

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial, oleh karena itu manusia selalu membutuhkan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhan, selain itu manusia juga selalu ingin mengetahui lingkungan sekitarnya. serta ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya, rasa itulah yang memaksa seseorang untuk perlu berkomunikasi. Sebagai makhluk sosial dan hidup berkelompok dalam kehidupan sehari-hari tentu tidak luput yang namanya interaksi dan saling komunikasi. dalam hubungannya sebagai makhluk sosial, manusia selalu hidup bersama dengan yang lainnya.¹

Manusia saling membutuhkan serta harus berinteraksi dengan manusia yang lainnya. hal tersebut dikarenakan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak dapat memenuhinya sendirian. manusia akan bergabung dengan manusia lain untuk membentuk kelompok-kelompok demi memenuhi kebutuhan serta tujuan hidup mereka, yang mana dalam hal ini akan selalu berhubungan dengan makhluk sosial yang lainnya karena tidak bisa hidup sendiri-sendiri. dalam hal ini, manusia selalu berhubungan satu sama lain baik mereka sadari maupun tidak untuk selalu mencukupi kebutuhan dalam kehidupannya.²

¹ Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations, Mandar Maju*, 1993, Bandung, 1993, hlm. 47.

² *Ibit*, hlm 1

TikTok merupakan media sosial dengan pengguna yang banyak saat ini sehingga menjadi *trending* untuk digunakan bisnis *online*. Indonesia ialah salah satu negara dengan pengguna terbesarnya³. Aplikasi tiktok pada awalnya merupakan aplikasi yang berisikan konten video kemudian telah berkembang dengan ditambahkan fitur berbelanja *online* yang diberi nama *tiktokshop*. dengan adanya *tiktokshop* ini membuat banyak pebisnis menjadikan tiktok sebagai sarana untuk melakukan jual beli secara *online* dikarenakan tiktok memiliki pangsa pasar yang luas dan menjadi aplikasi yang sedang *trending* di kalangan masyarakat. Aplikasi tersebut memfasilitasi seseorang dalam memberikan informasi mengenai produk yang dijualnya dengan tujuan agar konsumen terangsang untuk melihat produk tersebut melalui suatu unggahan video dengan lagu sebagai latar suaranya yang telah disediakan dalam aplikasi.⁴ Pengguna yang menggunakan *tiktokshop* dapat berbelanja melalui aplikasi tiktok langsung tanpa berpindah keaplikasi lain untuk menuntaskan transaksi akan produk yang diinginkan.

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi *tiktokshop* tersebut membuat konsumen meningkat, beberapa alasannya yaitu praktis, sistem pembayarannya mudah, waktu lebih efisien, serta terdapatnya promo ditawarkan dari aplikasi ke konsumen melimpah. Namun diluar hal tersebut memanfaatkan teknologi internet dalam melaksanakan transaksi secara *online* juga memiliki efek negatifnya bagi konsumen, dikarenakan melakukan suatu pembelian dengan media *online* yang

³ <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220920115210-190-850204/apa-itu-tiktok-shop-dan-cara-menggunakannya>, Akses 1 Februari 2024.

⁴ Nufus, Hayatun, and Trisni Handayani. Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan, *Jurnal EMT KITA* 6, 2022, Vol 6, hlm. 22.

secara logis tidak bertemu secara kontak dapat memungkingkan terjadinya sesuatu kecurangan dan kelalaian yang menjadi aspek penting dimana harus dilakukan penindakan tegas karena cenderung merugikan konsumen.⁵

Jual beli *online* adalah praktik jual beli melalui jaringan internet dalam skala nasional, regional benua, maupun keseluruhan penjuru dunia. dijalankan secara efisien dan masif melalui jaringan internet, praktik ini memudahkan proses transaksi pihak penjual dan pembeli. Penjual tidak perlu bertatap muka dengan pembeli, tidak ada proses menyaksikan langsung barang yang dijual, serta pembayaran dilakukan melalui pihak ketiga.

Dalam melakukan transaksi *elektronik* dalam hal ini jual beli *online*, ada kelebihan dan kekurangan yang didapatkan oleh pelaku usahadan konsumen. Adapun Kelebihan dan Kekurangan Jual beli *online* bagi pelaku usaha ada beberapa kelebihan jual beli *online* bagi pelaku usaha, yaitu Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, dan sebagainya.⁶

Jual beli *online* dapat berjalan secara otomatis seperti Pelaku usaha hanya melakukan bisnis jual beli ini beberapa jam saja setiap harinya sesuai dengan kebutuhan. Selebihnya dapat digunakan untuk melakukan aktivitas yang lain. akses pasar yang lebih luas. Dengan adanya akses pasar yang lebih luas, potensi untuk

⁵ Khotimah, Cindy Aulia, and Jeumpa Crisan Chairunnisa. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce). *Jurnal Business Law Review*, Yogyakarta, 2014, Vol 1, hlm 15.

⁶ Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah: Meraup Harta Berkah dan Berlimpah Via Internet*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2014, hlm 20.

mendapatkan pelanggan baru yang banyak semakin besar, Penggunaan internet sekarang semakin luas, pasar internet merupakan salah satu pasar modern yang diterapkan sekarang, Membuktikan bahwa pasar *online* telah terbuka bebas.⁷

Selain beberapa kelebihan tersebut, jual beli *online* atau bisnis *online* ini juga mempunyai kekurangan, yaitu Masih minimnya kepercayaan masyarakat pada bentuk transaksi *online*. Masih banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang belum terlalu yakin untuk melakukan transaksi *online*, apalagi berkenan dengan pembayaran. Biasanya mereka lebih suka transaksi secara langsung walaupun dengan orang sudah dikenal. contohnya, konsumen yang memilih datang langsung berbelanja ke toko dibandingkan dengan *online shopping* karena takut terjadinya penipuan. masih minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi, khususnya dalam pemanfaatan untuk bisnis sehingga menimbulkan banyak kekhawatiran. contohnya, banyak pedagang baju dipasar lebih memilih untuk menjual barangnya secara langsung ketimbang menjualnya secara *online* karena ketidaktahuannya dalam pengoperasian teknologi informasi.

Adanya peluang penggunaan akses oleh pihak yang tidak berhak, khususnya yang bermaksud tidak baik, misalnya pembobolan data oleh para *hacker* yang tidak bertanggung jawab, pembobolan kartu kredit, dan rekening tabungan. adanya gangguan teknis, misalnya kesalahan dalam penggunaan perangkat komputer dan kesalahan dalam pengisian data. Hal ini bisa terjadi, khususnya bagi yang belum mahir (kurang berpengalaman) dalam menggunakan teknologi informasi. contohnya, pelaku usaha yang salah menuliskan alamat konsumen sehingga barang

⁷ *Ibid.*, hlm 3

yang dibeli konsumen tidak sampai kepada konsumen karena pengiriman barang kepada alamat yang salah.⁸

Pasal 8 ayat (1) huruf F Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di atur bagi pemilik usaha khususnya *online* wajib mempertanggung jawabkan atas kerugian yang dialami konsumen akan tetapi pada kenyataannya yang di cantumkan pada profil toko tersebut bahwasannya jika barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai *etalase* yang di cantumkan dan barang yang rusak di pengiriman akan diganti kembali ke penjual dengan syarat ada video *unboxing*. Akan tetapi yang terjadi dilapangan respon penjual sangat minim disaat konsumen komplek ke penjual menanggapi sangat lama, bahkan sebagian penjual tidak merespon keluhan konsumen atau seperti di persulitkan oleh pihak penjual tersebut.

Konsumen merasa kuantitas atau kualitas produk atau layanan yang diterimanya kurang sesuai dengan gambar yang disediakan oleh aplikasi *online* tersebut, maka ia harus mendapat ganti rugi yang sesuai. Bentuk dan hasil ganti rugi itu harus sesuai dengan ketentuan yang sudah disepakati sebelumnya, dalam perjanjian kepada semua pihak. Agar terhindar dari segala bentuk ganti rugi, pemilik barang harus mencantumkan informasi tentang hubungan hukum antara pemilik produk/penjual dengan pembeli produk konsumen.

Aturan tentang perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dari informasi serta menjamin kepastian hukum melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada

⁸ *Ibid.* hlm 3

umumnya, meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa, memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan dan memadukan penyelenggaraan pengaturan Perlindungan Konsumen.⁹

Pada sebuah kasus konsumen merasa dirugikan karena barang yang dipesan oleh konsumen berbeda jumlah yang dipesan tidak sesuai dengan yang diterima sehingga konsumen melakukan keluhan kepada pihak yang terkait. Demikian juga dengan kasus selanjutnya konsumen sangat dirugikan dikarenakan barang yang diterima oleh konsumen dengan keadaan yang tidak sesuai yang seperti dilihat digambar atau *dietalase* dikarenakan barang yang sampai ke konsumen rusak di perjalanan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis merasa penting dan tertarik untuk melakukan suatu penelitian secara khusus mengenai perlindungan hukum bagi konsumen yang merasa dirugikan dalam transaksi digital berkenaan dengan ketidaksesuaian kualitas barang yang telah dibeli konsumen. Dengan yang dipromosikan di *TiktokShop*. penulis mengangkat judul yaitu : **Penyelesaian Sengketa Jual Beli Melalui *Marketplace TiktokShop* Terhadap Ketidakesuaian Barang Yang Merugikan Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Penelitian Di Aceh Utara).**

⁹ M. Sofyan Lubis, Mengenal Hak Konsumen dan Pasien, Pustaka Yustitia, Yogyakarta, 2009, hlm. 1.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, terdapat rumusan masalah untuk dilakukannya penelitian ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja kendala yang dihadapi konsumen yang tidak mendapatkan ganti rugi terhadap barang yang merugikan konsumen melalui *marketplace tiktokshop*?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa jual beli melalui *marketplace Tiktokshop* terhadap ketidaksesuaian barang yang merugikan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui kendala yang di hadapi konsumen jika tidak mendapatkan ganti rugi terhadap barang yang merugikan konsumen.
2. Untuk mengetahui penyelesaian sengketa jual beli melalui *marketplace tiktokshop* terhadap ketidaksesuaian barang yang merugikan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dimaksudkan mampu memberi manfaat secara teoritis ataupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diinginkan agar kiranya bisa guna meningkatkan ilmu pengetahuan di bidang hukum perdata maupun ilmu lainnya yang berkaitan khususnya dibagian perlindungan konsumen di *marketplace tiktokshop*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diinginkan bisa memberi sumbangan pemikiran, sarana informasi juga sumbangan pemikiran untuk pihak yang bersangkutan tentang bagaimana penyelesaian sengketa jual beli melalui *marketplace tiktokshop* terhadap ketidaksesuaian barang yang merugikan konsumen.

3. Manfaat Peneliti

Penulisan Proposal skripsi ini adalah syarat dalam memenuhi persyaratan Pertanggung jawaban atas persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Hukum dan juga menambah pengetahuan penelitian mengenai bentuk perlindungan konsumen Terhadap jual beli *online (Tiktokshop)*.

E. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini peneliti mempelajari beberapa penelitian yang telah ada sebelumnya dan dituangkan dalam bentuk karya tulis ilmiah diberbagai penelitian akhir yaitu :

1. Annisa Dira Qisthy Ramadhanty (2020) dengan judul penelitian “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Tiktokshop*” Rumusan masalah yaitu Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi jual beli *online* melalui *tiktokshop*?; Bagaimana upaya hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli melalui *tiktokshop*?; Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian hukum normatif yang dilakukan dengan pengumpulan data primer dan data sekunder serta dengan penelitian kepustakaan.

Hasil dari penelitian ini yakni perlindungan hukum bagi konsumen dalam jual beli *online* belum sesuai dengan yang diharapkan sebagaimana yang tertera di dalam UUPK. Konsumen belum menerima kompensasi/ganti rugi atas kelalaian penjual dalam mengirimkan barang/produk yang tidak sesuai dengan yang telah dipesan oleh konsumen. Upaya hukum di Indonesia yang dapat ditempuh jika konsumen mendapat kerugian dalam transaksi *online* yaitu melalui jalur pengadilan atau luar pengadilan sesuai kesepakatan masing-masing pihak. Dalam transaksi *online* tersebut barang yang diterima oleh pembeli tidak sesuai dengan pesanan yang telah dipesan, pelaku usaha tidak memberikan bentuk pertanggung jawaban apapun.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis yaitu penulis melakukan penelitian tentang kendala yang dihadapi konsumen jika tidak mendapatkan ganti rugi terhadap ketidaksesuaian barang yang merugikan konsumen dan penyelesaian sengketa jual beli melalui *marketplace tiktokshop* terhadap ketidaksesuaian barang yang merugikan konsumen.

2. Desy Fitriyani (2021) *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pembatalan Sepihak Dalam Ttransaksi Online (Studi Kasus Transaksi Online Melalui Marketplace Tiktok*. Rumusan masalah yaitu Apakah Pembatalan Sepihak dalam Transaksi *Online* dapat Diklasifikasikan sebagai Bentuk dari Perbuatan Melawan Hukum ataupun Wanprestasi?; Bagaimana Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang dapat Dilakukan atas Pembatalan Sepihak dalam Transaksi *Online* melalui *Marketplace Tiktok*. Jenis penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian hukum.

Hasil dari penelitian ini yaitu upaya hukum perlindungan konsumen terhadap pembatalan sepihak dalam transaksi *online* melalui *marketplace* dapat diselesaikan dengan cara melalui jalur litigasi atau melalui pengadilan dan dapat diselesaikan melalui jalur non litigasi. Namun, berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap beberapa responden, responden lebih memilih untuk tidak mempermasalahkan terkait pembatalan sepihak tersebut, karena pelaku usaha sudah memenuhi tanggung jawabnya berdasarkan Pasal 19 UUPK yang mengganti kerugian konsumen dengan cara mengembalikan dana yang telah dibayarkan oleh konsumen. Selanjutnya yaitu, pembatalan sepihak dapat digolongkan sebagai perbuatan melawan hukum, karena sifatnya yang sewenang-wenang atau tidak kepatutan dalam melaksanakan kewajibannya yang menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis yaitu penulis melakukan penelitian tentang kendala yang dihadapi konsumen jika tidak mendapatkan ganti rugi terhadap ketidaksesuaian barang yang merugikan konsumen dan penyelesaian sengketa jual beli melalui *marketplace tiktokshop* terhadap ketidak sesuaian barang yang merugikan konsumen.