

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Latar Belakang Masalah Era globalisasi telah membawa perubahan pada bidang kehidupan, pemenuhan transaksi jual beli di dalam masyarakat sangatlah penting dan menjadi hal yang sangat utama. Teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara global. Di samping itu, perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (borderless) dan menyebabkan perubahan sosial yang secara signifikan berlangsung demikian cepat. Teknologi informasi saat ini menjadi pedang bermata dua, karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum.¹

Sesuai dengan Pasal 33 ayat (4) UUD 1945, bahwa “Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi keadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional”.

Dengan adanya Pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi berbasis ekonomi sangat erat kaitannya dengan perkembangan masyarakat yang ada, dan harus dilaksanakan sesuai dengan fungsinya.

¹ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia.*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2004, hlm. 1.

Sejak UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik hadir, pengguna media sosial banyak yang khawatir. Undang-undang ini pada awalnya untuk melindungi kepentingan negara, publik, dan swasta dari kejahatan siber (*cyber crime*). Saat ini ada 3 Pasal mengenai *defamation* (pencemaran nama baik), penodaan agama, dan ancaman online.²

Konsumen diimbau untuk kritis memilih dan memanfaatkan jasa perdagangan online dengan reputasi baik. Kementerian Perdagangan (Kemendag) telah menyampaikan poin-poin atau matriks Rencana Pelaksanaan Pembelajaran yang selanjutnya disingkat (RPP) untuk industri e-commerce. Dalam matriks tersebut di dalamnya mencantumkan perihal penyampaian identitas hukum (KTP, Izin Usaha, dan SK Pengesahan Badan Hukum atau dikenal Knowing Your Customer (KYC)), salah satu cara efektif untuk menghindari penipuan kepada konsumen adalah dengan membangun kompetisi perdagangan elektronik (online) itu sendiri.

Para pelaku e-commerce didorong untuk melakukan inovasi untuk sistem operasional dan logistik yang digunakan untuk memenuhi permintaan konsumen belanja online di Tanah Air. Pelaku e-commerce di Indonesia diharapkan dengan isu logistik operasional yang lebih menantang dengan 17.000 pulau yang tersebar dalam 5 juta kilometer persegi. Tidak satupun wilayah atau negara lain yang saat ini memiliki pertumbuhan e-commerce yang signifikan memiliki kompleksitas

²www.hukumonline.com diakses pada tanggal 10 maret 2018

logistik serumit Indonesia. 8,7 juta masyarakat Indonesia diperkirakan akan melakukan belanja online pada tahun 2016.³

Perkembang internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya e-commerce. Dengan adanya internet masyarakat sangat dimudahkan dalam transaksi jual beli online tanpa harus datang atau bertatap muka langsung saat melakukan transaksi jual beli. Perkembangan e-commerce diatur di dalam Undang-undang No. 1 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang disingkat UU ITE. Sebagai konsumen, kita harus jeli di dalam membeli suatu barang. Jual beli merupakan salah satu jenis perjanjian yang diatur dalam KUHPdata, sedangkan jual beli online (e-commerce pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi.

Kemajuan komunikasi dan informasi, telah membawa dampak pada kemajuan dalam bidang bisnis saat ini. Jual beli jarak jauh sudah merupakan kebiasaan berlaku di dunia bisnis saat ini. Dalam hal ini penjual dan pembeli tidak memperhatikan lagi masalah ijab qabul secara lisan, tetapi cukup dengan perantaraan kertas-kertas berharga, seperti cek, wesel dan sebagainya. Kecuali itu kehadiran fisik dalam satu tempat (satu majelis) tidak lagi berlaku, karena cukup dengan misalnya via telepon dan internet.⁴

Apabila masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan

³Iskandar, *3 Fakta Menarik e-commerce di Indonesia*, 2016, <http://teknoliputan6.com/read/2418988/3-fakta-menarik-e-commerce-di-indonesia>, diakses pada tanggal 9 Maret 2018

⁴Sofyan AP. Kau, *“Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Via Telepon dan Internet”*, Al-Mizan 3 no.1 Desember (2007): h.1

perlindungan hukum guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. Negara menjamin kepada setiap pengguna jasa online dengan dibuatnya Undang-undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat menjadi UUPK pada Pasal 1 angka (1), menyebutkan bahwa "Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen". Dengan adanya UUPK tersebut, masyarakat memiliki payung hukum untuk melindungi haknya, serta adanya jaminan hukum bagi masyarakat pengguna jasa online.

Keberadaan e-commerce merupakan alternative bisnis yang cukup menjanjikan untuk diterapkan pada saat ini, karena e-commerce memberikan banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (merchant) maupun dari pihak pembeli (buyer) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun. Dengan e-commerce setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negosiasi. Bentuk kegiatan jual beli ini tentu mempunyai banyak nilai positif, diantaranya kemudahan dalam melakukan transaksi karena penjual dan pembeli tidak perlu repot bertemu dalam geografis dan teritorial termasuk yurisdiksi hukumnya. Karenanya masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan jasa online dalam bertransaksi dibanding dengan bertatap muka secara langsung.

Transaksi perdagangan seperti ini dimana hubungan antar manusia memasuki wilayah hubungan dagang atau bisnis, suatu transaksi bisnis (*Commerce*) yang tidak lagi dilakukan secara langsung (konvensional) melainkan dapat pula dilakukan melalui jasa layanan internet dan teknologi internet ini

dikenal dengan nama *electronic commerce* atau lebih populer dengan sebutan *ecommerce*.⁵

Adakalanya, baik pihak penjual ataupun pihak pembeli kurang memahami tata cara berbisnis yang baik terutama melalui internet Untuk berbisnis dan bertransaksi dalam media internet diperlukan pemahaman, keseriusan, dan kemauan tersendiri. Kejelian dan kepekaan lebih dalam mengenai lawan bisnis ataupun aplikasi atau situs yang kita jumpai di internet. Salah satu contoh kasus yang sering terjadi dalam transaksi jual beli online adalah bahwa penjual tidak mengirimkan barangnya meskipun pembayaran telah dilakukan, Apabila kita lengah atau kurang peka maka bukan tidak mungkin kita akan menjadi korban dalam bisnis online baik berupa wanprestasi maupun bentuk penipuan yang berujung pada tindak pidana.

Berawal dari pernyataan di atas, maka dalam hal ini penulis terpanggil untuk mengadakan penulisan dengan judul **PERLINDUNGAN HUKUM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE (Suatu Tinjauan Terhadap Perlindungan Konsumen)**.

B. Perumusan Masalah

Bertitik tolak pada uraian-uraian didalam alasan pemilihan judul dan pembatasan masalah tersebut diatas, maka masalah-masalah yang akan dianalisa adalah sebagai berikut :

⁵ Pasal 1 Undang-undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

1. Bagaimana proses pelaksanaan perjanjian jual beli online menurut ketentuan Undang-undang Informasi Transaksi Elektronik dan Syarat sah perjanjian dalam KUHPer Pasal 1320 ?
2. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli secara online?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui proses pelaksanaan perjanjian jual beli secara online menurut ketentuan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-undang Perdagangan.
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli secara online.

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian akan sangat bernilai apabila isi dari penulisan tersebut memiliki manfaat atau kegunaan. Adapun manfaat atau kegunaan ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Adalah sebagai wacana ataupun gagasan yang diharapkan dapat berguna bagi almamater, dan bahkan bisa jadi bahan perbandingan untuk siapa saja yang ingin mengkaji lebih jauh tentang hal ini.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan hukum khususnya Hukum Perlindungan Konsumen
- b. Untuk memenuhi salah satu syarat guna menempuh ujian sarjana (SI) pada Fakultas Hukum UNISSULA
- c. Untuk meningkatkan wawasan penulis dalam pencapaian selama masa perkuliahan dan juga menambah pengalaman tentang perlindungan konsumen dalam jual beli online
- d. Dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi siapa saja yang ingin mengkaji lebih jauh tentang hal ini.

E. Metode Penelitian

Setiap karya ilmiah harus berdasar pada penggunaan metode-metode penelitian. Metode-metode penelitian ini menggunakan :

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis dan yuridis normatif, yuridis sosiologis yaitu sebagai usaha mendekatkan masalah yang diteliti dengan sifat hukum yang sosiologis. Pendekatan yang bersifat sosiologis yakni wawancara langsung dengan konsumen online shop. Dan uraian tersebut dikemukakan dalam kerangka teori yang digunakan untuk membahas dalam penyajian data. Yuridis normative yaitu adanya pendekatan prinsip-prinsip dan asas-asas hukum dengan meninjau masalah yang ada.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptifanalisis. Dikatakan deskriptif karena dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas, rinci dan sistematis mengenai proses keperdataan terhadap para pihak dalam perjanjian jual beli secara onlineserta perlindungan hukum bagi konsumen dalam perjanjian jual beli online. Sedangkan analisis karena data yang diperoleh akan dianalisis terhadap permasalahan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku, dalam hal ini adalah Kitab Undang- undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.

3. Jenis dan Sumber Data

Data Dalam penulisan skripsi ini digunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data dalam bentuk tertulis. Data sekunder di bidang hukum (dipandang dari sudut kekuatan mengikatnya) dapat dibedakan menjadi⁶:

- a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan yang mengikat, terdiri dari:
 - 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,

⁶Ronny Hanitijo Soemitro, Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri. Cet. 4., Jakarta: Ghalia Indonesia, 1990, hlm. 53

- 2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK),
 - 3) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUTTE).
 - 4) Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- b. Bahan Hukum Sekunder, yaitu yaitu bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis dan memahami bahan hukum primer. adalah Rancangan Peraturan Perundang-undangan, Hasil Karya Ilmiah para Sarjana, Hasil-hasil Penelitian.
 - c. Bahan Hukum Tersier, yaitu Bibliografi, Indeks kumulatif, Kamus, Ensiklopedia, Bahan dari Internet dan lain-lain yang merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara antara lain:

- a. Studi lapangan yaitu melalui wawancara langsung dengan pihak salah seorang konsumen online shop. Agar diperoleh gambaran mengenai proses pelaksanaan jual beli secara online di Toko Online.
- b. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Pustaka. Studi kepustakaan (library research), adalah suatu metode pengumpulan data dengan jalan membaca, menelusuri, literatur-literatur yang berkaitan dengan judul yang kebanyakan

terdapat diperpustakaan-perpustakaan kemudian mengambil hal-hal yang dibutuhkan baik secara langsung maupun saduran. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penulisan skripsi ini antara lain berasal dari buku-buku milik pribadi maupun pinjaman dari perpustakaan, artikel-artikel yang diambil dari mediacetak maupun elektronik, dokumen-dokumen pemerintah, termasuk Peraturan Perundang-undangan. Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji adapun data sekunder tersebut memiliki ciri-ciri umum sebagai berikut⁷:

- 1) Data sekunder pada umumnya ada dalam keadaan siap terbuat (*ready made*);
- 2) Bentuk maupun isi data sekunder telah dibentuk dan diisi oleh penelitian terdahulu;
- 3) Data sekunder dapat diperoleh tanpa atau dibatasi oleh waktu dan tempat.

1. Metode Analisis Data

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini bersifat kualitatif yaitu berlaku bagi kasus yang diteliti dan hasil analisis tersebut dilaporkan dalam bentuk skripsi Analisis kualitatif ini ditujukan terhadap data-data yang sifatnya berdasar mutu dan sifat yang nyata berlaku dalam masyarakat. Analisis kualitatif tidak mendasarkan penelitiannya pada pengumpulan data dari lokasi yang luas dengan responden yang

⁷Soerjono, dan Sri Mamudji, SH., M.L.L., Penelitian Hukum Normatif, Cet. 15., Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013, hlm, 24

banyak. Jadi walaupun lokasinya terbatas, respondennya sedikit, jika data-data yang didapat itu merupakan kenyataan yang berlaku, maka data-data tersebut sudah cukup membuktikan kebenarannya.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini penulis uraikan menjadi empat bab, dimana antara bab satu dengan yang lain akan dibahas dalam ruang lingkup dan materi pembahasan yang sesuai dengan kelompok masing-masing. Adapun sistematika skripsi ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini meliputi Sejarah Perkembangan Transaksi Elektronik:

1. Tinjauan Tentang Perjanjian Jual Beli

a. pengertian perjanjian

diatur dalam Pasal 1313 KUHPerdata yaitu suatu perjanjian adalah "suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih".

Subekti memberikan perumusan perjanjian sebagai berikut:
"Perjanjian adalah peristiwa hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum".⁸

Sedangkan menurut Sudikno Mertokusumo, perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum. Maksudnya, kedua pihak tersebut sepakat untuk menentukan peraturan atau kaidah atau hak dan kewajiban yang mengikat mereka untuk ditaati dan dilaksanakan. Kesepakatan tersebut adalah untuk menimbulkan akibat hukum, yaitu menimbulkan hak dan kewajiban, sehingga apabila kesepakatan itu dilanggar maka akan ada akibat hukumnya atau sanksi bagi si pelanggar.⁹

b. Perjanjian jual beli

diatur dalam Pasal 1457 sampai dengan Pasal 1540 KUHPerdara. Menurut Pasal 1457 KUHPerdara, jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Menurut Salim H.S., S. H., M.S., Perjanjian jual beli adalah Suatu perjanjian yang dibuat antara pihak penjual dan pihak pembeli. Beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli

⁸ R. Subekti, Hukum Perjanjian, PT. Intermedia, Jakarta, 2002, hlm.1

⁹ Sudikno Mertokusumo, Mengenal Hukum (Suatu Pengantar), Liberty, Yogyakarta, hlm. 97-98

berkewajiban untuk membayar harga dan berhak menerima objek tersebut.¹⁰

- a. Adanya subyek hukum, yaitu penjual dan pembeli.
- b. Adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang dan harga
- c. Adanya hak dan kewajiban yang timbul antara pihak penjual dan pembeli.

Menurut Kamus Hukum, jual beli adalah suatu perjanjian menyerahkan hak milik atau suatu barang dengan menerima harga yang telah disetujui berupa uang. Suatu perjanjian timbal balik dimana pihak penjual anji untuk menyerahkan hak milik atas barang, sedang pihak pembeli berianji membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.¹¹

c. Pengertian Jual Beli Menurut Perspektif Islam

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama umat manusia yang mempunyai landasan yang kuat dalam Al-Quran dan As Sunnah Rasulullah SAW. Terdapat sejumlah ayat Al-Quran yang berbicara tentang jual beli, diantaranya dalam Al-Quran surat Al- Baqarah ayat 275, Allah menegaskan bahwa: Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Surat An-Nisa ayat 29, yang artinya Kecuali dengan jalan perdagangan yang didasari suka sama suka. Hal yang

¹⁰ Salim HS., Hukum Kontrak (Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak), Sinar Grafika, Jakarta, 2003, hlm 49

¹¹M. Marwan & Jimmy P., Kamus Hukum, REALITY PUBLISHER, Surabaya, 2009, hlm. 313

menarik dari ayat tersebut adalah pelarangan riba yang didahului oleh penghalalan jual beli. Dalam Surat An-Nisa ayat 29 menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas.¹²

2. Tinjauan Tentang Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Istilah konsumen ini berasal dari alih bahasa dari kata consumer (Inggris-Amerika) atau *consumenten/konsument* (Belanda). Pengertian consumer dan consument ini hanya bergantung dimana posisi ia berada. Secara harfiah arti kata consumer itu adalah (lawan kata produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Tujuan penggunaan barang dan jasa itu nanti menentukan termasuk konsumen kelompok nama pengguna tersebut.¹³ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memberi arti kata consumer sebagai pemakai atau konsumen. Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka, yaitu setiap orang yang

¹² Majelis Kajian Interaktif Tafsir Al-quran, <http://mkitasolo.blogspot.co.id/2011/12/tafsir-surat-nisa-4-ayat-29.html> diakses pada tanggal 15 maret 2018

¹³ Rosmawati, S.H M.H, *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Depok, 2018, Cet. Ke 1

mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.¹⁴

b. Asas dan Tujuan Konsumen

Upaya perlindungan konsumen di tanah air didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini bias memberikan arahan dalam implementasinya di tingkatan praktis. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang benar-benar kuat.

c. Asas perlindungan konsumen

Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen pasal 2, ada lima asas perlindungan konsumen

i. Asas manfaat

Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingankonsumen dan pelau usaha secara keseluruhan.

ii. Asas keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bias diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknyadan melaksanakan kewajibannya secara adil.

¹⁴Ibid hlm.29

iii. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.

iv. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

v. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

3. Tinjauan Tentang Jual Beli Online

a. Pengertian Jual Beli Online

Perdagangan elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui system elektronik seperti internet, televisi, *www*, atau jaringan computer lain. Transaksi onlinedapat melibatkan transfer dan elektronik, pertukaran data elektronik, system manajemen inventori otomatis, dan system pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-commerce ini sebagai aplikasi dan penerapan dari e-

Bussiness yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti transfer, dana secara elektronik, SCM (Supply Chain Management), e-Marketing atau pemasaran online , pemrosesan transaksi online (*Online Transaction Prossesing*), pertukaran data elektronik (*Elektronik Data Interchange/EDI*) dan lain lain.¹⁵

b. Tujuan Jual Beli Online

Dengan menggunakan transaksi online maka perusahaan dapat lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan keuntungannya. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik tertuang di dalam UU ITE Pasal 4 yang bertujuan untuk :

- Menerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia.
- Mengembangkan perdagangan dan perkeonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan public.
- Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab.
- Memberikan rasa aman ,keadilan dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggaraan teknologi informasi.

¹⁵ Tata Sutabri, Komputer dan Masyarakat, Ed.I ., Yogyakarta:ANDI,2013, hlm101-102.

Jual Beli Online Dalam Persepektif Islam

Dalam perjanjian jual beli tidak dilarang memupuk keuntungan (aba) sesuai asas perdagangan. Ditunjukkan dengan Firman Allah dalam Surat Fushshilat ayat 35

Artinya: dianugerahkan melainkan kepada orang- Sifat-sifat yang baik itu tidak melainkan kepada orang- orang yang sabar dan tidak dianugerahkan orang yang mempunyai keuntungan yang besar.

Firman Allah Surat Al-Maidah ayat 7:

Artinya: Dam ingatlah karunia Allah kepadamu dan perjanjian-Nya yang telah diikat-Nya dengan kamu, ketika kamu mengatakan: dengar kami taati Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Mengetahui isi hati (mu).

Jual Beli Online merupakan prosedur perdagangan atau mekanisme jual beli di internet pembeli dan penjual dipertemukan di dunia maya. E-commerce juga dapat didefinisikan sebagai suatu cara berbelanja atau perdagangan secara websiteonline atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dimana dapat menyediakan layanan "get and deliver". Dari penjelasan diatas sisi epistemologi dari e-commerce adalah jual beli dilakukan lewat internet, sedangkan jual beli dalam Islam ditemukan juga sisi epistimologi dalam QS Annisa ayat 29

Artinya. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan yang dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan kamu berlaku dengan suka sama di antara kamu Dan janganlah membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang merupakan inti dari skripsi ini yaitu tentang bagaimana proses pelaksanaan perjanjian jual beli secara online menurut ketentuan Undang-undang

Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-undang Perdagangan, bagaimanakah bentuk perlindungan hukum bagi konsumenserta hambatan dan penyelesaian dalam perjanjian jual beli secara online.

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari jawaban perumusan masalah dan saran sebagai masukan yang diharapkan dapat memberikan manfaat.