

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemenuhan kebutuhan hidup menjadi sangat penting dalam masyarakat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, orang-orang selalu menggunakan transaksi jual beli. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan semakin pesatnya perkembangan pembelian produk seperti pembelian barang elektronik. Transaksi jual-beli di dalam perdagangan bisa terjadi ketika ada kecocokan antara permintaan dan penawaran pada produk elektronik yang diinginkan.

Jika konsumen atau masyarakat mengalami ketidakadilan yang dilakukan karena pelaku usaha, maka dari itu konsumen berhak mencari upaya hukum guna untuk melindungi hak-haknya sebagai konsumen. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumenn yang disingkat menjadi UUPK pada Pasal 1 angka (1), yang berbunyi: “Segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Dengan adanya UUPKK tersebut, masyarakat memiliki payung hukum untuk melindungi hak-haknya.

Dapat dilihat dari perkembangannya masyarakat mungkin merasa dirugikan atau juga merasa diuntungkan. Dirugikan jika produk yang di beli ternyata tidak sesuai atau ternyata memiliki kecacatan, dan merasa diuntungkan jika pemenuhan barang tersebut telah sesuai dengan permintaan

konsumen. Dalam kasus seperti inilah yang sering terjadi antara konsumen dan pelaku usaha.

Faktor utama yang terjadi adalah kelemahan konsumen seringkali dikarenakan kurangnya tingkat pemahaman hukum dan kesadaran akan hak-hak konsumen yang masih rendah, kondisi ini sering digunakan oleh para pelaku dan digunakan untuk bisa memperoleh keuntungan yang sebesar mungkin, dengan mengabaikan kewajiban yang sudah seharusnya dibebankan kepada mereka.¹ Konsumen seharusnya mempunyai hak penuh atas perlindungan tersebut, namun banyak orang tidak mengetahui bahwasanya perlindungan konsumen sudah di atur didalam undang-undang. Hal yang sama berlaku untuk pembelian online melalui internet.

Dalam perkembangan seperti zaman sekarang banyak toko online yang bermunculan. Maka dari itu begitu banyak orang menggunakannya untuk kepentingan pribadi melalui kecurangan dan menipu. Pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2011 sangatlah banyak toko-toko online yang mulai bermunculan baik dari situs internet maupun jejaring sosial. Toko tersebut biasanya memberikan dengan harga yang relatif rendah, kecanggihan internet yang semakin meningkat menjadi factor untuk mendorong tumbuhnya perdagangan melalui media online .

Perkembangan jual-beli dari media online ini diatur di dalam undang undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang

¹ “Perlindungan konsumen”, melalui www.sribd.com, diakses tanggal 30 Agustus 2021

akhirnya diubah dengan undang-undang No. 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik yang disingkat menjadi UU ITE.

Pada umumnya terjadi kesepakatan antara konsumen dengan pelaku usaha saat melakukan transaksi jual-beli melalui jejaring sosial. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata juga mengatur tentang berbagai jenis-jual beli termasuk salah satu jenis-jenis perjanjian, sedangkan jual beli melalui media online yang pada hakekatnya juga merupakan model transaksi jual beli terbaru yang menghubungkan inovasi teknologi seperti internet sebagai media perdagangan. Kemauan para pihak yang dilaksanakan dalam suatu kesepakatan adalah merupakan dasar pengikatan sebuah perjanjian, kehendak tersebut bisa dikatakan dengan bermacam cara baik secara tertulis maupun secara lisan dan mengikat para pihak dengan semua konsekuensi hukumnya.²

Dari harga yang normal dalam praktek seringkali meminta uang muka setengah harga terlebih dahulu di awal transaksi. Dan berjanji mengirimkan produk sesegera mungkin, namun keesokan harinya mereka meminta pembayaran secara lunas dengan alasan terdapat masalah administrasi. Dan berjanji untuk mengirimkan secepat mungkin. Namun setelah pembayaran secara lunas terjadi dari pihak pembeli, penjual kemudian langsung mematikan nomor handphone yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pembeli tersebut.³

² Suharmoko. 2004. Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus. Jakarta: Kencana, hlm 3

³ "Perkembangan Media online di Indonesia", melalui www.unpas.ac.id, diakses tanggal 30 Agustus 2021.

Jual beli melalui media online memberikan ketergantungan yang sangat luar biasa pada pembeli, dikarenakan jika pembeli ingin berbelanja tidak usah repot untuk keluar rumah, selain itu banyak pilihan barang atau jasa dengan harga yang lebih murah. Bisa dibayangkan ada juga hal yang negatif maupun positif. Dikatakan negatif karena menempatkan konsumen pada posisi yang lebih lemah dari pelaku usaha, yang dapat menimbulkan kekecewaan dan kerugian. Namun di sisi lain, keadaan ini juga bisa disebut positif karena kondisi ini bisa menawarkan keuntungan yang memungkinkan konsumen untuk bebas memilih barang atau jasa yang mereka inginkan, serta konsumen bebas memilih jenis dan kualitas barang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana pembelian barang yang tidak sesuai dengan kesepakatan atau pesanan. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan judul skripsinya yaitu: **“PENYELESAIAN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP BARANG YANG TIDAK SESUAI KESEPAKATAN (PESANAN)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pembahasan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram?

2. Bagaimana tanggung jawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual-beli melalui media sosial Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai penulis dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaturan hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui bagaimana tanggung jawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi pribadi penulis, khususnya bagi penulis agar lebih mengetahui mengenai tanggungjawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual-beli melalui media sosial khususnya Instagram.

b. Manfaat Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang ideal bagi studi hukum, khususnya ilmu hukum yang mengatur mengenai tanggung jawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual-beli melalui media sosial khususnya Instagram.

c. Manfaat Bagi Masyarakat

Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat secara luas serta dapat memberikan wawasan dalam bidang perlindungan konsumen, khususnya tanggung jawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram. Selain itu, sebagai informasi bagi masyarakat umum dan pengetahuan hukum yang dapat dijadikan untuk pedoman mengenai tanggung jawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual-beli melalui media sosial Instagram.

E. Kerangka Pemikiran

Menurut Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa “perlindungan konsumen adalah “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.” Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum.”⁴

1. Perlindungan Hukum Dari Sisi Pelaku Usaha.

⁴ Inosentius Samsul, *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), hlm.131.

Dalam hal tersebut, pelaku usaha wajib menunjukkan dan menampilkan identitasnya di situs web, berdasarkan survei dari pelaku usaha toko online, kami menemukan bahwasanya toko online yang hanya memasang alamat email dan nomor handphone tanpa memberikan alamat yang jelas dari pelaku usaha ataupun identitas yang lainnya. Pencantuman identitas ini dimaksudkan untuk menjamin kepastian hukum konsumen dalam bertransaksi. Keberadaan lembaga untuk menjamin kepastian toko online, menurut penelitian toko online yang berada di Indonesia tidak ada lembaga penjamin kepastian toko tersebut, supaya memungkinkan konsumen bertransaksi dengan toko-online yang palsu.⁵

2. Perlindungan Hukum Dari Sisi Konsumen.

Perlindungan dijamin atas kerahasiaan data pribadi, hal ini dapat di manfaatkan oleh pelaku usaha untuk dijual kepada pihak lain untuk tujuan periklanan, jika data pribadi tersebut tidak dijamin kerahasiannya.⁶

3. Perlindungan Hukum Dari Sisi Produk.

Di dalam perlindungan hukum terhadap konsumen dikenal dengan istilah product liability (tanggung jawab produk). Tanggung jawab-produk dilandaskan terhadap nilai-nilai yang intinya ditujukan untuk melindungi konsumen supaya menerima suatu produk baik barang ataupun jasa yang sesuai dengan harapan yang dijanjikannya sekaligus memberikan tanggung jawab oleh pihak produsen atau

⁵ Muhammad Khadafi. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E- commerce (Studi Kasus E-commerce Melalui Sosial Media Instagram). Jurnal Hukum Universitas Hidayadullah Jakarta, 2016, hlm 20.

⁶ Ibid.,, hlm 21.

pelaku usaha untuk dapat memberikan ganti rugi apabila produk yang diberikan menjadi penyebab timbulnya kerugian oleh pihak konsumen.⁷

Kata “produk” yang mengikuti istilah *product liability*, secara umum dapat diartikan sebagai “barang” yang secara nyata yang bisa dipegang dan dilihat, baik yang tidak bergerak ataupun yang bergerak. Akan tetapi dalam kaitan dengan masalah tanggung jawab produsen atau pelaku usaha, produk bukan hanya berupa produk yang dapat dilihat tetapi juga termasuk barang yang tidak dapat dilihat seperti listrik, produk alami (misal: makanan binatang peliharaan dengan jenis binatang lain), tulisan (misal: peta penerbangan yang diproduksi secara massal), atau perlengkapan tetap pada rumah.⁸

Product liability adalah tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan hukum yang menghasilkan produk (*producer, manufacture*) atau orang maupun badan hukum yang menjual atau mendistribusikan produk tersebut. Dalam *product liability*, konsumen menuntut ganti kerugian hanya diharuskan menunjukkan bahwa produk tersebut cacat pada waktu diserahkan oleh produsen dan telah menyebabkan kerugian pada konsumen. Umumnya cacat produk yang dialami konsumen, tanggung jawab pelaku usaha terletak pada cacatnya produk berakibat pada orang lain maupun produk lain. Dalam hal ini, *product liability* mengenal adanya tanggung jawab mutlak (*strict liability*).⁹

⁷ Renny Supriyatni Bachro, *Product Liability Sebagai Salah Satu Alternatif Perlindungan Terhadap Keamanan dan Keselamatan Konsumen*. Jurnal Sosiohumaniora, Vol. 5 No. 2, Maret 2003, hlm. 59.

⁸ Ibid.

⁹ Janus Sidabalok, 2010, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Jakarta: Citra Aditya Bakti, hlm. 119.

Pada dasarnya ada beberapa faktor utama yang menimbulkan terjadinya pertanggung jawaban produk, yakni:¹⁰

- a. terdapat pelaku usaha (produsen);
- b. terdapat konsumen;
- c. produk (barang) ;
- d. terjadi kerusakan pada produk ;
- e. konsumen mengalami kerugian dari kerusakan suatu produk yang digunakan.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk mengumpulkan informasi atau data serta mempelajari beberapa hukum tertentu dengan cara menganalisisnya¹¹ Oleh karena itu, penulis harus memutuskan terlebih dahulu metode manakah yang akan digunakan sebelum melakukan penelitian. Berikut ini ada juga metode yang akan digunakan penulis dalam melakukan penelitian yaitu:

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang akan digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu dengan cara menggunakan metode empiris, karena dalam penelitian ini penulis akan menganalisis dan memadukan bahan-bahan hukum yang di peroleh dilapangan yaitu tentang tanggung jawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual beli melalui media sosial.

2. Jenis Penelitian

¹⁰ Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2011, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, hal. 96-97

¹¹ Khudzaifah Dimiyati, 2014, *Metode Penelitian Hukum*, Surakarta: Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Hal 6.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah jenis penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif pada umumnya bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis.¹² Penelitian ini membahas tentang tanggung jawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual beli melalui media sosial.

3. Sumber Data

Sumber lain dicari dengan melalui penelitian:

a. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan digunakan penulis untuk mendapatkan data sekunder dengan menggunakan bahan hukum:

1) Bahan Hukum Primer

Data ini diperoleh dengan melakukan wawancara terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menjadi konsumen dalam transaksi jual beli melalui media sosial instagram yang merupakan responden terkait dengan permasalahan dalam penelitian.

2) Bahan Hukum Sekunder

Hal ini berkaitan erat dengan materi hukum dalam tanggung jawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual beli melalui media sosial instagram. Yang terdiri sebagai berikut:

- a. Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.
- b. Kitab undang-undang hukum perdata.

¹² Bambang Sunggono, 2012, Metodologi Penelitian Hukum, Jakarta: Raja Grafindo Persada, Hal 35.

3) Bahan Hukum Tersier

Merupakan data-data lain yang berhubungan dengan penelitian ini, berupa buku-buku, dokumen resmi, buku harian hasil penelitian yang berwujud laporan, maupun bahan pustaka yang lainnya. Fungsi dari data tersier yaitu untuk mendukung data sekunder dan data premier.

b. Penelitian Lapangan

Data yang didapat langsung dari sumber pertama.¹³ Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data primer yang dapat didapat melalui penetapan subyek yang diteliti yaitu dengan informan atau responden yang terlibat dalam transaksi jual beli melalui media sosial instagram, termasuk konsumen yang ada di sekitar penulis yang melakukan transaksi jual beli melalui media sosial Instagram.

4. Metode Pengumpulan Data

a) Studi Kepustakaan

Dilakukan dengan cara menghimpun, mengumpulkan, mempelajari ketiga bahan hukum diatas supaya mendapatkan informasi atau keterangan yang dibutuhkan oleh peneliti terkait dengan tanggung jawab hukum terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram.

b) Studi Lapangan

Pengumpulan data menggunakan teknik atau pendekatan untuk memperoleh data primer dengan cara mengamati objek datanya.

¹³ *Ibid.*, Hal 30.

Penulis akan melakukan dengan menggunakan:

1) Daftar Pertanyaan

Pertanyaan meliputi hal-hal yang diajukan kepada responden sehubungan dengan subyek penelitian, yang dapat membantu dan memudahkan penulis dalam mengolah data primer dalam penelitian ini.

2) Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode dimana seorang responden secara langsung memeriksa suatu objek penelitian untuk memperoleh data primer, dan dilakukan dengan wawancara secara langsung kepada yang bersangkutan untuk mendapatkan data dan tanggapan yang sesuai atau relevan dari responden.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis yaitu penelitian kualitatif, penelitian kualitatif yaitu metode dan teknik pengumpulan data melalui penggunaan dan analisis peraturan, literatur yang berkaitan dengan perlindungan konsumen terhadap barang yang tidak sesuai kesepakatan (pesanan) dalam transaksi jual beli melalui media sosial Instagram. Data sekunder milik penulis digabungkan dengan data primer yaitu pendapat responden (dilapangan), memungkinkan pengumpulan data dan penyusunan data dilakukan dengan cara sistematis (dianalisis secara kualitatif) dan dapat diuraikan dengan kalimat yang teratur sehingga dapat mencari pemecahannya yang akhirnya dapat ditarik kesimpulan.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan menggunakan uraian sistematis, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas pemahamannya dan lebih terarah terhadap permasalahan yang diteliti. Penulis membagi sistem penulisan menjadi empat bab, masing-masing beberapa bagian atau subbagian, seperti berikut:

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Metode Penelitian
- F. Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang materi tinjauan umum tentang jual beli online, subjek dan objek jual beli online, tinjauan umum tentang perjanjian jual beli, dan tinjauan umum tentang perlindungan hukum dalam jual beli online.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Pengaturan Hukum Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Kesepakatan (Pesanan) Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial Sesuai Pengaturan Yang Berlaku Di Indonesia
- B. Tanggung Jawab Hukum Terhadap Barang Yang Tidak Sesuai Kesepakatan (Pesanan) Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Sosial

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran