

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini manusia terus berkembang mengikuti perkembangan kemajuan teknologi. Teknologi dijadikan suatu penunjang dalam kehidupan manusia. Dibanyak belahan masyarakat teknologi juga telah membantu dan memperbaiki kehidupan manusia. Maka, secara umum teknologi harus dapat terus dikembangkan untuk mendapatkan inovasi sebagai perbaikan kehidupan manusia kedepannya.

Untuk menghadapi berbagai tantangan dan perkembangan teknologi yang terus semakin pesat, maka dalam usahanya suatu negara harus dapat menggali ilmu pengetahuan dan mengembangkan skill agar dapat menghadapi dan mengembangkan teknologi secara tepat. Karena adanya perkembangan teknologi itu sendiri bergantung pada kemampuan manusia untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang dimiliki dan pendidikan yang berkualitas.

Seiring berjalannya waktu, kecanggihan yang diberikan oleh berbagai macam alat teknologi semakin maju dan membuat perubahan pada dunia. Berbagai kalangan diberikan kemudahan dalam mengakses informasi dengan menggunakan banyak cara. Fasilitas teknologi sendiri sudah meluas hingga

diberbagai bidang seperti politik, sosial budaya, ekonomi, peratahanan, dan keamanan.

Perkembangan yang ada pada teknologi diberbagai bidang saat ini juga membawa perubahan besar dalam aspek ekonomi seperti kegiatan perdagangan. Pada awalnya kegiatan perdagangan dilakukan secara langsung, yaitu dengan bertemunya penjual dan pembeli. Transaksi jual beli dilakukan dipasar sebagai sarana tempat bertemunya penjual dan pembeli itu sendiri.

Akan tetapi dengan adanya perkembangan teknologi dan jaringan internet yang mudah diakses membuat kegiatan perdagangan mulai berpartisipasi didalam era digital. Munculnya internet sebagai media yang baru didalam dunia perdagangan membuat perubahan kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Munculnya media internet sendiri membuat jarak dan waktu tidak dijadikan sebagai hambatan dalam melakukan transaksi.

Internet memiliki peran penting sebagai pelopor majunya kegiatan perdagangan dengan menggunakan sarana elektronik atau yang disebut juga dengan *E-Commerce (Electronic Commerce)*. *E-Commerce* sendiri merupakan penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran, barang dan/ jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www* atau dengan jaringan komputer lainnya.¹

¹ <https://andyjr20.blogspot.com/2017/03/makalah-e-commerce.html> diakses pada tanggal 24 Agustus 2020, pada pukul 11.57 WIB.

Perkembangan *e-commerce* sendiri telah ada sejak tahun 1996, dengan berdirinya Dyviacom Intrabum atau D-net sebagai perintis transaksi *online* yang berupa suatu wahana transaksi seperti mall dalam bentuk *online* yang disebut dengan D-mall telah mampu menampung sekitar 33 toko *online*.² Produk – produk yang dijual pada toko *online* ini dapat berupa makanan, pakaian, maupun *furniture* dan aksesoris.

E-commerce saat ini juga sangat digemari oleh produsen kecil maupun besar. Hal ini dikarenakan promosi melalui media *online* sangat membantu dalam memperkenalkan barang ataupun jasa yang ditawarkan, sehingga penjual lebih mudah untuk menjual produknya dan memiliki peluang untuk mendapatkan banyak konsumen yang sedang mencari produk ataupun jasa yang ditawarkannya.

Perubahan perilaku masyarakat dalam *e-commerce* menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Data yang telah dirilis oleh Menteri Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa nilai transaksi toko *online* pada *e-commerce* pada tahun 2013 mencapai Rp. 130.000.000.000.000,- (seratus tiga puluh triliun rupiah) dengan angka pengguna internet sebanyak 82.000.000 (delapan puluh juta) orang.³

² Ibid.,

³ <http://eprints.ums.ac.id/59996/13/BAB%20I%20%281%29.pdf> diakses pada tanggal 24 Agustus 2020, pada pukul 12.14 WIB.

E-commerce sendiri telah memberikan dampak yang positif maupun negatif bagi sebagian besar pelaku usaha yang menggunakannya. Dapat berdampak positif apabila *e-commerce* mampu dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya dan dapat berdampak negatif apabila konsumen yang melakukan transaksi elektronik mendapatkan kerugian dari pelaku usaha. Seperti misalnya tidak adanya kejujuran dan keterbukaan antara penjual dan pembeli. Hal tersebut bisa saja menyebabkan kerugian pada salah satu pihak.

Permasalahan diatas ini bisa saja terjadi dikarenakan ketika konsumen berbelanja melalui *online* konsumen tidak dapat melihat kualitas barang secara langsung. Maka, hal tersebut terkadang juga menyebabkan beberapa orang menjadi khawatir akan konsekuensi yang ada ketika harus berbelanja *online*. Masalah diatas menunjukkan bahwa transaksi menggunakan *e-commerce* memiliki resiko yang cukup besar.

Akan tetapi tidak semua pelaku usaha yang ada di media elektronik selalu menimbulkan resiko dan kekhawatiran pada konsumennya. Hal ini dapat dilihat apabila suatu perusahaan memiliki peningkatan dalam transaksi *e-commerce* maka hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut memiliki komitmen dalam menjual produknya. Biasanya hal tersebut diikuti dengan adanya prinsip keterbukaan, kejujuran, serta adanya penjagaan terkait informasi konsumen yang melakukan pembelian. Sehingga konsumen merasa nyaman dan dapat percaya pada perusahaan tersebut.

Dalam definisi diatas dapat diketahui bahwa *e-commerce* merupakan suatu sistem pemasaran yang terdiri dari penjualan dan pembelian suatu barang maupun jasa melalui media elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Dengan adanya peristiwa tersebut maka semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang dijadikan sebagai penggerak produktifitas dan efisiensi para produsen barang maupun jasa yang dihasilkannya demi meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.

Salah satu kemajuan teknologi yang dapat dirasakan oleh masyarakat Indonesia yaitu dengan adanya kemunculan layanan berbasis *online* yang bisa didapatkan melalui aplikasi pada *smartphone*. Salah satu perusahaan penyedia layanan tersebut yaitu Go-Jek.⁴ Go-Jek merupakan suatu perusahaan yang bergerak pada sektor keuangan dalam bentuk digital.

Produk finansial dalam bentuk digital yang dikeluarkan oleh Go-Jek dan dijadikan sebagai sistem pembayaran non tunai disebut juga dengan Go-Jek *Payment* atau Go-Pay. Dengan adanya sistem pembayaran non tunai pada Go-Pay dapat memberikan kemudahan para konsumennya dalam melakukan transaksi elektronik tanpa harus menyiapkan atau membawa uang secara *cash*. Go-Pay sendiri dapat digunakan untuk melakukan transaksi untuk semua layanan yang telah bekerjasama dengan perusahaan Go-Jek. Hal ini sangat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam kemudahan bertransaksi dan mengatur pengeluaran keuangan mereka.

⁴ Septiyati, Lusi dan Siti Nurbaiti. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Transaksi Dengan Sistem Pembayaran Go-Pay, Jurnal hukum Adigama, hal 4.

Akan tetapi pada sisi lain, kemudahan yang ditawarkan pada sistem pembayaran digital juga menyimpan suatu permasalahan pada konsumen. Hal ini terkait pada salah satu berita yang diangkat oleh berita CNN Indonesia pada tanggal 25 Januari 2019, dimana terdapat kejadian hilangnya saldo Go-Pay yang terjadi pada Bapak Sukmanto.⁵ Pada pukul 11.30 WIB ia mengaku telah menggunakan layanan Go-Food pada Go-Jek untuk membeli *steak*. Setelah melakukan pemesanan sampai tuntas, akan tetapi pesanan yang dipesan oleh Bapak Sukmanto tidak kunjung tiba hingga tiba-tiba saldo akun Go-Pay pada Bapak Sukmanto terpotong senilai Rp.800.000,- (delapan ratus ribu rupiah), kemudian tertulis pada notifikasi pemesanan pada akun Go-Jeknya bahwa Bapak Sukmanto telah melakukan transaksi sebesar Rp.2.000.000,- (dua juta rupiah). Sedangkan dalam pengakuannya ia belum pernah melakukan transaksi sebesar itu.

Setelah peristiwa tersebut Bapak Sukmanto langsung berinisiatif untuk melaporkan keluhan permasalahannya pada perusahaan Go-Jek dengan menghubungi pada nomor *call center* perusahaan tersebut. Kemudian setelah melaporkan permasalahannya, Bapak Sukmanto disarankan oleh pihak Go-Jek untuk menunggu selama 1x24 jam namun setelah melewati batas waktu ia tidak mendapatkan tanggapan apapun lagi dari pihak perusahaan Go-Jek.

Dari permasalahan diatas maka dapat disimpulkan bahwa perlindungan konsumen dipandang sangat penting untuk menghindari

⁵ <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190125195225-185-363961/pejabat-kominfo-keluhkan-kehilangan-saldo-Go-Pay-rp800-ribu>, diakses pada tanggal 11 Desember 2020 pada pukul 07.34 WIB.

permasalahan-permasalahan yang akan ada kedepannya. Pengaturan transaksi *e-commerce* dalam bidang hukum dirasa sangat diperlukan mengingat tingginya mobilitas konsumen yang menggunakan transaksi ini. Sehingga diperlukan undang-undang untuk perlindungan konsumen yang akan melakukan kegiatan bertransaksi khususnya di jaringan internet.

Seiring berjalannya waktu, Indonesia mulai mengeluarkan undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Pemerintah Indonesia menerbitkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini diharapkan dapat menjamin kepastian hukum terhadap hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

Undang-undang tentang perlindungan konsumen juga merupakan suatu pedoman bagi para pelaku usaha untuk menjalankan suatu usahanya secara adil dan tidak curang. Perlindungan konsumen pada era digital ini sangat dibutuhkan karena masih banyaknya pihak konsumen yang hanya bermodalkan asas kepercayaan terhadap badan usaha yang dipilihnya. Sedangkan diantara sebagian besar pelaku usaha yang menawarkan produknya tidak pasti semuanya memiliki etika yang baik dalam menjalankan usahanya.

Undang-undang ini dirumuskan dengan mengacu pada pengertian pembangunan nasional, dimana pembangunan nasional juga merupakan suatu bentuk dari pembangunan hukum yang memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam rangka membangun masyarakat Indonesia yang adil dan

makmur dengan berlandaskan pada falsafah kenegaraan Republik Indonesia yaitu dasar negara Pancasila dan konstitusi negara Undang-Undang Dasar 1945.⁶

Latar belakang yang dijadikan pertimbangan adanya undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu :⁷

1. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
2. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/ jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/ jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
3. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/ jasa yang diperolehnya di pasar;
4. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan

⁶ <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-8-1999-perlindungan-konsumen> diakses pada tanggal 25 Agustus 2020 pada pukul 19.16 WIB.

⁷ Ibid.,

kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab;

5. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai; bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
6. bahwa untuk itu perlu dibentuk undang-undang tentang Perlindungan Konsumen⁸

Transaksi *e-commerce* juga merupakan suatu bentuk transaksi yang menggunakan media elektronik melalui jaringan internet, yang juga diatur didalam undang-undang ITE Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Didalam undang-undang ini mengandung tentang pengaturan transaksi elektronik dan penyelesaian sengketa yang terjadi terkait dengan undang-undang tersebut.

Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini mengandung suatu ketentuan yang berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, baik yang berada di wilayah hukum Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang

⁸ Ibid.,

memiliki akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/ di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia.⁹

Pada bagian penjelasan yang ada pada undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga dijelaskan bahwa Pemerintah sangat mendukung adanya pengembangan dibidang teknologi melalui infrastruktur hukum dan pengaturan-pengaturannya. Sehingga dalam memanfaatkan teknologi informasi dapat dilakukan secara aman dan mudah. Hal ini dilakukan untuk mencegah adanya penyalahgunaan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Kejahatan dalam media *online* terhadap jual beli barang dan/ jasa pada dasarnya sama saja seperti kejahatan yang ada pada kegiatan jual beli secara langsung, yang membedakanya hanyalah pada sarana yang digunakannya yaitu menggunakan media elektronik. Maka dari itu kejahatan pada transaksi elektronik harus dapat diperlakukan secara hukum sesuai dengan delik undang-undang diatas.

Seperti halnya dengan kasus yang diangkat oleh berita CNN Indonesia, hilangnya saldo secara tiba-tiba pada aplikasi pembayaran Go-Pay pada akun aplikasi Go-Jek Bapak Sukmanto. Ditambah lagi tidak adanya kejelasan selanjunya dari pihak Go-Jek setelah Bapak Sukmanto menyampaikan keluhannya pada *call center* yang tersedia. Hal-hal seperti ini

⁹ <https://referensi.elsam.or.id/2015/02/uu-nomor-11-tahun-2008-tentang-informasi-dan-transaksi-elektronik/> diakses pada tanggal 25 Agustus 2020 pada pukul 19.29 WIB.

seharusnya dapat di pertanggung jawabkan agar konsumen yang bersangkutan tidak merasa dirugikan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada diatas maka penulis akan meneliti dan menganalisa lebih lengkap tentang masih adanya permasalahan yang ada pada proses penggunaan transaksi dengan menggunakan media elektronik, maka dari itu penulis mengambil judul **PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PENGGUNA TRANSAKSI ELEKTRONIK (E-COMMERCE) BERDASARKAN UNDANG – UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 (Studi Kasus Pada Aplikasi Sistem Pembayaran Go-Pay PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa).**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan perlindungan terhadap konsumen ditinjau dari Undang-Undang ITE Nomor 11 tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen pengguna transaksi elektronik pada aplikasi sistem pembayaran Go-Pay PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana cara penerapan perlindungan konsumen yang ada pada undang-undang ITE Nomor 11 Tahun 2008 Tentang

Informasi dan Transaksi Elektronik dan undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

2. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen pada pengguna transaksi elektronik pada aplikasi sistem pembayaran Go-Pay PT. Aplikasi Karya Anak Bangsa.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat yang baik secara praktis maupun akademis sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Dilihat dari aspek pengembangan ilmu (teoritis) penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkembang dibidang hukum dan teknologi pada konsep perlindungan hukum terhadap konsumen yang melakukan transaksi menggunakan sarana media elektronik dengan menggunakan jaringan internet atau yang disebut juga dengan *e-commerce*. Diharapkan juga dapat memberikan pengetahuan tentang adanya pengaturan-pengaturan yang mengatur kegiatan dalam bertransaksi khususnya dalam media elektronik dan penyelesaian sengketanya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan terkait perlindungan hukum pada konsumen dan pengalaman berdasarkan perbandingan teoritis yang berhubungan dengan *e-commerce* serta sebagai pelengkap teori baru terhadap permasalahan yang ada pada *e-commerce*.

b. Bagi Pembaca

Untuk menambah wawasan terkait adanya kegiatan transaksi elektronik dan memahami bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam proses jual beli dimedia elektronik serta bagaimana penerapannya.

E. Terminologi

1. Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum atau dengan kata lain perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.¹⁰

¹⁰ Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2000, hal 74.

2. Konsumen

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) konsumen adalah pemakai barang dari hasil produksi, penerima pesan iklan, dan pemakai jasa. Konsumen juga dapat diartikan sebagai seseorang atau setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu atau seseorang atau setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali serta dapat diartikan juga sebagai seseorang yang memakai barang atau jasa untuk kepentingannya sendiri, orang lain, maupun masyarakat luas.

Pengertian konsumen menurut pendapat beberapa ahli diantaranya berikut ini :¹¹

a. Menurut Dewi

Pengertian konsumen ini merupakan seseorang yang menggunakan suatu produk barang dan/ jasa yang dipasarkan.

b. Menurut Sri Handayani

Pengertian konsumen ini merupakan seseorang/ suatu organisasi yang membeli atau juga menggunakan sejumlah barang atau jasa dari pihak lainnya.

c. Menurut Aziz Nasution

¹¹ <https://pendidikan.co.id/pengertian-konsumen-jenis-hak-kewajiban-dan-menurut-ahli/>, diakses pada tanggal 14 Agustus 2020, pada pukul 17.00 WIB.

Pengertian konsumen ini merupakan tiap-tiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.

d. Menurut Philip Kotler

Dalam bukunya "*Principles Of Marketing*", pengertian konsumen ini merupakan semua individu juga rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan/ jasa untuk dikonsumsi secara pribadi.

Mengacu pada pengertian konsumen di atas, jenis konsumen diantaranya sebagai berikut:

a. Konsumen Perorangan (*Personal Consumer*)

Pengertian konsumen perorangan (*personal consumer*) ini merupakan konsumen yang membeli atau memakai suatu produk (barang dan/ jasa) untuk keperluan diri sendiri. *Personal consumer* ini sering juga disebut dengan istilah *end user*. Contoh konsumen akhir yaitu individu dan keluarga.

b. Konsumen Organisasi (*Organizational Consumer*)

Pengertian konsumen organisasi (*organizational consumer*) ini merupakan konsumen yang membeli atau memakai suatu produk (barang dan/ jasa) itu untuk keperluan operasional organisasi tersebut. Misalnya seperti perusahaan yang membeli bahan baku atau juga keperluan lain supaya perusahaan dapat beroperasi. Contoh konsumen

organisasi atau juga konsumen antara yaitu distributor, agen, dan pengecer.¹²

Konsumen merupakan salah satu pihak penggerak dalam dunia perekonomian, namun kerap kali posisi konsumen selalu berada di posisi lemah atau tidak seimbang dibandingkan dengan pelaku usaha yang hanya mementingkan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Maka dari itu, setiap konsumen juga memiliki hak yang diatur didalam undang-undang perlindungan konsumen.

3. Transaksi Elektronik atau *E-Commerce*

Transaksi elektronik atau yang disebut juga sebagai *e-commerce* merupakan segala sesuatu kegiatan jual beli yang dilakukan dengan menggunakan sarana media elektronik pada jaringan internet. Dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin pesat maka lahirlah kegiatan perdagangan dengan sarana yang semakin canggih dari sebelumnya.

Dari definisi tentang *e-commerce* diatas, kemudian beberapa ahli menjelaskan tentang apa itu *e-commerce* adalah sebagai berikut :

a. Kalakota dan Whinston

Menurut mereka Pengertian *e-commerce* adalah aktivitas belanja online dengan menggunakan jaringan internet dan cara transaksinya

¹² <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-8-1999-perlindungan-konsumen>, , diakses pada tanggal 15 Agustus 2020, pada pukul 15.00 WIB.

melalui transfer uang secara digital. Meninjau pengertian *e-commerce* dari empat perspektif, yaitu :

1) Perspektif komunikasi

E-Commerce ialah sebuah proses pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui komputer ataupun peralatan elektronik lainnya.

2) Perspektif proses bisnis

E-Commerce merupakan sebuah aplikasi dari suatu teknologi menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.

3) Perspektif layanan

E-Commerce ialah suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, manajemen, dan konsumen untuk mengurangi biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.

4) Perspektif Online

E-Commerce menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual produk atau barang serta informasi melalui layanan internet maupun sarana online yang lainnya.

b. Loudon

Menurut Loudon pengertian *e-commerce* adalah suatu proses transaksi jual beli yang dilakukan oleh pembeli dan penjual secara

elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain. Dalam transaksi tersebut menggunakan komputer sebagai perantaranya.

c. Shely Cashman

Menurut Shely Cashman *e-commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet.

d. Jony Wong

Menurut Jony Wong pengertian dari *electronic commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang / jasa melalui sistem elektronik.

e. McLeod Pearson

Menurut McLeod Pearson perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah melaksanakan proses bisnis dengan memanfaatkan jaringan komunikasi dan komputer.¹³

E-commerce merupakan suatu sarana yang saat ini sangat diminati oleh para banyak perusahaan besar, menengah maupun kecil. Hal ini dikarenakan banyaknya manfaat dan keuntungan yang didapat ketika suatu produsen menggunakan fasilitas yang ada pada *e-commerce*. Banyaknya manfaat dan keuntungan yang didapat dari *e-commerce* menjadikan banyak perusahaan semakin saling berkompetensi dengan perusahaan

¹³<https://idcloudhost.com/pengertian-e-commerce-dan-contohnya-komponen-jenis-dan-manfaat-e-commerce/>, diakses pada tanggal 16 Agustus 2020, pada pukul 18.00 WIB.

lainnya untuk berlomba-lomba menggunakan media elektronik dalam dagangannya dengan semakin canggih.

4. Perlindungan Konsumen

Berkembangnya pembangunan ekonomi yang semakin maju telah menghasilkan perdagangan barang dan jasa yang semakin banyak dan bervariasi. Ditambah munculnya kemajuan teknologi dan jaringan internet yang semakin luas menjadikan kegiatan jual beli diperdagangan semakin bebas dan luas baik produksi dari dalam negeri maupun luar negeri. Kemajuan teknologi telah memberikan keleluasaan ruang gerak transaksi bagi barang dan jasa.

Semakin banyaknya barang dan jasa yang ditawarkan hal ini membuat semakin bertambahnya juga transaksi yang dilakukan oleh para konsumen. Konsumen dapat bebas memilih apa saja yang ditawarkan oleh para penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan manfaat dan tujuan masing-masing dan sesuai dengan kemampuan konsumen.

Dalam kondisi tersebut menjadikan posisi konsumen menjadi lebih rendah dibanding para produsen. Konsumen dijadikan aktivitas bisnis bagi para produsen untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Faktor utama yang dapat menjadikan posisi konsumen lebih lemah yaitu masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen dalam memilih produsen yang dapat dipercaya dengan kualitas yang sesuai.

Atas dasar kondisi diatas diperlukan upaya pembentukan undang-undang yang dapat melindungi konsumen. Maka dari itu Pemerintah Indonesia mengeluarkan undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Mengacu pada hal tersebut undang-undang perlindungan konsumen diharapkan dapat menjadi landasan hukum yang kuat. Sehingga diharapkan kepentingan para konsumen baik secara intregatif dan komperhensif dapat terlindungi.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada nantinya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu. Metode penelitian mengandung uraian tentang pendekatan penelitian, spesifikasi penelitian, sumber data penelitian, alat pengumpulan data, lokasi dan subyek penelitian, alat yang dipakai untuk menjalankan penelitian serta analisis penelitian.

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dengan kata lain adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan bahan hukum utama dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini. Pendekatan ini dikenal pula

dengan pendekatan kepustakaan yakni dengan menggunakan dan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi pada penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif. Penelitian secara deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi secara aktual dengan rinci yang menggambarkan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi yang berlaku, menentukan apapun yang dilakukan oleh orang lain dalam menghadapi masalah.

Metode deskriptif bertujuan untuk memberikan penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta pada suatu peristiwa hukum dilingkungan masyarakat. Dalam penelitian deskriptif menggambarkan tentang karakteristik atau situasi pada peristiwa tertentu yang tidak memerlukan teoritis yang rumit ataupun pengajuan hipotesis tertentu.

Untuk memperoleh informasi-informasi dan menjelaskan fenomena yang apa adanya mengenai keadaan kegiatan saat ini dengan menggunakan fakta kegiatan yang sedang berlangsung dengan menerangkan, menjelaskan, dan mengungkapkan dengan suatu pesan yang informatif untuk nantinya dapat disampaikan dan dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat.

3. Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini yaitu data primer sebagai data utama, data sekunder, dan data tersier sebagai data pendukung. Berdasarkan klasifikasi sumber perolehan tersebut, maka bahan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer dari penelitian ini yaitu peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang diteliti guna untuk mendapatkan suatu landasan teori untuk menyusun penelitian ini.

Perturan perundang-undangan yang digunakan yaitu:

- 1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- 2) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

b. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penulisan penelitian ini yaitu bahan data yang berkaitan dengan bahan data primer dan dapat memberikan penjelasan lebih luas terkait dengan data primer diatas, yaitu sebagai berikut:

- 1) Hasil-hasil penelitian atau jurnal
- 2) Pendapat maupun tulisan hukum dari para sarjana

- 3) Buku-buku yang disusun oleh para pakar hukum yang berkaitan dengan penelitian ini

c. Data Tersier

Data tersier merupakan suatu bahan data yang digunakan sebagai penunjang atau rujukan untuk memperjelas data primer dan data sekunder diatas, yaitu sebagai berikut :

- 1) Kamus Besar Bahasa Indonesia

4. Metode pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan penelitian ini yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas, maka penulis menggunakan metode-metode penelitian sebagai berikut:

a. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang berwujud sumber data tertulis. Teknik dokumentasi dipergunakan untuk melengkapi sekaligus menambah keakuratan, kebenaran data, atau informasi yang dikumpulkan dari bahan-bahan dokumentasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Didalam melaksanakan teknik dokumentasi

penulis akan mendapatkan data-data tertulis ataupun dokumen-dokumen.

b. Kepustakaan

Teknik studi pustaka adalah metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dan teori-teori yang relevan terhadap permasalahan yang diteliti yaitu dengan mengkaji berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian terdahulu seperti memahami jurnal dan buku.

5. Analisis Data

Analisis data adalah mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan kesimpulan terkait permasalahan yang sedang diteliti. Analisis data bertujuan untuk mengorganisasikan data-data yang telah diperoleh. Setelah data diperoleh dari sumber data yang digunakan dengan metode yang telah dijelaskan diatas maka penulis akan mengelola dan menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis deskriptif.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan serangkaian metode deskriptif, karena metode ini merupakan suatu metode data yang efisien dan efektif dalam suatu penelitian, hingga setelah itu dapat membuat suatu kesimpulan tentang terkait permasalahan yang sedang diteliti sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain yang membacanya.