BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan dan perkembangan Indonesia dalam perekonomian umumnya dan khusus di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi. Globalisasi dan perdagangan di Indonesia yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi telah memperluas gerak yang dilakukan transaksi barang dan/jasa. Perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat seiring dengan meningkatnya pengguna internet.

Media internet telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang menghemat waktu atau sangat baik saat ini, dimana melalui media internet penjual dapat menjangkau konsumen secara luas. Dalam Pengertian terminology hukum dalam bahasa Indonesia menurut KBBI adalah "peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa ataupun pemerintah, undang-undang, peraturan dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat, patokan atau kaidah tentang peristiwa alam tertentu.

Keputusan atau pertimbangan yang ditetapkan oleh hakim dalam pengadilan atau vonis. dapat disimpulkan bahwa Perlindungan hukum diciptakan sebagai sarana atau instrument untuk mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban subyek hukum agar setiap pihak mengetahui apa saja yang harus di patuhi.

(https://pengertian terminology perlindungan hukum dalam kbbi diakses pada tanggal 22 bulan 3/2021

Menurut Rahardjo (2000:54) bahwa perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut.

Perlindungan konsumen menyangkut banyak aspek, salah satunya ialah aspek hukum. Hukum dalam masyarakat selalu berkembang secara dinamis sesuai dengan perkembangan masyarakat itu sendiri. Hukum mempunyai arti yang sangat besar dalam masyarakat. Hukum berfungsi untuk mengatur kehidupan masyarakat, sehingga dapat melindungi kepentingan masyarakat. Hukum perlindungan konsumen mendapat perhatian khusus karena berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain, dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai (Kristiyanti 2008:01). Hukum perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen di Indonesia. Menurut Ketentuan Umum pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pengertian perlindungan konsumen adalah “Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat semakin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin canggih. Dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya, terutama di Indonesia, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen.(Kristiyanti 2008:03).

Dengan Perkembangan teknologi di Era globalisasi saat ini telah membawa perubahan di berbagai bidang kehidupan, termasuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memegang peranan penting dalam pembangunan. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*bordeless*) dan menyebabkan perubahan sosial secara signifikan yang berlangsung cepat (Sunarso 2009:05)

Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan media internet yang sangat pesat. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan salah satunya adalah jual beli online. Perkembangan ini mempengaruhi kebiasaan masyarakat yang sebelumnya melakukan transaksi jual beli secara langsung atau bertatap muka kini perlahan mulai beralih menjadi transaksi jual beli secara online melalui media sosial, tanpa harus tatap muka langsung antara pelaku usaha dengan konsumen. Penggunaan media internet sebagai media perdagangan terus meningkat dari tahun ke tahun, Hal ini menyebabkan

transaksi jual beli secara *online* menjadi semakin praktis dan mudah karena konsumen dan pelaku usaha bisa melakukan transaksi jual beli dimana saja dan kapan saja (Hartono 2000:33).

Salah satu kemajuan dari adanya teknologi informasi dan komunikasi adalah adanya transaksi yang dilakukan secara elektronik yang terjadi, karena adanya perdagangan secara elektronik yang sering disebut E-Commerce atau jual beli online, Transaksi perdagangan melalui internet sangat menguntungkan banyak pihak, sehingga transaksi perdagangan ini sangat diminati, tidak saja bagi pelaku usaha, tetapi juga konsumen (Setiadi 2010 :177).

Secara umum, *e-commerce* telah memberi manfaat tersendiri, baik bagi konsumen maupun bagi pelaku usaha. Bagi konsumen *e-commerce* mengubah cara konsumen dalam memproleh produk yang diinginkan, sedangkan bagi pelaku usaha *e-commerce* telah mempermudah proses pemasaran suatu produk,

Semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efesiensi pelaku usaha atas barang atau jasa yang di hasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha, maka perlindungan hukum terhadap konsumen di pandang sangat penting keberadaanya. Sebab dalam rangka mengejar produktifitas dan efesiensi tersebut, pada akhirnya baik secara langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang menanggung dampaknya. Dengan kemudahan yang di tawarkan pelaku usaha adalah suatu hal yang wajar ketika transaksi jual beli konvensional mulai ditinggalkan. saat ini transaksi melalui media internet lebih dipilih karena kemudahan yang di tawarkan. Transaksi perdagangan

melalui sistem elektronik, khususnya internet, menjanjikan sejumlah keuntungan namun pada saat yang sama juga berpotensi terhadap sejumlah kerugian yang di dapatkan (Sutarman 2007 : 55).

Grup rumah *live online* yang terdapat di media *facebook* merupakan sekelompok orang yang menjalankan usahanya melalui via *online* di media *facebook*. Grup rumah *live online* beranggota 413.391 (https://m.facebook.com/group). Grup rumah *live online* merupakan bisnis online yang menjual pakaian, sepatu, alat elektronik, kosmetik, prabotan rumah tangga, bunga hidup, bunga palsu, jualan obat-obatan herbal. Grup rumah *live online* juga ada sebagian sebagai pelaku usaha dan sebagian sebagai konsumen.

Dari sudut pandang hukum e-*commerce* merupakan suatu kegiatan transaksi perdagangan yang mencakup beberapa bentuk yang meliputi: kontrak bernegosiasi, pelelangan, periklanan, pemasaran, pembayaran dan penyelesaian secara online, pengiriman barang dan jasa secara *online*, jasa langganan internet, komisi-komisi (komisi yang mengatur antara beberapa *website*), situs-situs perbelanjaan dan tender.

Perkembangan teknologi internet ini menimbulkan permasalahan di bidang hukum, khususnya hukum perlindungan konsumen. Dalam lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan konsumen menjadi hal yang sangat efektivitas perkembangan dan penerapan teknologi tersebut di tengah masyarakat. Undang-undang perlindungan konsumen yang sekarang berlaku di indonesia masih berbasis pada sesuatu yang sifatnya fisik belum kepada virtual/ maya. Transaksi perdagangan melalui media elektronik atau lazim disebut *electronic commerce* menjelaskan

berbagai permasalahan yang belum ada pengaturannya. *Electronik Commerce* berbentuk dari berbagai sub sistem yang tersusun secara sistematis, dan masing-masing sub sistem tersebut memiliki permasalahan masing-masing.

Dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen, diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan barang yang di pesan tidak sesuai dengan barang yang di tawarkan. disamping itu pelaku usaha, banyaknya jumlah orang yang dapat mengakses internet mengakibatkan pelaku usaha kesulitan untuk mendeteksi apakah pembeli-pembeli yang hendak memesan barang adalah pembeli yang sesungguhnya atau bukan. Masalah perlindungan konsumen dalam *e-commerce* merupakan aspek yang penting untuk di perhatikan, karena beberapa karakteristik khas *e-commerce* akan menempatkan pihak konsumen pada posisi yang lemah atau dirugikan (Magfirah. perlindungan konsumen dalam E-commerce, diakses dari www. solusihukum.com.pada tanggal 12 maret 2021)

Di dalam jual beli melalui internet, sering kali terjadi kecurangan-kecurangan tersebut dapat terjadi yang menyangkut keberadaanya pelaku usaha, barang yang dibeli, harga barang, dan pembayaran oleh konsumen. kecurangan yang menyangkut pelaku usaha, misalnya pelaku usaha yang bersangkutan merupakan tolak yang fiktif.

Karakter Khas *e-commerce* akan menempatkan pihak konsumen pada posisi yang lemah atau dirugikan seperti:

a. perusahaan di internet (*the internet merchant*) tidak memiliki alamat secara fisik di suatu Negara tertentu, sehingga hal ini akan menyulitkan untuk mengembalikan barang yang tidak sesuai dengan pesanan.

b. konsumen sulit memperoleh jaminan untuk mendapat ganti rugi

c. produk yang dibeli konsumen ada kemungkinan tidak sesuai atau tidak *compatible* dengan perjanjian awal

Menyangkut *purchase* dan pembayaran oleh konsumen yang disangkal kebenarannya oleh pelaku usaha. Misalnya pelaku usaha hanya mengakui bahwa jumlah barang yang di pesan kurang dari yang tercantum di dalam *purchase* yang dikirimkan secara elektronik atau harga per unit dari barang yang dipesan oleh konsumen dikatakan lebih tinggi dari pada harga yang di dalam *purchase*. Dapat pula terjadi pelaku usaha mengaku belum menerima pembayaran dari konsumen, padahal kenyataanya konsumen sudah mengirim pembayaran untuk seluruh harga barang (Zaman, Meriam 2002: 247).

Seperti konsumen akan menghadapi berbagai persoalan hukum dan peraturan perlindungan hukum bagi konsumen yang ada sekarang belum mampu, melindungi hak-hak konsumen dalam transaksi *e-commerce* lintas Negara di Indonesia. Dalam transaksi *e-commerce* tidak ada lagi batasan Negara maka undang-undang perlindungan konsumen masing-masing Negara seperti yang dimiliki Indonesia tidak akan cukup membantu, karena *e-commerce* beroperasi secara lintas batas. Dalam kaitan ini, perlindungan hukum bagi hak-hak konsumen harus dilakukan dengan pendekatan internasional melalui harmonisasi hukum dan kerjasama inttitusi-institusi penegak hukum. (Halim 2007; 19 Vol 02)

Pada Tahun 2008, pemerintah Indonesia telah menerbitkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi

Elektronik. Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik di diatur mengenai transaksi elektronik salah satunya adalah kegiatan mengenai jual beli dalam media internet ini. Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini dimaksud dengan transaksi elektronik adalah "perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan *computer*, jaringan *computer*, dan/atau media elektronik lainnya". Sesuai dengan pengertian di atas, maka kegiatan jual beli yang dilakukan melalui *computer* ataupun *handphone* dapat dikategorikan sebagai suatu Transaksi Elektronik. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik juga mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang kengkap dan benar (Sidharta 2000: 16).

Kewajiban tersebut terdapat dalam Pasal 9 undang-undang informasi dan transaksi elektronik yang berbunyi : "pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang di tawarkan.

Transaksi jual beli melalui media internet, biasanya akan didahului oleh penawaran jual, penawaran beli dan penerimaan jual atau penerimaan beli. sebelum itu terjadi penawaran secara elektronik, misalnya melalui posting di grup rumah *live online* atau melalui undangan untuk para *customer* yang dalam hal tersebut antar pihak pelaku usaha dan konsumen hanya dapat berkomunikasi melalui media internet dan tidak melakukan tatap muka dalam melakukan sebuah kesepakatan, salah satu menjadi perhatian bagi para pelaku perdagangan melalui internet adalah terjadinya resiko penipuan

Beberapa permasalahan yang timbul jual beli di rumah *live online* adalah: sebagian konsumen tertipu oleh pelaku usaha di grup rumah *live online*, ada barang yang di pesan dan telah di bayar kepada pelaku usaha akan tetapi barang tidak dikirimkan kepada konsumen. Selain barang tidak dikirim misalnya pengiriman barang datang terlambat atau tidak sesuai dengan tanggal pengiriman yang telah disepakati antara konsumen dan pelaku usaha. Selain itu sering terjadi kerusakan atas barang yang dikirimkan kepada konsumen.

Bentuk penipuan seperti ini sangat mudah terjadi karena transaksi tidak dilakukan secara tatap muka, transaksi diman a pembeli tidak dapat melihat langsung barang yang akan dibelinya dapat menimbulkan resiko kerugian yang lebih besar yang harus ditanggung oleh pembeli. Dalam hal ini pembeli sebagai konsumen harus mendapatkan perlindungan dalam melakukan transaksi jual beli, sekalipun dilakukan melalui media internet.

Seiring dengan meningkatnya transaksi jual beli online baik yang bersifat lokal, nasional, regional maupun global ini sudah tentu akan membawa konsekuensi perlunya aturan main (*rule of the game*) yang berupa regulasi yang dapat menjamin kontinuitas aktifitas dunia usaha itu sendiri secara adil dan pasti. Berdasarakan latar belakang di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang penjualan online di grup rumah *live online* maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Grup Rumah *Live Online*.“.

1.2 Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, perlu dibuat batasan masalah, agar hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan, dan tidak mempengaruhi fokus penelitian adapun batasan masalah penelitian ini adalah "perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli melalui grup rumah *live online.*

1.3 Rumusan Masalah

Untuk menjawab permasalahan tersebut maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah**:**

1. Bagaimanakah perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli melalui grup rumah *live online* ?

2. Apa saja bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait memenuhi hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui grup rumah *live online* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan batasan dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan antara lain adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli melalui grup rumah *live online.*

2. Untuk mengetahui bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait memenuhi hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui grup rumah *live online.*

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas maka manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan acuan bagi penelitian sebagai berikut

a. Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli melalui grup rumah *live online.*

b. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait memenuhi hak konsumen dalam transaksi jual beli melalui grup rumah *live online.*

2. Manfaat Praktis.

a. Bagi penulis, penelitian ini di harapkan dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan serta cara berfikir khususnya dalam bidang hukum yakni berkaitan Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli melalui grup rumah *live online* bagi mahasiswa, khususnya di jurusan.
b. Bagi mahasiswa, khususnya di jurusan PPKn FIS UNIMED untuk mengembangkan kemampuan berfikir dan menulis ilmiah di bidang hukum dengan fenomena saat ini terjadi.

c. Bagi pemerintah, penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi mengenai berkaitan Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli melalui grup rumah *live online.*

d. Bagi masyarakat umum, hasil penelitian dapat memberikan informasi dan pengetahuan sehingga msayarakat lebih memahami tentang berkaitan Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli melalui grup rumah *live online.*

e. Bagi pembaca, agar pembaca dapat memahami bagaimana transaksi jual beli *online* dan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli melalui grup rumah *live online*