

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Kebutuhan dasar manusia sekarang bahkan tidak bisa terlepas dari teknologi, hal ini terjadi karena kemajuan teknologi berjalan sesuai dengan kemajuan pengetahuan manusia. Inovasi-inovasi dari manusia pun muncul, baik yang memberikan manfaat positif maupun negatif dalam kehidupan manusia. Tidak sedikit dari inovasi-inovasi tersebut yang kemudian membantu manusia menjalankan aktivitasnya sehari-hari, termasuk dalam hal bertransaksi.

Transaksi jual beli mulai dari konvensional yaitu di pasar, bergerak dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, sehingga transaksi jual beli saat ini dilakukan secara *online* yang tidak membutuhkan dua orang untuk bertatap muka dalam melakukan pembayaran. Transaksi dapat dilakukan melalui perantara *handphone* sebagai media namun tidak mengurangi komunikasi yang terjalin antara penjual dan pembeli. Transaksi suatu barang atau produk memiliki permintaan yang sangat tinggi oleh konsumen diakibatkan oleh berkembangnya teknologi yang mampu memberikan kemudahan segala bidang. Salah satunya tentang jual beli untuk konsumen tidak akan jauh dari perihal jual beli.

Dukungan teknologi dapat dilakukan untuk segala kemudahan yang diperoleh konsumen dan pelaku ekonomi. Zaman *digital* saat ini menghubungkan pelaku bisnis dan konsumen tanpa harus bertatap muka untuk menemukan hal-hal yang sebelumnya tidak diketahui. Dengan kemajuan teknologi komunikasi, terciptalah media penghubung yang disebut *internet* dan menyebar sebagai salah satu sarana komunikasi dan informasi. *Internet* yang terkadang menimbulkan ketidaknyamanan dan kekhawatiran masyarakat dari pihak yang tidak bertanggung jawab yang memanfaatkan untuk melakukan penipuan dalam pembelian/penjualan produk dan barang dagangan.¹

Jual beli merupakan bagian dari pemenuhan kebutuhan manusia. Pada umumnya telah dilakukan di tempat khusus di masa lalu, yaitu titik pertemuan antara pedagang dan pembeli untuk melakukan negosiasi. Seperti pasar, pusat perbelanjaan, supermarket dan pusat perbelanjaan lainnya. Padatnya pekerjaan dan padatnya aktivitas manusia untuk menuju mall di zaman modern ini akan menyita jam kerja dan waktu istirahat anda. Oleh karena itu, adanya prakarsa dari manusia modern adalah mencari cara jual beli yang tidak memerlukan waktu dan dapat dilakukan dimana saja tanpa mengganggu aktivitas wajib mereka sebagai pekerja.

¹ W.S. Tampubolon, “*Perlindungan Konsumen Terhadap Pembelian Barang Melalui Media Jual Beli Online Ditinjau Dari Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*”, Jurnal Ilmiah Advokasi, Vol 7, September 2019 H. 98-108

Masyarakat harus menunjukkan sikap terbuka, proaktif, progresif dan cerdas dalam menganalisis kemajuan teknologi saat ini dan masa depan karena mengabaikan perkembangannya di masa depan dan dapat merugikan sebagian masyarakat Indonesia yang tidak terbiasa dengan teknologi yang dibandingkan dengan ketidaktahuan masyarakat. Perkembangan teknologi menempatkan kelompok masyarakat pada situasi yang tidak menguntungkan mereka.² Sistem perdagangan siber (*electronic commerce*) memiliki banyak efek dan manfaat positif saat menggunakan transaksi *online* ini.

Model *electronic commerce* pada dasarnya sesuai dengan model transaksi konvensional. Bedanya, dalam hal transaksi elektronik, perjanjian dilakukan secara elektronik atau kontrak elektronik. Model transaksi elektronik yang menggunakan perjanjian atau kontrak elektronik juga mengandung beberapa unsur yang harus dipenuhi di dalamnya. Unsur-unsur perjanjian elektronik diatur dengan baik dalam beberapa pasal yang jelas untuk memberikan kepastian hukum sebagai salah satu jaminan hukum dalam transaksi elektronik.

Transaksi elektronik diatur sebagaimana mestinya oleh Undang-undang No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE), sehingga konsumen yang melakukan transaksi dapat lebih nyaman dan aman. Tentunya dengan model bisnis

² Putra, Budiarta, & Karman, 2019, “*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Barang Melalui E-Commerce*”, Jurnal Analogi Hukum, Vol 2, Hlm 239-243

ini diharapkan bisa lebih praktis dan simpel. Praktiknya, kondisi ini berarti jarak tidak lagi menjadi hambatan pergerakan barang dan dapat juga digambarkan sebagai praktik dalam dunia bisnis, sehingga pelaku ekonomi dapat melakukan transaksi tanpa harus bertemu langsung.

Transaksi *online* memiliki beberapa kelemahan jika diterapkan pada masyarakat saat ini. Melalui penggunaan transaksi *online* yang tidak mempertemukan antara toko *online* dan pembeli langsung dan dimana konsumen tidak dapat melihat produk yang benar-benar diinginkan. Hal ini dapat menimbulkan masalah yang merugikan pembeli saat bertransaksi *online*. Serta ketidaksesuaian barang yang dijanjikan dan waktu pengiriman barang yang tidak tepat.

Media elektronik yang digunakan dalam jual beli *online* adalah *handphone*. Telepon seluler atau *handphone* adalah alat komunikasi modern tanpa kabel atau sering disebut dengan *wireless*. Sehingga, *handphone* memudahkan manusia untuk membawanya kemana-mana. Fungsinya sama dengan telepon konvensional yang ada di rumah, hanya saja *handphone* dapat menerima dan mengirim pesan melalui *short messaging service* (SMS). Beberapa jenis *handphone* ada juga yang dilengkapi dengan fitur seperti *bluetooth* dan *internet* yang semakin memudahkan manusia dalam bertukar informasi. Seiring berjalannya waktu, manusia tidak hanya menggunakan *handphone* untuk melakukan komunikasi, melainkan juga untuk melakukan transaksi secara *online*.

Masalah hukum yang pada akhir-akhir ini tentang jual beli *online* sering berkaitan dengan penipuan. Sesuai dengan survei yang dilakukan oleh situs jual beli Bukalapak.com, ditemukan 1 dari 5 pengguna internet pernah menjadi korban penipuan *online*. Penipuan *online* dilakukan melalui situs sosial media baik itu forum maupun *Facebook*, *Instagram*, maupun *Twitter*. Semua platform *social media* dan media jual beli *online* sebagai sarana jalan mulus bagi penipu dalam melaksanakan aksinya.

Penelitian ini mencakup hal-hal tentang penipuan dalam media elektronik seperti penipuan dalam jual beli *online* seperti jual beli secara *live* melalui media sosial, mencakup tentang penipuan yang terjadi di dalam media sosial seperti *Facebook*. Penulis melakukan penelitian dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Secara *Live* di *Facebook*”.

1.2.Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli secara *Live* di *Facebook*?
2. Bagaimana peran Badan Penyelesain Sengketa Konsumen terhadap penyelesaian sengketa konsumen dalam jual beli secara *Live* di *Facebook*?

1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk masalah yang diteliti, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli secara *Live di Facebook*.
2. Untuk mengetahui peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) terhadap penyelesaian sengketa konsumen dalam jual beli secara *Live di Facebook*.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan dapat menjadi landasan dalam pengembangan media pembelajaran khususnya di bidang Hukum Perlindungan Konsumen.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis, masyarakat dan umumnya bagi mahasiswa kalangan hukum perdata.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan dan juga sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai perlindungan konsumen, kajian umum tentang konsumen dan badan penyelesaian sengketa konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan analisa data dari penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Bab ini membahas mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam jual beli secara *Live* di *Facebook* dan peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) terhadap penyelesaian sengketa dalam jual beli secara *Live* di *Facebook*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran pada hasil penelitian.