

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Pengaruh globalisasi dengan penggunaan sarana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola hidup masyarakat dan berkembang dalam tatanan kehidupan baru serta mendorong terjadinya perubahan sosial, budaya, pertahanan, keamanan, penegakan hukum dan tentunya dalam bidang ekonomi. Demikian pesatnya perkembangan dan kemajuan teknologi informasi, yang merupakan salah satu penyebab perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru.<sup>1</sup>

Semakin berkembangnya teknologi informasi saat ini telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, *marketplace* baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Disadari betul bahwa perkembangan teknologi yang disebut internet, telah mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang semikian besar bagi masyarakat, perusahaan/ industri maupun pemerintah. Hadirnya internet telah menunjang efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama peranannya sebagai sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh sebuah badan usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya.

---

<sup>1</sup> Siswanto Sunarso, 2009, *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*, Jakarta, Halaman V.

Perkembangan teknologi informasi internet telah memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Dengan adanya teknologi internet telah merubah gaya hidup masyarakat Indonesia yang primitif menuju masyarakat modern. Seperti layaknya internet, jejaring sosial yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi dan media komunikasi saja. Namun juga sebagai tempat jual beli melalui media sosial. Maka di zaman yang berkembang ini berbelanja tak harus lagi dilakukan penjual ditempat mereka, melainkan dengan cara bertransaksi yang lebih efisien dan praktis yaitu membuat tempat berbelanja *online*. Karena dirasakan sangat efisien dan praktis toko *online* pun kini semakin banyak dan berkembang. Dengan demikian, kita jadi lebih mudah mencari dan memilih barang sesuai keperluan yang akan dibeli. Dan saat ini, manusia lebih menyukai semua hal yang berbaur efisien, praktis dan otomatis untuk menjalankan kelangsungan hidupnya terutama dalam menjalankan transaksi jual beli.

Dalam beberapa waktu belakangan ini, *online shopping* kerap mewarnai perdagangan dunia maya, karena merupakan suatu bentuk perdagangan elektronik dimana konsumen langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui internet tanpa layanan perantara. *Online shopping* atau belanja *online* adalah salah satu cara berbelanja yang sedang marak. Sebenarnya cara berbelanja seperti ini sudah ada sejak 1979, diciptakan oleh Michael Aldrich dari Inggris. Baru pada Maret 1981 sistem ini mulai diperkenalkan kepada masyarakat oleh Thomson Holidays. Saat ini, di

Indonesia kisaran jumlah pengunjung *online shopping* bisa mencapai 18.000.000 orang.<sup>2</sup>

Jual beli melalui media sosial juga merupakan bentuk jual beli melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial di mana pembeli tidak perlu susah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli apa yang mereka cari. Karena dengan adanya media sosial jual beli *online*, mereka hanya tinggal melihat barang yang diinginkan di internet kemudian memesan barang pilihan dan mentransfer uangnya lalu barang dikirim oleh penjual dan sampai kerumah atau bisa bertemu di suatu tempat dengan persetujuan sebelumnya anatara pihak penjual dan pembeli.

Namun sangat disayangkan, saat ini marak penggunaan media sosial untuk bertransaksi jual beli *online* banyak disalahgunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab. Hal ini terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor penyalahgunaanya, seperti menerima transfer uang dari pembeli *online* namun barang yang telah dipesan tidak dikirimkan oleh pemilik barang tersebut atau bisa juga pemilik barang menjual barang yang tidak sesuai dengan apa yang telah di iklan kan. Dari sisi ini, dapat diketahui bahwa transaksi jual beli *online* telah mendapatkan perhatian yang besar dari masyarakat namun tidak sedikit penjual barang *online* yang melakukan aksi-aksi nakalnya untuk meraih keuntungan dengan cara yang tidak benar.

Para penjual yang melakukan penjualan melalui media sosial selaku pelaku usaha terkadang sering mengabaikan hak-hak konsumen sebagai penikmat barang yang telah dipesannya, sehingga timbulah suatu

---

<sup>2</sup> <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20170315104148-185-200219/peta-persaingan-situs-e-commerce-di-indonesia/> diakses pada tanggal 7 Oktober 2017

permasalahan yaitu wanprestasi terhadap transaksi elektronik tersebut. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah mengatur ketentuan mengenai wanprestasi walaupun tidak diatur dalam satu bab. Wanprestasi diatur dalam Pasal 21 Ayat (2) huruf a yang menegaskan jika transaksi elektronik dilakukan sendiri tanpa agen elektronik maka segala akibat hukum dalam pelaksanaannya menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi. Ketentuan mengenai wanprestasi dalam transaksi *e-commerce* secara lengkap tetap merujuk pada Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, sehingga pengaturan dalam UU ITE dengan KUH Perdata bersifat saling melengkapi dan saling mengisi khususnya pengaturan mengenai wanprestasi. Seperti dalam kasus yang dialami oleh Faris Saputra Dewa, remaja yang melihat postingan sebuah akun *online shop* yang menjual *jersey*, langsung tergiur dengan harga yang lebih murah ketimbang dengan harga *jersey* yang ada di toko fisiknya, yaitu dengan harga yang tidak sampai Rp. 85.000,-/buah, maka Faris hendak membeli *jersey* tersebut, namun setelah melakukan transaksi dengan cara *top-up* pulsa yang sudah disepakati sebelumnya oleh pemilik *online shop*, barang yang di beli oleh Faris tak kunjung datang.

Konsumen dan pelaku usaha ibarat sekeping mata uang dengan sisi yang berbeda. Konsumen membutuhkan produk (barang/jasa) pelaku usaha, tetapi kegiatan pelaku usaha itu akan mubadzir apabila tidak ada konsumen yang membeli hasil usahanya. Karena itu keseimbangan dalam segala segi,

menyangkut kepentingan dari kedua belah pihak ini merupakan hal yang ideal yang harus diperhitungkan.<sup>3</sup>

Konsumen sebagai penikmat barang atau jasa seringkali diabaikan hak-haknya oleh para pelaku usaha, faktor yang mempengaruhi hal tersebut diantaranya faktor pelaku usaha yang menganggap bahwa konsumen mudah dieksploitasi dan dipengaruhi untuk mengkonsumsi segala bentuk barang atau jasa yang ditawarkan. Selain itu juga kurangnya pemahaman dari masyarakat selaku konsumen terhadap haknya, sehingga ketika hak-hak yang seharusnya diterima oleh konsumen diabaikan oleh pelaku usaha, konsumen tidak dapat melakukan apa-apa karena tidak menyadarinya. Kemudian ketika konsumen menyadari akan hak-haknya yang dilanggar, konsumen tidak mengerti prosedur yang harus dilakukannya untuk melakukan pengaduan dan penuntutan.

Pada kenyataannya dalam melakukan transaksi jual beli melalui media sosial, menimbulkan perlindungan hukum bagi para konsumen yang dirugikan akibat melakukan transaksi tersebut, namun kebanyakan dari konsumen yang telah dirugikan tidak mengerti bagaimana prosedur perlindungan hukumnya. Hal tersebut terkadang hanya menguntungkan satu pihak saja yaitu para penjual atau pelaku usaha yang memperdagangkan barang atau jasanya melalui media sosial.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh Undang-Undang adalah adanya kepastian hukum terhadap segala perolehan kebutuhan konsumen, yang bermula dari “benih hidup dari Rahim ibu sampai dengan tempat

---

<sup>3</sup> Az Nasution, 1995, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta, halaman 21.

pemakaman, dan segala kebutuhan diantara keduanya”. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya berdasarkan hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut, dalam hal ini pemberdayaan konsumen dilakukan dengan meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandiriannya melindungi diri sendiri sehingga mampu mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan menghindari berbagai efek negatif pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa, disamping itu juga terdapat kemudahan dalam proses menjalankan sengketa konsumen yang timbul karena kerugian harta bendanya, keselamatan/kesehatan tubuhnya, penggunaan dan/atau pemanfaatan produk konsumen.<sup>4</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka penulis akan menyusun penulisan skripsi dengan judul “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN YANG DIRUGIKAN AKIBAT MELAKUKAN TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* MELALUI MEDIA SOSIAL”

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Perumusan masalah merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian, karena perumusan masalah akan membantu peneliti untuk mengidentifikasi persoalan yang akan diteliti dan akan mengarahkan

---

<sup>4</sup> Az. Nasution, 2007, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, PT. Diadit Media, Jakarta, Halaman. 39.

penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti yakni:

1. Bagaimana Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang dirugikan akibat melakukan Transaksi Jual Beli *Online* melalui Media Sosial?
2. Bagaimana Tanggung Jawab Pelaku Usaha terhadap Konsumen yang dirugikan akibat melakukan Transaksi Jual Beli *Online* melalui Media Sosial?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Perumusan tujuan penelitian merupakan pencerminan arah dan penjabaran strategi terhadap masalah yang muncul dalam penulisan, sekaligus agar penulisan yang sedang dilaksanakan tidak menyimpang dari tujuan semula.

Kemudian dirumuskanlah tujuan dari penulisan ini yaitu:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat melakukan transaksi jual beli *online* melalui media sosial.
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggung jawab pelaku usaha terhadap pihak konsumen yang dirugikan akibat melakukan transaksi jual beli *online* melalui media sosial.



#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Dari penulisan yang akan dilakukan, dapat diambil beberapa manfaat baik secara teoritis maupun praktis, antara lain :

##### **1. Secara Teoritis**

Penelitian dan Penulisan Hukum ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu hukum khususnya Hukum Perlindungan Konsumen dan Transaksi Elektronik sehingga dapat memberikan dampak positif dalam pengembangan ilmu hukum itu sendiri.

##### **2. Secara Praktis**

Sebagai Informasi bagi masyarakat baik yang berasal dari kalangan akademisi, mahasiswa maupun para pelaku dalam dunia usaha dan masyarakat awam selaku konsumen.

#### **E. SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika penulisan dalam skripsi ini mengacu pada buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Skripsi) Program Sarjana (S1) Ilmu Hukum Universitas Diponegoro.

Skripsi ini terbagi menjadi 5 (lima) bab, dimana masing-masing bab terdapat keterkaitan antara satu dengan lainnya. Adapun gambaran yang jelas mengenai skripsi ini akan diuraikan dalam sistematika sebagai berikut:



## **Bab I. Pendahuluan**

Bab Pendahuluan ini dibagi atas 5 (lima) sub bab yang terdiri dari latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan hukum yang dapat memberikan gambaran yang cukup jelas dari keseluruhan materi penulisan hukum.

## **Bab II. Tinjauan Pustaka**

Pada prinsipnya, tinjauan pustaka adalah landasan teori yang berguna untuk menganalisa masalah yang akan dibahas. Secara umum berisi kerangka pemikiran yang berkaitan dengan pokok masalah yang akan diteliti, yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat melakukan transaksi jual beli *online* melalui media sosial. Bab ini menguraikan tentang transaksi elektronik yaitu transaksi, pengaturan transaksi elektronik, pengawasan terhadap transaksi elektronik, kemudian mengenai perlindungan konsumen, yaitu pengertian perlindungan konsumen, asas dan tujuan perlindungan konsumen, konsumen dan pelaku usaha dan media sosial, yaitu mengenai pengertian media sosial dan fungsi media sosial, dan

## **Bab III. Metode Penelitian**

Bab III berisi uraian tentang Metode Penelitian, yang dirinci dalam beberapa sub, yaitu metode pendekatan, spesifikasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, responden penelitian dan metode analisis data.

#### **Bab IV. Hasil penelitian dan Pembahasan**

Dalam bab ini penulis akan memaparkan hasil penelitian mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan akibat melakukan transaksi jual beli *online* melalui media sosial dan membahas tentang bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian yang dialami oleh konsumen, dari hasil penelitian kemudian dianalisa dan dihubungkan dengan fakta-fakta dan data yang diperoleh dengan teori-teori dari hasil analisa penulis yang digunakan untuk membahas permasalahan.

#### **Bab V. Penutup**

Dalam bab ini akan ditarik suatu kesimpulan sebagai hasil penelitian serta memberi saran-saran yang berkaitan dengan pembahasan yang merupakan kristalisasi dari semua yang telah terurai pada bab-bab sebelumnya.

