

BAB I

LATAR BELAKANG PEMILIHAN MASALAH HUKUM

Kemajuan teknologi informasi, khususnya internet dan media sosial, telah mengubah tatanan perdagangan global, termasuk dalam praktik jual beli secara online. Di antara berbagai platform media sosial yang digunakan untuk tujuan perdagangan, Instagram telah menjadi salah satu medium yang paling populer dan strategis. Fitur visual dan jangkauan luas dari Instagram menjadikannya wadah ideal bagi pelaku usaha, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), untuk memasarkan produk dan menjalin interaksi langsung dengan konsumen. Dengan popularitasnya yang tinggi, platform Instagram memungkinkan individu untuk menjual berbagai barang, dari produk *fashion* hingga elektronik kepada konsumen di seluruh dunia. Namun, kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh transaksi daring juga membawa tantangan baru dalam hal perlindungan konsumen dan penegakan hukum.

Transaksi elektronik adalah suatu tindakan hukum yang melibatkan kesepakatan antara penjual dan pembeli dengan memanfaatkan media seperti gadget, komputer, jaringan internet, atau sarana elektronik lainnya sebagaimana diatur dalam UU ITE. Hubungan hukum yang terbentuk secara elektronik ini mencakup kegiatan jual beli dengan mengintegrasikan perangkat berbasis elektronik, seperti komputer dan gadget, serta didukung oleh sistem komunikasi berbasis jaringan, yaitu internet. Istilah lain yang sering digunakan untuk transaksi elektronik (e-commerce) meliputi perjanjian perdagangan digital, aktivitas jual beli

secara elektronik, dan kesepakatan bisnis melalui website. Dengan demikian, transaksi elektronik adalah bentuk aktivitas jual beli yang terjadi antara pedagang dan konsumen dengan menggunakan alat-alat elektronik sebagai sarana serta jaringan internet sebagai sistem koneksinya, sehingga tahapan memesan produk dan pembayaran atas transaksi yang berlangsung sampai dengan pengiriman barang disampaikan melalui platform elektronik yang terhubung ke internet (Kesuma dkk., 2020).

Salah satu permasalahan utama yang kerap muncul dalam transaksi daring, termasuk di Instagram adalah barang yang diiklankan ternyata fiktif. Kasus seperti ini merugikan konsumen, baik dari segi finansial maupun psikologis, dan menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana pertanggungjawaban pidana penjual dapat ditegakkan. Berbeda dengan platform e-commerce yang terstruktur dengan peraturan ketat dan sistem pengawasan, Instagram tidak memiliki mekanisme regulasi yang komprehensif untuk memastikan keabsahan transaksi dan produk yang dijual. Hal ini menyebabkan banyak konsumen menjadi korban penipuan, yang pada gilirannya menuntut penegakan hukum yang jelas dan tegas.

Seperti kasus yang menimpa seorang wanita yang berinisial LH yang pada bulan Agustus 2024 menjadi korban penipuan jual beli daster secara online di Instagram. Pelaku menggunakan akun Online Shop bernama @kdk.clothes_, di akun tersebut terdapat banyak postingan iklan daster bermotif cantik dengan harga promo Rp100.000 untuk 3 potong dengan tampilan foto produk yang meyakinkan. LH tertarik untuk membeli daster tersebut karena motifnya yang cantik dengan harga yang relatif murah. Setelah LH melakukan pemesanan dan mentransfer

sejumlah uang, beberapa hari kemudian pelaku memblokir semua akses komunikasi dengan korban dan pelaku tidak mengirimkan barang sebagaimana yang telah dijanjikan.

Kasus seperti itu menjadi semakin kompleks mengingat karakteristik platform media sosial Instagram sebagai perantara yang cenderung pasif, berbeda dengan platform e-commerce yang memiliki peraturan dan kebijakan internal yang lebih ketat. Instagram tidak berperan secara aktif dalam mengawasi transaksi dan hanya menyediakan ruang bagi pengguna untuk bertransaksi. Oleh karena itu, perlu dikaji mengenai pertanggungjawaban pidana pelaku penipuan dalam transaksi jual beli di online shop instagram.

Selain itu, kurangnya kesadaran hukum di kalangan konsumen mengenai hak-hak mereka sering kali membuat mereka enggan untuk melaporkan kasus-kasus semacam ini. Hal ini diperparah dengan ketidakjelasan prosedur pengaduan dan penegakan hukum dalam kasus-kasus yang melibatkan transaksi daring. Di sisi lain, penjual yang melakukan tindakan penipuan sering kali memanfaatkan celah regulasi dan kelemahan dalam sistem pengawasan platform untuk menghindari tanggungjawab hukum.

Berdasarkan kasus di atas, perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli online melalui media sosial menjadi penting untuk menjamin kepastian hukum dan memberikan rasa aman bagi para pihak yang terlibat. Dalam konteks ini, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia menjadi landasan hukum utama untuk melindungi hak-hak

konsumen. Namun, keberlakuan undang-undang tersebut terutama ditujukan untuk transaksi konvensional di toko fisik dan belum secara eksplisit mengakomodasi perubahan pola transaksi yang dominan dilakukan melalui media sosial.

Perlindungan hukum merupakan langkah yang diambil oleh pemerintah untuk memberikan perlindungan melalui berbagai peraturan yang telah ditetapkan. Sementara itu, ketentuan mengenai perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada Pasal 1 ayat (1) undang-undang tersebut dijelaskan bahwa perlindungan konsumen mencakup segala upaya yang bertujuan untuk menjamin kepastian hukum dalam rangka melindungi hak-hak konsumen. Kemudian Pasal 1 ayat (2) mendefinisikan bahwa konsumen adalah setiap individu yang memanfaatkan barang dan/atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan pribadi, keluarga, pihak lain, maupun makhluk hidup lainnya, dengan tujuan selain untuk diperdagangkan. Selanjutnya, Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha dapat berupa individu maupun badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik secara individu maupun secara bersama-sama melalui kesepakatan, menjalankan kegiatan bisnis di berbagai sektor ekonomi.

Transaksi jual beli secara online cenderung menimbulkan risiko kerugian yang lebih besar bagi konsumen dibandingkan dengan pelaku usaha. Selain jaminan yang diberikan oleh pelaku usaha, diperlukan juga perlindungan dari pemerintah.

Perlindungan ini sebaiknya diwujudkan dalam bentuk undang-undang yang dapat memperkuat posisi konsumen (Sinaga dkk., 2023).

Dengan demikian, teknologi yang diciptakan oleh manusia tidak selalu menghasilkan hal-hal yang positif tetapi dapat juga menghasilkan berbagai dampak negatif. Disinilah salah satu arti penting perlunya peraturan perundang-undangan di bidang teknologi informasi. Dalam konteks hukum Indonesia, terdapat beberapa peraturan yang dapat dijadikan dasar untuk mengevaluasi tindakan penipuan, termasuk Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), UU ITE dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 378 KUHP secara spesifik mengatur tentang tindak pidana penipuan, secara khusus relevan untuk mengevaluasi perbuatan yang dilakukan oleh penjual secara sadar dan disengaja menyesatkan konsumen demi keuntungan pribadi. Sementara itu, UU ITE secara tegas mengatur larangan penyebaran berita bohong atau informasi yang menyesatkan yang merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Di sisi lain, Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur hak-hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha dalam memastikan barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan informasi yang diberikan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk membuat memorandum hukum dengan judul **“TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERTANGGUNGJAWABAN PIDANA DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI ONLINE SHOP INSTAGRAM”**.