

## **BAB I**

### **LATAR BELAKANG**

#### **1.1. Latar Belakang**

Pada era modern sekarang ini di mana penegakan hukum menjadi lebih kuat, serta keinginan masyarakat madani terus didorong, maka setiap perusahaan yang menjalankan bisnisnya diharapkan mampu menjadi salah satu *driven force* dalam mewujudkan semua itu. Kalangan pebisnis adalah mereka yang selama ini dianggap memiliki peran besar dalam mempertemukan keinginan pemerintah dan masyarakat<sup>1</sup>.

Bisnis merupakan semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih yang terorganisasi dalam mencari laba melalui penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Kegiatan bisnis meliputi semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang dan jasa melalui saluran produktif, dari membeli bahan mentah sampai dengan menjual barang jadi<sup>2</sup>.

Sebagian ahli ekonomi berpendapat bahwa bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari keuntungan semata-mata. Karena itu cara apapun boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Konsekuensinya bagi pihak ini, aspek moralitas tidak bisa dipakai untuk menilai bisnis dan bahkan dianggap membatasi aktivitas bisnis. Berlawanan dengan kelompok pertama, kelompok lain berpendapat bahwa bisnis bisa disatukan dengan etika. Kalangan ini beralasan

---

<sup>1</sup> Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 3.

<sup>2</sup> Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 6.

bahwa etika merupakan alasan-alasan rasional tentang semua tindakan manusia dalam semua aspek kehidupannya, tidak terkecuali aktivitas bisnis.

Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen, harus diusahakan peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkan kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab. UUPK yang berasaskan keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum, harus pula dapat mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha, sehingga dapat tercipta perekonomian yang sehat<sup>3</sup>.

Berdasarkan hasil Indeks Keberdayaan Konsumen, masih terdapat banyak masyarakat yang tidak mengetahui undang-undang perlindungan konsumen dan tidak mengajukan komplain ketika dirugikan<sup>4</sup>. Hasil *survey* tentang indeks keberdayaan konsumen yang dilakukan di kota Semarang mengungkapkan bahwa hanya 42% konsumen yang mengalami masalah, selebihnya memilih tidak melakukan pengaduan dengan alasan yang disampaikan bervariasi, ada konsumen yang beralasan risiko kerugian yang diterima dinilai tidak besar sebanyak 37%, tidak mengetahui tempat pengaduan 24%, menganggap proses pengaduan lama dan rumit 20%, ada pula yang beralasan telah mengenal baik penjual sebesar 60%<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> M. Yusri, "Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam", Ulumuddin, Volume V (2011): h. 7.

<sup>4</sup>[https://ecommerceiq.asia/?gclid=CjwKCAjwtp2bBhAGEiwAOZZTuIfnwXR0Pp98OHDxiKs70HF6MfRSs4F6qUmxYtTxc8PVk30gD8mbqRoChf0QAvD\\_BwE](https://ecommerceiq.asia/?gclid=CjwKCAjwtp2bBhAGEiwAOZZTuIfnwXR0Pp98OHDxiKs70HF6MfRSs4F6qUmxYtTxc8PVk30gD8mbqRoChf0QAvD_BwE). Diakses tanggal 29 juni 2022 pkl 10:00

<sup>5</sup><https://www.jurnal.id/id/blog/2017-hindari-rasa-kecewa-pelanggan-dengan-cara-berikut-ini/>

Kerugian konsumen tidaklah selalu merupakan akibat dari tindakan melawan hukum pihak pelaku usaha. Bukan pula selalu karena kesengajaan maupun kelalaian pelaku usaha. Di sinilah peran konsumen terkait hak-haknya, harus mendapat perhatian serius bersama. Untuk itu konsumen harus selalu berusaha dengan cara yang benar untuk mendapatkan informasi tentang hak-haknya, mendapatkan hak-haknya dan tidak tinggal diam saat ada pelanggaran terhadap hak-haknya. Di sisi lain sebagai seorang pengusaha haruslah berusaha untuk memenuhi hak konsumen dengan tidak melakukan praktik bisnis yang dapat merugikan konsumen<sup>6</sup>.

Fenomena yang sedang *trend* di Indonesia pada saat ini yaitu aktivitas perdagangan melalui elektronik (*e-commerce*). *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu *business to business e-commerce* (perdagangan antar pelaku usaha) dan *business to consumer e-commerce* (perdagangan pelaku usaha dengan konsumen). Dengan adanya perdagangan elektronik tersebut mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi perdagangan<sup>7</sup>.

Kehadiran *e-commerce* memberikan kemudahan kepada konsumen, karena untuk berbelanja tidak perlu keluar rumah, disamping itu pilihan barang/jasapun beragam dengan harga yang relatif lebih murah. Hal ini menjadi tantangan yang positif dan sekaligus negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya. Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa sesuai dengan kebutuhannya. Dikatakan negatif karena

---

<sup>6</sup> *Ibid*”, h. 8.

<sup>7</sup> Nuhalis, “*Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*”, *Jurnal Ius*, Vol 3. No. 9 (2015): h. 527.

kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada posisi pelaku usaha yang dapat mengakibatkan kekecewaan dan kerugian<sup>8</sup>.

Perkembangan internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya e-commerce di Indonesia. Perkembangan e-commerce diatur di dalam Undang-undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE. Dengan peraturan tersebut memberikan dua hal penting yakni, pertama pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin, dan yang kedua diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI (Teknologi Informasi) disertai dengan sanksi pidananya<sup>9</sup>.

Salah satu yang menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia terutama di masyarakat kota Semarang Facebook sudah tidak asing lagi, agar Facebook memiliki fungsi selain sebagai sosial media Facebook juga memiliki fungsi sebagai Facebook *marketplace*, fitur-fitur di dalamnya terdapat barang, jasa yang diperjualbelikan di Facebook *marketplace* yang tergabung menjadi satu di aplikasi Facebook, baik Facebook lite maupun Facebook biasa. Karena Facebook juga menjadi favorit sosial media di masyarakat Semarang maka tak heran masyarakat Semarang mengenal e-commerce yang di dalam aplikasi social media ini yaitu Facebook *marketplace*.

---

<sup>8</sup> Moh Issamsudin, "Efektifitas Perlindungan Konsumen Di Era Otonomi Daerah", *Jurnal Hukum Khaira Ummah*, Vol. 13. No. 1 (2018): h. 289.

<sup>9</sup> <http://beritakotamakassar.fajar.co.id/berita/2018/04/23/undang-undang-perlindungan-konsumen-belum-maksimal/> diakses pada tanggal 6 januari 2021

Seiring dengan perkembangan bisnis e-commerce tak dapat dipungkiri bahwa masih saja terjadi berbagai permasalahan, seperti halnya terjadi wanprestasi atau barang yang diterima konsumen tidak sesuai dengan pesanan, pengembalian barang (*return*) yang sulit dan memakan waktu yang cukup lama. Jika terjadi pengembalian dana akibat pembatalan transaksi, banyak konsumen yang mengeluhkan proses pengembalian dana yang lambat, sulit dan kurang mendapatkan respon<sup>10</sup>.

Meskipun peraturan mengenai transaksi elektronik sudah tersedia namun, pelaksanaannya masih jauh dari harapan. Penyelesaian kasus yang tidak maksimal dan juga cenderung mengabaikan hak-hak konsumen, dan banyak pula kasus yang tidak ada penyelesaiannya, hal tersebut karena konsumen lebih memilih untuk tidak mempermasalahkannya<sup>11</sup>.

Di pertengahan tahun 2020 masyarakat kota Semarang yang awalnya belanja di pasar, mereka mulai beralih ke Facebook *marketplace*, sebab Facebook sangat dekat dengan mereka dan cara menggunakannya pun mudah langsung terhubung ke penjual. Kemudahan yang terjadi di tengah-tengah masyarakat ternyata dimanfaatkan oleh sejumlah oknum yang memanfaatkan tingkat kepercayaan masyarakat, seperti di dalam deskripsi produk yang dijual berlokasi di Semarang ketika ditanya oleh pembeli ternyata pembayaran bisa melalui COD atau transfer terlebih dahulu, karena banyaknya masyarakat yang sudah terlanjur percaya dengan e-commerce pada khususnya Facebook tak heran mereka juga

---

<sup>10</sup>Setia Putra, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual-Beli melalui e-Commerce*, Jurnal Ilmu Hukum, Volume 4 No. 2 Februari-Juli (2014), h. 290.

<sup>11</sup>Ratu Humaemah, "Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce", *Jurnal Islamiconomic*, Vol.6 No.1 Januari – Juni (2015): h. 48.

banyak yang tertipu dari aplikasi yang mereka sudah percaya. Seperti dilansir oleh situs [situsbaca.co.id](http://situsbaca.co.id), kasus penipuan online Facebook *marketplace* meningkat dari tahun 2020 sejumlah 20 kasus dan di tahun 2021 dan menjelang akhir 2022 sejumlah 40 kasus di kota Semarang. Hal ini membuktikan meskipun di era digitalisasi sebagai masyarakat harus diminta waspada dan lebih cerdas untuk menentukan pilihan untuk melakukan pembelian<sup>12</sup>.

Banyaknya kendala akibat melakukan pembelian secara online khususnya melakukan pembelian di e-commerce terkadang membuat konsumen hanya mengeluh saja dan lebih memilih mengadakan persoalannya tersebut melalui akun Twitter atau akun Facebook pribadi mereka tak jarang bagi mereka yang melakukan pengaduan kepada lembaga pemerintah khususnya di bidang hukum yaitu di kepolisian bahkan sampai melakukan persidangan pun sangat jarang sekali terlihat akibat dari kasus jual beli online ini, karena mereka menganggap kalau terjadi penipuan secara online mereka malah lebih mengiklaskan saja padahal pemerintah sudah menyiapkan wadah bagi mereka yang tertipu karena kasus jual beli online tapi masyarakat belum memanfaatkan secara maksimal, ada berbagai alasan mereka tidak menggunakan fasilitas itu karena yang pertama mereka tidak mau ribet dan yang kedua mereka mungkin kurang tahu prosedurnya bagaimana proses melapor apabila terjadi penipuan online khususnya melakukan pembelian di e-commerce.

<sup>12</sup> [https://www.bca.co.id/id/informasi/awas-modus/2022/08/25/09/59/awas-modus-penipuan-mengatasnamakan-online-shop-jaga-data-pribadimu?utm\\_source=google%20ads&utm\\_medium=sem&utm\\_campaign=adaindonesia\\_bca\\_multiproduct\\_%20awas%20modus%20always%20on%20h1%202022%20\\_google%20ads\\_sep\\_cp\\_lpv\\_sem%7C22080401093&utm\\_content=penipuan%20online%20shop&utm\\_term=unknown&gclid=CjwKCAiAjs2bBhACEiwALTBWZZWk\\_Dt5D8QrI-rHDxOS0YM5WfllAy7GPm7TRu3by-4m3l83uNp3DxoCRfIOAvD\\_BwE](https://www.bca.co.id/id/informasi/awas-modus/2022/08/25/09/59/awas-modus-penipuan-mengatasnamakan-online-shop-jaga-data-pribadimu?utm_source=google%20ads&utm_medium=sem&utm_campaign=adaindonesia_bca_multiproduct_%20awas%20modus%20always%20on%20h1%202022%20_google%20ads_sep_cp_lpv_sem%7C22080401093&utm_content=penipuan%20online%20shop&utm_term=unknown&gclid=CjwKCAiAjs2bBhACEiwALTBWZZWk_Dt5D8QrI-rHDxOS0YM5WfllAy7GPm7TRu3by-4m3l83uNp3DxoCRfIOAvD_BwE). Diakses pada tgl 14 November 2022 pkl 08.00.

Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **BENTUK-BENTUK PELANGGARAN YANG DILAKUKAN SELLER FACEBOOK MARKETPLACE DAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMENNYA**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Pokok masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana perlindungan konsumentransaksi jual beli *online* di e-commerce, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bentuk-bentuk pelanggaran yang dilakukan *seller facebook marketplace?*.
2. Perlindungan hukum terhadap konsumen *facebook marketplace?*.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bentuk-bentuk pelanggaran yang dilakukan *seller facebook marketplace*.
2. Untuk mengetahui Perlindungan hukum terhadap konsumen *facebook marketplace*.

## **1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak secara teoritis maupun praktis:

### **1. Secara Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan

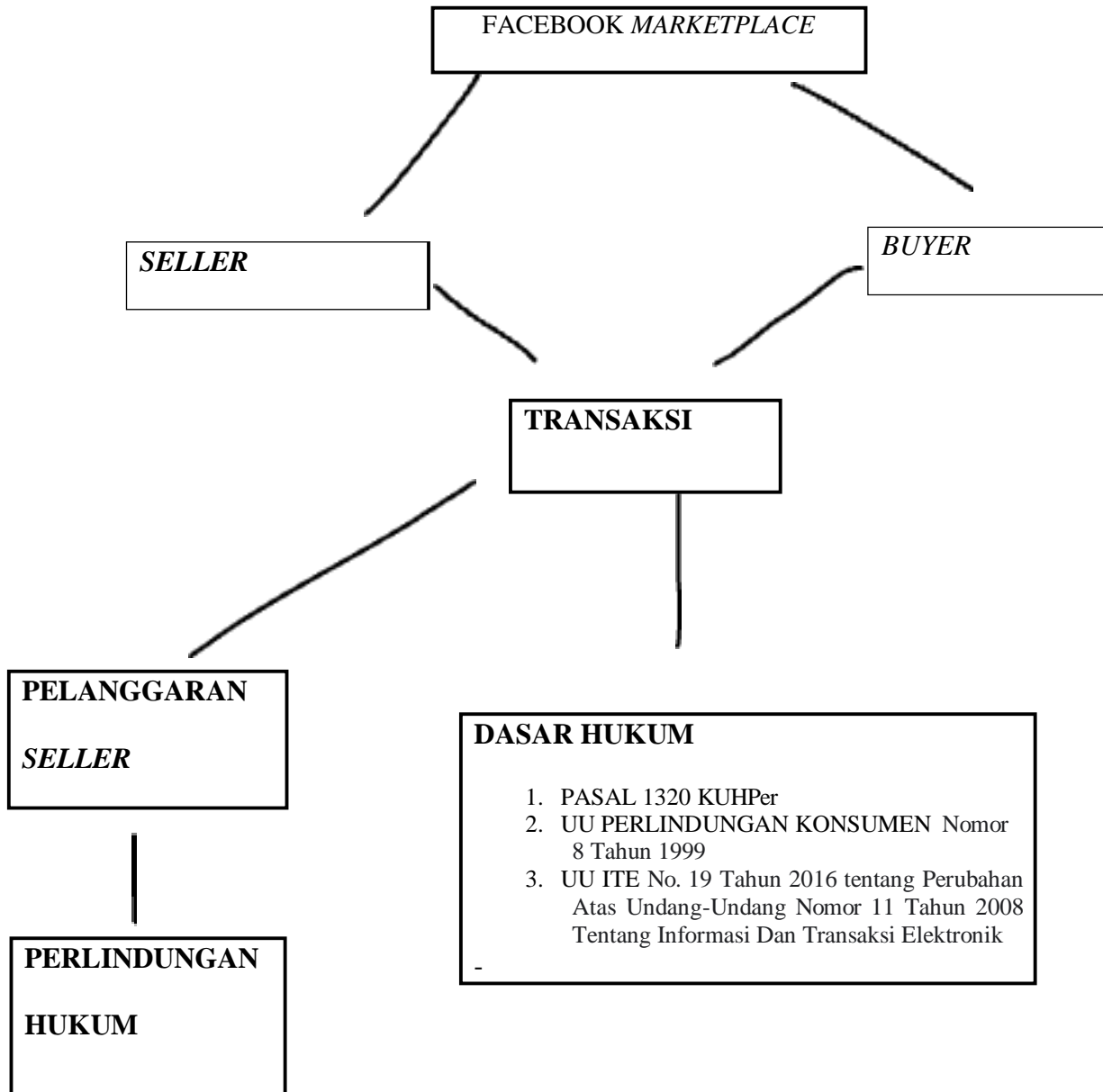
b. menjadi referensi penelitian dalam bidang ekonomi perdagangan.

## **2. Secara Praktis**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan pihak pengusaha ataupun yang terkait mengenai pentingnya perlindungan hak konsumen. Selain itu, penelitian ini pun dapat bermanfaat bagi masyarakat sehingga lebih mengetahui dan memahami haknya sebagai konsumen.



### 3. Kerangka pikiran



#### Keterangan Bagan

merupakan tempat di Facebook di mana orang bisa menemukan, membeli, dan menjual item. Orang bisa menelusuri tawaran, mencari item