

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet membawa perekonomian dunia memasuki babak baru yang lebih populer dengan istilah *digital economic* atau ekonomi digital. Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi. Perdagangan misalnya, semakin banyak mengandalkan perdagangan elektronik atau electronic commerce (*e-commerce*) sebagai media transaksi.

E-commerce telah mereformasi perdagangan konvensional dimana interaksi antara konsumen dan perusahaan yang dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung. Selain itu, paradigma bisnis klasik juga mempengaruhi pertumbuhan model-model interaksi antara produsen dan konsumen di dunia virtual. Sistem perdagangan yang dipakai dalam *e-commerce* dirancang untuk menandatangani secara elektronik. Penandatanganan elektronik ini dirancang mulai dari saat pembelian, pemeriksaan dan pengiriman.

Pengertian *e-commerce* sendiri adalah segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang atau jasa dengan menggunakan media elektronik. Dampak dari adanya internet sebagai hasil dari kemajuan perkembangan teknologi informasi bagi konsumen di satu sisi telah mengubah perilaku konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dalam menentukan produk yang akan dipilihnya. Begitu pula bagi produsen, kemajuan ini

memberi dampak positif dalam memudahkan pemasaran produk sehingga dapat menghemat biaya dan waktu¹..

Sebaliknya, karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan lahirnya bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Contoh kasus saat belanja barang secara online, tapi barang yang dibeli tidak sama dengan yang dilihat difoto pada iklan yang dipajang. Apakah itu termasuk pelanggaran hak konsumen. Apakah dapat menuntut penjual untuk mengembalikan uang atau mengganti barang yang telah dibeli tersebut. Maka dari itu, dalam tulisan ini akan dipaparkan mengenai bagaimana perlindungan hukum yang seharusnya bagi konsumen dalam menghadapi kenyataan peristiwa yang sedang kekinian dan terbaru di jaman saat ini yakni transaksi jual-beli secara ECommerce berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mana telah tertuang dalam UndangUndang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Online Shop adalah sebuah usaha/toko online yang mempermudah seseorang untuk mendapatkan barang-barang yang mereka inginkan. Disini sipenjual mendapatkan penghasilan atau keuntungan dengan memperlihatkan

¹ Shidarta, Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia, PT. Grasindo, Jakarta, 2000, hal.47

produk yang akan dijual di website atau media sosial. Dengan berbagai macam produk yang ditawarkan dari pakaian, tas, sepatu, aksesoris, sampai peralatan rumah tangga dan bagi wanita biasanya produk kecantikan. Jika membuat toko online membutuhkan biaya untuk pembangunannya yang memang lebih murah dibanding si penjual membuat toko nyata. Hanya dengan membuka internet atau hape saja si penjual dan pembeli bisa belanja tanpa harus keluar rumah. Tetapi pasti dalam Online Shop juga terdapat kekurangan dan kelebihan dalam menjalankan usaha ini.

Ada berbagai macam Jual beli online, media *e-commerce* Instagram dan Shopee yang banyak diminati semua kalangan. Seorang penjual dalam sistem online harus memberikan informasi yang jelas pada setiap produknya, agar pembeli semakin percaya untuk membeli suatu barang tersebut. Tidak hanya informasi, penjual juga harus mempunyai testimoni dari pembeli yang sudah menyelesaikan transaksinya. Perlindungan konsumen tetap harus diterapkan ketika penjual menawarkan harga yang dibawah standard dari toko lain, karena harga merupakan salah satu tolak ukur para pembeli berkeinginan untuk membeli suatu barang.

Penjual juga mengupayakan agar pembeli paham tentang informasi detail yang diberikan pada pembeli tentang produk yang akan dibelinya. Dan yang paling penting dalam jual beli pada e-commerce menyediakan system pengembalian barang jika barang yang dibeli tidak sesuai. Contohnya dalam pakaian membutuhkan ukuran, warna, model yang sesuai pada informasi produk. Pembeli jangan sampai merasa dirugikan, karena akan berakibat

penurunan tingkat kepercayaan untuk membeli kembali barang ditoko online tersebut.

Seorang pengusaha, pedagang (vendor) ataupun korporasi dapat mendisplay atau memostingkan iklan atau informasi mengenai produk-produknya melalui sebuah website atau situs, baik melalui situsnya sendiri atau melalui penyedia layanan website komersial lainnya. Jika tertarik, konsumen dapat menghubungi melalui website atau guestbook yang tersedia dalam situs tersebut dan memprosesnya lewat website tersebut dengan menekan tombol accept, agree atau order. Pembayaran pun dapat segera diajukan melalui transfer ke rekening penjual. Namun di samping beberapa keuntungan yang ditawarkan seperti yang telah disebutkan di atas, transaksi *e-commerce* juga menyodorkan beberapa permasalahan baik yang bersifat psikologis, hukum maupun ekonomis.

Permasalahan yang bersifat psikologis misalnya kebanyakan calon pembeli dari suatu toko online merasa kurang nyaman dan aman ketika pertama kali melakukan keputusan pembelian secara online.² Adanya keraguan atas kebenaran data, informasi atau message karena para pihak tidak pernah bertemu secara langsung. Oleh karena itu, masalah kepercayaan (*trust*) dan itikad baik (*good faith*) sangatlah penting dalam menjaga kelangsungan transaksi.

Di zaman yang semakin canggih ini dan segala macam kegiatan bisa dilakukan dengan online, tentunya kejahatan juga semakin banyak. Penjual

² Unggul Pambudi Putra dan Java Creatiity, Sukses Jual Beli Online, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2013, hal.3

pun juga harus meningkatkan perlindungan konsumen yang sudah berlaku pada hukum saat ini, melalui UU Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen tentunya para pembeli bisa mencegah suatu perbuatan yang bisa saja merugikan pada saat membeli suatu barang didalam jual beli online atau e-commerce. Ketentuan didalam UU Nomor 8 tahun 1999 ini adanya hak para pembeli untuk memberikan tanggung jawab kepada penjual agar tetap menjadi penjual yang bisa memberikan kepercayaan dan tidak ada unsur menipu para pembeli.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka penulis akan membuat beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi pembeli produk baju dengan jual beli online (*e-commerce*)?
2. Bagaimana hukum Islam terhadap perlindungan pembelian produk baju melalui jual beli online (*e-commerce*)?

C. Tujuan Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi pembeli produk baju dengan jual beli online (*e-commerce*).
2. Untuk mengetahui Bagaimana hukum islam tentang pembelian produk baju dengan jual beli online (*e-commerce*).

D. Manfaat Penelitian

1. Sebagai dasar pengetahuan penulis tentang perlindungan hukum pembeli jual beli online atau e-commerce.
2. Sebagai pengetahuan untuk penjual jual beli online atau e-commerce agar menerapkan perlindungan hukum sesuai dengan UU Nomor 8 tahun 1999.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi bagi mahasiswa maupun masyarakat untuk penelitian yang akandatang.

E. Kerangka Pemikiran

Jual Beli Online (e-commerce) merupakan salah satu kemajuan teknologi untuk memudahkan para konsumen dalam hal berbelanja. Dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 terdapat ketentuan perlindungan konsumen yang memusatkan pada Pasal 4 dan Pasal 5 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hak dan Kewajiban Konsumen yang isinya sebagai berikut :

Pasal 4 Hak konsumen adalah :

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;
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 yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5 Kewajiban konsumen adalah :

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar Sesuai Dengan Nilai Tukar Yang Disepakati;
4. Mengikuti Upaya Penyelesaian Hukum Sengketa
5. Perlindungan Konsumen Secara Patut.

Dan dengan adanya pasal diatas, konsumen paham kedudukan hak dan kewajibannya seperti apa pada saat membeli barang melalui e-commerce

Perlindungan hukum bagi pembeli produk baju dengan jual beli Online (E-Commerce)

1. Pasal 4 UUPK menyebutkan bahwa hak konsumen diantaranya; hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
2. Sebagai pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian
3. Pasal 8 UUPK melarang pelaku usaha untuk memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
4. konsumen sesuai Pasal 4 huruf h UUPK berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa

yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

5. Terkait dengan perlindungan konsumen, Pasal 49 ayat (1) PP PSTE menegaskan bahwa Pelaku Usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pada ayat berikutnya lebih ditegaskan lagi bahwa Pelaku Usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan. Lalu muncul pertanyaan bahwa bagaimana jika barang bagi pihak konsumen tidak sesuai dengan yang diperjanjikan
6. Pasal 49 ayat (3) PP PSTE mengatur khusus tentang hal tersebut, yakni Pelaku Usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi. Selain kedua ketentuan tersebut di atas, apabila ternyata barang yang diterima tidak sesuai dengan foto pada iklan toko online tersebut (sebagai bentuk penawaran), kita juga dapat menggugat Pelaku Usaha (dalam hal ini adalah penjual) secara perdata dengan dalih terjadinya wanpretasi atas transaksi jual beli yang Anda lakukan dengan penjual.

Hukum Islam Tentang Pembelian Produk Baju Dengan Jual Beli Online (E-Commerce)

1. Produk Halal. Kewajiban menjaga hukum halal-haram dalam objek perniagaan tetap berlaku, termasuk dalam perniagaan secara online,

mengingat Islam mengharamkan hasil perniagaan barang atau layanan jasa yang haram, sebagaimana ditegaskan dalam hadis: “Sesungguhnya bila Allah telah mengharamkan atas suatu kaum untuk memakan sesuatu, pasti Ia mengharamkan pula hasil penjualannya.” (HR Ahmad, dan lainnya). Boleh jadi ketika berniaga secara online, rasa sungkan atau segan kepada orang lain sirna atau berkurang. Tapi Anda pasti menyadari bahwa Allah ‘Azza wa Jalla tetap mencatat halal atau haram perniagaan Anda.

2. Kejelasan Status. Di antara poin penting yang harus Anda perhatikan dalam setiap perniagaan adalah kejelasan status Anda. Apakah sebagai pemilik, atau paling kurang sebagai perwakilan dari pemilik barang, sehingga berwenang menjual barang. Ataupun Anda hanya menawarkan jasa pengadaan barang, dan atas jasa ini Anda mensyaratkan imbalan tertentu. Ataupun sekadar seorang pedagang yang tidak memiliki barang namun bisa mendatangkan barang yang Anda tawarkan.
3. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Barang. Dalam jual beli online, kerap kali kita jumpai banyak pembeli merasa kecewa setelah melihat pakaian yang telah dibeli secara online. Entah itu kualitas kainnya, ataupun ukurannya yang ternyata tidak pas dengan badan. Sebelum hal ini terjadi kembali pada Anda, patutnya anda mempertimbangkan benar apakah harga yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas barang yang akan dibeli. Sebaiknya juga Anda meminta foto real dari keadaan barang yang akan dijual.

4. Kejujuran. Berniaga secara online, walaupun memiliki banyak keunggulan dan kemudahan, namun bukan berarti tanpa masalah. Berbagai masalah dapat saja muncul pada perniagaan secara online. Terutama masalah yang berkaitan dengan tingkat amanah kedua belah pihak.

F. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1. Metode Pendekatan

Dalam penulisan penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode pendekatan doktrinal dengan kata lain suatu pendekatan dengan cara meneliti sebuah bahan data sekunder. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif, dan didasarkan pada pendekatan yang dilakukan dengan menggunakan hukum yang dikonsepsikan sebagai norma-norma tertulis yang sudah benar, dibuat dan diundangkan oleh Pejabat yang berwenang yang menjadi landasan dan dasar untuk masyarakat dalam berbuat dan berperilaku dengan benar. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan peraturan perundang-undangan sebagai pedoman dalam kehidupan bermasyarakat khususnya dalam hal perlindungan hukum terhadap konsumen produk baju secara online atau e-commerce yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan menggambarkan suatu keadaan secara obyektif, sistematis dan menyeluruh mengenai permasalahan tentang perlindungan hukum terhadap masyarakat sebagai konsumen produk baju secara online.

3. Sumber dan Jenis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan Data Primer dan Data Sekunder, Data primer merupakan data yang didapat langsung dari ulasan yang diberikan terhadap aktivitas dan sistem jual beli baju yang terdapat pada e-commerce Shopee dan Instagram. masyarakat sebagai sumber pertama dengan melalui penelitian lapangan seperti melalui wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, dan peraturan perundang-undangan.

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui studi kepustakaan, yaitu mengumpulkan, mencari dan mendalami aktivitas pelaku usaha di e-commerce perihal sistem jual-beli baju online kemudian mengkaji peraturan perundang-undangan, buku-buku literature, karya tulis dari ahli hukum, dan putusan-putusan hakim yang terkait dengan permasalahan perlindungan konsumen atas produk baju yang dijual online.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif yaitu mengelompokkan dan menseleksi data-data yang diperoleh dari lapangan berdasarkan permasalahan yang telah ditentukan, kemudian dikaji dengan metode berfikir deduktif dihubungkan dengan teori-teori dari studi kepustakaan.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh dalam sistematika penulisan yang sesuai dengan pedoman penulisan skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, maka hasil penulisan ini disusun dalam 4 (empat) bab, Adapun secara garis besar dapat digambarkan sistematika penelitian ini sebagai berikut:

Bab I adalah Pendahuluan. Terdiri dari beberapa sub bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II adalah Tinjauan Pustaka. Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai tinjauan umum tentang Perlindungan Hukum, Perlindungan Konsumen, Sumber – Sumber Hukum Konsumen

Bab III adalah Hasil Penelitian dan Pembahasan. Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai perlindungan hukum bagi pembeli produk baju dengan jual beli online (e-commerce) dan hukum islam tentang pembelian produk baju dengan jual beli online (e-commerce).

Bab IV adalah Penutup. Dalam bab ini penulis akan menguraikan hasil kesimpulan dan saran dari penelitian.