

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan teknologi di era ini terhitung sangat cepat, salah satunya adanya internet. Internet membawa dampak yang sangat besar bagi seluruh lapisan masyarakat dan berbagai aspek yang ada. Dengan internet hampir semua masyarakat melakukan transaksi jual beli. Hal ini membuat pengguna internet bertumbuh dengan pesat bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk bahkan menjadikan jasa jual beli melalui situs di internet.¹

Pada era globalisasi ini penggunaan media telekomunikasi dan teknologi informasi pada masa pandemi *covid-19* menempati kedudukan yang penting dalam memudahkan proses transaksi dalam dunia perdagangan. Menurut Jack Febrian mengatakan bahwa setiap perkembangan teknologi baik teknologi informasi dan telekomunikasi tentu mempunyai penerus generasi selanjutnya, dan perlu dengan adanya teknologi akan melahirkan peradaban zaman inovasi yang dinamakan kolaborasi. Setiap generasi yang akan datang tentu sangat diperlukan proses revolusi dengan menggunakan alat komunikasi yang dinamakan teknologi komputer atau melalui teknologi digital melalui *mobile* (Smartphone). Setiap inovasi memberikan terobosan dikenal dengan *Internetconnection Network Of Computer Nertworks* atau disebut jaringan internet dan komputer dalam skala global.²

Salah satunya yaitu jual beli melalui online sekarang ini (*Sosial E-commerce*). Menurut Debjano Nag dan Kamlesh K. Bajaj, *e-commerce* adalah suatu upaya pertukaran informasi dalam bidang usaha tanpa perlu memakai kertas, tetapi sebagai gantinya kegiatan ini menggunakan media seperti *Electronic Mail*, *Electronic*, *Electronic Data Interchange*, dan melalui jaringan internet lainnya.³

¹ Arsyad Sanusi. *Efektivitas UU ITE dalam Pengaturan Perdagangan Elektronik (E-Commerce)*, Jurnal Hukum Bisnis, Th.29/No.1/2010, hlm. 5.

² Jack Febrian, *menggunakan Internet*, Bandung: Informatika, 2003, hlm. 3.

³ M.Arsyad Sanusi, *E- Commerce Hukum Dan Solusinya*, Bandung: PT mizan grafika sarana, 2002, hlm. 14-16.

Pada masa pandemi tentunya membuat suatu pergerakan dimensi yang baru dalam keadaan tak menentu yang dilakukan pemerintah menerapkan PSBB yang dilakukan oleh Menteri Kesehatan tentang Pedoman Pembatasan Sosial Berskala Sosial Berskala Besar sepanjang tahun 2020 dalam masa pandemi, *survey* menunjukkan adanya peningkatan dalam melakukan belanja *online*.⁴ Berdampak sangat signifikan akhirnya, dimana pada suatu titik memperkenalkan suatu sistem transaksi melalui secara dirumah saja dan mempersiapkan zaman serba *online* yang bernama *Electronic Commerce* atau dikenal oleh masyarakat yaitu *E-Commerce*. Kegiatan tersebut tentu berbuah manis pada masyarakat dan sangat mempermudah dalam segala aktifitas belanja *online* yang dilakukan oleh konsumen dikalangan masyarakat.

Pengertian selanjutnya mengenai *E-Commerce* dipihak pelaku usaha dapat diartikan sebuah penuh semangat yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam memperbaiki segi ekonomi terbenam akibat penurunan hasil pendapatan, pelaku usaha dengan penuh dinamis mengevaluasi secara cepat dengan mengikuti jaman era digital. Selanjutnya pengertian Pelaku usaha yang bekerjasama yang dinamakan *seller* melalui perantara untuk di dagangkan kembali, dan melakukan kerjasama dengan manufaktur atau perusahaan dengan terhubung secara mudah melalui jaringan internet *computer* atau melalui *mobile* smartphone yang ada dengan mudah untuk terkoneksi oleh pelaku usaha.

Adapun definisi *e-commerce* berdasarkan buku Bryan A. Garner terjemahan bebas didalam Bukunya Kamus Black's Law Dictionary Seventh Edition Platforms *E-Commerce* dapat dikonstruksikan sebagai berikut, *pertama*, efisien dalam transaksi jual beli barang dan jasa bahwa sangat mudah via internet dipergunakan melalui *online* dan sudah *tracking* melalui sistem. *Kedua*, efisiensi dalam bertransaksi yang digunakan pelaku usaha praktis dan mempermudah konsumen

⁴ Anam Bhatti, Hamza Akram, and Ahmed Usman Khan, "E-Commerce Trends during COVID-19 Pandemic The Impact Of Social Media Mobile Advertising On Consumer Perception And Consumer Motivation By Considering Mediating Role As Brand Image And Brand Equity View Project M.Phil Business Administration View Project," International Journal of Future Generation Communication & Networking, 13/No.2/2020, Malaysia, Universitas Utara Malaysia <https://www.researchgate.net/publication/342736799>

untuk menggunakan fitur yang telah disediakan oleh pelaku usaha dalam berbelanja.⁵

Pada tahun 2019, Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. Dalam regulasi kebijakan Pemerintah Nomor 71 Tentang PSTE ini diatur mengenai transaksi elektronik salah satunya dapat dikatakan seperti kita ketahui pada masa pandemi covid-19 ini dengan adanya perkembangan teknologi informasi sangat dibutuhkan masyarakat dan tentu menjadi tantangan baru yang dihadapkan oleh pemerintah dan masyarakat, tetapi akan terus dilakukan oleh Pemerintah Negara Republik Indonesia untuk membangun dan membuat pencapaian era teknologi ini semakin maju dan tidak tertinggal melalui zaman berikutnya.

Maka program yang sudah dibuat oleh pemerintah saat ini akan fokus mengikuti perkembangan dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara digital dengan menerapkan keamanan manusia dalam bentuk penegakan hukum baik masyarakat Indonesia ataupun kedaulatan negara atas informasi elektronik dan transaksi elektronik yang berlaku. Dalam pasal 1 ayat 1 di jelaskan bahwa struktur dan aturan sesuai dengan hukum yang berlaku mewujudkan sistem transaksi elektronik yang cepat dengan mempersiapkan, mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan dan menyebarkan informasi elektronik.⁶

Pengguna aplikasi khusus untuk perdagangan elektronik atau disebut *e-commerce* tentu sudah disiapkan untuk pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas dalam jual beli, Seperti contohnya dari aplikasi *Facebook* dan kini berganti nama menjadi Meta Platform dalam pengertiannya adalah sebuah situs platform yang dimana memberikan layanan jejaring sosial dimana para penggunanya bisa membagikan seperti video, foto, pengalaman pribadi, bisnis serta memberikan berkreasi didalam media sosial.

⁵ Bryan A Garner et.al (eds), *Black's Law Dictionary*, Seventh Edition, Saint Paul Minnesota: WestGroup, 1999, hlm. 530.

⁶ Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 Tentang *Penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik* pasal 1 ayat 1

Tabel 1. 1

Perkembangan Sistem Pembangunan Teknologi Informasi Dan Komunikasi

Perkembangan sistem penjualan melalui media internet	
Tahun	Presentase
2019-2020	5,32%
2020-2021	5,59%

Sumber : Data Badan Pusat Statistik⁷

Tabel 1. 2

Perkembangan Sistem Penjualan Media Internet.

Perkembangan sistem penjualan melalui media internet	
Tahun	Presentase
2019-2020 ⁸	83%
2020-2021 ⁹	33,20%

Sumber: Data Pertumbuhan E-Commerce Indonesia

Facebook adalah salah satu sosial media yang sering digunakan dalam melangsungkan transaksi *online* di era globalisasi ini. Pada berkembangnya komunikasi dan telekomunikasi masyarakat menggunakan fitur seperti menuliskan obrolan dalam sebuah diskusi yang terdapat dua orang atau lebih, memperdagangkan produk bisnisnya yang bisa digunakan oleh setiap masyarakat, hingga akhirnya proses berjualan berjalan dengan mengikuti fitur pada penyedia aplikasi.¹⁰ Fitur-fitur di dalam *facebook* berinovasi memberikan ruang untuk perdagangan di dalam media sosial, seperti fitur *marketplace* yang dimana para

⁷Perkembangan Sistem Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi https://www.bps.go.id/pressrelease.html?katsubjek=14&Brs%5Btgl_rilis_ind%5D=11&Brs%5Btahun%5D=2019&yt0=Cari diakses pada 4 November 2021 Pukul 03.00 WIB

⁸Pertumbuhan e-commerce tahun 2019-2020 <https://faspay.co.id/2020/01/14/prediksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020/> diakses pada 4 November 2021 Pukul 05.13 WIB

⁹Pertumbuhan e-commerce tahun 2020-2021 <https://www.indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2534/bisnis-e-commerce-semakin-gurih> diakses pada 5 November 2021 Pukul 19.00 WIB

¹⁰. A. A., & D. G, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam transaksi online melalui media facebook*, Jurnal kertha, 2021, hlm. 84-85.

pengguna dapat memposting produk, menawarkan produk serta memasang iklan produk-produk mereka untuk menjual produk dan jasa.¹¹

Facebook mempunyai kelebihan lainnya yaitu Dapat dikatakan bahwa penggunaan media elektronik sangat bermanfaat didalam keadaan pandemi sekarang mereka membuka dagangan melalui toko-toko *online* yang eksis dan memajukan dikalangan masyarakat Indonesia sebagai salah satu sarana untuk melakukan transaksi jual beli yang diinginkan. Atau *Product Awareness* merupakan langkah awal untuk membangun sebuah merek produk. Menurut Shimp sendiri¹² merupakan kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika mereka sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan, lebih jauh lagi, kesadaran merek adalah dimensi dasar dalam ekuitas merek. Namun dibalik segala kemudahan mempunyai dampak tersendiri didalam transaksi jual beli didalam media elektronik dan juga memberikan efek negatif yang dapat merugikan bagi pihak konsumen, diantaranya seperti produk yang dipesan tidak dikirim, tidak sesuai dengan barang yang dipesan ataupun masalah pada pihak penjual yang melakukan melawan hukum dan lain sebagainya.

Didalam permasalahan hukum terutama transaksi jual beli online tentunya Negara Indonesia merupakan negara hukum "*Rechtsstaat*" yang dimana sebelumnya tercantum dalam penjelesan Undang-Undang Dasar 1945, dirumuskan dengan tegas dalam Pasal 1 ayat (3) yang menyatakan, "Negara Indonesia adalah negara hukum" tersebut tentunya berlandaskan pada Undang-undang serta mempunyai landasan pokok pada negara hukum yaitu "*The Rule Of Law, Not Of Man*" yang dimana pemerintahan mempunyai landasan yaitu hukum harus ditegakan, bukan aturan dari manusia yang harus bertidak sebagai "*Squid game*" dari skenario sistem yang mengaturnya.¹³

¹¹ Mahir Pradana, *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, Jurnal Trunojoyo, Vol.9 No. 2/2015. <http://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/view/1271>, diakses pada 5 November 2021 Pukul. 19.30 WIB.

¹² Auditya Herdana, "*Analisis Pengaruh Merek Brand awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance Studi Kasus Pada Pru Passion Agency Jakarta*", Shim, T.A., 2010, hlm. 6.

¹³ Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Pasal 1 ayat (3) expressive verbis dijelaskan bahwa "Negara Indonesia adalah Negara Hukum".

Masyarakat disebut konsumen saat menggunakan media internet untuk membeli suatu barang dan apabila dikaitkan dengan pengertian konsumen dalam pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen : “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia didalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”¹⁴

Masalah konsumen merupakan hal yang selalu hangat diperbincangan dikalangan masyarakat selalu aktual tentunya sangat menarik perhatian dikalangan masyarakat. Permasalahan konsumen selalu dipersoalkan dan tentunya tertuju untuk diperdebatkan. Didalam permasalahan tersebut tentunya mempunyai alasan dalam sebuah permasalahan. Salah satunya fakta sosial dikalangan konsumen bahwa adanya pelaku usaha dapat dikatakan buatan manusia yang tentu berkaitan dengan kesehatan seseorang, perbuatan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab pada nyatanya tidak terlepas dari unsur diluar kesehatan yang ada dan menjadi penyakit dikalangan masyarakat. Dalam permasalahan tersebut konsumen selalu berkaitan dengan isu konsumen yang dimana dilihat dari nilai-nilai keagamaan setiap manusia.¹⁵

Permasalahan konsumen selanjutnya dapat terjadi didalam setiap transaksi jual beli *online* terutama dalam pada masa pandemi *covid-19* yang dimana banyak sekali pihak penjual memanfaatkan untuk mengutungkan dan kurangnya perlindungan hukum kepada pembeli yang dimana berakibat kerugian terhadap konsumen dan berdampak perdebatan pada masyarakat yang “buta” akan hak-hak perlindungan konsumen yang baik. Keadaan ini turut memberikan perlindungan secara *fair* tidak bagi kalangan pelaku usaha untuk menciptakan kegiatan usaha yang bersih dan tidak merugikan oleh pihak konsumen.¹⁶

Peran penting hadirnya Pemerintah Republik Indonesia telah menerbitkan Peraturan yaitu dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. Dalam Peraturan Pemerintah

¹⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 dan 2.

¹⁵ N.H.T. Siahaan, *Hukum Konsumen Perlindungan Konsumen Dalam Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2005, hlm. 1.

¹⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Nomor 71 Tentang PSTE ini diatur pada pasal 5 ayat 1 dijelaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik adalah setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan dan serta mengoperasikan sistem elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama sama kepada pengguna untuk keperluan dirinya atau keperluan pihak lain dan memastikan sistemnya berjalan dengan baik tidak ada penyebarluasan informasi elektronik atau dokumen terkait sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹⁷

Ketidakkampuan yang dihadapi konsumen dalam menghadapi oleh pelaku usaha sangat dilihat jelas melanggar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan merugikan oleh pihak konsumen (masyarakat). Dalam fakta-fakta didalam lingkungan sosial tentunya harus mendapatkan atensi oleh Pemerintah agar tidak terjadi lagi didalam masyarakat dirugikan oleh pihak penjual supaya birokrasi pemerintahan tepat mengedepankan pertanggung jawaban oleh pihak penjual dengan didasarkan dengan etika dan moral serta adanya etiked baik dari pelaku usaha yang berlaku didalam negara hukum Indonesia¹⁸

Contoh kasus 1

Transaksi jual beli online dialami seorang bernama Dewi Yulianti Hutabarat sebagai pembeli melakukan proses pembeli melalui *marketplace facebook*. Singkat cerita Dewi sedang melakukan transaksi jual beli sebuah jam tangan yang sedang dicari oleh Dewi, Dewi pun menghubungi pihak penjual diakun *marketplace* penjual tersebut. Dikarenakan jam tersebut mewah dan sedang promo dari harga 500.000 ribu diskon menjadi 350.000 ribu rupiah dengan melakukan pembayaran melalui COD (*cash on delivery*). Setelah barang tersebut tiba dirumahnya dengan proses COD Dewi merasa ragu untuk membayarnya dengan ketentuan kondisi barangnya tidak berat tetapi ringan seperti jam pada umumnya dengan harga 30.000 rupiah. Dalam proses pembayaran barang tersebut, dari pihak kurir membant Dewi untuk melidungi haknya dalam transaksi jual beli *online*, pihak kurir pun sudah sering menghadapi sangkut-paut dengan pihak penjual di *marketplace facebook*,

¹⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik pasal 5 ayat 1

¹⁸ Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2001, hlm. 1

setelah dibantu oleh pihak kurir ternyata benar tidak sesuai dengan barang yang di foto iklan yang pihak penjual *upload* serta harganya tidak mendukung dengan barang yang diterima.¹⁹

Contoh Kasus 2

Terdapat beberapa kasus yang marak terjadi terkait dengan penggunaan sistem pembayaran *COD* yang justru menimbulkan kerugian pada pihak pembeli dikarenakan barang yang sampai tidak sesuai dan penyedia jasa ekspedisi pihak kurir yang mengantarkan pesanan menjadi pihak yang disalahkan oleh pembeli atas tidak sesuainya gambar yang diperlihatkan pada situs *E-Commerce* atau terkait produk yang dipesan tidak sesuai dengan yang datang (seperti ukuran, warna, beda produk). Melalui laman Kompas.com pada awal Mei 2021, pembeli yang melakukan protes kepada kurir yang mengantar dan mengatakan tidak ingin membayar dikarenakan saat barang yang telah dibuka tidak sesuai dengan yang telah dipesan. Dikarenakan pihak kurir tidak terima atas penolakan terhadap pembeli dan merasa bahwa dia hanya ditugaskan untuk mengantarkan dan menerima uang atas pesanan tersebut. Hal serupa juga terjadi pada bulan Juni 2021, Menurut berita yang viral di media sosial, terdapat video yang beredar di media sosial instgram @lambe_turah, terlihat perempuan pada saat itu ada memakai berbaju kuning berkali-kali mengeluarkan kata-kata kasar kepada kurir bahwa paket barang yang diterima tidak sesuai. Ketidaksesuaian terkait barang yang dipesan dari pihak penjual, maupun dari pihak pembeli yang menolak melakukan pembayaran dan pembatalan secara sepihak atas pemesanan akan menimbulkan kerugian bagi pihak penjual dan pembeli, serta kurir sebagai jasa pendukung atas sistem pembayaran *COD*. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan terdapat permasalahan mengenai pelaksanaan perjanjian jual beli online dengan menggunakan media *E-Commerce* yaitu penerapan asas-asas hukum yang melekat dalam pelaksanaan perjanjian, serta hak dan kewajiban bagi para pihak dalam perjanjian tersebut dan penyelesaian

¹⁹ Data ini diperoleh melalui serangkaian hasil wawancara dengan Dewi, Selaku Pembeli, Pada Tanggal 10 November 2021

sengketa akibat tidak terpenuhinya prestasi yang mengakibatkan masing-masing pihak merasa dirugikan.²⁰

Contoh Kasus 3

Kasus selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Khadafi melakukan penelitian yang dimana dalam proses transaksi tentunya akan mendapatkan nomor resi Setelah deal melakukan transaksinya, dalam keterangannya bahwa pihak penjual memberikan nomer resi untuk melakukan proses pengecekan. Tentu proses seperti ini memberikan ruang ketenangan kepada konsumen mempercayakan seluruh kepada pihak penjual, karena dengan adanya nomor resi tercantum mengurangi resiko untuk tidak menipu. Dalam hasil penelitian Muhammad Khadafi bahwa barang tidak kunjung tiba, setelah dicek di website ternyata resi invalid atau mungkin barang datang hanya saja sangat jauh berbeda atau tidak sesuai. Selanjutnya Muhammad Khadafi melakukan penelitian terhadap narasumber lainnya yaitu bernama Intan bekerja sebagai wedding singer Jakarta melakukan pembelian baju dress yang akan digunakan ketika bekerja sebagai wedding singer. Mengingat instagram menjadi sosial media yang juga dimanfaatkan sebagai online shop dengan banyak pilihan, Intan memilih baju dress yang terdapat di instagram dengan nama @RauffaApparel. Setelah menentukan pilihannya dan melakukan transaksi pembayaran dengan total nominal Rp.1.000.000 rupiah. Intan menunggu barang yang dia beli di instagram dan setelah barang sampai ternyata tidak sesuai harapan. Baju dres yang dipilih intan di instagram tidak sesuai dengan kondisi fisik baju dress yang dia dapatkan baik dari segi warna maupun bahan yang dijanjikan. Hal ini salah satu kasus yang sering terjadi dalam transaksi *e-commerce*, produsen melakukan penipuan dengan menggunakan foto-foto palsu untuk menarik perhatian konsumen sedangkan barang yang dijanjikan tidak sesuai perjanjian baik dari segi bahan, ukuran maupun warna.²¹

²⁰ Afida Ainur, *Penyelesaian Sengketa Sistem Pembayaran COD Pada Media E Commerce*. Jurnal Bina Mulia Hukum, 2022, hlm. 163.

²¹ Muhammad Khadafi, *Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi E-commerce*, Skripsi, UIN, Jakarta, 2016, hlm. 61-62.

Pada dasarnya, pelanggaran praktik transaksi jual beli *online* kerap sekali melakukan monopoli produk atau dan tidak adanya perlindungan terhadap konsumen seperti telah dipaparkan diatas hirarki konsumen sangat terendah dalam menghadapi serta tidak terlindungi dalam perlindungan konsumen oleh para pelaku usaha, yang dimana tidak ada alternatif yang dapat diambil oleh pihak konsumen telah menjadi suatu “rahasia umum” dalam dunia jual beli transaksi *online* di media sosial.²²

Peristiwa diatas yang telah dilakukan penelitian, bahwa dalam permasalahan hukum didalam transaksi jual beli *online* di *e-commerce* cukup marak terjadi tidak hanya Dewi tetapi dikalangan masyarakat Indonesia pun menjadi suatu masalah didalam dunia jual beli *online*. Hanya saja tidak terekspos oleh media ataupun tidak terdata seperti inilah masyarakat Indonesia ketidaktahuan tentang bagaimana langkah-langkah hukum yang harus dilakukan setelah terjadi penipuan dan bagaimana prosedur dalam mengadukannya. Sehingga kecenderungan masyarakat hanya membiarkannya saja.

Sebuah peradaban dengan mengkolaborasi jaman digital tetapi perlu banyak di evaluasi dengan serius jika tidak ingin “mendapatkan masalah dan mencoba perbaiki sistem jual beli online” dikarenakan kurangnya perlindungan hukum dalam transaksi jual beli *online* yang merugikan konsumen, ketidaksiapan serta mengantisipasi Negara Indonesia dalam berbagai aspek yang dimana dilihat dari aspek hukum yaitu Merujuk pada pasal 1320 KUHP Perdata yang dimana sangat jelas bahwa didalam permasalahan hukum yang bersifat kekosongan hukum dalam jual beli *online* apabila tidak dipenuhi, maka transaksi tersebut dapat dibatalkan oleh pihak yang berkepentingan.²³

Berdasarkan pedoman pada undang-undang Nomor. 8 Tentang Perlindungan Konsumen maka masyarakat sebagai pembeli disebut sebagai konsumen berhak mendapatkan perlindungan hukum dari setiap pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online* yang berakibat merugikan konsumen melalui media elektronik yang dimaksud sesuai dengan pada pasal 1 Angka 1 Undang-undang Perlindungan

²² *Ibid.*, hlm. 4

²³ KUHPperdata dan UNICTRAL, *Model Law On Electronic Commerce*, Risalah Hukum Fakultas Hukum Unmul Vol. 7, Desember 2011, hlm. 182-194.

Konsumen dijelaskan bahwa segala persoalan yang menjadi konflik dikalangan masyarakat adanya bentuk jaminan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.²⁴

Dalam Pasal 4 Huruf C Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa hak setiap konsumen mempertimbangkan sesuai dengan pedoman Undang-undang yang berlaku yaitu hak atas informasi yang valid, jujur dengan membuktikan dalilnya mengenai kondisi yang terjadi mengenai produk jaminan barang dan atau jasa.²⁵

Transaksi jual beli *online* permasalahan hukum sangat muncul dengan kondisi jarak antara penjual dan pembeli yang sangat relatif jauh bahkan ada didalam yurisdiksi hukum yang berbeda, bahwa dapat disimpulkan kalangan masyarakat dalam transaksi jual beli *online* tidak mengetahui lokasi penjual, tidak bisa memperjuangkan hak sebagai konsumen yang ingin mendapatkan kompensasi serta ganti rugi karena antara berbeda negara.

Permasalahan hukum kembali terjadi pada transaksi jual beli *online* setelah barang yang diterima oleh pihak pembeli, adanya unsur melanggar perbuatan hukum seperti merugikan pihak konsumen yang penjual beralih bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan apa yang telah diunggah melalui media elektronik dan adanya unsur penipuan. Karena sudah menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk memenuhi hak dari konsumen, sehingga konsumen dalam menjalankan transaksi *online* akan mendapatkan hak-haknya dan tidak dapat kerugian yang dikarenakan pelaku usaha yang berbuat tidak baik.

Kegiatan jual beli dalam transaksi elektronik diwajibkan memiliki kekuatan hokum seperti dalam kontrak konvensional.²⁶ Kontrak yang dimaksud seperti dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 17 UU ITE adalah kontrak elektronik yang merupakan perjanjian yang disusun oleh para pihak melalui sistem elektronik. Dalam transaksi terdapat ranah privat ataupun publik yang wajib menggunakan

²⁴ *Beberapa Aspek Hukum Terkait Dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.*

²⁵ *Ibid*, Pasal 4 Huruf C

²⁶ Ivana Kirty Lea Rantung, *Perjanjian Jual Beli Barang Melalui Internet e-commerce menurut Undang-undang Nomor. 11 Tahun 2008*”, *Lex et Societatis*, Vol. 5, Agustus 2017, hlm. 89.

itikad baik dalam interaksi atau melakukan pertukaran informasi elektronik atau dokumen yang mendukung selama terjadinya transaksi, selanjutnya ketentuan berkaitan dengan penyelenggaraan transaksi elektronik diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Itikad baik memiliki nilai yang sangat tinggi dan wajib dalam kontrak elektronik dan tidak dapat dipisahkan dari asas itikad dari asas itikad baik tertuang dalam ketentuan pasal 1338 Ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata atau disebut KUHPerdata, menyebutkan bahwa “Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Secara tegas asas ini mewajibkan para pihak dalam membuat perjanjian yang berlandaskan pada itikad baik dan kepatutan yang memiliki pengertian pembuatan perjanjian antara para pihak harus didasarkan pada nilai kejujuran untuk mencapai suatu tujuan bersama dalam kehidupan bermasyarakat.”²⁷

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengangkat tema penelitian hukum dalam permasalahan jual beli *online* yang berjudul **“PERLIDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG MENUNTUT KERUGIAN DALAM BELANJA *ONLINE* DALAM PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLIDUNGAN KONSUMEN”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Dalam ketertarikan penulis dalam pembahasan pada latar belakang diatas mengenai perlindungan terhadap konsumen yang menjadi konflik perselisihan antara penjual, dirasakan lemahnya sistem hukum dan penulis tentu adanya gesekan ketidaksesuaian dan kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap kerugian konsumen dalam barang tidak sesuai dan adanya unsur penipuan, hal ini bertentangan dengan pasal 4, pasal 7 dan pasal 10 dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 10 dikatakan valid bahwa pelaku usaha dilarang untuk mengiklankan, mempromosikan, menawarkan barang atau jasa yang membuat pernyataan yang tidak benar. Penulis ingin mengetahui lebih pasti sejauh mana Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999

²⁷ Ery Agus Priyono, “Peranan Asas, Itikad Baik Dan Kontrak Baku Upaya Menjaga Keseimbangan bagi para pihak”, Diponegoro Private Law Review, Vol. 1, November 2017, hlm. 18.

Tentang Perlindungan Konsumen memberikan Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang merasa dirugikan dalam kasus Berbelanja Online yang dilakukan oleh pelaku usaha.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas di penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana upaya perlindungan hukum yang dilakukan konsumen yang dirugikan dalam transaksi online melalui media *facebook*?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian dari rumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami kerugian dalam jual beli secara *online*.
2. Untuk mengetahui pertanggungjawaban penjual terhadap kerugian konsumen dalam transaksi jual beli *online* berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999.

1.4.2. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menambah wawasan yang lebih luas dalam bidang Hukum Perlindungan Konsumen dan memberikan wawasan kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang buta atas hak-haknya yang baik.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyelesaikan segala hukum terhadap kasus jual beli *online* melalui media elektronik.
2. Manfaat praktis

- a. Memberikan kontribusi pemikiran dan pengetahuan serta wawasan bagi orang tua, masyarakat serta pemerintah dalam hal upaya pencegahan serta kekosongan hukum dalam permasalahan jaman digital
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang perlindungan hukum khususnya kepada pihak konsumen untuk mencegah tidak terjadi lagi konsumen merasa dirugikan.

1.5. Kerangka Teoritis, Konseptual dan Pemikiran

1.5.1. Kerangka teoritis

Dalam kerangka teori hukum bertujuan untuk mengimplementasikan hasil-hasil penelitian dan menghubungkan dengan hasil-hasil terdahulu²⁸. Adapun teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah memberikan penerapan keamanan manusia serta memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

Muktie Berpendapat, dan A.Fadjar mengatakan perlindungan hukum adalah secara sempit, yang dimana arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja terdiri dari suatu keadilan, kepastian, dan kedamaian²⁹. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subjek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.

2. Teori Perlindungan Konsumen

Pada 16 April Tahun 1985 Majelis Umum PBB berpendapat yang dimana dibahas tentang perlindungan konsumen mempunyai arti hak-hak yang diberikan kepada konsumen, hak dasar itu terdapat mengenai informasi yang jujur, benar,

²⁸ Burhan Ashsofa, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan ke II, Jakarta: Rineka Cipta, 1998, hlm. 12.

²⁹ Tesis Hukum "Perlindungan Hukum" diakses dari <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/> pada tanggal 13 november 2021.

jelas dan tentu mendapatkan jaminan atas keamanan kepada masyarakat. Dalam pengertian hak konsumen mempunyai hak atas memilih, untuk mengungkapkan rasa tidak puas serta mendapatkan ganti rugi yang telah dilanggar dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tetapi kenyataannya, konflik transaksi jual beli online melalui media sosial kerap sekali menjadi korban, oleh sebab itu kurangnya kehadiran Pemerintah dan gagalnya sistem perlindungan terhadap korban konsumen yang dirugikan dan pengatur kegiatan produsen. Sebab itu, pemerintah belum mampu menjadi pengatur relasi yang adil antara konsumen dengan produsen. Seharusnya Pemerintah mampu mewujudkan keadilan melalui peraturan-peraturan dibawahnya agar tercipta serta memastikan tegaknya peraturan tersebut.

Dengan demikian, konsep hukum perlindungan konsumen tidak hanya mengacu pada tentang hak dan kewajiban kepentingan konsumen, tetapi juga hak serta kepentingan pihak produsen yang berimbang secara adil dan tidak diskriminatif

Kelemahan konsumen semakin terasa nyata dengan meningkatkan teknologi informasi serta adanya situasi dalam pandemi *covid-19* ini masyarakat menggunakan aplikasi belanja online dengan mudah, kondisi semacam itu, konsumen bingung untuk menentukan pilihan melihat secara tidak langsung keadaan produk yang akan dibeli. Kondisi demikian jelas merupakan factor-faktor yang tentu memperlemah para konsumen, oleh karena itu pelaku usaha secara tidak wajar dapat memanfaatkan peluang untuk merugikan pihak konsumen.

Ilmu konsumen terdapat teori hukum bahwa kedudukan produsen dan konsumen posisi seimbang. Hak konsumen dilindungi dan hak produsen dilindungi tidak perlu proteksi keduanya. Dalam keadaan seimbang tentu menentukan pilihan transkaskinya, asas konsumen *let be buyer beware* harus bersikap hati-hati setiap transaksi jual beli produk yang dibutukannya pihak penjual.

Faktanya dalam transaksi jual beli melalui media sosial kerap terjadi di masyarakat disebabkan ketidakterbukaan oleh *produsen* mengenai keadaan produk yang ditawarkannya, secara umum tidak adil jika konsumen yang dipersalahkan dan kehilangan hak untuk menuntut pertanggungjawaban produsen.

Fakta selanjutnya bahwa berkembang teori menghasilkan kedudukan produsen selalu harus memiliki kehati-hatian dalam memproduksi barang dan jasa yang telah dibuat, maka kewajiban tersebut harus memiliki dasar yang paling utama ditanamkan dalam pihak produsen. Prinsip tanggung jawab itulah Produsen harus mampu mengetahui sifat atau keadaan barangnya, mulai dari proses produksi hingga sampai proses dipasarkan. Oleh sebab itu tanggung jawab yang diberikan sangat berat dan memiliki rasa tanggung jawab besar, jika tidak pihak produsen yang harus menanggung segala bentuk kesalahan yang jika terjadi suatu konflik di masyarakat dalam transaksi yang merugikan konsumen

Selama produsen berhati-hati dalam melakukan transaksi, mereka tidak akan menghasilkan produk yang merugikan konsumen. Dalam teori hukum bilamana produsen telah memperhatikan aturan yang berlaku dalam prinsip kehati-hatian, maka tidak akan dimintakan pertanggungjawaban atas produk yang cacat.

Artinya pihak konsumen yang dirugikan karena cacat suatu produk dapat melakukan haknya dengan menuntut pertanggungjawaban kepada pihak produsen tanpa lebih dulu membuktikan ada tidaknya suatu kesalahan pada produsen. Hal ini didasarkan kepada prinsip strict liability, dimana produsen seketika itu juga bertanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen tanpa mempersoalkan kesalahan dari pihak produsen.

Dari kenyataan inilah banyak aspek hukum berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagai upaya peberdayaan para konsumen. Hak-hak konsumen diupayakan secara optimal, dipermudah aksesnya untuk mendapatkan perlindungan hukum melalui ganti rugi dan sejumlah tuntutan yang menyangkut pada kepentingan konsumen.

1.5.2. Kerangka konseptual

Dalam kerangka konseptual, penulis memberi batasan mengenai hal-hal yang akan dibahas dalam penelitian ini dan menggambarkan konsep-konsep khusus yang merupakan kumpulan dari arti-arti yang berkaitan dengan konsep. Adapun konsep tersebut yaitu:

- 1) Perlindungan konsumen adalah keamanan manusia dalam membentuk pertahanan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada pihak konsumen.³⁰
- 2) Konsumen adalah masyarakat yang menggunakan barang dan/atau jasa yang telah disediakan kepada masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³¹
- 3) Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang dibangun serta berkedudukan dan/atau melakukan kegiatan dalam zona wilayah hukum Indonesia, baik perorangan maupun melalui bersama-sama³² tentunya memiliki produk hukum dalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan melihat aspek melayani konsumen memberikan jaminan yang diperdagangkan.³³
- 4) Jual beli adalah suatu wadah komunikasi yang terhubung dengan lainnya untuk melakukan transaksi tukar menukar, jual beli yang mempunyai nilai nilai terkandung pada aturan hukum kepada salah satu pihak menjual dan pihak lain bertransaksi untuk membelinya sesuai dengan kesepakatan atau perjanjian.
- 5) Risiko dalam perjanjian dalam teori hukum dikenal suatu paham yang disebut dengan *resicoleer* (paham tentang resiko), yang berarti setiap individu berkewajiban untuk memikul kerugian jika ada sesuatu kejadian diluar kesalahan salah satu pihak yang menimpa benda yang menjadi objek perjanjian. Paha ini timbul apabila terdapat keadaan memaksa (*overmatch*).

Pengertian risiko selalu dikaitkan dengan adanya *overmacht*, sehingga seharusnya ada kejelasan tentang kedudukan antara kedua belah pihak, yang

³⁰ Pasal 1 butir 1 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

³¹ *Ibid*, pasal 1 butir 2

³² *Ibid*, pasal 1 butir 3

³³ *Ibid*, pasal 1 butir 7

dimana pihak pertama harus bertanggung gugat dan pihak kedua harus menanggung risiko atas kejadian-kejadian dalam keadaan memaksa³⁴

Perjanjian yang digunakan penelitian ini adalah perjanjian R. Subekti mengatakan, hal risiko dalam pandangannya adalah “ hal kewajiban tentu sangat berat untuk dilakukan seseorang, karena membahas tentang tumpuan amanah, tanggung jawab dan tentu memikul kerugian yang disebabkan karena kejadian diluar kesalahan salah satu pihak”, sedangkan menurut Sri Redjeki Hariono berpendapat, “tentu hal risiko suatu bentuk dimana setiap satu pihak tidak mau mengalami kerugian dan melakukan kesalahan, fakta dilapangan bahwa bentuk tersebut adalah ketidak pastian dalam waktu yang dimasa yang akan datang dalam hal risiko mengenai kerugian yang dialami setiap pihak.³⁵

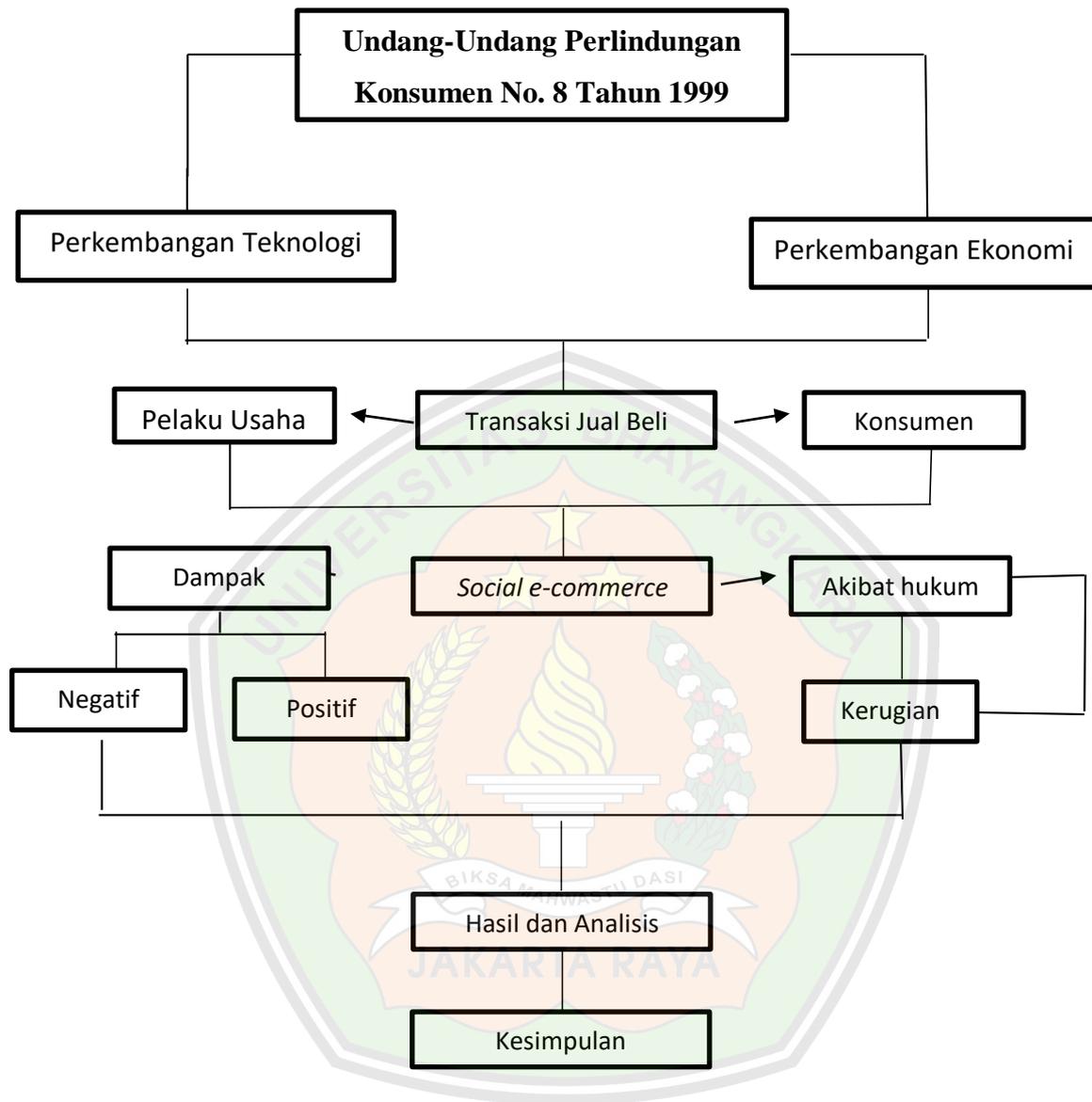
- 6) Sosial Media Facebook adalah suatu social media yang memiliki fitur-fitur pada aplikasi yang bisa digunakan oleh masyarakat berkomunikasi dengan pengguna lainnya baik jarak dekat ataupun jarak jauh. Seperti kita ketahui masa pandemi *virus covid-19* masih genting melakukan *protokol kesehatan*, dengan adanya wabah *virus covid-19* ini setiap aktifitas masyarakat menggunakan media komunikasi mulai dari pendidikan, bisnis dan entertainment³⁶. *Media social facebook* ini memang sudah tidak bisa diragukan akan populernya didunia pada era digital yang terus berkembang. Meskipun begitu, ternyata banyak orang yang tidak mengetahui perubahan serta logo terbaru dari *facebook* yaitu menjadi “*Meta*” meskipun telah berganti nama serta logo produk dari media social *facebook* masih bisa digunakan oleh kalangan masyarakat dalam transaksi Jual Beli.

³⁴ Ahmad Miru, *Hukum Kontrak & Perancangan Kontrak*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010, hlm. 13.

³⁵ R. Subekti, *Aspek-aspek Hukum Perikatan Nasional*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1988, hlm. 59.

³⁶ Mayasari Sasmito, *Pemanfaatan Media Sosial Online*, 2015, Jurnal: Banyumas, hlm. 21.

1.5.3. Kerangka pemikiran



1.6. Sistematika Penulisan

Guna memperoleh pemahaman terhadap skripsi ini secara keseluruhan, maka disajikan penulisan sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan

Dalam pendahuluan dijelaskan pendahuluan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis antara lain mengenai latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis, kerangka konseptual, kerangka pemikiran, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas mengenai pengantar dalam memahami pengertian-pengertian umum tentang pokok-pokok bahasan yang merupakan tinjauan yang bersifat teoritis.

Bab III: Metode Penelitian

Pada bab ini berisi gambaran rancangan penelitian yang meliputi jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber bahan hukum, metode pengumpulan bahan hukum, serta metode analisis bahan hukum yang telah dikumpulkan dan dikaitkan dengan cara berpikir penulis guna mendapatkan pemecahan masalah.

Bab IV: Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan dilakukan pembahasan dengan menghubungkan fakta-fakta atau data yang satu dengan yang lainnya, yang diperoleh dari hasil penelitian. Data tersebut kemudian dianalisis secara sistematis, terperinci dan kritis sesuai dengan metode pendekatan, dan kerangka teori yang digunakan untuk menganalisis masalah tersebut.

Bab V: Hasil Penutup

Pada bab ini mengurai hasil simpulan dan saran penulis. Simpulan menjelaskan secara singkat hasil penting yang diperoleh dan penginterpretasiannya sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Sedangkan saran merupakan sumbangan pemikiran penulis atau peneliti berupa rekomendasi yang diambil dari hasil pembahasan dan analisis rumusan masalah serta kesimpulan dalam penelitian.