

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dilihat dari perkembangan global dalam pembelian online saat ini mudah dan praktis. Dibandingkan membeli belanja langsung ke supermarket. Mengingat terjadi dari tahun 2019 hingga saat ini 2021 masa-pandemic Covid-19 terjadi dan tidak terditeksi berhenti sampai kapan. Data hasil penelitian yang penulis temukan ialah "The Opportunity of Indonesia" yang digagas menggunakan TEMASEK dan Google pada tahun 2015, dengan pengguna internet di Indonesia akan meningkat untuk tahun 2020, yang sebelumnya 92 juta pengguna internet menjadi 215 juta pengguna internet. Penelitian tersebut menduga nilai toko onlineshop Indonesia hendak sampai \$81 miliar hingga tahun 2025 (Zaenudin,2017). Mendapatkan dari survei juga 93,1% semua orang menggunakan internet dengan tuntunan komersil yang berkenaan erat atas aktivitas perdagangan, terait dengan penjualan dan pembelian barang atau jasa.

Dalam melakukan pembelian online ada kaitannya dengan Transaksi Jual Beli, penulis menemukan kutipan Pasal 1313 KUH Perdata, penjelasan pasal tersebut mengenai terikatnya pihak satu dengan pihak yang lain. Masing-masing mempunyai tanggung jawab ialah pihak satu untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain berkewajiban untuk membayar yang telah dijanjikan. Kemudian Pasal 1458 KUH Perdata Transaksi yang dianggap sah, jika Pelaku usaha bersedia menjual barangnya dan Konsumen sepakat dengan harga yang telah ditentukan, dengan ini tercapainya kesepakatan meskipun harganya belum dibayar sama sekali.

Tetapi menurut Penulis, di Indonesia dalam hal pembelian online masih baru mengenal dan belum banyak yang mengenali cara pembelian online secara baik dan benar. Seperti halnya penulis mengutip data penipuan di Indonesia dari liputan6.com, Kementerian Perdagangan (Kemendag) Veri Anggrijono menyebutkan pada semester 1 tahun 2021

banyak nya pengaduan konsumen di sector niaga elektronik (e-commerce) 95 persen atau 4855 konsumen.

Kasus yang penulis bahas adalah kasus yang penulis alami sendiri pada tahun 2017, yang mana penulis membeli barang nature republic di salah satu akun beautybyaprill untuk harga barang tersebut yaitu Rp. 15.000. Beautybyaprill ini mengiklankan onlineshop nya disalah satu *selebgram* atau pelaku usaha periklanan terpendang dan *selebgram* ini terkenal akan jasa nya sebagai pelaku usaha periklanan. Dengan kejadian tersebut *selebgram* melakukan kelalaian akan memilih klien tanpa pemeriksaan lebih lanjut.

Akibat promosi yang disampaikan oleh *selebgram* tersebut, penulis tertarik dan membeli 2 Nature Republic dengan sudah bertransaksi langsung dilakukan tanggal 21 september 2017 dan sudah terkirim ke Rekening bank 7771709382 BCA a/n Syivia Aprilia total Rp. 39.000, dan tinggal menunggu pengiriman barang. Setelah itu tanggal 22,24 september 2017 sampai selang waktu 15 oktober 2017 tidak ada tanggapan apapun dan penulis di block oleh akun online shop tersebut dan penulis mengalami penipuan. Dengan ini *selebgram* melakukan berita bohong Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang disengaja maupun tidak.

Hal tersebut sangatlah merugikan masyarakat luas, karena ketidakprofesional seorang *selebgram* melakukan promosi online shop, tanpa adanya pemeriksaan terlebih dahulu terhadap online shop tersebut. Dengan ini perlu nya perlindungan hukum sesuai Hak-hak diatur dalam Pasal 4 & 5 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen).

Berdasarkan pembahasan dalam latar belakang diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan memilih judul : Tanggung Jawab *Selebgram* Dan Pelaku Usaha *OnlineShop* kepada Konsumen di Instagram.

B. Rumusan Masalah

Beberapa batasan masalah berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Tanggung Jawab *Selebgram* dan Pelaku Usaha *OnlineShop* kepada Konsumen di Instagram?
2. Bagaimana Perlindungan Hukum kepada Konsumen di *Instagram*?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam Penelitian ini Penulis membatasi Ruang Lingkup Penelitian ialah mengenai Bagaimana Tanggung Jawab *Selebgram* dan Pelaku Usaha *OnlineShop* kepada Konsumen di Instagram. Selain itu penulis juga Perlindungan Hukum kepada Konsumen di Instagram.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dibawah ini penulis telah menguraikan Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, dalam hal ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Agar terjadinya Pelayanan Pelaku Usaha yang baik dan sesuai Perlindungan konsumen maupun masing–masing.
- b. Memberikan Perlindungan Konsumen dengan baik dan mencerminkan kekuatan hukum yang tepat maupun kuat terhadap peran konsumen.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang penulis inginkan terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Manfaat Teoritis

Dari manfaat teoritis hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan motivasi untuk pengetahuan dalam proses belajar dalam pemahaman serta pedoman bagi peneliti lainnya khususnya di bidang hukum yang melakukan penelitian pada kasus *selebgram* maupun pelaku usaha yang merugikan konsumen.

b. Manfaat Praktis

Dari manfaat teoritis hasil penelitian diharapkan dapat Pelaku Usaha Periklanan Jasa di Instagram (*Selebgram*) Memahami Etika Periklanan, Serta berlaku bagi Konsumen untuk memahami seputar Belanja *Onlineshop* serta khususnya dalam pemahaman Upaya Lembaga-lembaga di bidang Perlindungan Konsumen.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian hukum terapan ini adalah yang digunakan Yuridis Normatif atau dengan kata lain Penelitian tersebut adalah Penelitian Yuridis normatif merupakan penelitian yang mencari bahan-bahan pustaka dan data sekunder untuk bahan dasar untuk diteliti, dengan macam melakukan penelurusan pada kaidah perundang-undangan serta literatur yang berhubungan atas permasalahan yang diteliti.¹

Penelitian ini mempersoalkan akan pelaksanaan *endorsement* atau iklan melalui *Selebgram* (*Seleb Instagram*) yang mempromosikan *onlineshop*, yang mana *Selebgram* tersebut tidak bertanggung jawab atas kerja sama dengan klien yang tidak mengetahui seluk-beluk klien tersebut dan mengakibatkan kerugian pada konsumen yang bertransaksi di *Instagram*. Berlandaskan tentang perlindungan konsumen didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, apakah sudah memenuhi tatanan peraturan klausul-klausul terkait, bahkan apakah mempunyai suatu masalah atau hambatan pada yang dilakukan *Selebgram* saat mendapatkan *endorsement* atau iklan untuk mengiklankan produk atau jasa dalam *media instagram*. Penulis dan pembaca akan menangkap, apakah pelaksanaan iklan tersebut melalui *Selebgram* sudah sesuai peraturan-peraturan hukum atau sudah serasi dengan peraturan perundang-undangan yang terkait.

¹ Seorjono Seokanto dan Sri Mamudji, 2001, Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat), Rajawali Pers, Jakarta, Edisi 1, Cetak, Kelima, hlm. 13-14.

2. Pendekatan Masalah

Pendekatan Masalah merupakan penelitian yang memiliki berbagai pendekatan-pendekatan metodologis untuk memudahkan penelitian. Dalam hal mendapatkan informasi dari berbagai aspek masalah yang diteliti untuk menemukan jawabannya. Beberapa penelitian hukum yang penulis ketahui yaitu undang-undang (*statute approach*), pendekatan kasus (*case approach*), Pendekatan komparatif (*comparative approach*), dan pendekatan konseptual (*conseptual approach*).² Dengan ini penulis penelitian yang akan diangkat menggunakan pendekatan undang-undang (*statute approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*). Pendekatan peraturan perundang-undangan ini yaitu pendekatan dengan menggunakan legislasi dan regulasi.

3. Sumber Data:

Sumber data yang dimaksud adalah Data sekunder yang merupakan bahan-bahan hukum primer dan sekunder dimana badan hukum primer ini berasal dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, data sekunder juga berupa pendapat para ahli serta sarjana hukum yang dapat ditemukan dalam Sumber-sumber Pustaka.

Meskipun penelitian lebih terkonsentrasi pada pembahasan dari segi hukum, namun tulisan ini juga merujuk kepada sumber-sumber lain, spesifik dalam bidang ilmu sosial yang relevan dengan pembahasan-pembahasan agar dapat memberikan pandangan yang lebih beragam serta objektif dalam memandang sebuah permasalahan. Selain itu, melibatkan berbagai negara sehingga tidak terlepas dari tinjauan hukum, *social* bahkan hingga disampingkan hukum juga.

² Peter Mahmud Marzuki, 2013, *Penelitian Hukum Edisi Revisi*, (Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP, Hlm.133.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yang penulis gunakan adalah bahan hukum yang mempunyai otoritas yang terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan hakim.³ Dengan ini penelitian menggunakan bahan hukum primer sebagai berikut:

- 1) Undang–Undang Perlindungan konsumen No. 8 tahun 1999
- 2) Undang-undang No. 19 tahun 2016 Tentang Perubahan Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang ITE.

b. Bahan Hukum Sekunder

Semua bahan hukum sekunder adalah publikasi hukum yang bukan merupakan dokumen resmi.⁴ Dalam penelitian ini bahan hukum sekunder berupa buku-buku hukum termasuk skripsi, tesis, dan disertasi hukum serta jurnal-jurnal yang berkaitan dengan Perlindungan Konsumen.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier yang digunakan merupakan bahan penjelasan mengenai bahan hukum berupa *ensiklopedia*, kamus dan sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis yaitu data sekunder ialah memakai studi kepustakaan (*library research*) adalah dengan macam mempelajari buku–buku *literature*, peraturan perundang–undangan, hasil penelitian terdahulu, dokumen–dokumen, dan bahan kepustakaan lain yang keterkaitannya dengan kasus yang diteliti oleh penulis. Bersama dengan untuk mengangkut data sekunder yang penulis peroleh, penulis juga akan melaksanakan wawancara.

³ Peter Mahmud Marzuki, *Ibid.* hlm 181.

⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Ibid.*

Penulis melangsungkan wawancara kepada pihak terkait. Yang mana penelitian ini dilakukan dengan cara terpimpin, yaitu wawancara dilakukan berdasarkan pedoman–pedoman dan pertanyaan-pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelum wawancara.

5. Teknik Analisis Data

Survei yang dilakukan penulis bersifat kualitatif, sehingga survei tersebut tidak memasukkan data numerik. Data penelitian kualitatif deskriptif adalah data lisan dan gambar dari keterangan wawancara, kajian lapangan, dokumen sah, dan dokumen lainnya.

Analisis dilakukan dengan analisis isi, yaitu dengan memilih topik yang relevan dari berbagai sumber referensi. Topik-topik ini dikumpulkan dan ditafsirkan untuk menjelaskan kelemahan atau ketidaktahuan perlindungan konsumen Indonesia dalam *e-commerce* untuk masyarakat umum atau ketidaktahuan Badan perlindungan konsumen. Serta lemah nya pelayanan dalam Pelaku Usaha terhadap Perlindungan Konsumen, serta bagaimana ketentuan dan sanksi yang terhadap pertanggung jawaban konsumen.