BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara Hukum yang segala sesuatunya telah diatur dalam peraturan perundang-undangan. Melalui peraturan perundang-undangan warga negara Indonesia memiliki pedoman hidup sebagai warga negara yang baik. Peraturan perundang-undangan dapat dikatakan pedoman karena dengan adanya peraturan perundang-undangan tersebut segala kegiatan warga negara telah diatur di dalam peraturan tersebut tidak terlepas pada kegiatan jual beli. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya menggantungkan hidup melalui berdagang. Kegiatan berdagang telah dilakukan oleh warga negara Indonesia sejak zaman dahulu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dunia sekarang telah berada pada *era revolusion 4.0* yang dimana pada era saat ini manusia selalu berdampingan dengan kemampuan teknologi guna meningkatkan kualitas taraf hidup. Tidak terkecuali dengan Indonesia. Indonesia sangat terbantu dengan adanya teknologi di era saat ini. Dengan sangat terbantunya teknologi dalam kehidupan sehari hari, maka pemanfaatan teknologi seperti contohnya teknologi media, informasi, dan komunikasi dapat memudahkan setiap orang mendapatkan apa yang mereka inginkan. Teknologi juga sangat berpengaruh dalam perubahan perilaku masyarakat di segala penjuru dunia tidak terkecuali Indonesia. Teknologi sangat berpengaruh signifikan pada perubahan sosial, ekomomi, dan budaya. Teknologi saat ini dengan sangat mudah dapat diakses dimanapun dan oleh siapapun. Oleh karena itu, teknologi sangat memudahkan kehidupan manusia pada bidang apapun.Kemajuan Teknologi menciptakan suatu keadaan baru dan perubahan situasi pada kehidupan manusia. kehadiran teknologi digital dan komunikasi menyentuh berbagai aspek dalam kehidupan. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi adalah hadirnya teknologi internet. Adanya inovasi terbaru dari teknologi internet telah membentuk suatu ruang baru yaitu dunia maya. Dengan terbantunya teknologi internet seluruh manusia dapat melakukan aktivitas apapun dengan sangat mudah.

Dengan adanya inovasi terbaru, melakukan apapun saat ini menjadi sangat mudah seperti melakukan kegiatan jual beli. Saat ini kegiatan jual beli sudah sangat canggih dibantu dengan adanya internet. Jual beli saat ini dapat dilakukan melalui *marketplace. Marketplace* merupakan *platform* yang menjadi penengah antara penjual dang pembeli di internet, mudahnya adalah pihak *marketplace*

merupakan pihak ketiga dalam melakukan transaksi *online*[1]. Tokopedia merupakan salah satu *marketplace* terbesar yang didirikan oleh William Tanuwijaya pada februari 2009[2] dengan basis *on-line* di Indonesia. Dengan adanya Tokopedia banyak warga negara yang melakukan transaksi hanya dengan satu ketukan pada layar *smartphone* tanpa perlu keluar rumah untuk membeli apa yang diinginkan.

JKT48 merupakan salah satu *idol grup* atau grup idola asal Indonesia yang berkonsep *franchise* yang dibentuk pada tahun 2011 dimana pada tahun tersebut banyak sekali grup *boyband* atau *girlband* yang sedang popular dan melakukan pendekatan melalui musik[3]. JKT48 juga merupakan *sister group* dari AKB48 yang berpusat di negara Jepang yang memiliki konsep *idol you can meet* dimana fans dapat bertemu secara langsung hampir setiap hari dan fans dapat melihat perkembangan idolanya dari awal debut[4].

JKT48 memiliki salah satu toko resmi yang berpusat pada Tokopedia. Terdapat banyak sekali toko yang bergabung dengan *marketplace* Tokopedia ini. Salah satu toko yang peneliti sorot adalah toko JKT48 Official Shop, yang mana pada toko ini menjual berbagai *merchandise official*. Pada toko ini telah melakukan penjualan lebih dari kurang lebih 100.000 produk terjual dari toko dibuka pada bulan September 2016 hingga saat ini peneliti melakukan penelitian. Namun dengan adanya inovasi teknologi yang membantu dalam kegiatan jual beli ini, tidak sedikit pembeli yang merasa puas dengan produk yang telah di beli melalui Tokopedia ini. Seperti pada salah satu *merchant* yang terdapat pada Tokopedia yaitu JKT48 Ofiicial Shop. Terdapat tidak sedikit pembeli yang merasa kurang puas dengan produk dari toko ini dikarenakan tidak sesuainya iklan yang dipromosikan dengan hasil produksi dari produk toko tersebut. Seperti contoh kasus yang peneliti temukan adalah produk yang ternyata tidak sesuai dengan iklan yang ditampilkan pada halaman penjualan. Dengan adanya fenomena di atas, apakah pembeli sadar akan hak yang seharusnya diperoleh dengan melihat Undang-Undang yang terkait yaitu Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen? Menurut Undang-undang No 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka 1 menjelaskan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang

---

[1] Ilham Mubarok, ‘Apa Itu Marketplace? Pahami Bedanya Dengan Toko Online!’, *NIAGAHOSTER Blog*, 22AD, p. 1,4 <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/#Apa_Itu_Marketplace> [accessed 6 July 2023].
[2] Ilham Mubarok.
[3] Margaretha Margaretha and Donant Alananto Iskandar, ‘Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Teater Jkt48 Dengan Brand Love Sebagai Variabel Intervening’, *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3.3 (2018), 413–22 <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i3.159>.
[4] Wikipedia, ‘JKT48’, *Wikipedia*, 2023, p. 1 <https://id.wikipedia.org/wiki/JKT48> [accessed 6 July 2023].

menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen[5]. Dari potongan pasal tersebut telah dijelaskan bahwa terdapat upaya dimana konsumen mendapat kepastian hukum serta memberi perlindungan melalui Undang-undang.

Melalui Undang-undang Perlindungan Konsumen pasal 17 telah menjelaskan bahwa pelaku usaha periklanan dalam melakukan produksi suatu iklan, dilarang melakukan perbuatan diantaranya adalah memberikan informasi yang tidak benar terhadap konsumen atau melakukan penyesatan kepada konsumen terhadap informasi seperti kualitas, kegunaan dan lainnya yang mengakibatkan konsumen terbujuk untuk membeli atau menggunakan produk yang dijual kepada konsumen[6].

Melalui Undang-undang no 8 tahun 1999 telah menjelaskan bahwa iklan merupakan seuatu aktifitas yang dilakukan oleh pekalu usaha guna melakukan pengenalan dan penyebaran informasi terhadap suatu produk, barang, jasa dimana memililki tujuan mencitpakan minat dari konsumen untuk membeli suatu produk, barang, jasa yang dilakukan pengiklanan.

Kesadaran konsumen dalam perlindungan hukum terkait ketidaksesuaian iklan produk dengan produk yang dijual adalah hal yang penting dalam menjaga hak-hak konsumen dan memastikan mereka tidak tertipu. Perlindungan konsumen menjadi sangat relevan dalam konteks *marketplace*, di mana konsumen seringkali berbelanja secara online tanpa melihat produk secara langsung sebelum membeli. Studi terhadap perlindungan konsumen di Toko JKT48 Official Shop pada platform *marketplace* Tokopedia dapat memberikan gambaran tentang kesadaran konsumen dalam menghadapi masalah ini. Berikut adalah beberapa poin yang perlu diperhatikan pada penelitian ini, diantaranya:

1. Pengiklanan produk yang akurat: Penting untuk meneliti apakah iklan produk yang ditampilkan di Toko JKT48 Official Shop sesuai dengan produk yang sebenarnya dijual. Apakah deskripsi produk, gambar, dan informasi lainnya yang disediakan menggambarkan produk dengan jelas dan akurat? Jika terdapat ketidaksesuaian antara iklan dan produk yang dijual, hal ini dapat menjadi pelanggaran hukum dan merugikan konsumen.
2. Tanggapan terhadap keluhan konsumen: Perlindungan konsumen juga terkait dengan bagaimana Toko JKT48 Official Shop merespons keluhan atau masalah yang dihadapi oleh konsumen. Apakah mereka memberikan layanan

[5] Republik Indonesia, 'Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dengan', Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1985 Tentang Jalan, 2003.1 (1999), Pasal 1 Angka 1.
[6] Rudi Satria Permana and others, 1', 4.3 (2020), 549–58.

pelanggan yang responsif dan efektif? Bagaimana proses pengembalian barang atau penggantian produk yang cacat? Penting untuk melihat sejauh mana toko tersebut menjaga hak-hak konsumen dan memberikan solusi yang memadai.

3. Kebijakan pengembalian dan ganti rugi: Perlindungan konsumen melibatkan adanya kebijakan pengembalian barang yang jelas dan adil. Apakah Toko JKT48 Official Shop memiliki kebijakan yang transparan dan mudah diakses mengenai pengembalian barang yang tidak sesuai atau cacat? Apakah mereka memberikan ganti rugi yang memadai jika produk yang dijual tidak sesuai dengan iklan?
4. Informasi produk yang lengkap: Toko JKT48 Official Shop perlu menyediakan informasi yang lengkap mengenai produk yang dijual. Konsumen harus dapat memperoleh informasi yang jelas tentang spesifikasi, bahan, ukuran, dan atribut produk lainnya sebelum memutuskan untuk membeli. Kurangnya informasi yang akurat dapat menyesatkan konsumen dan melanggar hak-hak mereka.
5. Kesadaran konsumen: Studi juga dapat melibatkan penilaian kesadaran konsumen terhadap perlindungan hukum dalam konteks iklan produk. Apakah konsumen memiliki pemahaman yang memadai mengenai hak-hak mereka sebagai konsumen? Apakah mereka tahu bagaimana melaporkan keluhan atau melanggaran yang mereka hadapi? Mengukur kesadaran konsumen dapat memberikan wawasan tentang efektivitas upaya penyuluhan dan edukasi terkait perlindungan konsumen.

Adapun penelitian terdahulu yang serupa yakni dari peneliti Zahra Rahmawati pada tahun 2021 yang berjudul "Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen Atas Ketidaksesuaian Barang dalam Jual Beli *Online*" membahas tentang tanggung jawab hukum atau perlindungan hukum bagi konsumen atas adanya wanprestasi berupa prosuk yang dijual ternyata tidak sesuai pada proses jual beli *online* pada *marketplace* Tokopedia, dan bagaimana tanggung jawab Tokopedia dalam menemukan kasus yang dialami konsumen yang dilakukan penelitian oleh peneliti secara yuridis normatif. Pada hasil temuan peneliti dapat disimpulkan bahwa pada Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah jelas menunjukkan bagaimana perlindungan hukum yang seharusnya diperoleh oleh konsumen yang mana harus menjamin hak-hak atas konsumen yaitu ha katas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan barang serta memiliki hak untuk menerima produk yang sesuai dengan apa yang telah dilakukan pengiklanan dalam melakukan proses jual beli melalui toko belanja online yaitu Tokopedia

Pada penelitian terdahulu serupa selanjutnya dari Jurnal hukum dari peneliti Ramadhan Wardhana dan Dwi Desi Yayi Tarina dengan judul "Perlindungan Konsumen Jual Beli Online Masker di Marketplace Facebook" yang membahas tentang bagaimana upaya hukum atas perlindungan konsumen yang mengalami penipuan berupa barang yang dikirim oleh penjual ternyata bukan barang yang seharusnya dijual. Pada hasil penelitian oleh peneliti dapat ditarik kesimbulan bahwa demi terwujudnya tujuan dari Undang-undang perlindungan konsumen yang telah diatu pada Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada pasal 4 yang mana telah menjelaskan bahwa konsumen seharusnya memiliki hak untuk diberi kenyamanan, keamanan dalam memilih barang yang akan dibeli dan para pihak harus memiliki iktikad baik dalam proses jual beli online.

Pada penelitian terdahulu serupa yang ketiga merupakan penelitian dari peneliti Sapta Abi Pratama dengan judul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Barang Tidak Sesuai Gambar pada Transaksi di Marketplace" yang membahas bahwa perlindungan konsumen terhadap barang yang tidak sesuai dengan gambar atau iklan pada transaksi di *marketplace* dapat menggunakan beberapa dasar hukum sebagai paying hukum diantaranya Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Perdagangan, PP PSTE, PP PMSE. Dengan adanya dasar hukum tersebut yang berfungsi guma memberi kepastian hukum bagi pada konsumen pada proses transaksi secara *online* serta dapat memberi rasa aman pada konsumen.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dievaluasi sejauh mana kesadaran konsumen dalam melindungi hak-hak mereka dan sejauh mana toko online seperti Toko JKT48 Official Shop mematuhi regulasi perlindungan konsumen. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan mendorong penegakan hukum yang lebih baik dalam perlindungan konsumen di *marketplace* Tokopedia secara umum.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk tanggung jawab hukum Toko JKT48 Official Shop terhadap adanya aduan produk yang dijual tidak sesuai dengan iklan?
2. Bagaimana langkah hukum konsumen menyikapi adanya ketidaksesuaian barang yang dijual oleh Toko JKT48 Official Shop Pada *Marketplace* Tokopedia?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apa saja bentuk tanggung jawab hukum Toko JKT48 Official Shop terhadap adanya aduan produk yang dijual tidak sesuai dengan iklan.
2. Mengetahui langkah hukum konsumen terhadap adanya ketidaksesuaian barang yang dijual oleh Toko JKT48 Official Shop Pada *Marketplace* Tokopedia.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada Berdasarkan pada uraian tujuan diatas maka peneliti berharap bahwasanya penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi para pihak sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

   Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kemanfaatan bagi seluruh masyarakat serta memberikan pengetahuan serta wawasan khususnya yang berkaitan dengan permasalahan yang dilakukan penelitian oleh peneliti.

2. Bagi Akademisi

   Peneliti berharap bahwasanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai refrensi para akademisi dalam melakukan suatu penelitian atau yang sesuai dengan kebijakan hukum yang berlaku dalam memberi perlindungan hukum bagi para konsumen dalam melakukan proses jual beli pada *marketplace* TokoPedia

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada manfaat serta tujuan yang telah diuraikan oleh peneliti diatas, maka peneliti berharap bahwasnya penelitian ini memberi kegunaan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

   Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat membantu memberi manfaat guna pengembangan ilmu hukum khususnya hukum bisnis, serta dari hasil penelitian dapat dijadikan sebagai refrensi atau rujukan dalam melakukan penelitian lain sesuai dengan bidang penelitian.

2. Manfaat Praktis

   Peneliti berharap dari adanya penelitian ini peneliti dapat memberi kontribusi dalam penelitian selanjutnya.

F. Metode Penelitian

Dalam penulisan penelitan ini peneliti menggunakan metode pendekatan yuridis empiris yang dimana pada metode penelitian yuridis empiris merupakan

suatu penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara langsung pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat yang mana terjadi pada peristiwa perlindungan konsumen.

1. Sumber Data
   a. Data Primer

      Dalam penyusunan penelitian ini peneliti menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang peneliti peroleh langsung dari sumber pertama seperti wawancara, pengamatan, pengamatan ataupun hasil dari kuisioner. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data melalui daftar pertanyaan atau kuisioner sebagai data primer, yang mana data ini diperoleh langsung dari konsumen *marketplace* Tokopedia khususnya konsumen dari toko JKT48 Official Shop.

   b. Data Sekunder

      Pada data sekunder digunakan untuk menyokong dari data primer dalam melakukan analisa dan memahami terkait dengan suatu permasalahan yang terjadi. Data sekunder peneliti peroleh dari jurnal, peraturan perundang-undangan, serta sumber informasi internet yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang peneliti lakukan penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data
   a. Analisa Observasi, yakni melakukan pengumpulan data melalui analisa hasil observasi berupa *questioner*, yang mana pada *questioner* tersebut dibagikan kepada pihak yang memiliki keterkaitan yaitu konsumen yang pernah membeli produk daripada toko JKT48 Official Shop.
   b. Analisa hasil wawancara, yakni melakukan pengumpulan data melalui analisa hasil wawancara yang mana pada wawancara tersebut dibagikan kepada pihak yang memiliki keterkaitan yaitu konsumen yang pernah membeli produk daripada toko JKT48 Official Shop.
   c. Studi dokumen, yakni melakukan pembelajaran dan pemahaman dokumen berupa data tertulis yakni peraturan perundang-undangan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

3. Analisa Data

   Data yang telah diperoleh baik melalui data primer, sekunder, maupun tersier akan dilakukan analisa dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang menjabarkan data dalam bentuk kalimat yag

runtut, teratur, selektif, dan logis yang diharapkan dapat mempermudah dalam interpretasi data dan pemahaman analisa

Berdasarkan dari metode penelitian ini, peneliti berharap dapat memberi jawaban atas rumusan pertanyaan pada penelitian ini.

Sistematika Penulisan

Sistematis dalam penulisan penelitian yang terdiri dari 4 (empat) bab, diantaranya :

1. BAB I : PENDAHULUAN

   Dalam Bab I yang merupakan pendahuluan ini memiliki isi berupa uraian tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian
2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

   Pada Bab II yang merupakan tinjauan pustaka ini memiliki isi berupa bahan bahan teori, pendapat sarjana, tinjauan yuridis, berdasarkan ketentuan hukum positif yang berlaku di Indonesia dan penelitian terdahulu terkait permasalahan yang akan peneliti lakukan penelitian.
3. BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

   Pada Bab III merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Peneliti melakukan pemaparan terkait dengan apa saja pokok pembahasan, pemeliti melakukan pemaparan terkait dengan pokok pembahasan atau rumusan masalah yang peneliti angkat dalam penelitian ini. Dimana pada pokok pembahasan tersebut meliputi : *Pertama*. bentuk tanggung jawab Toko JKT48 Official Shop dalam mengetahui adanya aduan produk yang dijual tidak sesuai dengan iklan; *Kedua*, langkah hukum konsumen menyikapi adanya ketidaksesuaian barang yang dijual oleh Toko JKT48 Official Shop Pada *Marketplace* Tokopedia.
4. BAB IV : PENUTUPAN

   Pada Bab IV penutup merupakan bab terakhir dalam penelitian ini dan pada bab ini berisi mengenai kesimpulan atas pokok npembahasan yag peneliti melakukan pemaparan pada Bab III dan berisikan mengenai saran atau solusi yang peneliti tawarkan atas permasalahan yang peneliti lakukan penelitian.