BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jual beli online atau melalui fasilitas internet dewasa ini semakin menjadi model jual beli yang sangat populer sebagai akibat dari semakin berkembangnya teknologi infomasi dan komunkasi. Kemudahan yang ditawarkan dalam jual beli online mampu menggeser model transaksi lama yang menuntut adanya lokasi pertemuan pembeli dan penjual (pasar), untuk melakukan jual beli. Teknologi informasi dan komunikasi saat ini sedang mengarah kepada konvergensi yang memudahkan kegiatan manusia sebagai pencipta, pengembang dan pengguna teknologi itu sendiri. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan media internet yang sangat pesat. Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, antara lain untuk menjelajah (browsing, surfing), mencari data dan berita, saling mengirim pesan melalui email, dan perdagangan. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah elektronik commerce selanjutnya disebut bisnis online.[1]

Saat ini transaksi *e-commerce* telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Contoh untuk membayar zakat atau berkurban ada saat Idul Adha, atau memesan obat- obatan yang bersifat sangat pribadi, orang cukup melakukannya melalui internet.[2]

---

[1] Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia* Bandung : PT. Refika Aditama, 2004, hal. 1.
[2] *Ibid*, hal. 2.

Kasus-kasus tersebut timbul dikarenakan: a) Kemudahan mekanisme transaksi elektronik yang dapat dilakukan oleh siapa saja (dengan identitas yang sangat beragam) yang dapat mengakses internet, sehingga aspek perlindungan pada pelaksanaan transaksi tidak menjadi pertimbangan utama dan; b) Kurangnya kesadaran dari para pihak akan hak dan kewajiban yang timbul dari transaksi elektronik yang dilakukan terutama mengenai perlindungan bagi konsumen transaksi elektronik sebagai pihak yang lebih lemah dibandingkan dengan pelaku usaha.[3]

Produk yang dikenalkan melalui gambar atau foto yang diposting seringkali berbeda dengan produk aslinya sehingga ketika produk tersebut diterima tidak sesuai dengan apa yang dipesan. Bagi para pihak yang tidak melaksanakan tanggung jawabnya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dapat digugat oleh pihak yang merasa dirugikan untuk mendapatkan ganti rugi.

Pembayaran dalam jual beli online dapat dilakukan dengan cara langsung mentransfer uang seharga barang yang dipesan dan kemungkinan ditambah dengan melakukan pembayaran dengan beberapa cara. Pembayaran dapat dilakukan dengan cara langsung mentransfer uang seharga barang yang dipesan dan kemungkinan ditambah dengan biaya pengiriman barang, tergantung kesepakatan penjual dan pembeli untuk yang menanggung biaya pengiriman. Pembayaran ini juga bisa dilakukan dengn *Cash On Delivery* (COD) mekanisme pembayaran ini berlaku apabila penjual dan pembeli berada dalam

[3] Enni Soerja Priowirjanto, 2014, *Pengaturan Transaksi Elektronik dan Pelaksanaannya di Indonesia Dikaitkan dengan Perlindungan E-Konsumen*, Padjadjaran Jurnal Ilmu Hukum, Volume 1 - No 2 - Tahun 2014, Bandung: Universitas Padjajaran, hal.53

satu kota dan tidak terlalu jauh jaraknya. Penjual dan pembeli membuat suatu kesepakatan tempat dan waktu melakukan pembayaran dan menyerahkan barang pada jam dan hari yang telah di sepakati oleh kedua belah pihak.[4] Sistem pembayaran seperti ini sebenarnya yang banyak di minati untuk mengurangi resiko kekecewaan konsumen atas produk yang dibeli.

Khusus pada produk kecantikan sangat memungkinkan munculnya keluhan dari konsumen. Dewasa ini beredar sangat masif produk-produk yang menawarkan perawatan wajah yang hasilnya lebih instan dirasakan. Penggunaan kadar yang berlebih pada produk kecantikan tersebut yang membuat reaksi pada wajah menjadi lebih cepat dirasakan. Akan tetapi penggunaan bahan yang yang berlebih tentu saja akan menimbulkan resiko bagi konsumen yang memiliki kulit wajah sensitif. Pengaduan konsumen atas produk tentu saja meningkat. Sudah menjadi kewajiban pemerintah menyediakan dan mengatur regulasi yang jelas mengenai kasus yang potensial ini.

Pemerintah indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta dikuatkan pelaksanaannya dengan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2001 tentang Badan Perlindungan Konsumen Nasional untuk mengatur model jual beli online demi melindungi konsumen dan juga melindungi hak-hak produsen.

[4] Adryansyah, *"Anasisis Pengaruh Reputasi Penjual, Kualitas Informasi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Online", Universitas Bakrie*, II (Januari, 2013), 26.

Di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur mengenai asas-asas perlindungan konsumen, seperti tertulis pada Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pengertian konsumen berdasar Pasal 1 butir 2 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UUPK) adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat,baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk lain dan tidak untuk di perdagangkan.[5] Pengertian konsumen ini mengindikasikan kemungkinan munculnya banyak pengaduan yang kemudian dipidanakan dalam ranah hukum mengingat kerugian yang ditimbulkan dari transaksi jual beli online, khususnya pada produk kesehatan dan kecantikan.

Penjelasan di dalam Pasal 9 UU ITE disebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Informasi yang dibuat oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen harus benar-benar sesuai dengan barang/jasa yang ditawarkannya agar tidak memunculkan ekspektasi yang berbeda dari pihak konsumen. Pada umumnya kerugian yang sering dialami oleh konsumen adalah tidak mendapatkan barang sesuai informasi yang diberikan oleh pelaku usaha sebelumnya, dan tidak sedikit konsumen memilih untuk pasrah dan tidak

[5] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

berusaha untuk memperjuangkan hak-haknya yang telah dirugikan oleh pihak pelaku usaha dalam transaksi elektronik.[6]

Bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam melindungi konsumen akan menjadi fokus utama penulis dalam karya ilmiah ini. Peneliti mengkaji Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peratuan lainnya terkait perlindungan konsumen untuk memberikan gambaran dan penjelasan bagaimana negara, dalam hal ini pemerintah, memberi ruang bagi konsumen untuk memproses secara hukum pihak produsen atas pebuatannya yang merugikan konsumen secara finansial ataupun perjanjian jual beli yang berakhir pada kerusakan akibat reaksi yang ditimbulkan dari produk yang diperdagangkan. Penulis dalam karya ilmiah ini ingin mengkaji lebih jauh bagaimana Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bekerja dalam melindungi konsumen yang mengalami kerugian dalan jual beli secara online yang pada khususnya terkait pembelian produk kecantikan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka penulis merumuskan pokok permasaalahannya sebagai berikut:

[6] Antonius Dwicky Cahyadi, 2014, *Kesadaran Hukum Konsumen Dalam Memperjuangkan Hak-Haknya Atas Kerugian Yang Dialami Dalam Melakukan Transaksi Elektronik*, Naskah Publikasi Skripsi Fakultas Hukum, Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, hal. 37

1. Bagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia bekerja melindungi konsumen yang dirugikan dalam jual beli produk kecantikan wajah yang dilakukan secara *online*?
2. Bagaimana upaya konsumen untuk mendapatkan perlindungan hukum terhadap dampak negatif dari penggunaan produk kecantikan wajah yang dibeli secara *online*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut diatas, maka penelitian membatasi tujuan yang akan dicapai, yaitu:

1. Tujuan Obyektif, yaitu:
   a. Mengetahui bagaimana Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen melindungi konsumen yang dirugikan oleh pihak produsen atas pembelian produk kecantikan wajah yang dilakukan secara online.
   b. Mengetahui bagaimana upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen atas kerugian yang disebabkan oleh pembelian produk kecantikan wajah yang dibeli secara online.
2. Tujuan Subyektif

   Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menempuh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi pengembangan ilmu Hukum khususnya pada kajian yuridis normatif Undang-undang Perlindungan konsumen dalam memfasilitasi dan memberi solusi penyelesaian pengaduan konsumen akibat dari ketidakpuasan produk dalam transaksi jual beli online.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi konsumen jual beli online dalam proses pengaduan ketidakpuasan terhadap produk yang dibeli dari transaksi jual beli online. Penelitian ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang aturan atau regulasi yang diintepretasikan dari Undang-undang perlindungan konsumen dan Undang-Undang lain yang terkait sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pengaduan hukum.