

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan teknologi terjadi hampir di seluruh aspek kehidupan manusia tidak terkecuali pada perdagangan. Semenjak awal kemunculan istilah perdagangan hanya dapat terjadi secara konvensional dimana penjual dan pembeli saling bertemu langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Namun sekarang perdagangan tidak lagi harus selalu bertatap muka. Kemunculan internet sebagai *new media* memunculkan paradigma baru dalam perdagangan. Menurut Imam Saputra terjadi perubahan yang lebih maju dalam hal kecepatan, kemudahan dan biaya internet yang murah, menjadikan pertimbangan tersendiri mengapa saat ini internet banyak digemari atau digunakan banyak orang, termasuk bertransaksi jual beli.¹

Munculnya internet meminimalisir kendala jarak dan waktu sehingga tidak menjadi halangan orang untuk melakukan sebuah transaksi. Selain digunakan sebagai sarana berkomunikasi, internet juga telah berkembang menjadi media untuk berbisnis. Pada dasarnya transaksi jual beli secara online tidaklah berbeda dengan transaksi secara konvensional.²

¹ Imam Sja Putra, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, Prenhalindo, Jakarta, 2002, hlm.92

² *Ibid*, hlm.92

Seiring berkembangnya perdagangan melalui internet, maka bisnis *virtual* juga mengalami perkembangan yang sama seperti *virtual store* dan *virtual company*. Para pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya mengandalkan bisnis perusahaan secara konvensional namun mulai beralih dengan secara *virtual* yaitu melalui media internet. Dengan adanya fenomena yaitu semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak di suatu bisnis dalam rangka meningkatkan produktivitas dan efisiensi produsen untuk menghasilkan barang dan/atau jasa dalam rangka mencapai tujuan dari usaha tersebut, maka keberadaan perlindungan hukum dipandang sangat penting bagi konsumen. Dalam rangka mengejar produktivitas dan efisiensi tersebut, pada akhirnya konsumenlah yang akan menanggung dampaknya, baik secara langsung maupun tidak langsung.³

Segala kemudahan yang diberikan internet, maka sangatlah wajar apabila saat ini perdagangan konvensional mulai ditinggalkan dan beralih melalui internet. Transaksi jual beli melalui system elektronik, memang sangat menjanjikan beberapa keuntungan bagi pelaku usaha dan konsumen akan tetapi pada saat yang bersamaan juga akan menimbulkan potensi kerugian bagi kedua belah pihak.⁴

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya memberi dampak yang positif dan sangat baik bagi masyarakat, membantu mobilitas karena aktifitas yang padat,

³ Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen pada Era Perdagangan Bebas dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm.33

⁴ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2005, hlm.342.

serta kemudahan bertransaksi tanpa mengenal batas negara dan wilayah. Berbagai kemudahan tersebut juga akan membawa masyarakat menjadi lebih maju, sejahtera dan mendatangkan segala kebaikan. Sebagaimana diterangkan dalam UUD 1945 Pasal 28 F, yang berisi:

Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.

Namun perkembangan teknologi tidak hanya memberi dampak baik bagi masyarakat, apabila ditinjau dari segi hukumnya terutama soal perlindungan konsumen. Dalam ruang lingkup pembicaraan hukum dan teknologi, perlindungan konsumen jadi hal yang sangat efektif dan penerapan teknologi tersebut ditengah masyarakat.⁵ Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia hanya berbasiskan pada sesuatu yang bersifat fisik namun belum kepada *virtual*.

Transaksi yang dilakukan melalui *e-commerce* saat ini telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mengatur mengenai pihak-pihak yang melakukan, persyaratan, penyelenggaraan, kewajiban pelaku usaha, iklan, penawaran, penerimaan, konfirmasi, kontrak, pembayaran, pengiriman barang, penukaran barang dalam perdagangan dengan sistem elektronik, perlindungan data pribadi, penyelesaian sengketa perdagangan melalui sistem elektronik hingga pengawasan dan

⁵ *Ibid*, hlm.342

pembinaan perdagangan melalui sistem elektronik. *E-commerce* adalah sebuah layanan internet yang dimanfaatkan untuk transaksi jual beli. Dengan *e-commerce* cukup banyak mengubah proses jual beli, yang awalnya diantara penjual dan pembeli saling tatap muka namun melalui *e-commerce* hal tersebut tidak perlu dilakukan, mereka saling berkomunikasi melalui internet. Di Indonesia *e-commerce* dimulai sejak tahun 1996, dengan berdirinya Dyviacom Intrabumi atau D-Net sebagai perintis transaksi online. Kehadiran *e-commerce* sebagai media transaksi baru tentunya menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen maupun produsen dan penjual. Dengan menggunakan internet, proses jual beli dapat dilakukan dengan menghemat waktu dan biaya. Aspek kemudahan menjadi prioritas utama yang tidak bisa di nomor duakan. Transaksi yang dilakukan secara online menjadi solusi dalam memecahkan masalah yang ada. Selain memberikan kemudahan *e-commerce* juga memiliki kelemahan salah satunya adalah membangun kepercayaan diantara dua belah pihak yang terlibat. Hal ini masih menjadi dilema karena ketika berbisnis secara online akan dilanda rasa waspada karena maraknya kasus penipuan online. Oleh sebab itu sangat penting bagi konsumen agar lebih berhati-hati dalam mencari produk serta tidak mudah tergiur dengan harga yang murah.

Pada tahun 2018 perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia berkembang dengan pesat, dan diperkirakan akan terus berkembang seiring semakin bertambahnya jumlah pelaku usaha di Indonesia. Data Sensus BPS menyebutkan

bisnis *e-commerce* ini dalam 10 tahun terakhir meningkat sebesar 17% dengan total jumlah *e-commerce* sebanyak 26,2 juta unit. Potensi perkembangan tersebut tidak lain karena dipengaruhi oleh gaya hidup generasi *milenial* yang menyukai berbelanja secara online mulai dari membandingkan harga, fitur dan promosi sebelum mereka memutuskan melakukan pembelian.

Dampak negatif dari bisnis *e-commerce* ini dapat dirasakan konsumen misalnya produk yang diterimannya tidak sama atau sesuai dengan produk yang dipajang melalui media sosial, ketidaksesuaian pesanan yang diterimannya, waktu penerimaan barang tidak sesuai perjanjian, nomor telepon penjual yang tidak dapat dihubungi oleh pembeli, hingga setelah melakukan pembayaran oleh pembeli, penjual menghilang tanpa ada konfirmasi lagi. Hal-hal tersebut merupakan dampak negatif dari *e-commerce* yang disalahgunakan beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab.

Namun masyarakat mempunyai hak untuk melaporkan pelaku penipuan tersebut karena konsumen berhak mendapat perlindungan hukum dari negara sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka (1), yang berisi segala upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Melalui Undang-Undang tersebut, masyarakat sudah memiliki payung hukum untuk melindungi hak-haknya sebagai pembeli. Apabila dilihat dari

perkembangannya masyarakat bisa saja merasa diuntungkan maupun dirugikan. Konsumen merasa diuntungkan apabila barang yang diterimanya sesuai dengan permintaan atau pemesanan konsumen, namun konsumen akan dirugikan apabila tidak sesuai dengan apa yang dipesannya.

Baru-baru ini marak terjadinya kasus penipuan yang mengatasnamakan Instagram. Kabar ini pertama kali diunggah oleh salah satu pengguna Facebook Adrianus F Tumewa pada Sabtu (11/5/2019). Dia mengunggah beberapa foto tangkapan layar dan mengaku sempat hamper tertipu dengan promo iklan IKEA “abal-abal” yang muncul di *feed* Instagram. Adrianus mengaku tidak menaruh curiga dengan profil akun pengiklan. Namun saat menuju laman landasnya terlihat mencurigakan.

Kemudian Adrianus pindah menggunakan laptopnya agar lebih jelas kelihatan. Ternyata *landing page* penipu tersebut memang khusus pengguna *mobile* saja. Ini terbukti kalau di desktop resolution, berantakan *layoutnya*. Karena masih penasaran, dia pun melanjutkan proses pembelian hingga ke tahap pembayaran melalui sebuah akun virtual BNI. Adrianus mencoba menelepon *call center* BNI 46 dan menanyakan tentang status akun virtual tersebut yang mengatasnamakan IKEA dan disarankan untuk mengajukan pengaduan langsung ke kantor cabang. Dia juga menelusuri domain laman pengiklan. Adrianus mengklaim, ada kemungkinan sang penipu mengetahui apabila sedang ditelusuri jejaknya.

Dalam bisnis *e-commerce* permasalahan perlindungan hukum adalah aspek penting yang perlu mendapat perhatian. Karakteristik khas dari *e-commerce* menempatkan konsumen pada posisi yang lemah atau dirugikan, seperti:

1. Perusahaan tidak memiliki alamat secara fisik sehingga sulit bagi pembeli untuk mengembalikan pesanan produk yang tidak sesuai tersebut.
2. Pembeli kesulitan mendapatkan jaminan berupa ganti rugi
3. Produk yang diterima tidak sesuai permintaan dan tidak *compatible* dengan perjanjian awal.

Konsumen selalu menjadi pihak yang lemah dikarenakan faktor pengetahuan hukum serta tingkat kesadaran masyarakat yang masih rendah dalam menuntut haknya, kondisi seperti ini terkadang dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab untuk menipu konsumennya dengan tidak mengindahkan kewajiban-kewajibannya sebagai pelaku usaha yang bertanggungjawab. Konsumen seharusnya sadar akan hak-haknya mendapatkan perlindungan hukum, akan tetapi masih banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya Undang-Undang Pelingdungan Konsumen tersebut.

Peraturan perundang-undangan yang mengatur kegiatan *e-commerce* terdapat didalam Undang-Undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Undang-Undang tersebut bertujuan salah satunya adalah memberikan kepastian hukum serta perlindungan konsumen bagi pihak-pihak yang terkait dalam kegiatan *e-commerce*. Namun pada kenyataannya masih

adanya anggapan di sebagian masyarakat bahwa Undang-Undang tersebut belum sepenuhnya berjalan dengan baik.

Sebagai seorang pembeli sudah seharusnya lebih jeli dalam membeli suatu produk. Didalam transaksi biasanya terdapat perjanjian-perjanjian yang berlaku antara pembeli dan penjual. Jual beli sudah diatur dalam KUHP Perdata, sedangkan *e-commerce* merupakan model transaksi modern yang mengimplementasikan inovasi teknologi seperti pemanfaatan internet sebagai media transaksi.⁶ Dalam Pasal 1 ayat (2) UU ITE disebutkan pengertian transaksi elektronik sebagai:

“Perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer dan/atau media elektronik lainnya”.

Dari definisi diatas, maka segala transaksi yang dilakukan dengan menggunakan computer atau media elektronik lainnya termasuk kedalam transaksi elektronik. Didalam Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik tersebut mengharuskan para pelaku usaha unruk memberikan informasi yang lengkap dan benar. Kewajiban tersebut sudah diatur di dalam Pasal 9 UU ITE yang berisi:

Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui system elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan, diantaranya:

1. Informasi yang memuat identitas serta status subjek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara.

⁶ Suharnoko, *Hukum Perjanjian; Teori dan Analisis Kasus*, Kencana, Jakarta, 2004, hlm.3

2. Informasi lain yang menjelaskan hal tertentu yang menjadi syarat sahnya perjanjian serta menjelaskan barang dan/atau jasa yang ditawarkan seperti nama, alamat, dan deskripsi barang/jasa.⁷

Banyaknya kasus laporan korban penipuan dalam transaksi online tersebut, membuat aparat penegak hukum dapat mengusut dan menjerat para pelaku tindak pidana sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Para pelaku penipuan tersebut akan dijerat dengan Pasal 378 Kitab Undang –Undang Hukum Pidana (KUHP) maupun UU ITE. Sanksi yang diberikan kepada pelaku penipuan tersebut adalah harus membayar atau mengganti rugi kerugian yang diderita korban. Hal tersebut berdasarkan pada ketentuan Pasal 98 ayat (1) KUHP yaitu jika suatu perbuatan yang menjadi dasar dakwaan di dalam suatu pemeriksaan perkara pidana oleh Pengadilan Negeri menimbulkan kerugian bagi orang lain, maka hakim sidang atas permintaan orang itu dapat menetapkan untuk menggabungkan perkara gugatan ganti rugi kepada perkara pidana itu. Dalam Pasal 378 KUHP dirumuskan:

Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain dengan melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat ataupun dengan rangkaian kebohongan menggerakkan orang lain untuk menyerahkan sesuatu benda kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang, diancam karena penipuan dengan pidana penjara paling lama 4 tahun.

Dalam pasal 28 ayat (1) UU ITE dijelaskan secara tegas bahwa setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong serta menyesatkan yang berakibat pada kerugian yang dialami konsumen dalam transaksi elektronik,

⁷ Teguh Afriyadi, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Belanja Online*, <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt50bf69280b1ee/perlindungan-hukum-bagi-konsumen-belanja-online> , diunduh pada tanggal 08 Oktober 2019.

maka dapat dikenakan sanksi pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 45 ayat (2) UU ITE yakni setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000.000 (satu milyar rupiah).

Hingga saat ini perlindungan hukum bagi korban penipuan transaksi online belum sepenuhnya berjalan optimal. Hal tersebut dikarenakan sulitnya mengidentifikasi para pelaku penipuan tersebut yang menggunakan nama serta alamat palsu. Selain itu tidak pernah bertemunya pembeli dan penjual membuat penyelidikan menjadi semakin sulit untuk mengungkap pelaku kejahatan tersebut. Sulitnya aparat penegak hukum dalam melakukan pemeriksaan dan penindakan juga karena masih terbatasnya bukti-bukti yang ditemukan dengan teknologi informasi dan kode-kode digital yang memerlukan kemampuan sumber daya manusia serta peralatan computer forensic yang baik

Negara ini belum sepenuhnya hadir melindungi konsumen. Kehadiran negara memberikan iklim percaya diri bertransaksi dalam pasar, yang terdiri dari unsur masyarakat konsumen, dunia usaha dan pemerintah itu sendiri. Tuntutan bahwa negara harus hadir melindungi konsumen merupakan amanat konstitusi. Saat ini masih banyak maraknya insiden perlindungan konsumen dimana konsumen menjadi korban. Konsumen tidak hanya rugi materil, tetapi juga berakibat fatal. Semua ini persoalan serius perlu perhatian dan kehadiran negara untuk mewujudkan perlindungan konsumen yang berkeadilan dan berdaya.

Permasalahan yang dihadapi oleh konsumen semakin kompleks dan rumit. Kompleksitas permasalahan konsumen tersebut merupakan hasil proses pembangunan, perkembangan ekonomi nasional dan global. Disamping itu, dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi semakin memperluas ruang gerak, dimana saat ini arus transaksi baik yang berupa produk atau jasa melintas batas- batas wilayah di satu negara.

Revolusi teknologi digital berkembang sedemikian rupa mentransformasikan perubahan pada pola, proses produksi dan transaksi barang jasa. Revolusi teknologi digital ini mengubah cara pandang dan pola transaksi konsumen di penjuru dunia. Masyarakat konsumen berhadapan berhadapan dengan lahirnya internet, berlanjut memunculkan *smartphone* dan *e-commerce*. Semua ini menjadi tantangan serius dan memerlukan perhatian segera oleh negara. Negara harus hadir mewujudkan konsumen yang berkeadilan dan berdaya.

Di Indonesia, kehadiran negara dimanifestasikan utamanya melalui UUPK dan Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Perpres Nomor 50 Tahun 2017). Didalam strategi tersebut, termuat amanat untuk memperkuat Lembaga Perlindungan Konsumen baik di tingkat Pusat maupun Daerah. Dalam Strategi Nasional Perlindungan Konsumen (Perpres Nomor 50 Tahun 2017) Pasal 2 tujuan STRANAS salah satunya adalah mendorong peningkatan taraf kesejahteraan di masyarakat dan menciptakan iklim usaha serta membangun hubungan yang berkeadilan diantara para pelaku usaha dengan konsumennya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Kerugian Konsumen Atas Pemanfaatan Instagram Dalam Transaksi Online Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk pertanggung jawaban dari pelaku usaha terhadap informasi yang tidak benar atas pemanfaatan Instagram dalam transaksi online?
2. Bagaimana bentuk ganti rugi yang diberikan pelaku usaha untuk kepastian hukum bagi konsumen atas pemanfaatan Instagram dalam transaksi online?
3. Kendala dan solusi apa dalam upaya memberikan keadilan bagi konsumen apabila ganti rugi tidak berhasil?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengkaji bentuk pertanggung jawaban dari pelaku usaha terhadap informasi yang tidak benar atas pemanfaatan Instagram dalam transaksi online.
2. Untuk mengetahui dan mengkaji bentuk ganti rugi yang diberikan pelaku usaha untuk kepastian hukum bagi konsumen atas pemanfaatan Instagram dalam transaksi online.
3. Untuk mengetahui dan mengkaji kendala dan solusi apa dalam upaya memberikan keadilan bagi konsumen apabila ganti rugi tidak berhasil.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat/kegunaan baik kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis:

1. Kegunaan Teoritis
 - a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumbangan pemikiran untuk pengembangan ilmu hukum pada umumnya dan khususnya mengenai bentuk pertanggung jawaban dari pelaku usaha terhadap informasi yang tidak benar atas pemanfaatan Instagram dalam transaksi online.
 - b) Penelitian ini dapat memberikan referensi secara akademik di bidang ilmu hukum.

2. Kegunaan Praktis

- a) Bagi peneliti diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai bentuk pertanggung jawaban dari pelaku usaha terhadap informasi yang tidak benar atas pemanfaatan Instagram dalam transaksi online.
- b) Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini menjadi sumber informasi bagi masyarakat yang akan bertransaksi secara online agar lebih berhati-hati.

E. Kerangka Pemikiran

Hukum banyak sekali seginya dan luas sekali cakupannya karena hukum mengatur semua bidang kehidupan masyarakat, tidak hanya masyarakat suatu bangsa tetapi juga masyarakat dunia yang selalu mengalami perkembangan dan perubahan terus menerus. Perkembangan sejarah kehidupan umat manusia senantiasa menyebabkan terjadinya perubahan tentang apa yang di maksud dengan hukum dari masa kemasa, sebelum manusia mengenal Undang-Undang hukum identik dengan kebiasaan dan tradisi yang menjadi pedoman dalam kehidupan.⁸

Hans Kelsen mengartikan hukum adalah tata aturan (*rule*) sebagai suatu sistem aturan-aturan (*rule-rules*) tentang perilaku manusia. Dengan demikian hukum tidak menumpuk pada satu aturan tunggal (*rule*) tetapi seperangkat aturan (*rules*)

⁸ Ahmad Ali, 2008, Menguak Tabir Hukum, Jakarta, Ghalia Indonesia, Hlm. 12.

yang memiliki satu kesatuan sehingga dapat dipahami sebagai suatu sistem, konsekuensinya adalah tidak mungkin memahami hukum jika hanya memperhatikan satu aturan saja.⁹

Kegiatan jual beli yang dilakukan dengan menggunakan media internet ini disebut jual beli online atau transaksi elektronik karena dalam pelaksanaannya harus menggunakan perangkat elektronik. Dalam Pasal 1 ayat (2) Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang- undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik:

“Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya”.

Salah satu media sosial yang sering digunakan untuk melakukan transaksi jual beli online yaitu instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan para pengguna instagram untuk dapat mengunggah foto dan video di akun pribadinya miliknya dan bisa dilihat oleh pengguna akun instagram lainnya.¹⁰ Keuntungan dari adanya media sosial Instagram dalam kegiatan perdagangan yaitu pemilik akun instagram yang berprofesi sebagai penjual dapat menawarkan dagangannya dengan cara mengunggah foto atau video produk-produk yang dimilikinya beserta informasi mengenai kondisi produk yang ditawarkannya.

⁹ Jimly Ashiddiqie dan Ali Safa'at, *Teori Hans Kelsen tentang Hukum*, 2005, Jakarta: Sekjen dan Kepaniteraan MK-RI, 2006, hal.13.

¹⁰ Fathul Husan dan Jaya Creativity, 2015, *Buku Pintar Bisnis Online*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, hal 4.

Transaksi yang dilakukan secara *online* saat ini sangat digemari oleh banyak orang karena dinilai praktis, serta menawarkan beragam produk dengan harga yang terjangkau. Berbagai *online shop* kini banyak hadir diberbagai jenis *platform* media sosial, website maupun *market place*. Meski diminati banyak orang, transaksi *online* juga dapat permasalahan hukum, seperti tindak pidana penipuan. Kasus seperti ini kerap terjadi karena tidak dilakukannya tatp muka saat terjadinya transaksi. Kasus penipuan yang marak sekarang ini adalah penjual tidak mengirimkan barang yang dipesan pembeli, atau penjual menghilang dan kabur tidak dapat dihubungi setelah barang dibayar oleh pembeli.

Pedoman yang digunakan dalam mengatur transaksi *online* adalah Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-Undang ini disusun dengan tujuan menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, meskipun didalamnya tidak secara khusus mengatur mengenai transaksi *online*.

Dalam Pasal 28 Ayat (1) UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik jo Pasal 45A Ayat (1) UU Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dirumuskan dalam satu naskah sebagai berikut:

" Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan

pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)."

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada di posisi yang lemah.¹¹

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahannya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri. Dalam bidang hukum, istilah ini masih relative baru, khususnya di Indonesia.¹²

Pengertian perlindungan konsumen di kemukakan oleh Az. Nasution adalah bagian dari hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur hubungan dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.¹³ Menurut Pasal 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁴

¹¹ Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, PT. RajaGrafindoPersada, Jakarta, 2011, hlm.1

¹² Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2014, hlm.7.

¹³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm.22.

¹⁴ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2013, hlm.21.

Masalah perlindungan hukum masih menjadi topik yang selalu diperbincangkan. Permasalahan ini tidak akan pernah habis dan akan selalu menjadi bahan perbincangan di masyarakat. Selama masih banyak konsumen yang dirugikan, masalahnya tidak akan pernah tuntas. Oleh karena itu, masalah perlindungan konsumen perlu diperhatikan¹⁵.

Menurut Syawali dan Imaniyati pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha.
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
4. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktek usaha yang menipu dan menyesatkan.
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain¹⁶.

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan ada lima unsur asas perlindungan konsumen, yaitu:

- a. Asas manfaat, maksud asas ini adalah untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan, asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

¹⁵ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visimedia, Jakarta, 2008, hlm.1.

¹⁶ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 2000, hlm.7

- c. Asas keseimbangan, asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. Asas kepastian hukum, asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha harus dapat dimintakan pertanggung jawab yaitu jika perbuatannya telah melanggar hak-hak dan kepentingan konsumen, menimbulkan kerugian, atau kesehatan konsumen terganggu.¹⁷ Pengertian tanggung jawab dalam Bahasa Inggris diterjemahkan dari kata *responsibility* atau *liability*, sedangkan dalam Bahasa Belanda yaitu *vereentwoodelij* atau *aansparrkelijheid*. Suatu konsep yang terkait dengan teori kewajiban hukum adalah konsep tanggung jawab hukum (*liability*). Seseorang secara hukum dikatakan bertanggung jawab untuk suatu perbuatan tertentu adalah bahwa dia dapat dikenakan karena perbuatannya sendiri yang membuat orang lain tersebut harus bertanggung jawab. Menurut teori tradisional terdapat 2 (dua) bentuk pertanggung jawaban hukum, yaitu berdasarkan kesalahan (*based on fault*) dan pertanggung jawaban mutlak (*absolute responsibility*).

¹⁷ Happy Susanto, *op.cit*, hlm.38

Bentuk-bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, antara lain:¹⁸

- a. *Contractual liability*, yaitu tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan.
- b. *Product liability*, yaitu tanggung jawab perdata terhadap produk secara langsung dari pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk yang dihasilkan. Pertanggungjawaban produk tersebut didasarkan pada Perbuatan Melawan Hukum (tortius liability). Unsur- unsur dalam tortius liability antara lain adalah unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian dan hubungan kasualitas antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.
- c. *Professional liability*, yaitu tanggung jawab pelaku usaha sebagai pemberi jasa atas kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat memanfaatkan atau menggunakan jasa yang diberikan.
- d. *Criminal liability*, yaitu pertanggungjawaban pidana dari pelaku usaha sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara.

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak tersebut.¹⁹ Kebijakan yang ada didalam hukum perlindungan konsumen sebagaimana disampaikan oleh Prof. Hans W. Micklitz secara garis besar dapat ditempuh dua model kebijakan yaitu:

- a. Kebijakan yang bersifat komplementer, yaitu kebijakan yang mewajibkan pelaku usaha memberikan yang memadai kepada konsumen (ha katas informasi).

¹⁸ Edmon Makarim, Pengantar Hukum Telematika, Badan Penerbit FH UI, Rajawali Pers, Jakarta, 2005, hlm. 268-378.

¹⁹ Celina Tri Siwi kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2014, hlm.92

- b. Kebijakan kompensatoris, yaitu kebijakan yang berisikan perlindungan terhadap kepentingan ekonomi konsumen (hak atas kesehatan dan keamanan).²⁰

Tanggung jawab pelaku usaha sudah diatur dalam Undang-Undang

Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 Pasal 19 yaitu:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dengan tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pelaku usaha harus bertanggung jawab dengan menjalankan kewajiban-kewajibannya yang tertuang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 Pasal 7 disebutkan kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi oleh seorang pelaku usaha diantaranya:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahannya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

²⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2004, hlm.60

- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Maksud dari “informasi yang benar, jelas dan jujur” adalah informasi yang didalamnya memuat identitas pelaku usaha, status hukum serta kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara maupun perantara. Informasi yang menjelaskan syarat sahnya perjanjian dan mendeskripsikan barang dan/atau jasa yang ditawarkan seperti nama, alamat, kelengkapan barang. Hingga saat ini para pelaku usaha tidak mengetahui kewajibannya sebagai pelaku usaha, seperti tidak mencantumkan alamat dan nomor telepon penjual sehingga dapat merugikan konsumen.

Permasalahan utama yang sering terjadi pada perdagangan elektronik adalah minimnya informasi diantara pihak penjual dan pembeli, informasi menjadi hal yang sangat penting karena dalam bertransaksi secara *online* tidak adanya interaksi secara tatap muka diantara keduanya. Baik pihak penjual maupun pembeli merasa khawatir apabila salah satu pihak tersebut tidak melaksanakan kewajibannya dan menyebabkan kerugian bagi kedua belah pihak.

Apabila ditemui adanya pelanggaran berupa pemberian informasi yang tidak benar oleh pelaku usaha, maka dalam Pasal 23 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 disebutkan bahwa:

“Pelaku usaha yang menolak yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3) dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen”.

Dalam upaya melindungi hak-hak konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Perundang-Undangan lainnya menerapkan sanksi administrative maupun sanksi pidana kepada pelaku usaha jika dalam menjalankan atau menawarkan produknya, pelaku usaha terbukti melanggar ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan. Di Indonesia secara umum dikenal sekurang-kurangnya tiga jenis sanksi hukum, yaitu:

1. Sanksi hukum pidana
2. Sanksi hukum perdata
3. Sanksi administratif

F. Metode Penelitian

Pada dasarnya metode penelitian dilakukan untuk mendapatkan data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Menurut Abdulkadir Muhammad, penelitian hukum adalah kegiatan ilmiah yang didasarkan kepada metode sistematis dan pemikiran tertentu, dengan jalan menganalisisnya. Selain itu juga diadakannya pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut

untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan yang timbul.²¹

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif.

1. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini termasuk dalam deskriptif analisis. Menurut pendapat Soemitro mendefinisikan deskriptif analisis sebagai berikut: penelitian yang menggambarkan peraturan perundang -undangan yang berlaku dikaitkan dengan teori-teori hukum positif yang menyangkut permasalahan yang sedang diteliti .²²

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara yuridis normatif, seperti disampaikan oleh Johnny Ibrahim yang mengatakan bahwa penelitian yuridis normative difokuskan untuk mengkaji penerapan kaidah- kaidah atau norma-norma dalam hukum positif.²³ Sedangkan menurut Soemitro, yuridis normative adalah:

“Pendekatan yang menggunakan konsep *legis positivis*. Konsep ini memandang hukum identik dengan norma-norma tertulis yang dibuat dan diundangkan oleh lembaga atau pejabat berwenang. Konsep ini memandang hukum sebagai suatu sistem normatif yang bersifat mandiri, tertutup dan terlepas dari kehidupan masyarakat yang nyata”²⁴

²¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT. Cipta Aditya Bakti, Bandung, 2004, hlm.32

²² Soemitro, Ronny Hanitijo, *Metode Penelitian Hukum dan Yurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1988, hlm.11

²³ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia Publishing, Malang, 2006, hlm.295

²⁴ Soemitro, Ronny Hanitijo, *op., cit*, hlm 11

3. Tahap Penelitian

Tahapan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Studi kepustakaan (*library research*)

Pada tahap ini peneliti akan mengumpulkan data dengan melakukan serangkaian kegiatan membaca, menelaah, mengutip dari bahan kepustakaan serta melakukan pengkajian pada peraturan perundang-undangan yang terkait dengan penelitian ini. Adapun bahan hukum yang digunakan adalah primer, sekunder dan tersier.

- 1) Primer, bahan hukum ini mempunyai kekuatan yang mengikat seperti norma-norma dasar atau peraturan perundang-undangan yang terkait dengan penelitian ini seperti UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan UU No.11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- 2) Sekunder, merupakan bahan hukum yang berisikan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Bahan hukum ini tidak berkekuatan mengikat seperti buku-buku, jurnal, makalah, artikel di internet yang relevan dengan penelitian ini.
- 3) Tersier, merupakan bahan hukum yang sifatnya sebagai pelengkap dari kedua bahan hukum primer dan sekunder, seperti Kamus Hukum, Kamus Bahasa Indonesia dan Kamus Bahasa Inggris.

- b) Studi lapangan (*field research*), mengutip pendapat dari Soerjono Soekanto merupakan cara untuk memperoleh data melalui observasi untuk menggali keterangan-keterangan yang akan diolah dan dikaji berdasarkan peraturan yang berlaku.²⁵

4. Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian terbagi dalam 2 macam yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Soekanto dan Mumudji bahwa data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari narasumber, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari bahan-bahan pustaka.²⁶

5. Alat Pengumpul Data

Alat pengumpulan data yang membantu penulis dalam memperoleh data dan informasi berupa:

- a) Memo atau buku tulis sebagai media bagi peneliti menulis data-data yang ditemukan.
- b) *Voice recorder* melalui telepon seluler sebagai perekam suara pada saat wawancara.
- c) Untuk mendapatkan data atau informasi melalui internet menggunakan laptop yang terhubung dengan jaringan wi-fi.
- d) *Flashdisk* sebagai media penyimpanan data.

²⁵ Soerjono Soekanto, *Penelitian Hukum Normatif "Suatu Tujuan Singkat"*, Rajawali Pers, Jakarta, 2006, hlm.11

²⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mumudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm.12

6. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah yuridis kualitatif. Mengutip pendapat Rasjidi mengatakan bahwa yuridis merupakan penelitian yang bertitik tolak pada peraturan perundang-undangan yang ada sebagai hukum positif dan kualitatif merupakan tanpa menggunakan angka, rumus statistic dan matematis.²⁷

7. Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis terbagi menjadi dua yaitu:

a) Studi kepustakaan ini mengambil lokasi di:

1. FH UNPAS Bandung yang beralamat di Jl. Lengkong Dalam No.17 Bandung
2. FH UNPAD Bandung yang beralamat di Jl. Dipati Ukur No.35 Bandung
3. BAPSUDA (Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah) yang beralamat di Jl. Kawalayaan Indah II No.4 Bandung

b) Penelitian lapangan yang mengambil lokasi di:

²⁷ Lili Rasjidi, *Menggunakan Teori Konsep dalam Analisis di Bidang Ilmu Hukum*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2007, hlm.7

1. *Pick Up Point* IKEA-Bandung yang beralamat di Jalan Parahyangan Raya No. Kav. 3 Kertajaya. Padalarang Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40553.

8. Jadwal Penelitian

Untuk jadwal penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Kegiatan	2019		2020						
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei-Jul	Ags	Sept
Persiapan penyusunan UP									
Seminar UP									
Tahap persiapan penelitian									
Tahap pengumpulan data									
Tahap pengolahan data									
Menganalisis data									
Menyusun hasil penelitian									
Sidang komprehensif									
Perbaikan									
Penjilidan									
Pengesahan									

G. Sistematika Penulisan/Outline dan Daftar Pustaka

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran dan metode penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Pengertian Internet
- B. Pengertian Jurnalistik
- C. Media Sosial
- D. Peran dan Fungsi Media Sosial
- E. Instagram
- F. *Online Shop*
- G. Hubungan Fenomenologi dengan *Online Shop* dalam Media Sosial Instagram

BAB III TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DLAAM PROSES JUAL BELI *ONLINE* (INSTAGRAM)

- A. Definisi *E-Commerce*
- B. Legalitas Transaksi *E-Commerce* Melalui Media Internet.
- C. Jenis dan Transaksi *E-Commerce*
- D. Tahap-Tahap Transaksi Perdagangan Elektronik (*E-Commerce*)
- E. Bentuk Pelanggaran Hak Konsumen

BAB IV ANALISIS TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP KERUGIAN KONSUMEN ATAS PEMANFAATAN INSTAGRAM DALAM TRANSAKSI *ONLINE* DIHUBUNGKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN

KONSUMEN JO. UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG PERUBAHAN ATAS UNDANG-UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK

- A. Bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha terhadap informasi yang tidak benar atas pemanfaatan Instagram dalam transaksi online.
- B. Bentuk ganti rugi yang diberikan pelaku usaha untuk kepastian hukum bagi konsumen atas pemanfaatan Instagram dalam transaksi online.
- C. Kendala dan solusi dalam upaya memberikan keadilan bagi konsumen apabila ganti rugi tidak berhasil.

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran