

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memudahkan untuk saling berkomunikasi jarak jauh. Untuk mengurangi pertemuan tatap muka banyak yang beralih dari sistem konvensional menjadi sistem online. Seperti halnya masa perkuliahan saat ini yang dulunya bertatap muka dengan dosen sekarang menggunakan aplikasi secara *online*. Kondisi perekonomian yang bersifat dinamis, membuat perekonomian berkembang seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan zaman, di era digital zaman sekarang, dan kemajuan teknologi di segala bidang, semua orang sudah bisa mengakses berbagai platform digital, baik untuk mencari informasi ataupun memasarkan produk atau layanan mereka (Sekali,2023). Media sosial, situs web, dan aplikasi-aplikasi, telah menjadi saluran utama, untuk mempromosikan sebuah produk atau layanan jasa yang produsen buat untuk mempromosikan dan menarik banyak konsumen (Sekali, 2023). Peralihan seperti ini terjadi pula pada dunia perdagangan. Masyarakat kini sudah banyak yang menggunakan *e-commerce* untuk berbelanja kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Jual beli secara *online* memang sudah berkembang secara pesat (Badan Pusat Statistika, 2023).

Namun dari sekian banyak manfaat tersebut, tentu ada tindakan yang menyalahgunakan teknologi informatika, sehingga mengakibatkan kerugian terhadap orang lain baik secara pribadi maupun kepada masyarakat banyak, bahkan dapat juga merugikan negara memanfaatkan media elektronik untuk melakukan perdagangan sering disebut dengan *electronic commerce* atau

disingkat *e-commerce* yang merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, layanan provider dan pedagang perantara melalui jaringan internet dan komputer (Al Asghor et al., 2024).

E-commerce adalah sarana telekomunikasi yang digunakan untuk membeli dan menjual produk yang dikirim dari satu lokasi ke lokasi lain menggunakan jasa kirim. Dalam sistem *e-commerce*, transaksi ini memerlukan 4 (empat) komponen yaitu toko, penjual dan pembeli serta jasa pengiriman. Dalam transaksi *e-commerce* terdapat pihak-pihak yang menjadi subjek hukum dan memiliki hubungan hukum antara penjual dengan pembeli dan penyedia layanan aplikasi belanja online (Rusmawati, 2015).

Salah satu aktivitas perdagangan yang paling pesat perkembangannya dalam era digital saat ini adalah perdagangan elektronik (electronic commerce atau *e-commerce*), yang memanfaatkan internet sebagai sarana utama. *E-commerce* ini terbagi menjadi dua segmen utama, yaitu *business-to-business* (B2B), yang melibatkan transaksi antar pelaku usaha, dan *business-to-consumer* (B2C), yang melibatkan transaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Semakin banyak aktivitas ekonomi yang beralih ke ranah digital, dengan sistem jual beli daring (*e-commerce*) menjadi media utama dalam transaksi perdagangan (Syauki, 2020).

Sangat wajar, mengingat melalui Internet masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memilih produk (barang dan jasa) yang akan dipergunakan, tentunya dengan berbagai kualitas dan kuantitas yang sesuai dengan keinginannya. Salah seorang pakar internet Indonesia, Budi Raharjo menilai bahwa, Indonesia memiliki potensi dan prospek yang cukup

menjanjikan untuk pengembangan *e-commerce* (Putra, 2014). Hambatan dalam pengembangan *e-commerce*, seperti terbatasnya infrastruktur, kurangnya jaminan keamanan transaksi, serta keterbatasan sumber daya manusia, dapat diatasi seiring dengan upaya penguatan dan pengembangan sistem atau pranata *e-commerce* itu sendiri. (Septiansyah, 2017).

Munculnya *e-commerce* telah memberikan kemudahan yang besar bagi konsumen, karena mereka dapat berbelanja tanpa harus keluar rumah, pilihan barang/jasa pun beragam dan relatif murah. Ini merupakan tantangan positif dan negatif. Hal ini diklaim positif karena situasi ini dapat membawa manfaat bagi konsumen dalam hal kebebasan memilih barang/jasa yang diinginkannya (Khatimah, 2023). Konsumen bebas menentukan jenis dan kualitas barang/jasa sesuai kebutuhannya. Bersifat negatif karena mengakibatkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dibandingkan pelaku usaha sehingga menimbulkan kekecewaan dan kerugian. (Dwinandari & Laksana, 2023).

Perkembangan perdagangan elektronik diatur dalam “Undang-Undang Nomor 147 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik”, disebut “UU ITE”. Sebagai konsumen, kita harus berhati-hati saat membeli barang. Biasanya dalam transaksi jual beli *e-commerce* terjadi kesepakatan antara pelaku usaha dengan konsumen (Khatimah, 2023). Jual beli merupakan salah satu bentuk perjanjian yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, sedangkan perdagangan elektronik (*e-commerce*) hakikatnya merupakan model transaksi jual beli modern yang memanfaatkan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksinya. Maksud para pihak yang dinyatakan dalam persetujuan merupakan dasar berlakunya persetujuan tersebut. Maksud tersebut dapat disampaikan dengan berbagai cara, baik lisan

maupun tertulis, bersifat mengikat para pihak dan menimbulkan segala akibat hukum. (Nisya & Yuliawan, 2023).

Lahirnya “Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)” memberikan dua hal penting, yaitu pertama, pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perjanjian dan hukum pembuktian, sehingga menjamin kepastian hukum dalam transaksi elektronik, dan kedua, penggolongan perbuatan yang termasuk dalam kualifikasi delik penyalahgunaan TIK (Teknologi Informasi) dan disertai sanksi pidana. Dengan diakuinya transaksi elektronik dan dokumen elektronik, setidaknya kegiatan perdagangan elektronik (e-commerce) telah memiliki dasar hukum. (Siregar & Pahu, 2017).

Meskipun ada undang-undang yang mengatur masalah transaksi e-dagang. Namun terkadang konsumen masih dalam posisi rentan. Faktor utama kelemahan konsumen seringkali disebabkan oleh rendahnya tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen terhadap hak-haknya, sehingga perusahaan memanfaatkan situasi ini dan mengabaikan kewajibannya untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya (Litasa et al., 2023). Konsumen harus menikmati hak dan perlindungan penuh. Tetapi banyak konsumen masih belum menyadari bahwa ada undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen. Seperti belanja online melalui internet atau e-commerce (Rambe et al., 2024).

Dalam hal ini jual beli *onlinesangat* digemari dalam kalangan masyarakat, dikarenakan banyak *platform* seperti facebook, instagram dan aplikasi-aplikasi lainnya khusus untuk berbelanja *online* contohnya yaitu

shoppe, tiktok shop dan masih banyak aplikasi lain (Ricky et al., 2021). Menurut Pasal 1457 KUHPerdara jual beli yaitu suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah disepakati (Undang Hukum Perdata (Bab V Buku III “Pasal 1457 KUHPerdara”), 1847).

Perjanjian jual beli adalah ikatan timbal balik di mana penjual berjanji untuk menyerahkan kepemilikan suatu barang dan pembeli berjanji untuk membayar harga tertentu sebagai ganti dari sejumlah barang tersebut. Istilah ini menurut bahasa Belanda yaitu *koop* dan *verkoop*, yang berarti bahwa *verkoop* (menjual) dan *koop* (membeli). Apabila kedua belah pihak mencapai kesepakatan tentang pokok-pokok perjanjian, maka perjanjian tersebut dinyatakan telah terjalin. Perjanjian di sini diartikan sebagai pertemuan kesepakatan antara dua pihak. (Ketaren, 2016)

Dalam transaksi online, ketika pernyataan salah satu pihak kemudian disetujui oleh pihak lain, maka terjadilah kesepakatan antara kedua belah pihak. Hal ini sesuai dengan “Pasal 1458 KUHPerdara”, yaitu “Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar”.

Produk yang ditawarkan dalam *e-commerce*, bukan hanya berupa makanan atau pakaian saja, di zaman sekarang bahkan kendaraan contohnya dalam *platform facebook*, dalam *platform facebook* banyak pelaku usaha yang menjual sepeda dengan memposting foto, spesifikasi motor tersebut dan mencantumkan harganya, namun untuk menarik animo konsumen banyak

pelaku yang melakukan berbagai cara untuk mempromosikan barang usahanya, banyak juga pelaku usaha yang menawarkan kendaraan yang mereka ambil dari foto orang lain dan dipasarkan ke konsumen dengan untuk niat menipu konsumen untuk keuntungan pribadi (Kamran & Maskun, 2021).

Menurut “Pasal 1457 KUHPerdara jual beli yaitu suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah disepakati”.

Perjanjian jual beli adalah ikatan timbal balik di mana penjual berjanji untuk menyerahkan kepemilikan suatu barang dan pembeli berjanji untuk membayar harga tertentu sebagai ganti dari sejumlah barang tersebut (Ketaren, 2016). Istilah ini menurut bahasa Belanda yaitu *koop* dan *verkoop*, yang berarti bahwa *verkoop* (menjual) dan *koop* (membeli). Apabila kedua belah pihak mencapai kesepakatan tentang pokok - pokok perjanjian, maka perjanjian tersebut dinyatakan telah terjalin (DJUNAID, 2024). Perjanjian di sini diartikan sebagai pertemuan kesepakatan antara dua pihak. Dalam transaksi online, ketika pernyataan salah satu pihak kemudian disetujui oleh pihak lain, maka terjadilah kesepakatan antara kedua belah pihak (Abduh, 2024). Hal ini sesuai dengan “Pasal 1458 KUHPerdara”, yaitu “Jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, segera setelah orang-orang itu mencapai kesepakatan tentang barang tersebut beserta harganya, meskipun barang itu belum diserahkan dan harganya belum dibayar” (Azis, 2024).

Adapun keuntungan jual beli *online* adalah pembeli tidak harus datang langsung ke toko untuk berbelanja. Pembeli hanya perlu mengunjungi website dan memilih produk yang diinginkan. Dalam jual beli *online* pembeli bisa

melihat foto dan video bahkan juga bisa video *call* untuk melihat detail barang tersebut. Jika kedua belah pihak sudah sepakat dengan harganya, pembeli hanya perlu melakukan pembayaran secara *online* dengan metode transfer ke bank yang dituju (PANCASAKTI, 2019).

Kelemahan dalam jual beli secara *online* yaitu pembeli tidak bisa melihat dan mencoba barang tersebut secara langsung. Terkadang juga terdapat perbedaan spesifikasi yang tertulis dalam deskripsi dan pada kenyataannya. Pada saat barang datang di tempat pembeli terkadang berbeda spesifikasi dengan apa yang tertulis dalam deskripsi yang terdapat pada iklan *e-commerce*. Barang yang dikira tidak ada minus nya ternyata terdapat kecacatan karena harapan pembeli yang terlalu tinggi (Sutejo, 2022). Apabila kita membeli barang bekas memang barang tersebut tidak akan sempurna seperti baru karena sudah digunakan oleh pemilik terdahulu. Hal tersebut juga bisa terjadi di luar kendali pihak penjual karena kecacatan tersebut disebabkan oleh jasa kirim. Pembeli juga sering mengeluh jika ada kerusakan pada kemudian hari di luar masa garansi yang telah diberikan dari pihak penjual (Suleman et al., 2023).

Pembeli seringkali dirugikan dalam transaksi jual beli secara daring. Hak pembeli seringkali tidak terpenuhi seperti bagaimana mestinya. Kurangnya pengetahuan maupun kesadaran pembeli dalam pemenuhan haknya menjadi salah satu penyebab kurangnya penegakan pada perlindungan hukum terhadap pembeli dalam jual beli secara online. Maka dari itu diperlukan perlindungan hukum terhadap pembeli dalam transaksi secara online (Mantri, 2007).

Peraturan jual beli *onlinediatur* dalam “undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE)”. Adapun beberapa ketentuan yang mengatur “jual beli *online* dalam UU ITE” adalah :

1. “Pelaku usaha yang menawarkan produk secara elektronik harus memberikan informasi yang benar dan lengkap mengenai produk, produsen, dan syarat kontrak”.
2. “Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik dapat disertifikasi keandalan”.
3. “Objek transaksi tidak boleh bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, dan ketertiban umum”.

Hak konsumen yang wajib dijamin menurut “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu kepastian hukum. Persoalan kepastian hukum dalam *e-commerce* yaitu tentang keamanan transaksi dilihat dari segi hukum perdata”. Keamanan transaksi secara *online* dibutuhkan dalam melindungi konsumen untuk meningkatkan kepercayaan. Dengan hal demikian dapat menambah banyaknya transaksi jual beli secara online (Wardhana, 2024).

Konsumen sebagai pembeli dapat menuntut ganti rugi kepada pelaku usaha apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian jual beli. Sebagaimana diamanatkan pada “Pasal 7 Huruf G Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

“Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian”.

Praktik jual beli secara *online* yang seharusnya mengacu pada Undang-Undang “Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ternyata masih banyak terjadi ketidaksesuaian”, sebagai salah satu contohnya yaitu masih banyak pelaku usaha yang tidak mau bertanggung jawab kepada konsumen/pembeli apabila ada perbedaan spesifikasi maupun kerusakan di kemudian hari (Presiden Republik Indonesia, 1999).

Dalam penelitian ini ditemukan adanya kekaburan norma pada “Pasal 7 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengandung kekaburan norma terkait frasa "itikad baik." Dalam pasal tersebut, tidak terdapat definisi yang jelas mengenai arti "itikad baik," sementara pada bagian penjelasannya hanya disebutkan sebagai "cukup jelas." Ketidakjelasan ini berpotensi menimbulkan interpretasi yang berbeda-beda, baik oleh pelaku usaha, konsumen, maupun penegak hukum, sehingga mengurangi kepastian hukum dan efektivitas perlindungan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan yang lebih rinci dan eksplisit untuk memberikan kejelasan mengenai parameter atau kriteria "itikad baik," guna menjamin bahwa ketentuan tersebut dapat diimplementasikan secara konsisten dan adil sesuai dengan tujuan undang-undang. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dalam penulisan skripsi ini penulis mengambil judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM TRANSAKSI JUAL BELI KENDARAAN BEKAS DI PLATFORM E-COMMERCE FACEBOOK”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah ditulis, penulis dapat menjelaskan identifikasi masalah yang bisa dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Produk yang dipromosikan pelaku usaha tersebut memuat deskripsi yang tidak sesuai.
2. Terdapat kerugian yang diderita oleh konsumen akibat informasi yang tidak benar pada deskripsi barang yang diperjual belikan oleh pelaku usaha.
3. Tidak ada pertanggung jawaban oleh pelaku usaha atas kerugian yang diderita konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam mendefinisikan suatu masalah ilmiah, penekanan harus diberikan pada materi yang ditentukan di dalamnya. Langkah ini diperlukan agar isi atau materi yang disajikan tetap sesuai dengan inti permasalahan yang telah dirumuskan, sehingga dapat dijelaskan secara terarah dan sistematis. Untuk menghindari pembahasan yang keluar dari fokus utama, maka cakupan permasalahan yang dibahas diberi batasan yang jelas. Permasalahan yang menjadi batasan dalam kajian ini antara lain: bagaimana konsumen memperoleh perlindungan hukum apabila mengalami kerugian akibat operator yang memberikan informasi yang tidak benar, dan upaya hukum apa saja yang dapat dilakukan konsumen apabila operator menolak untuk bertanggung jawab.

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan paparan uraian di atas, maka dapat dirumuskan dua pokok permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana pengaturan bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen melalui *e-commerce* di *facebook* dalam perspektif hukum nasional?
2. Bagaimana upaya perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual-beli *e-commerce*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini dengan judul “Perlindungan Hukum terhadap Pembeli dalam Transaksi Jual Beli Sepeda Motor Bekas di *Platform E-commerce* Facebook” adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap pembeli dalam transaksi jual beli sepeda motor bekas di *platform e-commerce*.
2. Untuk mengetahui penyelesaian hukumnya apabila terjadi perbedaan spesifikasi dan terdapat kerusakan di kemudian hari.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penulisan skripsi ini terdiri atas dua manfaat, yaitu:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis di bidang pengaturan perkara pengajuan ganti rugi atas penipuan jual beli barang ilegal dan menambah pengetahuan tentang perlindungan konsumen yang bisa didapatkan konsumen jika terjadi kasus tersebut dan sebagai referensi penelitian berikutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Pemahaman mengenai bentuk perlindungan hukum yang dapat diterima oleh konsumen, yaitu berupa ganti rugi atas kasus penipuan dalam transaksi jual beli barang ilegal.

b) Bagi Masyarakat

Pengetahuan dan wawasan masyarakat mengenai penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mereka sebagai sarana untuk mengembangkan pola pikir terkait perlindungan hukum bagi konsumen, khususnya mengenai hak atas ganti rugi dalam kasus penipuan jual beli barang ilegal.

c) Bagi Penegak Hukum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para penegak hukum, seperti advokat, dalam mendampingi klien yang menghadapi kasus pengajuan ganti rugi akibat penipuan barang ilegal, serta memberikan gambaran umum mengenai bagaimana ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat memberikan perlindungan bagi konsumen atau pembeli.