

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi seperti saat ini berbagai aspek kehidupan masyarakat terutama pada bidang perdagangan banyak dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Kegiatan bisnis yang pada umumnya dilakukan secara konvensional mulai beralih secara elektronik dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yaitu internet yang dikenal dengan istilah *Electronic-Commerce* atau disingkat *E-Commerce*.¹

Berbeda dengan model bisnis yang dilakukan secara konvensional, *ecommerce* menciptakan kegiatan bisnis yang lebih efektif karena transaksi bisnis antara pelaku usaha dan konsumen tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.² Keterbatasan waktu yang dimiliki konsumen untuk dapat berbelanja secara konvensional, karena banyaknya pekerjaan, kondisi jalan yang sangat ramai hingga terjadi kemacetan menyebabkan timbulnya keinginan konsumen untuk dapat berbelanja kebutuhannya dengan mudah dan cepat.³ Keadaan tersebut tentulah merupakan peluang bisnis yang sangat besar bagi para pelaku usaha dengan membuat toko online untuk menawarkan produk-produk barang atau jasa yang akan dijual. Keefektifan yang didapatkan baik

¹ Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-Commerce*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hlm.10.

² Abdul Halim Barkatullah, Urgensi Perlindungan Hak-Hak Konsumen Dalam Transaksi di *ECommerce*, *Jurnal Hukum*, Vol. 14, No.2, April 2007, hlm. 250.

³ Ambar Wariati dan Nani Irma Susanti, *E-Commerce Dalam Prespektif Perlindungan Konsumen*, *Jurnal Ekonomi&Bisnis*, Vol. 1, No. 2, Nopember 2014, hlm. 2.

oleh pelaku usaha maupun konsumen membuat *e-commerce* semakin diminati masyarakat

Pelaku usaha dalam melakukan bisnis toko online biasanya memanfaatkan aplikasi media sosial seperti: Facebook, Instagram, Twitter, dan Blog. Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan untuk memasarkan barang. Dengan jumlah pengguna instagram sebanyak 200 juta pada awal tahun 2014, instagram telah menjadi salah satu media sosial untuk menerapkan strategi paling efektif dan efisien dalam bisnis dan pemasaran. Hal ini dikarenakan banyak konsumen yang lebih memilih melakukan pembelian online melalui Instagram.⁴ Alasan dari hal tersebut adalah karena instagram merupakan aplikasi media social yang memiliki kemudahan dalam penggunaannya. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap sikap yang akan mempengaruhi minat bagi konsumen untuk menggunakan instagram dalam melakukan pembelian secara online.⁵

Menjamurnya sistem jual beli online memunculkan peluang bisnis baru. Jika dilihat dari unsur perjanjian yang ada pada jual beli online, maka perjanjian jual beli online merupakan bentuk perjanjian jual beli biasa. Esensialia dari perjanjian jual beli adalah barang dan harga, serta adanya penyerahan barang.

⁴ Bayu Indrayana, Kudang Boro Seminar & Bagus Sartono, Faktor Penentu Minat Penggunaan Instagram Untuk Pembelian Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behavior (TPB), Jurnal Aplikasi dan Manajemen, Vol. 2, No. 2, Mei 2016, hlm. 139-136.

⁵ *Ibid*

Jual beli dianggap telah berlangsung antara penjual dan pembeli ketika mereka telah menyepakati tentang harga dan barang yang selanjutnya dilakukan penyerahan barang yang dimaksud.⁶

Namun rupanya peluang bisnis dan kemudahan tersebut tidak diimbangi oleh salah satu faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen, yaitu tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu, Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Begitu banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan konsumen hanya semata-mata karena menginginkan keuntungan tanpa memperdulikan hak-hak konsumennya. Sebagai contoh adalah makin maraknya penjualan kosmetik pada sistem bisnis online. Dengan iming-iming wajah yang cantik, cepat dan harga yang terjangkau, konsumen berlomba-lomba untuk membeli tanpa mempedulikan keamanan atas produk yang dipakainya. Penjual berdalih bahwa bukan menjadi kewajibannya untuk menjelaskan dan membuktikan bahwa produk kosmetik tersebut aman digunakan atau tidak selama konsumen tidak menanyakannya.

⁶ Halimi Purnamasari, Penyelesaian Kasus Pembatalan Sepihak Setelah Pemesanan Yang Dilakukan Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Melalui Toko Online @naads_shop, Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Jika kita merujuk pada hak konsumen yang seharusnya didapatkan, maka pemerintah Indonesia sudah secara resmi membentuk sebuah badan yang berwenang untuk melakukan pengecekan serta memberikan ijin. Badan yang dimaksud adalah Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Seyogyanya seluruh obat maupun makanan harus melalui proses pengawasan BPOM tersebut, termasuk juga kosmetik didalamnya. Namun yang terjadi di masyarakat adalah banyak ditemukan kosmetik yang tidak mengantongi izin BPOM atau bahkan izin BPOM yang dicantumkan adalah palsu. Bila penjualan dilakukan melalui outlet-outlet atau toko tentu akan lebih mudah untuk dilakukan razia. Permasalahan justru timbul ketika penjualan kosmetik tersebut dilakukan melalui bisnis online. Tentu akan sangat sulit bagi BPOM untuk melakukan pengawasan serta penindakan.

Berangkat dari keresahan dan kenyataan dilapangan bahwa cukup banyak konsumen yang dirugikan akibat barang yang dibeli dari transaksi jual beli online ini tidak mengantongi ijin dari BPOM, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

“PERLINDUNGAN HUKUM BAGI KONSUMEN ATAS BARANG YANG TIDAK TERDAFTAR PADA BALAI PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BPOM) PADA SISTEM BISNIS ONLINE”.

1.2 Permasalahan Penelitian

Universitas Internasional Batam

Su Cen. Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Barang Yang Tidak Terdaftar Pada Balai Pengawas Obat Dan Makanan (Bpom) Pada Sistem Bisnis Online.

UIB Repository©2019

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum secara preventif terhadap konsumen pada sistem bisnis online dari barang-barang yang tidak terdaftar Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)?
2. Bagaimana perlindungan hukum secara represif terhadap konsumen pada sistem bisnis online dari barang-barang yang tidak terdaftar Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Mengacu pada pokok permasalahan sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguraikan perlindungan hukum secara preventif terhadap konsumen pada sistem bisnis online dari barang-barang yang tidak terdaftar Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).
2. Menganalisis dan menemukan perlindungan hukum secara represif terhadap konsumen pada sistem bisnis online dari barang-barang yang tidak terdaftar Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)

1.3.2 Manfaat Penelitian

Universias Internasional Batam

Sebuah penelitian diharapkan dapat mendatangkan suatu manfaat baik bagi peneliti sendiri, peneliti lain yang akan melanjutkan, pembaca, pemerintah, maupun pihak lain yang memiliki keterkaitan didalamnya. Adapun manfaat penelitian hukum ini terbagi menjadi:

1. Manfaat teoritis

Teori perlindungan hukum oleh Philipus M. Hadjon adalah teori yang relevan untuk mengetahui secara normatif isi dari suatu perundang-undangan. Sehingga bilamana akan dilakukan penelitian mengenai perlindungan hukum maka sangat tepat, dikarenakan didalam teori ini terdapat 2 (dua) prinsip dalam ranah perlindungan hukum, yaitu perlindungan preventif serta perlindungan hukum represif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan, yang secara khusus bagi peneliti sendiri memiliki manfaat memberikan jawaban atas keresahan peneliti atas kenyataan yang terjadi di masyarakat. Selain dari itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu hukum khususnya hukum perlindungan konsumen

b. Bagi stakeholder, yaitu pemerintah, Balai Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), dan Kemenkominfo diharapkan dapat memberikan kontribusi atau masukan bagaimana agar

Universitas Internasional Batam

kemudahan akibat adanya kemajuan teknologi tidak lantas membuat tidak lagi peduli dengan mutu suatu produk.

- c. Bagi konsumen, penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan tentang pentingnya memahami hak baik sebagai warga negara maupun sebagai konsumen. Negara telah menyediakan perlindungan bagi setiap warga negaranya, dan oleh karenanya sebagai masyarakat sekaligus sebagai konsumen sudah sepatutnyalah untuk selalu mawas diri serta sadar akan hak-hak nya.