

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman modern seperti saat ini berbagai kemajuan semakin meningkat khususnya dalam hal kemajuan teknologi yang berkembang dimasyarakat, dengan hal tersebut muncul pula berbagai inovasi-inovasi dari masyarakat yang mana untuk mendapatkan kemudahan dalam kehidupannya. Dapat dicontohkan adalah dalam perkembangan dalam bidang perdagangan baik jual beli ataupun jasa. Seperti makin berkembangannya perdagangan yang dilakukan secara elektronik atau dikenal dengan sebutan *ecommerce*. *ecommerce* adalah suatu aktivitas bisnis yang dilakukan lewat perantara internet atau online untuk melakukan jual beli baik jasa maupun barang.¹

Dapat diketahui bahwa dalam *ecommerce* tidak hanya dapat dikelola oleh perusahaan atau kelompok tapi bisa juga dapat dikelola oleh individu dalam menjual belikan barang atau jasanya dalam media *online* atau media sosial. Dimana seperti saat ini sedang maraknya dengan *ecommerce* yang dikelola sendiri yang mana biasanya pelaku usaha mendirikan usahanya dengan mengandalkan sosial media seperti dalam media sosial Instagram, sampai sekarang banyak sekali akun-akun pada Instagram yang memanfaatkan akunnya untuk kegiatan jual beli ataupun jasa, dalam hal itu mempermudah juga masyarakat sebagai konsumen.

Dapat diketahui juga bahwa *ecommerce* yang berguna untuk jual beli terbagi kedalam dua jenis yaitu.

1. *Ecommerce talling*, yang mana jual beli dilakukan pada yang dilakukan secara formal melalu platform *online*. Seperti: Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan platform jual beli *online* lainnya.
2. *Social Commerce*, yang mana jual beli dilakukan dengan mengandalkan media sosial dalam melakukan jual beli. Seperti: Instagram, Facebook, Twitter dan juga sosial media lainnya.

¹ Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-Commerce*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hlm.10.

Seperti dalam akun sosial media instagram yang mana pada bisnis jasa titip *online* dapat dikategorikan sebagai *social commerce*, dapat diketahui bahwa usaha tersebut bergerak dalam hal menawarkan jasa seperti jasa titip *online* tersebut. Dapat diketahui juga bahwa jasa titip *online* ini adalah jasa yang menawarkan suatu barang kepada konsumen yang mana barangnya dibeli oleh pemilik jasa titip kepada pihak ketiga lalu pihak pemilik jasa titip membeli barang kepada pihak ketiga dan menjual belikannya kepada konsumen atau pembeli.

Dimana cara kerja jasa titip ini adalah dimana penyedia jasa akan keluar masuk toko pada pusat perbelanjaan baik itu di dalam maupun luar negeri guna membeli barang titipan dari konsumen, yang menggunakan jasanya dalam membeli barang yang diinginkan Konsumen.² Maka dari hal tersebut konsumen jasa titip semakin meningkat dimasyarakat karena dalam hal ini mempermudah konsumen dalam meraih barang yang diinginkan.

Dimana semakin meningkatnya masyarakat terhadap jasa titip online tersebut adalah suatu kegiatan yang berdasarkan suatu kesepakatan antara pelaku usaha dan juga konsumen, yang mana kesepakatan menjadi satu dari syarat sah sesuatu dalam membuat perjanjian. Adapun pada Pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata terdapat empat syarat sahnya perjanjian itu dilakukan, yaitu: “Terjadinya kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu pokok persoalan tertentu, suatu sebab yang halal atau tidak terlarang.”

Dengan munculnya satu kesepakatan, otomatis terjadi jika kedua belah pihak telah bersepakat atas suatu barang dagangnya maka tidak menutup kemungkinan terkadang terjadi suatu kasus antara pemilik akun jasa titip dan konsumen. Seperti barang yang tidak sesuai pada apa yang sudah disepakati yang membuat konsumen merasa dirugikan dalam permasalahan tersebut .

Seperti contoh dalam kasus yang Penulis temukan didalam masyarakat dimana terdapat masyarakat yang menggunakan jasa titip di Instagram pada

² Lintang Satrio, 2020, *JASA TITIP ONLINE MODAL IRIT UNTUNG MELEJIT* , DESA PUSTAKA INDONESIA, Jawa Tengah, hlm.31.

akun instagram @Clotheshoppe_id untuk membeli suatu barang berupa pakaian dengan ukuran *Extra Small* (XS) tetapi barang yang datang tidak sesuai dengan yang disepakati oleh konsumen karena barang yang dikirimkan kepada Konsumen yang datang adalah ukuran yang pakaian yang bukan disepakati. Selain contoh kasus dari masyarakat penulis pun pernah mengalami hal yang serupa, dimana penulis membeli barang dengan menggunakan jasa titip *online* diInstagram pada akun yang sama yang menjual berbagai jenis pakaian, dalam kasus tersebut kejadian yang terjadi adalah barang yang telah disepakati sebelumnya dengan keinginan penulis sebagai konsumen telah dikirimkan melalui pihak jasa pengiriman dan pada saat barang itu sampai ditangan penulis ternyata isinya tidak sesuai dengan kemauan yang diinginkan penulis sebagai konsumen dimana penulis bersepakat memesan ukuran pakaian size *Extrasmall* (XS) tapi yang datang atau sampai ketangan penulis sebagai konsumen adalah ukuran *Small* (S).

Maka dari itu dalam semakin banyaknya konsumen dalam menggunakan jasa titip tersebut, penulis disini tertarik untuk membahas mengenai lebih lanjut apabila barang yang tidak sesuai pada apa yang disepakati antara konsumen dan penyedia jasa terkait kasus tersebut. Dimana kasus ini terkait kesepakatan antara penyedia jasa dan konsumen.

Yang dapat diketahui bahwa pada Pasal 47 ayat (2) Peraturan pemerintah penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dijelaskan bahwa mengenai sah nya suatu transaksi lewat media elektronik dianggap sah apabila meliputi.

- “1) Adanya kesepakatan para pihak
- 2) Dilakukan oleh subyek hukum yang cakap
- 3) Objek transaksi tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan dan ketertiban umum.”³

Dimana dari data yang didapatkan penulis bahwa penggunaan *ecommerce* pada saat ini meningkat, seperti yang dikatakan dalam berita

³Peraturan pemerintah No.82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 47 Ayat 2.

online Antara News pada masa pandemi ini saja terdapat 12 Juta jiwa pengguna baru *ecommerce* selama pandemi ini terjadi.⁴

Lalu dengan meningkatnya pengguna *ecommerce* tidak menutup kemungkinan kasus dalam *ecommerce* semakin banyak lagi atau meningkat didalam masyarakat, terjadi suatu kejahatan, dalam berita *online* yang terdapat pada berita *online* Suara.Com dikatakan bahwa tingkat kejahatan meningkat selama pandemi covid 19 yang mana faktor tersebut dikarenakan juga karena meningkatnya pengguna *ecommerce*.⁵

Maka dapat diketahui dari adanya kasus dalam media sosial khususnya dalam jasa titip secara *online* diInstagram, maka penulis ingin sekali mengetahui dengan lebih dalam apabila terjadi suatu kasus yang berkaitan dengan suatu jual-beli di *ecommerce* yang mana menimbulkan suatu permasalahan didalamnya. Dan juga ingin mengetahui aturan apa yang mengaturnya dan juga tindakan apa yang perlu dilakukan oleh penyedia jasa titip online tersebut apabila terjadi suatu permasalahan yang merugikan konsumen.

Dalam hal ini maka penulis ingin mengetahui bagaimana perlindungan hukum terkait kasus tersebut dalam *ecommerce* khususnya dalam jasa titip *online* yang terjadi di Indonesia apakah terdapat aturan yang mengaturnya agar dalam hal ini dapat membuat konsumen merasa tidak ketakutan dalam membeli barang pada jasa titip *online* khususnya pada jasa titip *online* di Instagram dan juga bagaimana pertanggungjawaban dari pihak pelaku usaha yaitu pemilik akun jasa titip online di Instagram.

Perlu diingat bahwa dalam konteks ini pelaku usaha haruslah memberikan suatu Perlindungan pada Konsumen, yang mana dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada Pasal 1 ayat (1) dapat diketahui bahwasanya “perlindungan konsumen adalah segala upaya

⁴Mediao,Arindra dan Ida Nurchayani “Ada 12 Juta Pengguna baru *Ecommerce* selama Pandemi “
<https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/1821308/ada-12-juta-pengguna-baru-e-commerce-selama-pandemi>, diakses pada 29 Agustus 2021

⁵Sulaiman,M Reza dan Lutfi Khairul Fikri “Hati Hati Tingkat Penipuan BelanjaOnlineMeningkatSelamaPandemi”,<https://www.google.com/amp/s/amp.suara.com/lifestyle/2020/10/28/233500/hati-hati-tingkat-penipuan-belanja-online-meningkat-selama-pandemi>,diakses pada 29 Agustus 2021

yang mana menjamin adanya suatu kepastian hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen.”

Mengacu pada latar belakang yang sudah penulis uraikan, maka penulis merumuskannya menjadi sebuah judul. **“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN JASA TITIP ONLINE DI INSTAGRAM DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.”**

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Dimana dari uraian pada latar belakang diatas sehingga bisa diidentifikasi masalah-masalah yakni:

1. Dengan meningkatnya pengguna jasa titip *online* pada media sosial Instagram juga membuat meningkatnya jumlah kasus yang terjadi pada media sosial Instagram.
2. Dimana kasus yang terjadi media sosial sebagian besar adalah kasus yang berkaitan dengan bidang jual beli.
3. Dari jual beli maka dari kasus di media sosial menyebabkan masyarakat yang mengalaminya adalah sebagai konsumen.
4. Sehingga dalam hal ini penulis berkeinginan untuk mengetahui apakah aturan hukum di Indonesia tentang perlindungan konsumen di Indonesia mengatur mengenai kasus yang dilakukan pada media sosial khususnya lewat media sosial Instagram dalam hal jual-beli pada jasa titip *online* tersebut.

C. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang mengalami kerugian atas barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan?

2. Bagaimana pertanggung jawaban dari pemilik akun jasa titip *online* dan penyelesaiannya atas barang yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan?

D. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dari pembahasan penulisan pada penelitian ini terbatas pada Subjek penelitian masyarakat yang menjadi Konsumen Jasa titip *online* pada media sosial instagram dan juga aturan hukum atau UU tentang perlindungan konsumen yang mana terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen dan juga Undang Undang mengenai UU ITE yang membahas mengenai suatu kesepakatan dan transaksi yang dilakukan melalui media elektronik.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Mengacu pada rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan dari dilakukan penelitian adalah:

- a. Guna mengetahui mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen jasa titip *online* apabila barang yang datang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan dan menimbulkan kerugian.
- b. Guna mengetahui pertanggungjawaban penjual atau pemilik akun pada jasa titip *online* diInstagram dan penyelesaiannya apabila terjadi kerugian yang merugikan pihak konsumen atau pembelinya.

2. Manfaat

Adapun manfaat dari dilakukanya penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan wawasan masyarakat dengan kemajuan zaman, dimana banyak masyarakat yang tidak bisa jauh dari yang nama nya media sosial dan juga dapat memahami suatu aturan hukum apabila

masyarakat sebagai konsumen merasa dirugikan oleh pemilik akun jasa titip *online* diInstagram.

- 2) Dijadikannya sebagai suatu acuan serta pertimbangan untuk peneliti yang mana ada kaitanya dengan perlindungan konsumen mengenai jual beli secara *online*.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penjual atau pemilik akun Instagram yang menjual barang atau jasa nya diharapkan menjadi lebih mengerti mengenai suatu aturan hukum mengenai perlindungan konsumen.
- 2) Bagi penulis diharapkan dapat menerapkan dan memahami mengenai aturan hukum mengenai perlindungan konsumen.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian digunakan dalam mengumpulkan data yang akurat, lengkap dan bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah untuk mencapai tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini. Metode penelitian yang digunakan dalam sebuah skripsi sangat penting dan bisa membantu mengembangkan sebuah skripsi yang detail dan jelas.

Didalam menyelesaikan suatu skripsi ini, penulis mempunyai metode tersendiri, yang mana tanpa adanya suatu metode tidak dapat menemukan, merumuskan, dan memahami secara tepat mengenai permasalahan yang terjadi. Oleh karena itu, metode penelitian hukum yang hendak digunakan dalam penulisan skripsi ini yakni:

1. Jenis Penelitian

Penelitian hukum adalah proses mencari atau menemukan sesuatu yang berkaitan dengan aturan hukum, prinsip-prinsip, dan juga doktrin-doktrin yang berguna dalam menyelesaikan fenomena yang terkait dengan masalah hukum tertentu.⁶

⁶ Peter Mahmud Marzuki, 2008, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, hlm.29.

Penulis melakukan pendekatan penelitian ini melalui metode penelitian normatif, yang lebih menekankan pada standar hukum atau *rule of law*, serta pada buku-buku dan penelitian sebelumnya (*Literature Review*).⁷

2. Pendekatan Masalah

Penulis melakukan pendekatan terhadap masalah melalui pendekatan undang-undang, di mana dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang serupa dengan masalah hukum yang dibahas oleh penulis. Perlu dipahami hierarki dan prinsip Peraturan Hukum yang berlaku terhadap masalah yang dibahas oleh peneliti selama proses penelitian.⁸

Penulis kemudian menggunakan pendekatan konseptual selain pendekatan hukum atau *Statuta*, dimana pendekatan konseptual diartikan sebagai pendekatan yang diturunkan dari prinsip-prinsip hukum yang berasal dari pandangan para sarjana hukum atau doktrin-doktrin yang berkembang dalam hukum.⁹

3. Sumber Data

Pengumpulan data pada suatu penelitian adalah merupakan bahan yang digunakan peneliti sebagai jalan keluar dalam mengetahui suatu permasalahan yang ingin dipecahkan, Dalam Penelitian Ilmiah Penulis data yang dipakai yakni data primer dan data juga sekunder.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah peraturan perundang-undangan, diantaranya:

- 1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;

⁷ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris* Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hlm.153.

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Op. Cit.*, hlm.59.

⁹ Ishaq, 2017, *METODE PENELITIAN HUKUM DAN PENULISAN SKRIPSI, TESIS, SERTA DISERTASI* (Cetakan Kesatu), Alfabeta, Bandung .hlm.99.

- 2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang penyelenggaraan sistem dan Transaksi Elektronik;
- 3) Undang-Undang No.19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- 4) Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Bahan hukum akan menjadi pedoman atau standar bagi peneliti saat mereka menulis tugas akhir berbentuk skripsi ini, dan tantangan yang disajikan dalam penelitian ini akan diperiksa berdasarkan jawaban bahan hukumnya.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder ialah bahan yang berasal dari buku teks sebab memberikan ide-ide dasar hukum klasik dan peraturan perundang-undangan seperti yang ditulis oleh para sarjana dengan klasifikasi tinggi.¹⁰ Bahan-bahan yang berikut digunakan dalam penelitian penulis:

- 1) Buku buku Hukum
- 2) Jurnal-jurnal Hukum
- 3) Isu-isu Hukum

Yang mana bahan tersebut memiliki relevansi dengan penelitian penulis yang akan dibahas dalam penelitian ini.

c. Sumber Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yakni bahan yang berfungsi sebagai petunjuk tambahan untuk penjelasan dokumen hukum primer serta sekunder. Bahan-bahan tersebut meliputi kamus umum serta kamus hukum yang merupakan bahan tambahan yang relevan dengan masalah penelitian ini.

¹⁰ Marzuki, P. M. (2008). *Penelitian Hukum*. Kencana.

d. Cara Pengumpulan data

Cara pengumpulan data pada penelitian ini dengan memfokuskan kepada studi kepustakaan yang mana data memiliki relevansi dengan permasalahan dalam penelitian ini, dengan menggunakan buku –buku, artikel ilmiah dan berita-berita yang mempunyai nilai relevan. Tinjauan pustaka ini menggunakan sumber digital dan cetak; sumber digital antara lain artikel atau jurnal yang dapat dilihat secara online, serta sumber yang nilai reliabilitasnya terpercaya di internet. Lalu terkait sumber cetak penulis merujuk pada buku-buku dan aturan hukum yang memiliki nilai relevansi dengan judul penelitian peneliti. Studi pustaka ini memiliki tujuan dalam mencari suatu teori-teori yang relevan, pendapat-pendapat, dan juga hasil penemuan-penemuan yang ,mempunyai nilai relevan dengan inti permasalahan yang penulis akan teliti.¹¹

e. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif dalam hal ini, yang mengacu pada data yang tidak dapat diberi nomor atau memiliki fitur *non-numerik*. Tujuan penggunaan pendekatan kualitatif dalam hal ini adalah untuk memastikan adanya suatu fenomena dan realitas yang mendalam di dalam masyarakat.¹²

¹¹ M Nazir, 2003, *Metode Penelitian (cetakan ke-5)*, Ghealia Indonesia, Jakarta, hlm.22.

¹² Conny R.Semiawan, 2010, *Metode Penelitian Kualitatif*, Grasindo, Jakarta, hlm.1.