

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. 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.<sup>1</sup>

Asosiasi *E-commerce* Indonesia (iDEA) mengakui penipuan dengan memanfaatkan perdagangan *online* tak mungkin dihindari. 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

---

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

perihal penyampaian identitas hukum (KTP, Izin Usaha, Nomor 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. (Untuk selanjutnya dalam skripsi itu kata jual beli *on line* yang dimaksud adalah jual beli elektronik (*e-commerce*)).

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 logistik serumit Indonesia. 8,7 juta masyarakat Indonesia diperkirakan akan melakukan belanja *online* pada tahun 2016.<sup>2</sup>

Perkembang internet yang semakin maju merupakan salah satu faktor pendorong berkembangnya *e-commerce*. Perkembangan *e-commerce* diatur di dalam Undang-undang No. 11 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

---

<sup>2</sup> Iskandar, 3 *Fakta Menarik e-commerce di Indonsia*, 2016, <http://teknoliputan6.com/read/2418988/3-fakta-menarik-e-commerce-di-indonesia>, diakses pada tanggal 07 April 2016.

transaksi jual beli *modern* yang mengimplikasikan inovasi teknologi seperti internet sebagai media transaksi.

Apabila masyarakat atau konsumen mengalami ketidakadilan yang dilakukan oleh pelaku usaha, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan hukum guna melindungi hak-hak yang dimilikinya sebagai konsumen. 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.

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. Oleh karena itu jaringan internet ini dapat menembus batas geografis dan teritorial termasuk *yurisdiksi* hukumnya.

Berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan melalui internet sangat berbeda dengan berbelanja atau melakukan transaksi perdagangan di dunia nyata. Dengan *e-commerce* memungkinkan kita bertransaksi

dengan cepat dan biaya yang murah tanpa melalui proses yang berbelit-belit, dimana pihak pembeli cukup mengakses internet ke *website* pelaku usaha yang mengiklankan produknya di internet, yang kemudian pihak pembeli cukup mempelajari *term of condition* (ketentuan-ketentuan yang diisyaratkan) pihak penjual.

Dari pengamatan ini, penulis mendapatkan dugaan kasus yaitu pada tanggal 25 Juni 2013 pihak pembeli memesan produk *Micro USB HDMI MHL Adapter* sebanyak 150 pcs di *website* pelaku usaha secara *online*. Pihak pembeli sangat membutuhkan barang tersebut, maka pembeli putuskan untuk mengambilnya di kantor pelaku usaha esok harinya. Namun pesanan yang dijanjikan jam 10.00 ternyata belum siap diambil dan pembeli harus menunggu kurang lebih 2 jam sampai pesanan siap jam 12.00, dan langsung untuk dikirimkan ke luar kota. Tanggal 27 Juni 2013, pembeli mendapat laporan dari beberapa kantor cabang mengenai penerimaan barang dan beberapa kerusakan. Pelaku usaha yang dihubungi mengatakan bahwa barang yang rusak tersebut masih bergaransi dan dapat di bawa ke kantor pihak pelaku usaha. Beberapa hari kemudian pihak pembeli membawanya ke kantor tersebut. Namun petugas yang melayani mengatakan bahwa barang yang rusak tidak bergaransi dan hanya dapat dilakukan perbaikan dengan waktu yang cukup lama. Dari 30 barang yang rusak, pihak pelaku usaha hanya dapat melakukan perbaikan sebanyak 3 pcs dengan waktu yang sangat lama. Dari adanya pembelian secara *online*, timbul masalah-masalah yang dialami konsumen seperti di

dalam pembeliannya terdapat barang yang tidak sesuai dengan apa yang dipesan, terdapat kecacatan pada barang dan pemberian garansi tidak sesuai yang dijanjikan. Hal ini yang dapat merugikan pihak konsumen.

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. Maksudnya, mereka terkadang kurang memahami bagaimana arti serta apa yang harus dilakukan untuk mengatasinya? Seperti apa bentuknya? Apakah lawan bisnis kita sehat? Dan apakah situs atau aplikasi yang kita pilih aman dan bukan bajakan? Karena 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 **“TINJAUAN YURIDIS SOSIOLOGIS JUAL BELI ELEKTRONIK (E-COMMERCE) (Suatu Tinjauan Terhadap Perlindungan Konsumen)”**

## **B. Perumusan Masalah**

Dari uraian diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanaproses pelaksanaan perjanjian jual beli secara elektronik (*online*) menurut ketentuan Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang-undang Perdagangan?
2. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum bagi konsumen serta hambatan dan penyelesaian dalam perjanjian jual beli secara elektronik (*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 bentukperlindungan hukum bagi konsumenserta hambatan dan penyelesaian dalam perjanjian jual beli secara *online*.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik secara teoritis maupun praktis :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis pada khususnya dan mahasiswa Fakultas Hukum pada umumnya terhadap perkembangan dan kemajuan yang diharapkan dapat berguna bagi ilmu pengetahuan, yaitu dalam bidang hukum untuk perkembangan hukum perdata yang berkaitan dengan keperdataan terhadap perlindungan konsumen yang dilakukan secara *online (e-commerce)*.

## 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan masukan bagi para mahasiswa (UNISSULA) dan instansi lainnya yang terkait dalam bidang hukum perdata sehingga dapat tercipta kepastian hukum serta untuk masyarakat pada umumnya.

## E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan dipakai dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

### 1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan *yuridis sosiologis*, yaitu sebagai usaha mendekati masalah yang diteliti dengan sifat hukum yang *sosiologis*. Pendekatan yang bersifat *sosiologis* yakni wawancara langsung dengan salah satu konsumen *online shop*. Dan uraian tersebut dikemukakan dalam kerangka teori yang digunakan untuk membahas dalam penyajian data.

### 2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif analisis*. 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. Data dan Sumber 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 menjadi:<sup>3</sup>

a. Bahan Hukum Primer, yaitu bahan yang mengikat, terdiri dari:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata,
- 2) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK),

---

<sup>3</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum Dan Jurimetri*. Cet. 4., Jakarta: GHALIA INDONESIA, 1990, hlm. 53.



- 3) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UUITE).
  - 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 media cetak maupun elektronik, dokumen-dokumen pemerintah, termasuk Peraturan Perundang-undangan. Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji adapun data sekunder tersebut memiliki ciri-ciri umum sebagai berikut:

- a. Data sekunder pada umumnya ada dalam keadaan siap terbuat (*ready made*);
- b. Bentuk maupun isi data sekunder telah dibentuk dan diisi oleh penelitian tedahulu;
- c. Data sekunder dapat diperoleh tanpa atau dibatasi oleh waktu dan tempat.<sup>4</sup>

## 5. 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 banyak. Jadi walaupun lokasinya terbatas, respondennya sedikit, jika data-data yang didapat itu merupakan

---

<sup>4</sup> Soerjono, dan Sri Mamudji, S.H., M.L.L., *Penelitian Hukum Normatif*, Cet. 15., Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013, hlm. 24.

kenyataan yang berlaku, maka data-data tersebut sudah cukup membuktikan kebenarannya.

## **F. Sistematika Penulisan Skripsi**

Adapun sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini adalah 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; Perkembangan Transaksi Elektronik, Model-model *E-commerce* di Indonesia, Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Jual Beli; Pengertian Perjanjian, Pengertian Jual Beli, Syarat Sahnya Perjanjian, Unsur-unsur Perjanjian, Batalnya suatu perjanjian, Ingkar Janji (*Wanprestasi*), Keadaan Memaksa (*Overmacht*), Resiko, Pengertian Jual Beli Dalam Perspektif Islam, Tinjauan Umum Tentang *E-commerce*; Pengertian *E-commerce*, Ruang Lingkup *E-commerce*, Syarat Sahnya Perjanjian Jual-beli melalui *E-commerce*, Para Pihak dalam Jual Beli *E-commerce*, Hak dan Kewajiban Konsumen, Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha, dan Jual Beli *E-commerce* dalam Perspektif Islam.

### **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.

#### Daftar Pustaka

#### Lampiran