

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi *handphone* sangatlah pesat, hal itu dilihat dari setiap tahun banyak sekali seri *handphone* dengan berbagai merek mengeluarkan produk terbaru dengan menonjolkan fitur-fitur yang mendukung aktifitas hidup manusia diantaranya adalah multimedia, game, *e-mail* dan layanan internet lainnya. Perkembangan teknologi *handphone* telah membawa dampak yang cukup besar dalam cara kita berkomunikasi, bermain, bekerja, dan berinteraksi dengan dunia sekitar. Tentu dengan perkembangan tersebut akan membuat banyaknya desakan mengenai keperluan akan peralihan informasi yang sangat cepat dan akurat, sehingga peran teknologi informasi menjadi sangat penting bagi kehidupan manusia. Tidak adanya lagi batasan antara jarak, ruang, maupun waktu yang membuat manusia dapat terhubung satu sama lain dengan mudah berkat adanya perkembangan teknologi informasi.

Dengan penggunaan teknologi tersebut tentunya telah banyak dalam memberikan kelancaran terhadap manusia untuk melaksanakan pekerjaan/kegiatan sehari-hari. Misalnya, dalam dunia bisnis, *e-commerce* mengacu pada praktik melakukan transaksi bisnis semata-mata melalui media elektronik yang terhubung secara *online*, daripada mengharuskan konsumen dan pelaku usaha untuk bertemu langsung seperti yang mereka lakukan di pasar tradisional. *E-commerce* merupakan bentuk sistem perdagangan barang dan/atau jasa yang

menggunakan internet sebagai media perantaranya. Dengan media *online*, konsumen dan pelaku usaha tidak perlu lagi bertemu langsung di pasar; Sebaliknya, konsumen dapat memilih barang yang mereka inginkan langsung dari internet dan mengirimkannya ke lokasi konsumen.

Salah satu dari banyak kemudahan yang dibawa oleh pertumbuhan ini adalah efisiensi jarak dan waktu dalam transaksi yang dilakukan melalui mekanisme *online*, yang berkontribusi pada perkembangan pesat saat ini dari berbagai media *online* dan transaksi internet. Teknologi informasi menawarkan lebih banyak manfaat daripada sekadar waktu dan kenyamanan. Salah satu manfaat tersebut adalah memungkinkan bisnis untuk meningkatkan pangsa pasar mereka secara global tanpa secara fisik memindahkan atau mengirim karyawan ke luar negeri untuk melakukannya. Kebiasaan konsumen masyarakat saat ini bergeser karena kemudahan ini, dengan banyak yang lebih memilih menggunakan media sosial atau *marketplace* seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, *Snapchat*, *Shopee*, *Tokopedia*, dan lainnya ketimbang cara tradisional untuk membeli barang. Karena menjalankan jual beli *online* melalui media sosial tidak memerlukan banyak waktu, menggunakan waktu untuk melakukan kegiatan tersebut tentunya juga dapat menawarkan pendapatan tambahan yang nilainya tidak sederhana, dan kondisi ini terus meningkat pesat.

Adanya *handphone* tentunya telah memberi perubahan yang sangat signifikan kepada masyarakat karena hampir semua golongan usia

menggunakannya, mulai dari golongan remaja hingga golongan dewasa. Melansir Data Reportal, di tahun 2023, terdapat total 167 juta pengguna media sosial di Indonesia. 153 juta adalah pengguna di atas usia 18 tahun, yang merupakan 79,5% dari total populasi. Tidak hanya itu, 78,5% pengguna internet diperkirakan menggunakan paling tidak 1 buah atau lebih akun media sosial. Nilai ini digadang-gadang akan terus bertambah di tahun-tahun yang akan datang. (Goodstats, 2023). Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwasanya dewasa ini semua orang sangat bergantung akan *handphone* baik hanya untuk mencari hiburan, teman, bekerja, dan sebagainya.

Dengan meningkatnya minat masyarakat untuk mempunyai *handphone*, membuat banyak produsen meningkatkan jumlah produksi *handphone*. Maka tak heran jika hal ini juga dimanfaatkan para pelaku usaha khususnya penjual *handphone* untuk mendapatkan keuntungan. Salah satunya adalah dengan menjual *handphone* yang dilakukan melalui media elektronik dan dikenal dengan kontrak jual beli secara elektronik. Kontrak elektronik untuk konsumen dan penjualan *handphone* harus dapat ditegakkan berdasarkan undang-undang yang sama dengan kontrak tradisional. Berbagai cara akan mereka lakukan untuk mendapatkan keuntungan termasuk menipu konsumennya. Hasil observasi awal yang penulis lakukan di Desa Banjar Tegeha, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng dimana narasumber yang penulis temui dengan nama Made Dwi Marta, ia mengaku telah menjadi korban penipuan yang dilakukan oleh pelaku usaha *handphone* di salah satu *e-commerce*. Dijelaskan

kronologi awalnya bahwa ia membeli *handphone* dengan merk *Poco* di salah satu toko dengan banyak testimoni dan rating yang bagus, setelah menunggu beberapa hari pesannya pun tiba. Ketika paket telah sampai terjadi hal yang tidak mengenakan karena ternyata *handphone* yang diterima adalah *handphone* bekas dengan keadaan mati total. Lalu ketika hendak mengajukan komplain, toko *online* tersebut telah hilang. Kemudian ketika sedang mencari informasi tambahan di internet, penulis menemukan kasus yang sama dimana itu terjadi di luar pulau Bali dengan korban atas nama Sigit dimana dia membeli *Redmi 9A* dan *Redmi 10* dari toko resmi *Xiaomi* di *Shopee* pada 10 Oktober 2021. Barang baru dikirimkan pada 14 Oktober 2021. Ketika barang sampai pada 17 Oktober 2021, Sigit merasa heran karena kardus kemasan pengiriman terasa ringan. Dia lalu merekam proses *unboxing* sebagai bekal bukti, apabila terjadi hal-hal yang tidak dikehendaki dan benar saja ketika paket dibuka tidak berisi *handphone* melainkan hanya kardus kosong. (Kompas.com,2021) dan tidak menutup kemungkinan adanya kecurangan lain yang dilakukan oleh pihak penjual antara lain harga, kualitas produk/jasa, hingga toko fiktif.

Saat membeli dan menjual *handphone* melalui media sosial atau *e-commerce*, tidak perlu pertemuan tatap muka antara konsumen dan penjual; Sebaliknya, transaksi dilakukan dari jarak jauh, hanya berdasarkan asas kepercayaan. Untuk alasan ini, keamanan merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan. Masalah seperti ini, mengindikasikan bahwa pelaku usaha memiliki itikad yang buruk karena

menjual produk/jasanya tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan. Adanya tindakan pelaku usaha semacam itu dapat mengakibatkan kerugian bagi masyarakat atau konsumen, dan dengan tindakan tersebut pula hak-hak konsumen tidak terlindungi sebagaimana dijelaskan secara terang bahwa pelaku usaha semestinya sudah memahami bahwa sebelum menjalankan usaha, proses hingga berjalannya sebuah usaha, itikad baik harus dimiliki.

Dengan adanya kasus kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen, ini menggambarkan adanya ketimpangan antara pelaku usaha yang tidak memiliki itikad baik dalam menjalankan usahanya dimana hal tersebut tidak sesuai dengan Pasal 7 huruf a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK). Bahwa sudah seharusnya pelaku usaha memiliki itikad baik dalam menjalankan usahanya, sebagaimana yang tercantum pada Pasal tersebut. Itikad baik pelaku usaha dalam menjalankan usaha ini dimaksudkan agar konsumen saat membeli/menggunakan barang tersebut sesuai dengan apa yang dijanjikan dan tidak merugikan konsumen. Namun kenyataannya, yang terjadi adalah bahwa itikad baik pelaku usaha tidak berjalan sebagaimana mestinya, yaitu tidak adanya keseimbangan antara itikad baik pelaku usaha dan perlindungan konsumen yang di dapat oleh konsumen. Maka dari itu konsumen wajib mendapat perlindungan hukum seperti yang tercantum dalam UUPK.

UUPK berfungsi untuk melindungi hak-hak atau kepentingan konsumen, karena konsumen selalu berada di pihak yang dirugikan. Selain memberikan ruang bagi konsumen yang hak-haknya telah dilanggar, UUPK juga mengatur mengenai hak dan kewajiban yang harus dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Konsumen dapat melaporkan atau mengadakan kerugian yang dialami akibat dari memakai/menggunakan produk pelaku usaha kepada suatu lembaga yang resmi yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Adapun hak-hak konsumen yang sering diabaikan oleh para pelaku usaha, terdapat pada Pasal 4 UUPK yaitu :

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-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sementara dari fenomena yang telah penulis jabarkan diatas, dimana dalam hal tersebut pelaku usaha telah melakukan tindakan merugikan konsumen yang mana itu melanggar kewajibannya sebagai pelaku usaha, terdapat pada Pasal 7 UUPK :

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

Selain melanggar kewajiban pelaku usaha yang tercantum dalam Pasal 7 UUPK, pelaku usaha tersebut juga melanggar kewajibannya yang sebagaimana tercantum dalam Pasal 26 dan 27 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yaitu sebagai berikut:

Pasal 26 Pelaku Usaha wajib:

- a. melindungi hak-hak Konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perlindungan Konsumen; dan
- b. mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang persaingan usaha.

Pasal 27 :

- (1) Pelaku Usaha wajib menyediakan layanan pengaduan bagi Konsumen.

(2) Layanan pengaduan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit mencakup:

- a. alamat dan nomor kontak pengaduan;
- b. prosedur pengaduan Konsumen;
- c. mekanisme tindak lanjut pengaduan;
- d. petugas yang kompeten dalam memproses layanan pengaduan; dan
- e. jangka waktu penyelesaian pengaduan.

Dengan demikian, selama masih banyak oknum pelaku usaha yang melakukan tindakan merugikan konsumen serta mengesampingkan kewajibannya, maka masalah seperti ini tidak akan pernah selesai. Masalah pelaku usaha yang paling sering terjadi dalam usaha jual beli *handphone* melalui media *online* adalah maraknya kasus penipuan. Selain itu banyak juga pelaku usaha yang tidak memiliki itikad baik dalam melakukan kegiatan jual beli *handphone* ini sesuai dengan Pasal 7 huruf a.

Dengan adanya aturan yang menjadi payung hukum mengenai perlindungan konsumen tersebut, sudah seharusnya para pelaku usaha harus memenuhi kewajibannya agar tidak merugikan konsumennya. Namun, pada kenyataannya masih saja ada penjual yang melakukan tindakan penipuan dalam menjual *handphone* untuk meraup keuntungan termasuk mengesampingkan hak-hak konsumen. Berdasarkan kenyataan tersebut, dimana pelaku usaha berbuat curang dan mengetahui tentang kewajibannya yang tercantum pada Pasal 7 UUPK tapi memilih untuk tidak mematuhi akan mengakibatkan penjual tersebut terkena masalah atau bahkan sanksi. Jadi dapat dikatakan telah terjadi kesenjangan antara

das sollen dan *das sein* dimana peraturan mengenai itikad baik pelaku usaha telah diatur dalam Pasal 7 huruf a UUPK namun kenyataannya terdapat pelaku usaha yang masih tidak melaksanakan kewajiban tersebut sehingga hal tersebut sangatlah merugikan konsumen.

Berdasarkan kenyataan yang terjadi di masyarakat dan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“IMPLEMENTASI KETENTUAN PASAL 7 HURUF A UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN TERKAIT ADANYA KERUGIAN KONSUMEN AKIBAT TERJADINYA PENIPUAN DALAM JUAL BELI *HANDPHONE* MELALUI *E-COMMERCE*”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun beberapa masalah yang peneliti temui dari penelitian ini, sebagai berikut.

1. Adanya penipuan yang dilakukan pelaku usaha dalam menjual *Handphone* di *e-commerce*
2. Pelaku usaha tidak memiliki itikad baik/bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen
3. Adanya ketimpangan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usahanya yang tidak sesuai dengan Pasal 7 huruf a UUPK

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan pemaparan masalah diatas penulis melakukan pembatasan masalah pada ruang lingkup terkait dengan yang menyebabkan adanya penipuan dalam jual beli *handphone* di *e-*

commerce serta Undang-Undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen. Adapun pembatasan permasalahan mengenai implemmentasi ketentuan Pasal 7 huruf a Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terkait adanya kerugian konsumen akibat terjadinya penipuan dalam jual beli *handphone* melalui *e-commerce* serta upaya upaya yang perlu dilakukan untuk menekan kasus tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi ketentuan Pasal 7 huruf a Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terkait adanya kerugian konsumen akibat terjadinya penipuan dalam jual beli *handphone* melalui *e-commerce*?
2. Bagaimana akibat hukum untuk pelaku usaha yang merugikan konsumen dalam hal jual beli *handphone* melalui *e-commerce*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulis melakukan peneltian ini adalah sebagai berikut.

1. Tujuan Umum

Untuk menambah wawasan penulis dan pembaca dalam bidang hukum perdata khususnya terkait dengan implementasi ketentuan Pasal 7 huruf a Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terkait adanya kerugian konsumen akibat terjadinya penipuan dalam jual beli *handphone* melalui *e-commerce*

2. Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengkaji dan menganalisis tentang implementasi ketentuan Pasal 7 huruf a Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terkait adanya kerugian konsumen akibat terjadinya penipuan dalam jual beli *handphone* melalui *e-commerce*
- 2) Untuk mengkaji dan menganalisis akibat hukum untuk pelaku usaha yang merugikan konsumen dalam hal jual beli *handphone* melalui *e-commerce*

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis. Adapun penelitian ini memiliki manfaat, antara lain.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki potensi untuk membantu dan memajukan pemahaman hukum, terutama yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a) Manfaat Bagi Praktisi dan Lembaga-lembaga Hukum

Hasil dari penelitian ini akan memberikan beberapa pemikiran tambahan kepada organisasi dan pengacara yang