan telaah terkait informasi yang tidak jujur pada konsumen atas *rebranding* yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dikualifikasikan sebagai pelanggaran UUPK dan UU ITE.
2. Untuk melakukan telaah terkait kerugian yang didapat konsumen karena *rebranding* yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dimintakan tuntutan ganti rugi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka terdapat kegunaan penelitian ini sebagaimana berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis dalam penelitian ini nantinya diharapkan dapat :

- 1.1 Memberikan pemikiran terkait hukum perlindungan konsumen atas permasalahan yang dialami oleh konsumen.
- 1.2 Dapat menambahkan wawasan pengetahuan ilmu hukum perdata dan khususnya tentang perlindungan hukum terhadap penyesatan merek pada konsumen.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis dalam penelitian ini nantinya diharapkan dapat :

- 2.1 Dapat memberikan solusi atas permasalahan hukum yang dihadapi oleh konsumen.
- 2.2 Dapat menjadi referensi dalam penyelesaian kasus perlindungan konsumen.

1.5 Keaslian

Penelitian yang berjudul “ Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Informasi Yang Tidak Jujur Terkait Penjualan Suatu Produk” merupakan penelitian yang belum pernah ditulis oleh peneliti yang lain, namun terdapat beberapa penelitian lainnya yang hampir sama. Hanya saja terdapat perbedaan dalam fokus pembahasan dan hasil dari penelitiannya. Hasil penelusuran pada beberapa

kepastakaan yang dilakukan pada penelitian ini diperoleh berbagai judul sebagai berikut :

Tabel 1 : Keaslian Penelitian

No	Judul Penelitian Sebelumnya	Rumusan Masalah Penelitian Sebelumnya	Isu Hukum Penelitian Sebelumnya	Perbedaan Dengan Tugas Akhir yang Diusulkan
1	Perlindungan Hukum Hak Atas Merek Terhadap Barang Tiruan Yang Diperjual Belikan Secara Online. SKRIPSI, Oleh Handika Arviano Anas Atmajaya, pada tahun 2023 dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta.	1. Apakah <i>Platform</i> jual beli <i>online</i> dapat dimintai pertanggung jawaban oleh pemilik merek terhadap penjualan barang tiruan atau palsu? 2. Bagaimana tanggung jawab <i>marketplace</i> / <i>platform</i> jual beli <i>online</i> terhadap penjualan barang tiruan atau palsu di <i>platform</i> mereka?	Isu hukum penelitian ini tentang tindakan pelaku usaha yang melanggar hak merek dengan menjual barang tiruan atau palsu yang diperjual belikan di <i>platform</i> secara <i>online</i> .	Pada penelitian terdahulu berfokus pada pembahasan mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha karena melanggar hak merek dengan memperjual belikan barang tiruan atau palsu di <i>platform</i> secara <i>online</i> . Sedangkan penelitian yang diusulkan fokus membahas mengenai tindakan pelaku usaha menjual barang dengan tidak mencantumkan informasi yang tidak benar kepada konsumen, sehingga merugikan konsumen.
2	Perlindungan Hukum Pemegang Hak Atas Merek Terhadap Penyesatan	1. Bagaimana Perlindungan hak atas merek EIGER terhadap penyesatan merek	Isu Hukum penelitian ini tentang tindakan banyaknya pelaku usaha melakukan	Pada penelitian terdahulu berfokus mengenai perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek terhadap penyesatan merek

	merek Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 (Studi kasus Penyesatan merek Eiger Di Kota Semarang) SKRIPSI, Oleh Wahyu Adi Widagdo, Tahun 2017, Universitas Negeri Semarang.	berdasarkan Unang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 di Kota Semarang? 2. Bagaimana upaya pemerintah penyelesaian pelanggaran merek EIGER terhadap penyesatan merek di Kota Semarang?	penyesatan merek barang EIGER di Kota Semarang.	EIGER di Kota Semarang. Sedangkan penelitian yang diusulkan ini berfokus mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan terhadap penyesatan merek yang dilakukan oleh pelaku usaha.
3	Perlindungan Konsumen Terhadap Pembelian Barang <i>Skincare</i> Palsu Melalui <i>Marketplace</i> Shopee. SKRIPSI oleh Kharisma Adelia Riqoyani, Tahun 2021, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.	1. Bagaimana Perlindungan hukum bagi konsumen jika dalam bertransaksi melalui <i>marketplace</i> shopee memperoleh barang <i>skincare</i> palsu? 2. Bagaimana pertanggungjawaban shopee terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen terkait barang <i>skincare</i> palsu yang diperoleh melalui <i>marketplace</i> shopee?	Isu hukum penelitian ini tentang tindakan pelaku usaha yang menjual <i>skincare</i> palsu di <i>marketplace</i> shopee.	Pada penelitian terdahulu berfokus pada perlindungan hukum dan pertanggungjawaban pihak shopee terhadap penjualan barang <i>skincare</i> palsu yang merugikan konsumen. Sedangkan penelitian yang diusulkan ini berfokus mengenai perlindungan konsumen dapat dimintai pertanggungjawaban dengan meminta ganti kerugian karena informasi

				yang tidak lengkap oleh pelaku usaha.
--	--	--	--	---------------------------------------

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian normatif. Penelitian normatif adalah penelitian hukum kepustakaan, yaitu penelitian terhadap data primer adalah aturan-aturan yang tertulis dalam undang-undang, norma, ataupun kaidah lainnya. Penelitian ini dikonsepsikan apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau hukum yang dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma sebagai patokan perilaku masyarakat terhadap apa yang dianggap layak.¹⁰

1.6.2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan Perundang-undangan. Pendekatan Perundang-undangan termasuk ke dalam penelitian normatif karena penelitian ini lebih terfokus pada macam-macam aturan hukum. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah semua Undang-Undang dan regulasi yang terkait dengan isu hukum yang sedang ditangani. Perundang-undangan akan membuka kesempatan untuk

¹⁰Sabian Utsman, *Metode Penelitian Hukum Progresif*, 2014, [http://eprints.unram.ac.id/20305/1/Metode Penelitian Hukum.pdf](http://eprints.unram.ac.id/20305/1/Metode_Penelitian_Hukum.pdf). hal.29

dipelajari adakah ada konsistensi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan regulasi lainnya.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

1. Bahan Hukum Primer, bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai kekuatan mengikat secara umum berupa peraturan perundang-undangan. Bahan hukum primer antara lain :
 - a. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
 - b. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Jo. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024
 - c. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek & Indikasi Geografis
 - d. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
 - e. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik
2. Bahan Hukum Sekunder, bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder meliputi :
 - a. Buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.
 - b. Jurnal-jurnal hukum dan sosial yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

- c. Hasil penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.
 - d. Internet yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.
3. Bahan Hukum Tersier, bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan informasi mengenai kedua bahan hukum diatas berupa kamus, ensiklopedia, dan sebagainya.

1.6.4 Metode Analisa Bahan Hukum

Analisis bahan hukum adalah kegiatan dalam penelitian berupa melakukan kajian terhadap hasil pengolahan data. Metode analisa bahan hukum penelitian ini yaitu metode deskriptif sekaligus kualitatif. Deskriptif adalah menganalisis data dengan cara memaparkan secara terperinci dan tepat perihal fenomena tertentu terkait dengan penulisan hukum ini. Kualitatif adalah menganalisis pemaparan hasil-hasil penulisan yang sudah disistematiskan tersebut dengan kajian dari teori-teori hukum. Hal ini guna menjelaskan permasalahan penelitian hukum dengan kalimat yang logis, bersifat ilmiah dan mudah dipahami.¹¹

¹¹ Karolus Banda Larantukan, "Hubungan Negara Dan Agama Dalam Negara Hukum Di Indonesia" (2017): 59–65, <https://e-journal.uajy.ac.id/12062/>.