

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dewasa ini telah membuat begitu banyaknya perubahan yang terjadi, tidak dapat dipungkiri bahwa percepatan teknologi yang signifikan menjadi salah satu parameter kemajuan zaman yang tak terbatas. Apalagi dengan kemunculan teknologi internet yang membuat manusia lebih mudah mengakses segala bentuk informasi yang di butuhkan.

Oleh karena itu, teknologi internet memiliki banyak manfaat yang dapat mempermudah kehidupan sehari-hari manusia. Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi internet merupakan salah satu kebutuhan dasar yang harus dimiliki. Pada tahun 1998 diperkirakan terdapat lebih dari seratus juta orang yang menggunakan internet dan sekitar tahun 2005 lebih dari 300 juta orang. Dengan adanya internet yang terbuka bagi masyarakat luas, internet dapat digunakan dalam perdagangan. Ada dua hal yang mendorong kegiatan perdagangan dalam kaitannya dengan kemajuan teknologi yaitu meningkatnya permintaan atas produk-produk teknologi itu sendiri dan kemudahan untuk melakukan transaksi perdagangan.¹

Teknologi internet menawarkan begitu banyak pilihan untuk dapat dimanfaatkan, salah satunya ialah media sosial yang sering di gunakan untuk berhubungan secara virtual dengan khalayak umum. Dimana sosial media memberikan kemudahan dalam melakukan komunikasi jarak jauh antara individu

¹ Fitriah, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial*”, Jurnal Fakultas Hukum Universitas Palembang, Vol.18, No. 3, September 2020, hal. 372.

maupun kelompok. Bukan hanya itu, sosial media juga menjadi salah satu wadah untuk melakukan promosi dan transaksi jual beli suatu produk.

Rulli Nasrullah menjelaskan bahwa media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.² Hal serupa juga di jelaskan oleh Meike dan Young yang mengatakan bahwa media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Sedangkan Boyd memaparkan bahwa media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) atau interaksi konten yang dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.³

Saat ini, adanya transaksi jual beli yang dilakukan melalui media sosial ini memanglah sedang banyak diminati oleh masyarakat, dan khususnya bagi kalangan perempuan, yang notabeneanya sangat menyukai belanja namun juga ada unsur kepraktisan di dalamnya.

Secara yuridis, transaksi jual beli yang di lakukan oleh setiap orang merupakan peristiwa hukum yang melahirkan hak dan kewajiban. Dimana hak dan

² Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hal, 13

³ Nasrullah, Rulli, *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hal. 12.

kewajiban tersebut menjadi hubungan hukum yang harus di laksanakan oleh kedua belah pihak, sehingga apabila salah satu pihak tidak tidak memenuhi kewajibannya, maka akan terdapat konsekuensi hukum yang di terima. Hal tersebut sejalan dengan Pasal 1457 Kitab Undang-Undang. Hukum Perdata (KUHPer)⁴ bahwa jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”.

Di Indonesia kehadiran teknologi informasi telah diundangkan melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat UU ITE). UU ITE merupakan payung hukum pertama untuk mengatur adanya aktifitas transaksi elektronik di Indonesia, dan memberikan pembaruan hukum dengan tujuan menjamin kepentingan masyarakat akan jaminan kepastian hukum untuk bertransaksi dengan memanfaatkan media elektronik.

Namun akan tetapi, UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau yang juga dikenal sebagai UU ITE merupakan suatu perundang-undangan yang cukup baru. Melainkan UU ini lebih berfokus dalam memberikan kepastian hukum serta perlindungan hukum

⁴ Pasal 1457 KUHPer: “Jual beli adalah suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”.

bagi pengguna maupun *provider* internet secara umum. Meskipun begitu, UU ITE tetap dapat dijadikan salah satu sumber perundangan yang penting untuk transaksi *e-commerce* di Indonesia.⁵

Dalam melakukan transaksi jual beli melalui media sosial, terdapat pihak-pihak yang terkait dalam melakukan transaksi diantaranya ialah:

1. Penjual atau *merchant* atau pengusaha yang menawarkan sebuah produk melalui internet sebagai pelaku.
2. Pembeli atau konsumen yaitu setiap orang yang tidak dilarang oleh undangundang, yang menerima penawaran dari penjual atau pelaku usaha dan berkeinginan untuk melakukan transaksi jual beli produk yang ditawarkan oleh penjual pelaku usaha / *merchant*.
3. Bank sebagai pihak penyalur dana dari pembeli atau konsumen kepada penjual atau pelaku usaha/*merchant*, karena pada transaksi jual beli secara elektronik, penjual dan pembeli tidak berhadapan langsung, sebab mereka berada pada lokasi yang berbeda sehingga pembayaran dapat dilakukan melalui perantara dalam hal ini bank.
4. *Provider* sebagai penyedia jasa layanan akses internet.

Pada dasarnya pihak-pihak dalam jual beli secara elektronik tersebut diatas, masing-masing memiliki hak dan kewajiban.⁶ Penjual atau pelaku usaha ataupun *merchant* merupakan pihak yang menawarkan produk melalui internet, oleh itu, seorang penjual wajib memberikan informasi secara benar dan jujur atas produk

⁵ Reggiannie Christy Natalia, “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Toko Online Di Media Sosial*”, Law Review, Vol. 18, No. 3, Maret 2019, hal, 79

⁶ Edmon Makarim, Kompilasi Hukum Telematika. (Jakarta: Gravindo Persada. 2003), hal. 77.

yang ditawarkannya kepada pembeli atau konsumen. Penjual atau pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran dari pembeli atau konsumen atas barang yang dijualnya, juga berhak untuk mendapatkan perlindungan atas tindakan pembeli atau konsumen yang beritikad tidak baik dalam melaksanakan transaksi jual beli secara elektronik ini.

Secara khusus perlindungan konsumen telah diatur dalam UU No. 8 tahun 1999, yaitu:⁷

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

⁷ Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya”

Dari beberapa hak yang di miliki pembeli tersebut, secara jelas bahwa pembeli memiliki hak mengenai kualitas barang yang akan di beli. Yang mana perlu diketahui bahwa untuk menilai suatu produk yang berkualitas sesuai informasi penjual akan lebih mudah apabila transaksi jual beli tersebut di lakukan secara langsung, karena pihak pembeli dapat betul-betul memperhatikan produk tersebut memiliki kualitas seperti yang di harapkan atau tidak.

Oleh karenanya, apabila di hubungkan dengan transaksi jual beli online melalui media sosial yang hanya melihat produk melalui gambar atau foto, maka hal tersebut sangat berpotensi produk yang di beli oleh pembeli tidak sesuai pada saat di terima. Artinya, hak pembeli yang di atur dalam undang-undang perlindungan konsumen tidak terpenuhi.

Secara umum mekanisme transaksi yang dilakukan ialah apabila pembeli yang tertarik pada produk penjual yang di pajang dalam akun media sosialnya, maka pembeli akan melakukan proses negosiasi yang jika di sepakati maka pembeli wajib membayar terlebih dahulu melalui rekening bank, dan setelahnya barang akan di kirim oleh penjual dengan jasa pengiriman barang kepada pembeli sesuai alamatnya. Maka hal tersebut juga sangat berpotensi terjadinya penipuan.

Dari penjabaran di atas maka, penulis menilai bahwa pihak pembeli merupakan pihak yang sangat berpotensi untuk selalu di rugikan atas transaksi yang

dilakukan. Terlepas kerugian tersebut berkaitan dengan produk barang yang tidak sesuai dengan gambar/foto yang ada maupun kerugian apabila penjual tidak mengirimkan barangnya.

Mengingat perlindungan hukum merupakan hal yang sangat fundamental bagi setiap warga negara, agar setiap warga negara tidak mendapatkan kerugian atas tindakan yang tidak bertanggungjawab yang dilakukan oleh penjual di media sosial.

Secara umum penipuan itu telah diatur sebagai tindak pidana oleh pasal 378 KUHP yang berbunyi:

“Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama empat tahun.”

Sedangkan dalam UU ITE penipuan yang diatur Pasal 28 ayat (1) yang berbunyi:

“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.”

Pengaturan dalam UU ITE ini terbatas dalam hal transaksi elektronik. Nilai strategis dari kehadiran UU ITE sesungguhnya pada kegiatan transaksi elektronik dan pemanfaatan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Sebelumnya sektor ini tidak mempunyai payung hukum, tapi kini makin jelas sehingga bentuk-bentuk transaksi elektronik sekarang dapat dijadikan sebagai alat bukti elektronik sah. Oleh karena itu, sesungguhnya undang-undang ini merupakan upaya pemerintah dalam memberikan perlindungan yang jelas dan berkekuatan

hukum tetap terhadap berbagai macam transaksi elektronik kearah negatif. Namun tetap saja bahwa pengaturannya dalam hal ini masih memiliki keterbatasan.⁸

Hal tersebut sejalan dengan yang di kemukakan oleh Philipus M Hadjon bahwa perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hak dari hak yang lainnya. Berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak dari seseorang terhadap sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.⁹ Mengingat Perlindungan hukum berkaitan erat dengan hak seseorang untuk berada dalam perlindungan secara hukum dan hak atas rasa aman. Hal ini sudah tercantum dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 bahwa:

“Setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, masyarakat, martabat, dan harta benda yang dibawah kekuasaannya, serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi.”¹⁰

Melihat latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis perlu membahas terkait perlindungan hukum transaksi jual beli melalui media sosial, kemudian terkait upaya hukum yang harus dilakukan apabila terjadinya sengketa. Dengan demikian penulisan dalam skripsi ini diberikan judul “Perlindungan Hukum konsumen terhadap Penipuan Jual Beli di Media Sosial”.

⁸ Aswan, *Tindak Pidana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik*, (Bogor: Guepedia, 2019), hal. 62-63.

⁹ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia. Sebuah Studi Tentang Prinsip-Prinsipnya. Penanganan oleh Pengadilan dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Peradilan Administrasi Negara*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1987), hal, 25.

¹⁰ Pasal 28 huruf G Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas maka perlu adanya pembatasan masalah agar lebih fokus kepada pembahasan dan agar tidak keluar dari topik pembahasan serta pembahasannya tidak begitu luas. Penelitian ini hanya berfokus kepada permasalahan penipuan jual beli di media sosial. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen terhadap penipuan jual beli di media sosial?
2. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen apabila terjadi penipuan yang dilakukan penjual melalui media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persoalan bagaimana perlindungan hukum konsumen apabila terjadi penipuan melalui transaksi jual beli di media sosial.
2. Untuk mengetahui mengenai upaya hukum konsumen apabila terjadi penipuan atas transaksi jual beli melalui media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dalam hal manfaat teoritis yaitu untuk sumbangsih serta mengembangkan ilmu pengetahuan hukum lebih tepatnya tentang hukum perlindungan konsumen di sosial media.

1.4.2 Manfaat Praktis

Mengharapkan penelitian dapat berguna bagi pemerintah dalam mengisi kekosongan-kekosongan hukum untuk membuat peraturan serta

dapat membantu masyarakat dalam menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi, terkhusus terkait perlindungan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Demi memberikan gambaran terkait keseluruhan penelitian yang akan diuraikan oleh penulis setiap bab-nya, maka perlu adanya sebuah sistematika penulisan dalam penelitian ini secara menyeluruh, penelitian hukum ini dibagi menjadi 5 (lima) bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab yang pertama yang menjelaskan mengenai latar belakang dari permasalahan yang akan di bahas. Di dalam bab ini menjelaskan tentang perkembangan teknologi internet yang menghasilkan media sosial untuk melakukan transaksi jual beli, dimana dengan adanya transaksi jual beli yang menjadi kebiasaan baru tersebut sangat sering terjadinya pelanggaran hak pembeli yang di lindung dalam undang-undang perlindungan konsumen serta sering terjadi penipuan yang merugikan pembeli.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang menjelaskan bahan-bahan pustaka terkait secara sistematis, tentang landasan secara umum dan khusus tentang perlindungan konsumen, pengertian konsumen, pengaturan perlindungan konsumen, asas dan tujuan perlindungan konsumen, hak-hak konsumen, sengketa konsumen, pengertian sengketa konsumen, pihak-pihak dalam sengketa konsumen, bentuk-bentuk sengketa konsumen, hak dan kewajiban

para pihak yang bersengketa, penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha yang terdapat melalui transaksi jual beli di media sosial.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab yang ketiga ini menjelaskan dengan metode-metode apa saja yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian skripsi ini, serta menentukan jenis penelitian yang dipilih, tipe penelitian, sumber jenis data dan teknik pengumpulan data serta analisis data yang digunakan oleh penulis dalam melakukan sebuah penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan terkait hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, serta menganalisis dari hasil penelitian tersebut, yaitu perlindungan hukum konsumen terhadap penipuan jual beli di media sosial serta upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen apabila terjadi penipuan yang dilakukan penjual melalui media sosial sesuai rumusan masalah yang sudah dirumuskan sebelumnya, sehingga akan menjawab masalah yang penulis bahas secara sistematis sesuai dengan norma-norma, teori, dan peraturan hukum yang berkaitan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab yang terakhir yang akan memberikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dan memberikan saran-saran yang sebagai masukan terhadap hukum yang berlaku di Indonesia, dalam hal ini khususnya terkait hukum perlindungan konsumen