

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam keberlangsungan hidupnya membutuhkan manusia lainnya karena merupakan makhluk sosial yang memerlukan interaksi antar sesama, sehingga manusia tidak dapat secara mandiri untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Tetapi bukan hanya memenuhi kebutuhan saja, tetapi juga memenuhi hal-hal yang diinginkan.¹ Salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut ialah dengan aktivitas pembelian atau yang biasa dikenal dengan jual beli. Jual beli ini diartikan sebagai membeli barang, berjualan, memperdagangkan dan berniaga.²

Jual-beli merupakan perjanjian yang disepakati kedua belah pihak, dimana satu pihak memberikan barang dan pihak yang lain membayar atas barang tersebut. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengatur mengenai jual-beli, terdapat dalam Pasal 1457 hingga 1540. Pasal 1457 KUHPer mendefinisikan perjanjian jual-beli, bahwa “perjanjian jual beli adalah perjanjian antara penjual dan pembeli di mana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli, dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang tersebut sesuai dengan harga yang diperjanjikan”. Sebagaimana pengertian tersebut, maka dapat dipahami bahwa unsur penting dalam jual beli ini ialah adanya penyerahan hak milik atas suatu barang, dengan uang sebagai alat pembayarannya.³ Dan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Sekarang ini zaman sudah semakin canggih sehingga kegiatan jual beli tidak selalu mengharuskan penjual dan pembeli bertemu secara langsung, tetapi ada pilihan transaksi lain yang digunakan ialah jual beli secara digital melalui *e-commerce* seperti melalui shopee dan Lazada. Transaksi jual beli ini mempermudah

¹ Guruh Taufan Hariyadi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi (Studi Pada Indomaret Dan Alfamart Di Semarang)*, *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* 1, no. 1 (2016): 16–32.

² R. Subekti, *Aneka Perjanjian* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2014).

³ Gunawan Wijaya dan Kartini Muljadi, *Seri Hukum Perikatan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003).

masyarakat untuk mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus mendatangi pasar konvensional untuk mendapatkan barang tersebut. Bahkan ketika jarak antara penjual dan pembeli jauh sekalipun, pembeli masih bisa melakukan transaksi jual beli. Transaksi jual beli secara digital sudah memiliki pengaturannya, yaitu terdapat dalam Pasal 18 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik atau disingkat UU ITE, yang menyebutkan bahwa transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak, dengan ini disimpulkan bahwa kontrak elektronik juga harus memiliki kekuatan hukum yang sama dengan kontrak konvensional.⁴

Seiring dengan berkembangnya zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan serta keinginan manusia, transaksi digital tidak hanya melalui *marketplace e-commerce* saja. Melainkan melalui media sosial juga seperti Instagram, Line, Whatsapp, Facebook, Twitter dan lainnya. Dalam transaksi jual-beli melalui media sosial terdapat perantara penjualan yang dinamakan Group Order (GO) dimana group order ini merupakan group chat yang di dalamnya terdiri dari anggota yang merupakan pembeli dengan niat atau minat untuk membeli barang tersebut. Group order ini dikelola oleh seorang atau beberapa admin yang mengelola group tersebut. Group order ini biasanya ada untuk membeli barang-barang yang berasal dari luar negeri, dimana mempunyai biaya yang cukup mahal dalam ongkos pembeliannya.

Group order di Indonesia banyak digunakan, karena orang-orang semakin sering membeli barang-barang trend dari luar negeri. Istilah group order sendiri pada zaman sekarang seringkali melekat dengan K-Pop, dikarenakan K-Pop sudah menjadi trend dari segala kalangan bukan hanya anak-anak muda saja tetapi kaum-kaum yang berumur pun banyak yang menyukai K-Pop, bahkan berdasarkan data yang dilaporkan oleh Good Stats, Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai

⁴ Arfianna Novera and Sri Turatmiyah, *Analisis Hukum Kekuatan Mengikat Jual Beli Online (E-Commerce)*, Seminar Nasional, 2015, 1-9, www.hukum.online.

negara dengan fans K-Pop terbanyak di dunia.⁵ Dan untuk membeli barang-barang yang berkaitan dengan idola nya, fans K-Pop menggunakan media group order ini sebagai perantara untuk berbelanja. Terlebih lagi karena majunya media sosial seperti Instagram dan tiktok yang mempermudah dalam mengakses segala hal. K-Pop sendiri tak hanya menampilkan musik untuk di dengar tetapi juga mempromosikan berbagai macam pernak pernik atau disebut merchandise menarik yang mana membuat para penikmatnya tak keberatan untuk mengeluarkan uang mereka untuk membeli barang tersebut.

Sistem dari group order ini ialah admin group menawarkan merchandise seperti lightstick, album, *photocard*, *keyring*, stiker, dan merchandise lainnya kepada anggota group tersebut. Ketika anggota tertarik untuk membeli maka ia akan membuat daftar nama di group tersebut atau meminta admin group untuk mencatat pesannya. Setelah admin mencatat kemudian anggota membayar separuh harga terlebih dahulu sebagai uang muka, dan ketika barang sudah sampai di tangan admin maka para anggota akan melakukan pelunasan dengan membayar sisa harga barang tersebut.

Admin yang mengoperasikan group order tersebut harus memiliki tanggung jawab untuk menjamin agar barang yang dipesan oleh para anggota dapat sampai dengan kondisi baik dan sesuai dengan yang diperjanjikan. Karena ketika pembayaran DP sudah dilakukan maka secara otomatis kegiatan tersebut sudah termasuk dalam perjanjian dimana dalam hal ini admin selaku yang diberikan kuasa untuk membelikan barang harus menunaikan kewajibannya.

Melihat perkembangan K-Pop yang semakin merebak di Indonesia, terbukti dengan data yang dilaporkan oleh *Good Stats*. Membuat banyak orang mencoba untuk memulai usaha, dalam hal ini group order merupakan salah satu yang mengambil peluang tersebut. Pendapatan yang didapat melalui group order pun cukup menjanjikan, membuat banyak orang mulai mencoba peruntungan mereka

⁵ Pambors News, "Daftar Negara Penggemar K-Pop Terbanyak, Indonesia Konsisten No. 1," 2023, <https://www.pamborsfm.com/lifestyle/konsisten-indonesia-masih-jadi-peringkat-pertama-fans-k-pop-terbanyak-di-dunia>.

dengan membuat group order, karena siapa saja bisa dengan mudah membuat group order tersebut. Dengan demikian hal ini memunculkan para oknum tidak bertanggungjawab.

Seperti muncul beberapa keluhan terkait group order dimana admin selaku salah satu pihak tidak melaksanakan jual beli merchandise sesuai dengan apa yang telah disepakati sebelumnya, admin juga memberikan informasi yang tidak jelas dan pasti kepada pembeli. Hal ini menimbulkan kerugian bagi para anggota group order, karena admin atau penjual tidak melaksanakan perjanjian sesuai dengan yang disepakati dan yang diinformasikan kepada pembeli. Tentu saja ini merupakan suatu tindakan yang bertentangan dengan hukum.⁶

Contoh kasus yang menunjukkan bagaimana pelaksanaan jual beli merchandise K-Pop ini dialami oleh Nur S, dimana Nur membeli barang berupa *photocard* member EXO Luhan Kai. Tetapi ketika barang sampai, ternyata bukan barang yang Nur pesan. Barang yang tiba di tangan Nur adalah *photocard* member EXO Kris Baekhyun. Sehingga pihak group order salah mengirimkan barang pesanan. Nur juga membeli *photocard* Baekhyun, admin GO juga memberikan informasi serta video kondisi barang yang dipesan. Dalam video dan informasi yang diberikan oleh pihak GO barang tersebut dalam kondisi bagus tanpa ada kerusakan sedikit pun. Tetapi ketika barang sudah sampai di tangan Nur, barang tersebut mengalami kerusakan seperti bekas tertekuk.

Terdapat juga kasus yang dialami oleh Rani, Rani membeli merchandise berupa *photofilm*, *photocard* EXO Ladder 3 Sehun dan *Sharing* SG 23 Sehun. Rani meminta barang tersebut dikirim secara bersama-sama agar menghemat ongkos kirim. Tetapi barang tersebut terus ditunda waktu pengirimannya hingga 4 bulan. Bahkan Ketika barang sudah sampai dan diterima oleh Rani, ternyata barang pesanan tersebut kurang satu yaitu *photocard* dari *sharing* SG Sehun. Selain itu terdapat juga permasalahan jual beli melalui GO yang dialami oleh Sheryl, dimana barang yang

⁶ J. Satrio, *Wanprestasi Menurut KUHPerdara, Doktrin, Dan Yurisprudensi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2012).

diterima Sheryl berbeda dengan apa yang Sheryl pesan. Padahal pihak GO sudah tahu dan paham betul terkait pesanan Sheryl.⁷

Pembeli atau biasa juga disebut konsumen di Indonesia sudah memiliki perlindungan hukum dimana perlindungan hukum ini memastikan konsumen untuk mendapatkan hak-hak nya, hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 huruf b dimana konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan ; Pasal 4 huruf c bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa; dan Pasal 4 huruf g konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Serta pada Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga menjelaskan apa saja kewajiban pelaku usaha, yaitu :

- a) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁸

⁷ Nur S, Rani K, dan Sheryl. Wawancara oleh Haifa Nurul Shabira. Tanggal 26 November 2023.

⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas terkait pembelian merchandise K-Pop maka penulis melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul **“PELAKSANAAN JUAL BELI MERCHANDISE K-POP MELALUI GROUP ORDER (GO) DIHUBUNGKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999”**

B. Rumusan Masalah

Setelah apa yang dijelaskan pada latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan jual beli merchandise K-Pop melalui Group Order (GO) dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimanakah akibat hukum yang ditimbulkan dari pelaksanaan jual beli tersebut?
3. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli merchandise K-Pop melalui Group Order (GO) dan pengawasan dari pemerintah?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui serta memahami pelaksanaan jual beli merchandise K-Pop melalui Group Order (GO) dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk mengetahui serta memahami akibat hukum yang ditimbulkan akibat dari pelaksanaan jual beli tersebut.
3. Untuk mengetahui serta memahami perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli merchandise K-Pop melalui group order dan pengawasan dari pemerintah.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan penelitian mempunyai hal penting, yaitu mengembangkan ilmu pengetahuan secara teoritis sehingga penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkait pelaksanaan jual beli dengan memperhatikan perlindungan konsumen yang menggunakan media belanja group order. Dimana media belanja tersebut tidak secara umum digunakan oleh banyak orang, sehingga penelitian terkait media belanja tersebut tidak sebanyak media belanja lainnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu konsumen untuk lebih paham mengenai pelaksanaan perjanjian jual beli yang dilakukan agar konsumen tidak mengalami kerugian yang disebabkan berbelanja melalui media group order dan dapat paham mengenai hak yang seharusnya diterima selaku konsumen. Sehingga konsumen juga dapat mengambil keputusan yang lebih baik dan terinformasi ketika melakukan jual-beli. Selain itu, penulis juga berharap tulisan ini dapat dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya.

E. Kerangka Berpikir

Perjanjian adalah hubungan hukum yang dibuat antara seseorang dan orang lain sehingga mengakibatkan akibat hukum. Perjanjian jual-beli merupakan perjanjian antara penjual sebagai penyedia barang dengan pembeli sebagai penerima barang yang didasari atas dasar permintaan, sehingga ada kesepakatan yang terbentuk dan menimbulkan hak dan kewajiban. Pada pelaksanaan perjanjian jual beli, ketika penjual mengingkari perjanjian yang disepakati artinya penjual melakukan wanprestasi.

Wanprestasi artinya tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan seperti yang telah ditetapkan dalam perikatan. Tidak dipenuhinya kewajiban oleh penjual atau pelaku usaha disebabkan oleh dua kemungkinan alasan, yaitu:

- 1) Karena kesalahan penjual, baik dengan sengaja tidak dipenuhi kewajiban maupun karena kelalaian.
- 2) Karena keadaan memaksa (*overmacht*), *force majeure* sehingga di luar kemampuan penjual jadi penjual tidak bersalah.

Seorang penjual dapat dikatakan bersalah melakukan wanprestasi, dapat ditentukan dalam keadaan bagaimana penjual sengaja atau lalai sehingga tidak bisa memenuhi prestasi. Ada tiga keadaan, yaitu:

- 1) Penjual tidak memenuhi prestasi sama sekali,
- 2) Penjual memenuhi prestasi, tetapi tidak baik atau keliru,
- 3) Penjual memenuhi prestasi, tetapi tidak tepat waktunya atau terlambat.

Tenggang waktu pelaksanaan pemenuhan prestasi “tidak ditentukan”, perlu memperingatkan penjual supaya ia memenuhi prestasi. Tetapi dalam hal telah ditentukan tenggang waktunya, menurut ketentuan Pasal 1238 KUHPerdara penjual dianggap lalai dengan tenggang waktu yang telah ditetapkan dalam perikatan.

Berarti ketika wanprestasi ini terjadi terdapat hak konsumen selaku pembeli dan kewajiban penjual sebagai pelaku usaha yang tidak dipenuhi. Sebelum membahas mengenai hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha, konsumen sendiri merupakan istilah yang biasa digunakan Masyarakat untuk orang yang mengonsumsi atau memanfaatkan suatu barang atau jasa.

Secara harfiah konsumen adalah orang yang memerlukan, membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh. Adapun istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris yaitu *consumer* atau dalam Bahasa Belanda yaitu *consument*.⁹ Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan

⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta, 2008). Hlm.22

barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjual belikan lagi.¹⁰ Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah konsumen yang mengaburkan dari maksud yang sesungguhnya.¹¹

Peraturan undang-undang memberikan pengertian tentang konsumen. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka (2), yaitu konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹²

Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen serta membuka akses informasi tentang barang dan/atau jasa baginya, dan menumbuhkan sikap pelaku usaha yang jujur dan bertanggungjawab.¹³ Perlindungan konsumen merupakan upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Hal ini tercantum dalam Pasal 1 angka (1) Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menyebabkan tingginya pengguna internet pada berbagai kalangan di Indonesia, pada zaman sekarang ini konsumen tidak hanya bisa mendapatkan jasa atau barang dengan transaksi langsung melainkan bisa juga melakukan transaksi secara digital seperti melalui media sosial. Melalui media sosial ini terdapat group order sebagai perantara pembelian suatu barang, dimana pada group order ini melakukan perjanjian jual beli untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

Salah satu objek jual beli pada group order ialah merchandise K-Pop, merchandise ini banyak dibeli oleh penggemar suatu group jebolan korea Selatan. Dimana Perusahaan group tersebut mengeluarkan merchandise dengan harga yang tidak bisa dibilang murah, akan tetapi tidak menyurutkan semangat untuk membeli

¹⁰ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia* (Bandung, 2010).Hlm.17

¹¹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta, 2011).Hlm. 61-62

¹² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹³ Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk Dalam Perlindungan Konsumen*, (Bogor, 2008).Hlm. 9

produk tersebut. Belum lagi dengan adanya ongkos kirim dari luar negeri ke Indonesia, akan meningkatkan harga jual dari barang tersebut.

Transaksi jual beli melalui group order ini muncul oknum-oknum tidak bertanggungjawab yang menyebabkan konsumen merugi. Oknum-oknum ini muncul karena melihat loyalitas dan minat yang besar dari konsumen. Kerugian yang dialami oleh konsumen dapat berupa adanya ketidak sesuaian dengan perjanjian seperti barang yang dipesan dan diperjanjikan akan dikirim dalam kurun waktu tertentu tidak dapat terlaksana. Kasus lainnya yang menjadikan jual beli merchandise K-Pop melalui group order dapat merugikan konsumen ialah kondisi barang yang di terima oleh konsumen tidak sesuai yang disepakati dan diinformasikan kepada konsumen, sehingga konsumen merasa rugi karna semakin bagus dan banyak dicari barang tersebut maka akan semakin mahal harganya. Hal ini dikarenakan harga merchandise K-Pop tidak murah, misalnya saja harga *photocard Butterfly Hybe Event Lucky Draw Jungkook BTS* yang berhasil terjual dengan harga 49 juta.¹⁴

Perlindungan konsumen pada jual beli merchandise K-Pop ini diperlukan, karena pada pelaksanaan jual beli merchandise K-Pop tidak jarang terdapat ketidaksesuaian dengan perjanjian yang dilakukan pihak pelaku usaha dan konsumen. Pembeli juga harus mengetahui bagaimana dirinya sebagai konsumen harus mendapatkan perlindungan hukum dan kewajiban seperti apa yang pelaku usaha harus penuhi, sebagaimana terdapat pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Penelitian ini menggunakan kerangka pemikiran dimaksudkan sebagai batasan-batasan terhadap teori yang akan dipakai sebagai landasan dalam melakukan penelitian serta sebagai konsep yang akan menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Maka dari itu, sebagai landasan dalam melakukan

¹⁴ HeyNoona, *Harga Photocard Kpop Termahal Seantero Kpop, 2020*, <https://heynoona.com/harga-photocard-paling-mahal-seantero-kpop/>.

penelitian serta menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian, penulis akan menggunakan teori :

a) Teori Perjanjian

Salah satu bentuk hukum yang berperan nyata dan penting bagi kehidupan masyarakat adalah Hukum Perjanjian. Istilah perjanjian berasal dari bahasa Belanda yaitu *overeenkomst*, dan dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *contract/agreement*. Subekti mengemukakan bahwa perjanjian merupakan suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Perjanjian juga dirumuskan dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang menentukan bahwa: “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.” Hukum perjanjian sendiri tercantum dalam Buku III KUH Perdata yang terdiri dari 18 Bab dan 631 Pasal, dimulai dari Pasal 1233 sampai dengan 1864 KUH Perdata. Dan terkait Perjanjian jual beli tercantum pada Pasal 1457 hingga 1540. Definisi perjanjian jual beli tercantum pada Pasal 1457 yang menyatakan bahwa jual beli adalah suatu persetujuan, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

b) Teori Perlindungan Konsumen

Menurut Mochtar Kusumaatmadja perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur mengenai hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang berkaitan dengan barang dan jasa dalam kehidupan Masyarakat. Perlindungan konsumen ini suatu hal yang sangat penting, sebagaimana sudah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada dasarnya Menurut Pasal 3 (UUPK) ini dibuat dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. pemakaian barang dan/atau jasa;

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Sesuai dengan bunyi Pasal 8 ayat (1) UUPK secara jelas disebutkan bahwa yang dimaksud dengan Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang merugikan hak-hak konsumen.¹⁵

c) Teori Itikad Baik

Itikad baik menurut M. L Ery ialah perbuatan tanpa tipu muslihat, tanpa akal-akal, tanpa gangguan pihak lain, tidak melihat kepentingan diri sendiri saja, tetapi juga dengan melihat kepentingan orang lain. Itikad baik juga diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara yang menjabarkan “Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.” Itikad baik menurut Pasal tersebut adalah bahwa pelaksanaan perjanjian itu harus berjalan dengan mengindahkan norma-norma kepatutan dan kesusilaan.¹⁶ Akan tetapi, pengertian itikad baik dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara yang berarti melaksanakan perjanjian dengan itikad baik adalah bersifat dinamis. Dapat dikatakan dengan melakukan suatu perbuatan yang jujur harus sejalan dalam hati sanubari seorang manusia. Maka dari itu manusia merupakan bagian dari masyarakat yang harus saling menguntungkan dengan menggunakan kata-kata yang baik dan dimengerti selama membuat suatu

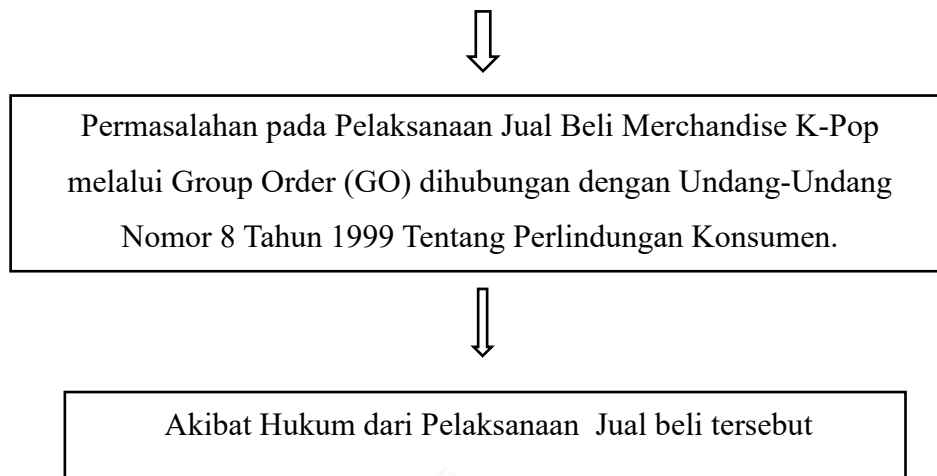
¹⁵ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta, 2008). Hlm.4

¹⁶ Muhammad Abdulkadir, *Hukum Perikatan* (Bandung, 1992). Hlm.99

perjanjian. Setiap pihak harus memperhatikan hal – hal yang penting dan tidak boleh menggunakan pihak lain untuk menguntungkan diri sendiri.

Digunakannya itikad baik dalam pelaksanaan perjanjian berarti juga bahwa penafsiran perjanjian harus berdasarkan keadilan dan kepatutan. Kepatutan (asas kepatutan) dituangkan dalam Pasal 1339 KUHPerdota yang menyatakan bahwa perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan di dalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut kepatutan, kebiasaan atau Undang-Undang.





Gambar 1. Alur Kerangka Berpikir

F. Langkah-langkah Penelitian

Adapun langkah-langkah penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu :

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang dilakukan oleh penulis ialah pendekatan yuridis normatif atau hukum normatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian hukum normatif yakni suatu prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan hukum dari sisi normatifnya. Logika keilmuan yang dalam penelitian hukum normatif di bangun berdasarkan disiplin ilmiah dan cara-cara kerja ilmu hukum normatif, yaitu ilmu hukum yang objeknya hukum itu sendiri.¹⁷

2. Spesifikasi Pendekatan

Spesifikasi pendekatan yang digunakan oleh penulis ialah menggunakan deskriptif analitis. Adapun yang dimaksud dengan deskriptif analitis yakni mengambil masalah atau memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya.

¹⁷ Johnny Ibrahim, *Teori Dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* (Malang, 2005).Hlm.57

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini ialah jenis data kualitatif. Dimana data kualitatif ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sehingga data yang terkumpul berupa kata-kata atau gambar dan tidak menekankan pada angka.

Sumber data adalah suatu subjek dari mana data diperoleh, hal ini diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian.¹⁸ Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan beberapa bahan untuk dijadikan sebagai sumber guna mendapatkan data yang diperlukan, Adapun sumber datanya yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer diartikan sebagai sumber data yang bersifat mengikat. Bahan hukum primer yang digunakan oleh penulis ialah Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang berhubungan dengan sumber data primer.¹⁹ Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada narasumber yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti oleh penulis, buku-buku pustaka, skripsi, jurnal, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan persoalan yang diteliti.

¹⁸ Nufian dan Wayan Weda, *Teori Dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Malang, 2018). Hlm.49

¹⁹ Djoko Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 2010. Hlm.137

c. Sumber Data Tersier

Sumber data tersier yaitu sumber data yang merupakan pelengkap yang sifatnya memberikan petunjuk atau penjelasan tambahan terhadap bahan hukum primer dan sekunder.²⁰ Sumber data tersier yang terdapat dalam penelitian ini yaitu kamus hukum, kamus besar bahasa Indonesia.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian.²¹ Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah studi kepustakaan, studi kepustakaan ini diperoleh dengan cara meneliti, mengkaji serta mempelajari dokumen atau bahan pustaka seperti, buku-buku hukum, literatur, bacaan-bacaan, jurnal ilmiah, serta peraturan perundang undangan terkait dengan masalah yang sedang diteliti oleh penulis. Selain dengan studi pustaka, penulis juga menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan data, dimana penulis mengajukan beberapa pertanyaan guna menggali informasi dari narasumber terkait pelaksanaan jual beli merchandise K-Pop melalui group order.

5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah analisis deskriptif kualitatif, dimana peneliti selain mengolah data primer, data sekunder maupun data tersier kemudian menjelaskan data-data hasil penelitian yang peneliti lakukan merujuk kepada aturan-aturan hukum yang berlaku di Indonesia dengan memperhatikan permasalahan-permasalahan yang akan dibuat dalam bentuk deskriptif. Sehingga dari pengolahan data tersebut penulis berharap dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sedang diteliti.

²⁰ Zainudin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta, 2014). Hlm.106

²¹ Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung, 2005). Hlm.62

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini terbagi ke dalam 4 (empat) bab. Masing-masing bab terdiri atas beberapa sub bab sesuai dengan pembahasan yang diteliti. Adapun perinciannya sebagai berikut :

a. BAB I

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, langkah-langkah penelitian, sistematika penulisan, dan penelitian terdahulu.

b. BAB II

Bab ini penulis akan membahas tinjauan umum mengenai perjanjian, jual beli, transaksi *e-commerce*, dan perlindungan konsumen.

c. BAB III

Bab ini akan berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang menjawab pertanyaan-pertanyaan pada penelitian yaitu bagaimana pelaksanaan jual beli merchandise K-Pop melalui Group Order (GO) dihubungkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen kemudian akibat hukum yang ditimbulkan dari pelaksanaan jual beli tersebut, serta perlindungan hukum terhadap konsumen jual beli merchandise K-Pop melalui group order dan pengawasan dari pemerintah.

d. BAB IV

Bab ini akan berisikan kesimpulan atas pembahasan serta jawaban dari pertanyaan penelitian yang telah penulis kemukakan. Kemudian diikuti dengan saran sebagai implikasi yang dihasilkan dari hasil penelitian.

H. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya.

No.	Judul Penelitian Terdahulu dan Nama Peneliti	Perbedaan dengan Penelitian Saat Ini
1.	Analisis Kesesuaian Hukum Dalam Jual Beli Album Dan Merchandise K-Pop Berdasarkan Hukum Islam Dan Undang- Undang Perlindungan Konsumen oleh Rif'atul Khoiriah	Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu ialah penelitian terdahulu menganalisis menggunakan hukum islam sedangkan peneltitian saat ini menggunakan kitab undang-undang hukum perdata.
2.	Tinjauan Hukum Perjanjian Jual-Beli Melalui <i>E-Commerce</i> oleh Andi Tenri Ajeng P	Perbedaan dengan penelitian penulis ialah pada penelitian terdahulu berfokus terhadap perjanjian jual-beli melalui <i>e-commerce</i> sedangkan pada penelitian yang penulis lakukan menggunakan media group order dan tidak hanya berfokus kepada hukum perjanjian tetapi dikaitkan juga dengan Undang - Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999.
3.	Perspektif Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Online Dengan Model Periklanan oleh Muhammad Syukran	Perbedaan dengan penelitian penulis ialah penelitian terdahulu menggunakan perspektif hukum islam, sedangkan penelitian saat ini menggunakan hukum perdata. Kemudian penelitian terdahulu berfokus kepada model periklanan pada <i>e-commerce</i> sedangkan

		penelitian penulis berfokus kepada group order sebagai media transaksi jual beli.
4.	Tinjauan Hukum Tentang Hak Dan Kewajiban Penjual Dan Pembeli Dalam Perjanjian Jual Beli Menurut KUHPerdara oleh Johanis F. Mondoringin	Perbedaan dengan penelitian penulis ialah penelitian terdahulu hanya berfokus kepada hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian jual beli, sedangkan penelitian saat ini membahas terkait pelaksanaan dari jual beli melalui group order dan dihubungkan dengan perlindungan konsumen.
5.	Kedudukan Dan Kekuatan Mengikat Perjanjian Transaksi Melalui Internet (E-Commerce) oleh Alice Kalangi	Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu penelitian terdahulu hanya meneliti terkait kedudukan dan kekuatan hukum perjanjian melalui <i>e-commerce</i> , sedangkan penelitian saat ini membahas mengenai pelaksanaan jual beli melalui group order dengan memperhatikan konsumen yang melakukan perjanjian ditinjau melalui UUPK.