

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tidak lepas dari aktivitas jual beli. Jual beli dilakukan untuk mendukung proses pemenuhan kebutuhan kehidupan dalam menunjang dinamika perekonomian di suatu Negara. Proses jual beli merupakan kegiatan transaksi barang ataupun jasa yang dilakukan dengan cara tertentu. Dahulu transaksi jual beli hanya dapat dilakukan melalui tatap muka secara langsung, sehingga pada situasi tertentu arus jual beli berjalan dengan lambat (Susilawati, 2017:4).

Dengan adanya perkembangan bidang teknik informasi saat memungkinkan semua bidang kehidupan manusia dapat semakin ringan dapat dikerjakan dengan adanya bantuan komputer. Terlebih dengan adanya jaringan internet yang dapat diakses dimana saja dan kapan pun. Dapat dimanfaatkan oleh bisnis. Demikian halnya dengan jual beli barang atau jasa yang dapat dilakukan secara *online*.

Sejalan dengan perkembangan zaman, perkembangan teknologi yang semakin pesat dan mendukung pesatnya proses perdagangan. Di mulai pada transaksi perdagangan secara konvensional kini beralih pada pemanfaatan media internet. Dengan berkembangnya minat dalam menggunakan teknologi informasi maka, muncul aplikasi *E-Commerce* sebagai suatu cara untuk menjual dan membeli barang-barang dan jasa melalui jaringan internet yang dimana mencakup

beberapa aspek. Berdasarkan beberapa *e-commerce* adalah kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jaringan informasi yang disebut dengan internet. Struktur dari sistem *e-commerce* ini berbasis *web* (Abdul Rahman, 2017:3).

Pelaku *e-commerce marketplace* yang banyak digunakan di Indonesia antara lain *tokopedia.com*, *Bukalapak.com*, *Blibli.com*, *Lazada*, *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* dari beragam *e-commerce* ada. Banyak hal yang menentukan konsumen menggunakan toko *online* untuk berbelanja. Minat belanja di toko *online* ditentukan oleh kualitas pelayanan (Bakti et.al, 2020). Kepuasan kepercayaan konsumen dalam belanja *online* berkaitan dengan loyalitas pada toko *online* tertentu (Faradiba, 2021) di dalam (Amelia Putri, 2021:2).

Namun dari sudut pandang hukum *E-Commerce* merupakan suatu kegiatan transaksi perdagangan yang dimana mencakup beberapa bentuk yang meliputi kontrak bernegosiasi, pelelangan, periklanan pemasaran, pembayaran dan penyelesaian secara *online*, jasa langganan dari internet, komisi-komisi (komisi yang mengatur antara beberapa *website*), situs perbelanjaan dan tender.

Di dalam bidang usaha perdagangan sebagai penyedia barang atau jual beli barang, sering mengalami kesulitan untuk menginformasikan produk/barangnya, juga sering terjadinya komplain karena barang yang dibeli serta diterima oleh konsumen/pelanggan tidak sesuai dengan yang diinginkan dan atau rusak, sering juga pada proses pemesanan dan penerimaan barang waktu yang dibutuhkan oleh konsumen/pelanggan berbeda-beda tidak sesuai dengan urutan pesan dan pada saat proses pembayaran sering sekali terjadi ketidaksesuaian data yang diterima

pada saat proses pembayaran melalui bank (Sri Rezeki Candra Nursari, 2017:108).

Pada kenyataannya juga timbul beberapa permasalahan dalam transaksi jual beli *online*. Permasalahan tersebut seperti kualitas barang yang dijual, yang disebabkan pembeli tidak melihat secara langsung barang yang akan dibeli. Pembeli hanya melihat tampilan gambar barang yang akan dibeli. Kemudian, potensi penipuan yang sangat tinggi, seperti ketika pembeli sudah melakukan pembayaran. Namun barang tidak kunjung sampai ke tangan pembeli, potensi gagal bayar dari pembeli ketika penjual telah mengirimkan barang kepada pembeli namun pembayaran tidak kunjung dilakukan (Putra, 2019:2).

Dengan adanya penipuan pada transaksi jual beli diperlukan perlindungan hukum. Perlindungan hukum merupakan adanya upaya untuk melindungi kepentingan seseorang dalam cara mengalokasikan hak asasi manusia kekuasaan dalam hal bertindak dalam rangka untuk kepentingan dalam upaya untuk melindungi. Perlindungan konsumen menyangkut berbagai bidang aspek, salah satunya aspek hukum. Hukum yang ada di dalam masyarakat selalu berkembang secara dinamis sesuai dengan perkembangan masyarakat itu sendiri. Hukum mempunyai fungsi yaitu mengatur kehidupan masyarakat, sehingga dengan demikian dapat melindungi kepentingan masyarakat. Hukum perlindungan konsumen ini tentunya mempunyai perhatian khusus karena berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat.

Perkembangan teknologi internet dimana menimbulkan permasalahan di bidang hukum, perlindungan konsumen. Dalam hal ini pembahasan yang dikaji dalam ruang lingkup hukum serta teknologi, perlindungan konsumen menjadi suatu hal yang sangat efektifitas perkembangan dan penerapan teknologi di tengah masyarakat. Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang sekarang berlaku di Indonesia berbasis tanda yang sifatnya fisik. Transaksi perdagangan melalui media elektronik atau sering sekali dengan sebutan *electronic commerce* menjadi berbagai permasalahan yang belum ada pengaturannya. *Electronic E-Commerce* terbentuk dari berbagai sub sistem yang dimana tersusun secara sistematis, serta masing-masing subsistemnya memiliki permasalahan masing-masing.

Dampak negatif *e-commerce* ini sendiri cenderung merugikan konsumen, diantaranya berkaitan dengan barang dan juga pesanan tidak sesuai dengan barang yang sudah ditawarkan. Disamping itu juga dari segi pelaku usaha, banyak jumlah orang yang dapat mengakses internet yang dapat mengakibatkan pelaku usaha kesulitan untuk dapat mendeteksi apakah pembeli yang hendak memesan barang adalah pembeli yang sesungguhnya atau bukan. Masalah perlindungan konsumen dalam *e-commerce* sangat penting untuk diperhatikan, karena dengan beberapa karakter khas *e-commerce* akan menempatkan pihak konsumen ini pada posisi yang lemah atau dirugikan. Perlindungan Konsumen dalam *e-commerce*, diakses dari www.solusihukum.com. Pada tanggal 19 Januari 2022.

Seperti hal konsumen akan menghadapi berbagai persoalan hukum serta peraturan perlindungan hukum bagi konsumen yang ada sekarang belum mampu,

untuk melindungi hak-hak konsumen dan transaksi *e-commerce* lintas Negara di Indonesia. Dalam transaksi *e-commerce* tidak ada lagi batas Negara maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen masing-masing Negara yang dimiliki Negara Indonesia sendiri tidak akan mencukupi untuk dapat membantu karena *e-commerce* berproses secara lintas batas dalam hal ini, perlindungan hukum bagi hak-hak konsumen harus dilakukan dengan pendekatan Internasional melalui harmonisasi hukum dan kerjasama institut-institut penegak hukum.

WhatsApp merupakan termasuk aplikasi *e-commerce* media sosial yang bisa yang memungkinkan penggunaan dari berbagai gambar, video, audio, file, serta dapat memanggil menggunakan panggilan video. *WhatsApp* ini disebut aplikasi lalu lintas *platform* yang memungkinkan penggunanya bertukar pesan menggunakan SMS, tanpa adanya pulsa karena *WhatsApp* menggunakan paket internet yang sesuai dengan *email*, *browsing web*, dan lain-lain. *WhatsApp* sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi, karena memudahkan penggunanya untuk saling berkomunikasi tanpa banyak menggunakan biaya.

Beberapa peran menggunakan *WhatsApp* dalam upaya meningkatkan usaha antara lain sarana *marketing* dan promosi, membesarkan usaha dan membantu sistem pengiriman. *WhatsApp* dapat membuat katalog untuk menampilkan produk dan layanan, terhubung dengan pelanggan, sehingga menjadi mudah dengan menggunakan *fitur* untuk mengatur masih membalas pesan secara cepat.

Bentuk penipuan seperti ini sering sekali terjadi karena transaksi tidak dilakukan secara tatap muka, transaksi dimana pembeli tidak dapat melihat

langsung barangnya yang akan dibeli ini 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. Seiring dengan meningkatkan transaksi jual beli *online* baik yang bersifat lokal, nasional, maupun bersifat global.

WhatsApp merupakan aplikasi yang dimana cakupannya lebih privasi dibandingkan dengan aplikasi media sosial lainnya. komunikasi pertemanan di dalam *WhatsApp* hanya terjalin ketika seseorang menyimpan nomornya. Penggunaan *WhatsApp* sebagai *gateway* jual beli secara *online* sangat massif digunakan masyarakat. Mahasiswa sering menggunakan aplikasi *WhatsApp* sebagai lapak berdagang dengan pembeli setelah melakukan kegiatan tawar menawar di jual beli lainnya.

Maka, dengan demikian, hal ini akan membawa konsekuensi diperlukan yang berupa regulasi aturan yang dapat menjamin kontinuitas aktivitas dalam dunia usaha itu sendiri secara adil dan juga pasti. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik meneliti penelitian tentang judul: **KESADARAN PELAKU USAHA TERHADAP PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI *WHATSAPP* DI LINGKUNGAN FIS UNIMED.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan zaman menyebabkan proses jual beli mengalami perubahan dari tradisional menjadi jual beli secara digital.
2. Pemahaman hukum penjual dan pembeli terkait proses jual beli *online* sangat minim.

1.3 Batasan Masalah

Perlu adanya pembatasan masalah sehingga persoalan yang akan diteliti menjadi jelas dan juga tidak meluas kemana-mana, sekaligus kesalahpahaman dapat dihindari. Dalam hal ini untuk membatasi cakupan permasalahan dibahas hanya mengarah kepada kesadaran pelaku usaha terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *WhatsApp* di lingkungan FIS Unimed.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana perlindungan hukum bagi pembeli pada saat transaksi jual beli melalui aplikasi *WhatsApp*?
- 2) Bagaimana pemahaman hukum penjual dan pembeli terkait jual beli *online* melalui aplikasi *WhatsApp*?

1.5 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan adanya batasan masalah yang sudah dikemukakan diatas, maka penelitian ini bertujuan antara lain yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap transaksi jual beli melalui aplikasi *WhatsApp*.
2. Untuk mengetahui pemahaman hukum menjual *online* melalui aplikasi *WhatsApp*.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

i. Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat berguna terhadap khasan ilmu pengetahuan dan juga sebagai acuan dalam mengembalikan wawasan penulis untuk terus mendalami kajian ilmu pada tema ini.
2. Hasil kajian pada penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi sumber literasi bagi peneliti berikutnya dengan teman penelitian yang sejenis dengan serupa.

ii. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan serta pengetahuan dan cara berfikir khususnya dalam bidang hukum yakni berkaitan dengan kesadaran pelaku usaha terhadap perlindungan

hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi *WhatsApp* bagi mahasiswa di lingkungan FIS UNIMED.

- b. Bagi mahasiswa, khususnya di jurusan PPKn UNIMED untuk mengembangkan kemampuan berpikir dan menulis karya ilmiah di bidang hukum dengan fenomena saat ini terjadi.
- c. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta evaluasi mengenai berkaitan dengan kesadaran pelaku usaha terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi *WhatsApp*.
- d. Bagi masyarakat umum, hasil penelitian dapat memberikan informasi dan juga pengetahuan sehingga masyarakat dapat lebih memahami tentang berkaitan dengan kesadaran pelaku usaha terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi *WhatsApp*.
- e. Bagi pembaca, agar pembaca dapat memahami bagaimana kesadaran pelaku usaha terhadap perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui aplikasi *WhatsApp*.