

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi di dunia mengalami kemajuan yang begitu pesat. Salah satunya, perkembangan teknologi informasi yang telah menciptakan perubahan sosial, ekonomi dan budaya. Perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat, telah memunculkan adanya sebuah media baru. Keberadaan media baru ini di antaranya adalah munculnya internet. Internet sebagai sebuah produk teknologi komunikasi, meski sudah berkembang sejak puluhan tahun yang lalu, namun hingga saat ini keberadaannya semakin dibutuhkan oleh hampir semua masyarakat dunia.¹ Di Indonesia sendiri, perkembangan teknologi informasi memiliki dampak positif maupun negatif, beberapa dampak negatif dari internet adalah pornografi, perjudian, penipuan, tayangan kekerasan. Berbagai media dan sarana Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) seperti TV, internet, banyak menayangkan dan menampilkan tindakan-tindakan pornografi, perjudian, penipuan, dan tayangan kekerasan yang dengan cepat ditiru para penikmatnya.²

¹ Anita Septiani Rosana, *Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia*, <https://media.neliti.com/media/publications/218225-kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunik.pdf> diakses pada 8 Oktober 2020 pukul 17.15 WIB.

² I Gede Ratnaya, 2011, "Dampak Negatif Perkembangan Teknologi Informatika dan Komunikasi dan Cara Antisipasinya", *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, UNDIKSHA, Vol. 8, No. 1, Januari 2011, hlm. 25.

Transaksi *online* merupakan cara baru dalam melakukan kegiatan jual beli dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Transaksi *online* semakin banyak mendapatkan perhatian dari para peminatnya seiring perkembangan teknologi yang memudahkan proses jual beli tersebut. Saat ini diperkirakan masyarakat Indonesia menghabiskan sekitar 5,5 juta per tahun dalam melakukan transaksi *online*. Dari jumlah ini, 48% di antaranya adalah kaum muda berusia 30-40 tahun dengan pendapatan mereka lebih dari 10 juta per bulan.³ Hal ini disebabkan oleh kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang cepat dan mudah serta praktis sehingga masyarakat memiliki ruang gerak yang lebih luas dalam memilih produk.

Transaksi jual beli secara umum diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata selanjutnya disebut KUHPerdata, dalam Buku III tentang Perikatan khususnya Bab I sampai dengan Bab V, tetapi secara khusus transaksi jual beli elektronik ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Jual beli adalah “suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”.⁴ Berdasarkan rumusan tersebut dapat dilihat bahwa jual beli merupakan suatu bentuk penyerahan kebendaan yang dijual oleh pelaku usaha dan penyerahan uang oleh konsumen kepada pelaku usaha. Sedangkan

³ Dina Manafe, 2016, *Minat Belanja Online di Kalangan Muda Terus Meningkat*, <https://www.beritasatu.com/feri-awan-hidayat/ekonomi/352399/minat-belanja-online-di-kalangan-muda-terus-meningkat> diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 14.23 WIB.

⁴ Pasal 1457 KUHPerdata.

Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.⁵ Jadi, jual beli *online* adalah aktivitas jual beli berupa transaksi penawaran barang oleh pelaku usaha dan permintaan barang oleh konsumen secara *online* dengan memanfaatkan teknologi internet.

Salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk melakukan jual beli secara *online* yaitu *facebook*. *Facebook* adalah sebuah aplikasi berbagi tulisan, foto dan video yang memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video di akun masing-masing. Transaksi jual beli melalui media *facebook* ini menjadi alternatif yang menarik dan sangat diminati para konsumen, karena sangat mudah mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran cukup dilakukan dengan transfer, menunggu barang datang tanpa perlu keluar rumah, produk dapat dilihat oleh siapapun dan kapanpun.

Unsur yang terdapat dalam jual beli termasuk yang transaksinya dengan cara *online* yaitu adanya pembeli selaku konsumen dan penjual selaku pelaku usaha. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁶ Sedangkan Pelaku Usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara

⁵ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.

⁶ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁷

Selain dampak negatif yang sudah disebutkan di atas, perkembangan teknologi juga dapat menimbulkan permasalahan hukum terkait dengan penyampaian informasi dan/atau transaksi elektronik. Adapun permasalahan hukum yang dimaksud yakni terjadinya penipuan oleh pelaku usaha dalam kegiatan jual beli yang dilakukan secara *online*. Pada 2019, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia telah menerima 1.871 aduan, terdiri atas 563 kasus kategori individual dan 1.308 kasus kategori kelompok/kolektif. Sepuluh besar pengaduan konsumen individual (563 aduan) meliputi masalah perbankan (106 kasus), pinjaman *online* (96), perumahan (81), belanja *online* (34), leasing (32), transportasi (26), kelistrikan (24), telekomunikasi (23), asuransi (21), dan pelayanan publik (15).⁸ Tingginya tingkat pengaduan oleh konsumen di Indonesia terkait dengan penipuan dalam jual beli *online* tentunya perlu mendapatkan perhatian. Hal tersebut berarti konsumen dalam melakukan transaksi *online* memerlukan perlindungan secara hukum apabila terjadi permasalahan sebagaimana yang mungkin terjadi.⁹

Undang-undang di Indonesia saat ini yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam mengatur mengenai transaksi *online* adalah Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) karena

⁷ pasal 1 angka 3, *Ibid.*

⁸ Tulus Abadi, 2020, Pengaduan Konsumen dan Kinerja OJK, <https://kolom.tempo.co/read/1297113/pengaduan-konsumen-dan-kinerja-ojk/full&view=ok> diakses pada 12 Oktober 2020 pukul 17.08 WIB.

⁹ Ester Dwi Magfirah, 2009, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce*, Grafikatama Jaya, Jakarta, h. 41.

bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, meskipun di dalamnya tidak secara khusus mengatur transaksi *online*.¹⁰

Konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya sebagaimana ketentuan pada Pasal 4 huruf h. Sedangkan, pelaku usaha itu sendiri sesuai Pasal 7 huruf g berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Terdapat juga Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang merupakan Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Dalam Peraturan Pemerintah tersebut diatur bahwa Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik wajib menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Pelaku usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.¹¹

Jika barang yang diterima tidak sesuai dengan yang diperjanjikan Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk

¹⁰ Belly Riawan dan I Made Mahartayasa, 2015, "Perlindungan Konsumen dalam Kegiatan Transaksi Jual Beli Online di Indonesia", *Jurnal Kertha Semaya*, Unud, Vol. 03, No. 01, Januari 2015.

¹¹ Pasal 48 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan kontrak atau terdapat cacat tersembunyi.¹²

Namun, dalam transaksi jual beli *online* sulit dilakukan eksekusi ataupun tindakan nyata apabila terjadi sengketa maupun tindak pidana penipuan. Sifat siber dalam transaksi secara elektronik memungkinkan setiap orang baik penjual maupun pembeli menyamarkan atau memalsukan identitas dalam setiap transaksi maupun perjanjian jual beli.¹³ Terdapat beberapa risiko yang mungkin dialami konsumen dalam transaksi jual beli *online*, di antaranya yaitu:¹⁴

1. Risiko Finansial, yaitu kemungkinan kerugian keuangan.
2. Risiko Kinerja, yaitu kemungkinan produk atau layanan tidak sesuai dengan yang diharapkan.
3. Risiko Fisik, yaitu kemungkinan kerugian secara fisik.
4. Risiko Psikologis, yaitu kemungkinan merasa tidak nyaman secara psikologis.
5. Risiko *Privacy*, yaitu kemungkinan kerugian karena penyalahgunaan informasi personal oleh toko *online*.
6. Risiko *Security*, yaitu kemungkinan kerugian karena penyalahgunaan informasi personal oleh pihak ketiga.

¹² Pasal 48 ayat (3), *Ibid*.

¹³ Bernadetha Aurelia Oktavira, 2020, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Belanja Online*, https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt50bf69280b1ee/perlindungan-konsumen-dala-e-commerce/#_ftnref3 diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 14.56 WIB.

¹⁴ Anonim, 2012, 8 *Risiko e-Commerce dan Tips Membangun Trust*, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-2007120/8-risiko-e-commerce-dan-tips-membangun-trust> diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 15.11 WIB.

Oleh karena itu, selain konsumen harus mengetahui perlindungan hukum yang dapat diakomodir oleh peraturan perundang-undangan mengenai transaksi *online* terutama Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), mereka juga harus mengantisipasi sendiri risiko-risiko yang riskan timbul dalam transaksi *online*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja risiko yang dapat diterima konsumen terkait pelanggaran hukum oleh pelaku usaha dalam bertransaksi melalui media *facebook*?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi melalui media *facebook*?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut di atas, maka penulisan hukum ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisa risiko yang dapat diterima konsumen terkait pelanggaran hukum oleh pelaku usaha dalam bertransaksi melalui media *facebook*.
2. Mengetahui dan menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi melalui media *facebook*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penulisan hukum ini secara teoritis diharapkan dapat bermanfaat untuk perkembangan dan kemajuan pengetahuan ilmu hukum secara komprehensif terutama ilmu hukum bidang Hukum Ekonomi pada umumnya serta Hukum Bisnis pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku usaha, agar mengetahui dan menaati ketentuan hukum Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Bagi masyarakat luas selaku konsumen, agar mengetahui hak dan kewajiban yang timbul akibat ketentuan hukum Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- c. Bagi penulis, penulisan hukum ini secara praktis diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan tentunya semakin bertambahnya wawasan penulis terutama secara akademik. Selain itu, penulisan hukum ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana.

E. Keaslian Penelitian

Penulisan hukum/skripsi dengan judul Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* di *Facebook* ini bukan merupakan plagiasi dari skripsi orang lain dan merupakan hasil karya asli dari penulis. Adapun beberapa skripsi dengan tema yang sama dengan skripsi ini namun permasalahannya berbeda. Sebagai pembanding ada tiga skripsi, yaitu:

1. Feri Widiastuti, C100140335, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Tahun 2019. Judul skripsi: Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli *Online* Studi Kasus Media Sosial *Instagram*.¹⁵

Rumusan masalahnya adalah:

- a. Bagaimana keabsahan transaksi jual beli *online*?
- b. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli *online* di *instagram*?

Hasil penelitiannya adalah:

Syarat sah perjanjian dijelaskan dalam pasal 1320 KUHPerdara yang meliputi: kesepakatan, kecakapan, hal tertentu dan sebab yang tidak dilarang. Dengan terpenuhinya empat syarat sahnya perjanjian maka perjanjian tersebut menjadi sah, mengikat dan menimbulkan akibat hukum bagi para pihak yang membuatnya. Apabila salah satu syarat sah diatas tidak terpenuhi maka perjanjian tersebut dapat dinyatakan tidak sah dan pihak yang melakukan wanprestasi dibebankan untuk membayarkan ganti rugi sesuai dengan perjanjian.

Pembeli selaku konsumen dalam transaksi jual beli memiliki hak-hak yang harus dipenuhi oleh penjual selaku pelaku usaha yang tercantum dalam pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999. Apabila pelaku usaha melakukan suatu perbuatan wanprestasi baik dilakukan seacara sengaja ataupun tidak sengaja dan mengakibatkan kerugian bagi konsumen maka

¹⁵ Feri Widiastuti, 2019, “Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli Online Studi Kasus Media Sosial Instagram”, *Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta*.

sesuai dengan pasal 19 ayat (1) Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”.

Dan apabila pelaku usaha tetap tidak mau melakukan kewajibannya memberikan ganti rugi kepada konsumen maka sesuai pada pasal 23 Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan : “pelaku usaha yang menolak dan atau tidak memberi tanggapan dan atau tidak memenuhi syarat 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”.

Penelitian ini berbeda dengan penulisan (skripsi) di atas dalam hal fokus penelitiannya. Skripsi di atas memfokuskan pada Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Jual Beli *Online* Studi Kasus Media Sosial *Instagram*, sedangkan rencana penelitian penulis lebih difokuskan pada Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* di *Facebook*.

2. Muhammad Khadafi, 1111048000085, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2016. Judul skripsi: Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-*

Commerce (Studi Kasus E-Commerce melalui Media Sosial Instagram).¹⁶

Rumusan masalahnya adalah:

- a. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi melalui media *instagram*?
- b. Apa saja bentuk tanggung jawab pelaku usaha terkait memenuhi hak konsumen dalam transaksi jual beli pada media *instagram*?

Hasil penelitiannya adalah:

- a. Perlindungan konsumen terhadap tindakan penipuan jual beli online (melalui *instagram*)/wanprestasi dalam transaksi *e-commerce*, khususnya dalam hal pengaturan tentang perlindungan konsumen terhadap tindakan wanprestasi pelaku usaha dalam *e-commerce* masih perlu dibenahi lagi. Pada dasarnya, belum ada ketentuan yang mengatur secara khusus mengenai perlindungan konsumen terhadap tindakan penipuan jual beli *online* (melalui *instagram*)/wanprestasi dalam transaksi *e-commerce*. Selama ini peraturan yang digunakan untuk melindungi hak-hak konsumen adalah Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur mengenai hak-hak konsumen dalam *e-commerce*. Dengan kata lain, konsumen sulit menggugat pelaku usaha *e-commerce* dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen karena pelaku usaha *e-commerce* sangat sulit dijangkau. Sedangkan

¹⁶ Muhammad Khadafi, 2016, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus E-Commerce melalui Media Sosial Instagram)", *Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.

peraturan yang digunakan untuk mengatur mengenai transaksi *e-commerce* adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, namun dalam undang-undang ini, tidak ada ketentuan yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen terhadap tindakan penipuan jual beli *online* (melalui *instagram*)/wanprestasi dalam transaksi *e-commerce*. Seharusnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik ini disesuaikan dengan perkembangan *e-commerce*, termasuk banyaknya kasus kerugian konsumen yang muncul dalam masyarakat, akibat tindakan penipuan dalam jual beli *online*/wanprestasi dari pelaku usaha *e-commerce*, sehingga dapat dibuat suatu ketentuan dalam undang-undang ini mengenai perlindungan konsumen terhadap penipuan jual beli *online* (melalui *instagram*)/wanprestasi pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*.

- b. Tanggung jawab pelaku usaha yang melakukan penipuan jual beli *online* (melalui *instagram*)/wanprestasi terhadap konsumen yang menjadi korban pada umumnya dapat berupa dua bentuk, yaitu pengembalian uang dan penggantian barang baru. Pada kenyataannya, penggantian barang dengan barang yang baru tersebut biasanya membutuhkan waktu yang lama, sehingga konsumen sering merasa diabaikan kepentingannya. Hal terpenting yang perlu diperhatikan konsumen yang mengalami kerugian adalah berani melakukan komplain kepada pelaku usaha yang

bersangkutan, karena dengan melakukan komplain konsumen telah berusaha untuk menuntut dan memperjuangkan haknya.

Penelitian ini berbeda dengan penulisan (skripsi) di atas dalam hal fokus penelitiannya. Skripsi di atas memfokuskan pada Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce* (Studi Kasus *E-Commerce* melalui Media Sosial *Instagram*), sedangkan rencana penelitian penulis lebih difokuskan pada Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* di *Facebook*.

3. Ruth Serenia, 150200335, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Tahun 2019. Judul skripsi: Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli pada Situs Belanja *Online Shopee*.¹⁷

Rumusan masalahnya adalah:

- a. Bagaimana Pengaturan mengenai Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik di Indonesia?
- b. Bagaimana upaya perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli pada situs belanja *online Shopee*?
- c. Bagaimana pertanggung jawaban pengelola situs belanja *Shopee* terhadap kerugian yang di alami konsumen pada saat bertransaksi jual beli melalui situs belanja *online Shopee*?

¹⁷ Ruth Serenia, 2019, "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli pada Situs Belanja Online Shopee", *Skripsi Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara*.

Hasil penelitiannya adalah:

- a. Pengaturan mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik di Indonesia telah dapat diakomodasi dengan baik oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik telah mampu memberikan perlindungan yang memadai bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli barang bergerak melalui *E-commerce*. Pengaturan mengenai Perlindungan Konsumen dalam transaksi elektronik tersebut dapat dilihat dalam pengaturan mengenai penggunaan data pribadi konsumen, pengaturan mengenai syarat sahnya suatu transaksi *e-commerce*, pengaturan mengenai klausula baku, pengaturan tentang validitas subjek hukum, otensitas subjek hukum dan mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam memasarkan dan memproduksi barang dan jasa yang dapat dijadikan acuan bagi objek dalam transaksi *e-commerce*.
- b. Perlindungan hukum kepada konsumen *Shopee* berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (UUPK) dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008 (UU ITE) terlihat dari pengaturan mengenai perlindungan hak-hak konsumen dan pemberian ganti rugi. Konsumen yang dirugikan dapat

mengajukan tuntutan yang kiranya sejalan dengan UUPK dan UU ITE sehingga memberikan kepastian hukum bagi konsumen. Pemerintah dan masyarakat juga memiliki peran yang penting dalam perlindungan konsumen melalui fungsi pengawasan. Pengawasan tersebut dapat terlihat dari dibentuknya Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) sebagai wadah untuk secara bersama-sama memperjuangkan, memberikan nasihat, menyebarkan informasi, dan membantu konsumen dalam memperjuangkan hak-haknya. Konsumen yang merasa dirugikan juga dapat melaporkan kerugiannya kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau melalui jalur litigasi, Pengawasan terhadap situs *e-commerce* juga dilakukan, guna menciptakan keamanan dalam bertransaksi.

- c. Bentuk pertanggung jawaban pengelola situs *shopee* terhadap kerugian yang dialami konsumen telah diatur sepenuhnya melalui syarat dan ketentuan penggunaan layanan yang dapat diakses pada situs belanja *shopee*. Bentuk pertanggung jawaban tersebut adalah melalui penyediaan sarana pelaporan konsumen mengenai kerugian-kerugian yang dialami konsumen, pemblokiran konten-konten negatif, pemberian garansi *Shopee*, pengembalian dana kepada konsumen, penindaklanjutan akun-akun palsu penjual, serta perlindungan terhadap data-data pribadi dan kartu kredit konsumen, *Shopee* bertanggung jawab penuh terhadap kerugian konsumen yang terjadi akibat kegagalan pada sistem portal

web. Bentuk penggantian kerugian yang diberikan dapat berupa pengembalian dana maupun penggantian barang rusak. Walaupun demikian, *Shopee* juga memiliki batasan-batasan tanggung jawab.

Penelitian ini berbeda dengan penulisan (skripsi) di atas dalam hal fokus penelitiannya. Skripsi di atas memfokuskan pada Perlindungan Hukum terhadap Konsumen yang Dirugikan dalam Transaksi Jual Beli pada Situs Belanja *Online Shopee*, sedangkan rencana penelitian penulis lebih difokuskan pada Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online di Facebook*.

F. Batasan Konsep

Batasan konsep digunakan untuk memperjelas konsep-konsep atau istilah yang digunakan dalam penelitian ini agar tidak terjadi kesalahpahaman atau perbedaan pendapat. Adapun batasan konsep yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon Perlindungan Hukum adalah kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya.¹⁸

2. Konsumen

Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa

¹⁸ Anonim, 2014, *Pengertian Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli*, <http://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/> diakses pada 8 Oktober 2020 pukul 18.48 WIB.

yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁹

3. Transaksi Jual Beli *Online*

Jual beli *online* adalah aktivitas jual beli berupa transaksi penawaran barang oleh pelaku usaha dan permintaan barang oleh konsumen secara *online* dengan memanfaatkan teknologi internet.

4. *Facebook*

Facebook merupakan sebuah situs yang menghadirkan layanan jejaring sosial dimana para penggunanya dapat saling berinteraksi dengan para pengguna lainnya yang berasal dari seluruh penjuru dunia.²⁰

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian hukum ini adalah empiris. Penelitian hukum empiris merupakan penelitian lapangan, yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat.²¹

¹⁹ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁰ Adzikra Ibrahim, Adzikra Ibrahim, *Pengertian Facebook dan Sejarah Pendirian Facebook*, <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-facebook-dan-sejarah-pendirian-facebook/> diakses pada 9 Oktober 2020 pukul 14.44 WIB.

²¹ Bambang Waluyo, 2002, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 15.

2. Sumber Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari narasumber melalui wawancara dan responden yaitu konsumen dalam transaksi *online* melalui media sosial *facebook* dengan kuisisioner.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan mencari dan mengumpulkan bahan dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dan artikel yang dipergunakan sebagai referensi penunjang penelitian.

Data sekunder tersebut meliputi:

1) Bahan hukum primer, yaitu:

- a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- c) Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan.
- d) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.
- e) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- f) Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- g) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

- 2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yang terdiri dari buku, jurnal, makalah, dan tulisan lain yang terkait.
- 3) Bahan hukum tersier, yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, terdiri dari kamus hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia, jurnal, surat kabar, dan lain sebagainya.

3. Cara Pengumpulan Data

a. Data primer diperoleh dengan cara:

- 1) Wawancara, yaitu cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber tentang obyek yang diteliti berdasarkan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan kepada Kepala Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Yogyakarta atau yang mewakilinya sebagai narasumber.
- 2) Kuisisioner, yaitu sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi atau dijawab oleh responden atau orang yang akan diukur. Kuisisioner dalam penelitian ini dilakukan terhadap 100 konsumen dalam transaksi *online* melalui media sosial *facebook* sebagai responden.

b. Data sekunder diperoleh dengan studi kepustakaan yaitu dengan mempelajari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini ditentukan dalam lingkup Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pemilihan lokasi penelitian didasari karena keterbatasan sumber daya peneliti, sehingga membatasi diri dengan menjangkau pelaku transaksi *online* di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta melalui penyebaran kuisisioner dengan *Google Form* guna pengumpulan data pada penulisan ini dapat lebih terakomodir.

5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan obyek dengan ciri yang sama (homogenitas). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dalam transaksi *online* melalui media sosial *facebook*. Dari populasi tersebut diambil sejumlah 100 orang dengan teknik *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.²² Teknik ini akan dilakukan dengan metode penyebaran kuisisioner dengan jumlah yang lebih besar dari target yang penulis tentukan berkaitan antisipasi penulis apabila tidak semua kuisisioner yang disebar akan terisi, kemudian semua kuisisioner terisi yang sudah terkumpul akan disortir lagi sejumlah target penulis yaitu 100 responden yang benar-benar memenuhi kriteria responden dalam penelitian ini yaitu responden yang pernah melakukan transaksi jual beli *online* melalui di *facebook*.

²² Sugiyono, 2001, *Metode Penelitian*, Alfa Beta, Bandung, hlm. 57.

6. Responden

Responden adalah subyek yang memberikan jawaban langsung atas pertanyaan peneliti terkait dengan masalah hukum yang diteliti. Responden dalam penelitian ini adalah 100 konsumen dalam transaksi *online* melalui media sosial *facebook* yang ditentukan dengan metode penarikan sampel secara *simple random sampling*.

7. Narasumber

Narasumber adalah seseorang yang karena jabatannya, profesi ataupun keahliannya memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti guna melengkapi data yang diperoleh dari responden. Narasumber dalam penelitian ini adalah Dwi Priono selaku Koordinator Bidang Pengaduan pada Lembaga Konsumen Yogyakarta.

8. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan menganalisa data primer dan data sekunder serta mempertimbangkan adanya kecenderungan, kesesuaian, disharmoni, atau inkonsistensi. Berdasarkan analisis data tersebut kemudian dilakukan penarikan kesimpulan dengan metode penalaran/berpikir induktif yaitu menarik kesimpulan dengan proses awal yang khusus (sebagai hasil pengamatan) dan berakhir dengan suatu kesimpulan (pengetahuan baru) berupa pemikiran yang umum.²³

²³ Bambang Sugono, 2003, *Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm.10.