

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini ditandai dengan semakin banyaknya produk yang dipasarkan secara bebas, baik produk dalam negeri maupun produk luar negeri. Kemajuan ekonomi turut mendorong pertumbuhan sektor produksi dan perdagangan yang pada kenyataannya dapat menciptakan posisi yang lebih kuat bagi pelaku usaha, sementara konsumen cenderung berada pada posisi yang lebih lemah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (2), konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan. (Siregar, 2024)

Di tingkat nasional, aktivitas perdagangan khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Produk pakaian rumah tangga dan *fashion* sederhana menjadi salah satu komoditas yang banyak diminati masyarakat karena faktor harga dan kegunaan. Tingginya permintaan ini mendorong munculnya berbagai pelaku usaha lokal dengan sistem pemasaran yang relatif sederhana. Namun, peningkatan jumlah transaksi juga berpotensi menimbulkan permasalahan, terutama ketika akad jual beli tidak dilaksanakan sesuai kesepakatan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi belum sepenuhnya diiringi dengan kesadaran hukum pelaku usaha. (Khalish Aunur Rahim *et al.*, 2023).

Perlindungan konsumen di Indonesia secara normatif telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini bertujuan untuk memberikan kepastian hukum, meningkatkan kesadaran pelaku usaha, serta melindungi konsumen dari praktik yang merugikan. Dalam praktiknya, implementasi perlindungan konsumen masih menghadapi berbagai hambatan, terutama pada transaksi yang dilakukan oleh usaha skala kecil dan menengah. Banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya secara utuh ketika mengalami kerugian.

Akibatnya, pelanggaran terhadap akad jual beli sering kali dibiarkan tanpa penyelesaian yang jelas.(UU No.8 Tahun 1999).

Perjanjian merupakan suatu peristiwa hukum di mana satu orang atau lebih saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal tertentu. Dari perjanjian tersebut timbul suatu perikatan atau hubungan hukum antara para pihak yang membuatnya. Perjanjian dapat dilakukan secara lisan maupun tertulis yang mengandung janji atau kesanggupan untuk memenuhi prestasi yang telah disepakati. Dalam kehidupan sehari-hari, perjanjian tidak dapat dipisahkan dari perikatan, karena setiap perbuatan hukum, seperti jual beli, secara langsung menimbulkan hubungan hukum antara penjual dan pembeli Gumanti, R. (2012).

Dalam transaksi jual beli, pihak pembeli menimbulkan perikatan dengan pihak penjual, demikian pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan bahwa perjanjian dan perikatan memiliki hubungan yang sangat erat, karena perjanjian merupakan salah satu sumber lahirnya perikatan. Salah satu bentuk perjanjian adalah ijab qabul, yang mencerminkan adanya kesepakatan para pihak untuk melakukan suatu perbuatan hukum tertentu. Oleh karena itu, perjanjian juga disebut sebagai persetujuan karena didasarkan pada kesepakatan bersama antara para pihak yang mengikatkan diri Musadi, M. (2001)

Menurut Arwiedya, jual beli *online* membuka peluang usaha dalam bidang produk fashion di internet yang banyak membidik remaja sebagai konsumennya. Keunggulan jual beli *online* selain mudah dalam melakukan promosi, juga sangat efisien karena hanya membutuhkan biaya berlangganan internet untuk dapat menjalankan bisnisnya¹. Bisnis melalui media internet semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia.

.Bisnis *Online* adalah segala kegiatan bisnis bisnis atau urusan/kepentingan yang menggunakan fasilitas internet untuk mencapai tujuan (keuntungan atau profit). Perlindungan konsumen pada saat ini tidak dapat dipisahkan dari kegiatan jual beli. Dalam kegiatan perdagangan diharapkan menimbulkan keseimbangan hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen. Di

Indonesia saat ini perlindungan konsumen mendapat perhatian yang cukup baik karena menyangkut aturan untuk menciptakan kesejahteraan. Dengan adanya keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dapat menciptakan rakyat yang sejahtera dan makmur.

Kelebihan-kelebihan dari jual beli *online* inilah yang menyebabkan bisnis *online* menjadi *trend* yang sangat luar biasa, dalam lima tahun terakhir bisnis via internet semakin meluas. Bahkan perusahaan-perusahaan besar pada akhirnya menggunakan jual beli *online* sebagai citra diri perusahaan untuk lebih menjangkau konsumennya. (Tholok *et al.*, 2023)

Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan usahanya dengan beragam pilihan. Kondisi seperti ini, pada sisi lain menguntungkan konsumen, karena kebutuhan terhadap barang/jasa yang diinginkan dapat terpenuhi namun di sisi lain, fenomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen tidak seimbang di mana konsumen berada pada posisi yang lemah, karena masih banyak konsumen yang mengalami kerugian.

Dalam lanskap industri *fashion* lokal, produk Miss Daster Indonesia menjadi salah satu merek yang mendapatkan perhatian luas melalui strategi pemasaran masif di berbagai platform media sosial. Brand ini menggunakan sistem penjualan langsung dan metode pra-pesan (*pre-order*) yang sangat diminati karena menjanjikan desain eksklusif dengan harga yang relatif terjangkau bagi masyarakat. Namun, popularitas yang tinggi tersebut ternyata berbanding lurus dengan meningkatnya gelombang keluhan konsumen terkait kegagalan pemenuhan janji atau wanprestasi. Permasalahan utama yang muncul ke permukaan adalah tidak terpenuhinya akad jual beli secara konsisten, di mana barang yang diterima sering kali tidak sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan secara visual. Kondisi ini menciptakan kekecewaan massal di kalangan pembeli yang merasa terjebak oleh citra visual yang ditampilkan dalam konten promosi digital mereka. (Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, 2023)

Tantangan hukum menjadi semakin kompleks ketika keterlambatan pengiriman produk melampaui batas waktu perjanjian hingga berbulan-bulan tanpa adanya kejelasan informasi. Pihak Miss Daster Indonesia sering kali memberikan respons yang sangat lambat atau bahkan cenderung mengabaikan keluhan konsumen yang menanyakan status pesanan mereka. Banyak pembeli melaporkan bahwa saluran komunikasi resmi seringkali hanya memberikan jawaban otomatis yang tidak menyelesaikan substansi permasalahan sengketa terkait produk cacat. Hal ini menunjukkan adanya indikasi pengabaian terhadap prinsip iktikad baik dalam ber-akad yang seharusnya menjadi fondasi utama dalam setiap transaksi bisnis. Konsumen yang telah melakukan pembayaran penuh di awal transaksi merasa kehilangan kepastian hukum serta jaminan atas uang yang telah mereka setorkan kepada pihak produsen. (Ihwanudin *et al.*, n.d.)



Gambar 1 Persentase Jual Beli Online

Permasalahan semakin meruncing ketika konsumen menuntut hak mereka untuk melakukan pembatalan pesanan dan meminta pengembalian dana (*refund*) akibat rentetan kesalahan produk tersebut. Prosedur pengembalian dana

yang ditetapkan oleh produsen sering kali dianggap sangat rumit, memakan waktu lama, dan tidak jarang dipotong dengan biaya-biaya yang tidak jelas dasarnya. Tidak sedikit konsumen yang mengeluhkan bahwa dana mereka tidak kunjung kembali meskipun produk yang dijanjikan telah dinyatakan batal diproduksi atau salah kirim. Praktik semacam ini mencerminkan adanya ketidakseimbangan kuasa hukum di mana posisi pelaku usaha jauh lebih dominan dibandingkan hak-hak dasar konsumen. Ketidakterpenuhinya akad ini bukan sekadar masalah teknis operasional internal perusahaan, melainkan telah menjadi pelanggaran hukum serius terhadap hak atas ganti rugi yang layak.

Undang-Undang di Indonesia saat ini yang dapat digunakan sebagai pedoman adalah undang-undang nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen karena bertujuan untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi .

Dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang angka Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberiperlindungan kepada konsumen. Selain itu hak dan kewajiban pelaku usaha serta konsumen juga diatur dalam UU ini. Berdasarkan pasal 4 huruf h hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Namun pada kenyataannya pelaku usaha dan konsumen masih banyak yang kurang memahami mengenai hak dan kewajibannya yang harus dilaksanakannya. Apabila konsumen mengalami kerugian berupa kerusakan barang dan ketidaksesuaian barang, maka konsumendapat menggunakan dasar Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam meminta ganti kerugian kepada pelaku usaha(Habibullah, 2024)

Dengan demikian dipahami bahwa UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan PeraturanPemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Telah

mengatur dan memberikan perlindungan kepada setiap konsumen dalam pasal 4 menyebutkan sejumlah hak konsumen berupa hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Namun demikian pelaksanaan UUPK ini belum terlaksanakan dengan maksimal.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan dituangkan dalam bentuk Skripsi dengan Judul: **Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Akad Jual Beli *Online* Produk Pada Miss Daster Indonesia Yang Tidak Terpenuhi Berdasarkan UU No.8 Tahun 1999 di Ponorogo**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, guna memberikan kejelasan terhadap fokus dan arah penelitian, maka perlu dirumuskan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah dari masalah ini sebagai berikut.

1. Bagaimana perlindungan hukum konsumen terhadap akad jual beli produk Miss Daster Indonesia yang tidak terpenuhi?
2. Apa saja hak-hak konsumen yang dilindungi oleh hukum dalam transaksi jual beli online?
3. Bagaimana mekanisme ganti rugi atau kompensasi bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat produk Miss Daster Indonesia yang tidak sesuai ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki tujuan utama sebagai berikut:

1. Menganalisis bentuk perlindungan hukum: Untuk mengkaji dan menganalisis secara mendalam bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap akad jual beli produk Miss Daster Indonesia yang tidak terpenuhi sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
2. Mengidentifikasi faktor penghambat: Untuk mengidentifikasi dan memetakan faktor-faktor yang menghambat proses pemenuhan hak konsumen, baik dari sisi internal manajemen pelaku usaha maupun dari sisi mekanisme penyelesaian sengketa yang ada.
3. Mengevaluasi tanggung jawab pelaku usaha: Untuk mengevaluasi sejauh mana efektivitas tanggung jawab perdata pelaku usaha (Miss Daster Indonesia) dalam memberikan ganti rugi terhadap kesalahan pengiriman, ketidaksesuaian motif, serta kualitas produk yang buruk.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Pengembangan Ilmu Hukum: Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya di bidang Hukum Perlindungan Konsumen dan Hukum Perjanjian (Kontrak), terutama dalam menghadapi dinamika transaksi digital pada brand mandiri.
 - b. Referensi Akademik: Menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai aspek empiris perlindungan hukum dalam ekosistem perdagangan