

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan perekonomian di Indonesia pada umumnya banyak mempengaruhi berbagai kemajuan yaitu pada bidang teknologi industri maupun perdagangan, perdagangan di atur dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014. Banyak pengaruh positif yang mendorong berkembangnya perdagangan di Indonesia, salah satu pengaruhnya yaitu kemajuan teknologi dan komunikasi berbasis internet atau yang biasa di kenal dengan sebutan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan bentuk perdagangan yang mempunyai karakteristik tersendiri yaitu perdagangan yang melintasi batas negara, tidak bertemunya penjual dan pembeli, media yang dipergunakan adalah internet.¹

E-commerce semakin populer dalam bisnis yang berbasiskan informasi melalui jejaring internet atau secara *online*, jual beli melalui *online* atau lebih dikenal dengan *online shop* saat ini sedang marak di lakukan oleh masyarakat, banyak *online shop* atau pelaku usaha yang menawarkan produk salahsatunya yaitu produk *fashion* seperti tas, jam tangan, sepatu, dan baju melalui *blackberry messenger*, melalui *website*, *twitter* dan juga melalui *instagram*. berbelanja *online shop* khususnya melalui *instagram* menjadi salah satu pilihan yang menarik bagi konsumen selain

¹ Mantri, Bagus Hanindy. 2007. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce" *Diss. Tesis. program Pascasarjana Universitas: Diponegoro*.

menghemat waktu karena konsumen tidak perlu pergi ke pusat perbelanjaan perbelanjaan untuk mendapatkan barang yang di inginkan, pilihan barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha melalui *instagram* juga *up date* bervariasi, dan mayoritas harga juga cenderung lebih murah, namun bukan berarti transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *instagram* tidak mempunyai kelemahan. Karena karakteristik penjualan secara *online* melalui *instagram* yang khas yaitu tidak bertemunya pihak yang berkepentingan dan juga konsumen tidak melihat secara langsung barang yang di jual atau yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Konsumen hanya melihat barang melalaui foto yang di unggah oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion* melalui akun *instagram*, maka tidak jarang barang yang di tawarkan tidak sesuai pada saat barang di terima oleh konsumen, konsumen sering ditempatkan pada kondisi yang lemah atau di rugikan

Konsumen yang memiliki posisi yang lemah dalam transaksi jual beli *online shop* melalui *instagram* seringkali menjadi objek manipulasi para pelaku usaha, Tidak jarang terjadinya pemalsuan identitas, dan manipulasi harga yang dilakukan oleh pelaku usaha *online shop* untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dengan melakukan kecurangan yang merugikan konsumen.

Oleh karena itu berkaitan dengan permasalahan perlindungan konsumen, maka perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *e-commerce online shop* melalui *instagram* dianggap penting, hal ini bertujuan agar para konsumen *online shop* produk *fashion* tidak selalu menjadi korban serta berada di posisi yang lemah atau selalu dirugikan oleh pelaku usaha *online shop* produk *fashion* yang sering

menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar didalam menjual barang. perlindungan hukum terhadap konsumen diatur dalam Undang – undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang- undang nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan. Ketiga Undang-undang ini diharapkan dapat menjamin kepastian hukum terhadap konsumen² dalam bertransaksi jual beli *online* melalui *instagram*.

Telah di uraikan di atas bahwa hak konsumen yang lemah dalam transaksi *online*, sering menjadi permasalahan transaksi elektronik, karena diketahui perlindungan konsumen merupakan aspek penting dalam transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *instagram* dan perlu diperhatikan. Pada prakteknya konsumen paling sering dirugikan. Perlindungan hukum bagi konsumen tidak diterapkan dengan baik sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen³. Dalam penjelasan di atas perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli *produk fashion online* atau biasa di sebut *e- commerce* khususnya melalui *instagram* sangatlah penting.

Maka penulis menulis judul penulisan hukum yaitu Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online Shop* Produk *Fashion* (dalam Negeri) melalui *Instagram*.

² Mantri, Bagus Hanindy. 2007. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce” *Diss. Tesis. program Pascasarjana Universitas: Diponegoro*.

³ Aida, Ruliani. 2015.” pasal 17 undang-undang nomor 11 tahun 2011 tentang informasi dan transaksi elektronik dan pasal 4 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik melalui instagram” *jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum. Universitas: brahawijaya*

B. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penulisan skripsi yang berjudul Perlindungan

Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli *Online shop* Produk *Fashion* dalam Negeri

Melalui *Instagram*, akan dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana upaya perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram* ?
2. Apa yang menjadi faktor penghambat upaya perlindungan konsumen *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Objektif

- a. untuk mengetahui upaya perlindungan konsumen *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagrtam* dalam memperoleh hak-hak yang dimiliki
- b. untuk mengetahui faktor perngahambat upaya perlindungan konsumen *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram*.

2. Tujuan Subjektif

- a. untuk mengembangkan pengetahuan yang didapat penulis selama kuliah dan memperdalam pengetahuan penulis khususnya mengenai hukum perlindungan konsumen

- b. untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam guna menyelesaikan penulisan hukum untuk memenuhi persyaratan akademis dalam mencapai sarjana strata 1 (S1) di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. untuk lebih mengetahui tentang ilmu hukum dagang mengenai upaya Perlindungan Konsumen dalam transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram*.
- b. penulisan ini di harapkan memberi pengetahuan kepada masyarakat/konsumen, agar konsumen mendapatkan hak dalam hal mendapatkan barang yang sesuai dengan yang di tawarkan oleh pelaku usaha melalui akun *instagram*.

2. Manfaat Praktis

- a. Penulisan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi berbagai pihak yang terlibat dalam pelaksanaan perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* (dalam Negeri) melalui *instagram*.

- b. Mengembangkan penerapan ilmu tentang Perlindungan Konsumen dalam Transaksi jual beli *online shop* produk *fashion* melalui *instagram* khususnya di wilayah Indonesia.