

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Setiap orang sebagai makhluk sosial selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, baik itu kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Segala upaya dapat dilakukan seseorang agar kebutuhan hidup tersebut dapat terpenuhi. Salah satu upaya pemenuhan kebutuhan yaitu dengan transaksi jual beli. Transaksi jual beli adalah kegiatan perekonomian yang dilakukan antara produsen dan konsumen, dimana objek yang diperjualbelikan bisa berupa barang maupun jasa.

Kemajuan teknologi mengalami perkembangan yang cukup pesat. Saat ini transaksi jual beli tidak hanya dapat dilakukan secara langsung oleh produsen kepada konsumen, melainkan dapat dilakukan dengan menggunakan salah satu media elektronik yakni internet. Transaksi jual beli ini disebut belanja daring. Belanja daring adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet, yaitu seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak ia belanjakan melalui *web* yang dipromosikan oleh penjual.

Kegiatan belanja daring merupakan bentuk komunikasi baru pada saat ini yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh dunia melalui media *notebook*, komputer, ataupun *handphone* yang tersambung dengan layanan akses internet. Transaksi jual beli melalui media elektronik atau disebut dengan belanja daring ini pertama kali dilakukan di Inggris pada tahun 1979 oleh Michael Aldrich dari Redifon Computers. Ia menyambungkan televisi berwarna dengan komputer yang

mampu memproses transaksi secara *realtime* melalui sarana kabel telepon. Sejak tahun 1980, ia menjual sistem belanja daring yang ia temukan di berbagai penjuru Inggris.¹

Belanja daring di Indonesia semakin hari semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan, tidak hanya dimonopoli oleh belanja barang, namun juga layanan jasa seperti perbankan yang memperkenalkan teknik *e-banking*. Melalui teknik *e-banking* pelanggan dapat melakukan kegiatan seperti transfer uang, membayar tagihan listrik, air, telepon, internet, pembelian pulsa, pembayaran uang kuliah dan lain sebagainya.²

Semakin maraknya pertumbuhan situs jejaring sosial di dunia, media *social networking* ini juga dilirik oleh pelaku belanja daring untuk memasarkan produknya. Penjual akan mengunggah barang yang ia tawarkan kemudian disebarakan melalui pesan singkat atau gambar. Bentuk penawaran ini merupakan perkembangan dari media katalog yang tadinya disebarakan dalam bentuk media cetak perbulan, kini disebarakan melalui media katalog *online* yang penawarannya dapat diperbaharui kapan saja. Untuk pembelian suatu barang, belanja daring di Indonesia mengalami kemajuan mulai dari situs yang menjual telepon seluler, gitar, butik, toko buku, makanan, bahkan hingga ke alat elektronikpun mulai dirambah oleh layanan belanja daring.

Keuntungan melakukan transaksi jual beli melalui media elektronik atau disebut belanja daring ini adalah pembeli tidak perlu mengunjungi tempat

¹ Waran, Ediko, 2009. *Belanja Daring*. Perkembangan Teknologi Komunikasi Online Edisi Ke: 3050, Jakarta: Universitas Indonesia. (www.google.com – Wikipedia Bahasa Indonesia, diakses 25 November 2012)

² Waran, Ediko. Ibid.

penjualan baik itu toko, butik, mall, dan lain sebagainya. Pembeli cukup mengunjungi ke *web* yang dituju dan memilih barang yang dikehendaki. Pemilihan barang bisa dilakukan dari rumah atau kantor sehingga pembelian bisa dilakukan berjam-jam tanpa harus keluar rumah. Selain itu, penjual dapat menekan ongkos pembukaan toko karena melalui belanja *online*, penjual cukup memasarkan produknya melalui internet. Alasan inilah yang menyebabkan transaksi jual beli melalui internet semakin diminati oleh masyarakat Indonesia.³

Selain memiliki keuntungan, transaksi jual beli melalui media elektronik ini juga memiliki kelemahan yaitu kualitas barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda kualitasnya dengan yang tercantum di *website*. Barang yang dibeli mudah rusak atau pecah karena media pengiriman adalah pos. Selain itu rentan aksi penipuan dimana banyak kasus ketika pembeli telah mengirim sejumlah uang yang disepakati, barang yang dibeli tidak dikirim. Pembayaran yang dilakukan melalui internet juga menyebabkan sering terjadinya aksi pembobolan terhadap rekening konsumen.⁴

Hal inilah yang menyebabkan sering dirugikannya para konsumen didalam transaksi jual beli melalui media elektronik, karena apa yang seharusnya menjadi hak mereka tidak dapat terpenuhi sebagaimana mestinya. Namun kurangnya kesadaran dan pengetahuan para konsumen didalam pemenuhan hak-haknya tersebut menjadi faktor penyebab kurang berjalannya penegakan hukum perlindungan konsumen didalam transaksi jual beli melalui media elektronik.

³ Waran, Ediko. Ibid.

⁴ Waran, Ediko. Ibid.

Oleh karena itu diperlukan adanya perlindungan hukum terhadap para konsumen yang dirugikan tersebut.

Pada tahun 1999 telah diciptakan Undang-Undang Nomor 8 tentang Hukum Perlindungan Konsumen yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen. Dalam undang-undang ini juga dijelaskan mengenai tanggung jawab pelaku usaha yang tentunya hal ini diatur untuk memberikan kepastian hukum serta melindungi hak para konsumen tersebut. Hal demikian memang perlu diatur karena untuk menghindari sikap negatif pelaku usaha terhadap konsumen.

Perlindungan konsumen adalah jaminan yang seharusnya didapatkan oleh para konsumen atas setiap produk dari produsen atau pelaku usaha. Namun dalam kenyataannya saat ini konsumen seakan-akan dianaktirikan oleh para produsen atau pelaku usaha tersebut. Undang-undang tentang perlindungan konsumen ini memang telah diterbitkan namun dalam proses pelaksanaan atau penerapan dari undang-undang itu sendiri belum maksimal atau dengan kata lain peraturan yang ada dalam undang-undang tidak sesuai dengan kenyataan.

“Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat perlu untuk terus dilakukan karena berkaitan dengan upaya mensejahterakan masyarakat dalam kaitan dengan semakin berkembangnya transaksi perdagangan pada zaman modern saat ini. Perhatian mengenai perlindungan konsumen ini bukan hanya di Indonesia tetapi juga telah menjadi perhatian dunia”.⁵ Oleh sebab itu perlu

⁵ M. Sadar dkk., 2012., *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Akademia, hlm. 1.

diadakan perlindungan hukum terhadap para konsumen agar hak-hak mereka dapat terpenuhi sebagaimana mestinya.

Berdasarkan atas permasalahan tersebut, memotivasi penulis untuk melakukan penelitian dan mengkajinya lebih lanjut melalui penelitian yang berjudul : “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik di Kota Gorontalo.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang terkandung dalam latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui media elektronik ?
2. Bagaimana penyelesaian hukum atas pelanggaran terhadap konsumen dan sanksi yang diberikan kepada pelaku usaha ?

1.3 Tujuan Penelitian

Hasil penelitian terhadap permasalahan yang diteliti tersebut memiliki tujuan yakni :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui media elektronik.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penyelesaian hukum atas pelanggaran terhadap konsumen dan sanksi yang dapat diberikan kepada pelaku usaha.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka pengembangan hukum perdata materil, khususnya dalam penegakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan terhadap Konsumen.

2. Secara praktis

Sebagai bahan masukan kepada para praktisi hukum dalam menegakan peraturan mengenai perlindungan hukum terhadap para konsumen yang merasa dirugikan. Selain itu sebagai realisasi dan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui penelitian.