

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, *Market place* baru dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Bagaimanapun juga, teknologi internet berhasil mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial dan budaya. Bertolak dari situ internet telah memberi kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan/industri maupun pemerintah. Kehadiran internet dianggap dapat menunjang efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan terutama perannya sebagai sarana informasi yang dibutuhkan oleh sebuah usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya.¹ Teknologi internet yang serba digital itu dapat berfungsi sebagai ajang promosi strategis yang efektif dan efisien, karena internet dapat menjangkau seluruh yurisdiksi hukum negara-negara di dunia².

Salah satu perkembangan teknologi internet yang signifikan adalah transaksi jual-beli secara *online* atau *e-commerce*. Belanja *online* pun sudah merupakan hal yang biasa dalam kehidupan masyarakat saat ini. *Elektronic commerce* atau yang umum dikenal sebagai *e-commerce* merupakan pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer lainnya. Istilah ini dapat

¹Iman Sjahputra, *Perlindungan konsumen dalam Transaksi Elektronik*, Alumni, Bandung, 2010, hlm. 13

²*Ibid.*, hlm. 2.

mencakup seluruh proses *online* seperti Penjualan, pengiriman, pelayanan, pemasaran serta pembayaran. Sedangkan 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 diperdagangkan.³

Belanja *online* baik melalui toko *online* atau forum belanja *online* sudah mulai banyak dikenal orang, termasuk di Indonesia. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia menjadi salah satu penyebab utama. Setidaknya ada beberapa alasan umum seperti:⁴

1. Tidak perlu keluar rumah. Kemacetan di jalan raya bisa menjadikan orang enggan datang ke toko fisik. Selain alasan banyak waktu yang terbuang di jalan, belanja *online* lebih efektif
2. Rata-rata produk yang dijual di toko *online* harganya murah.
3. Pembeli bisa survei produk dan membandingkan harga lebih mudah
4. Layanan belanja di toko *online* relatif cepat
5. Belanja *online* bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun dalam 24 jam.
6. Hemat waktu
7. Hemat uang transport

Penggunaan data digital sebagai media untuk membuat suatu perjanjian akan berimplikasi pada efisiensi kinerja perusahaan, terutama bagi perusahaan-perusahaan yang menjalankan aktivitas usahanya lewat jaringan teknologi internet. Namun, perjanjian yang dibuat dalam internet

³Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta, 2000, hlm. 1.

⁴ Adi Baskoro, *Buku Pinter Membuat Toko Online*, Transmedia, Jakarta, 2012, hlm. 2-3.

bukan berarti tidak menimbulkan masalah baru. Sejauh dapat diamati, permasalahan itu sangat terkait dengan upaya perlindungan konsumen. Secara teoretis dikatakan bahwa konsumen dapat menggunakan hukum sebagai alat proteksi bila perjanjian dianggap sah dan mengikat para pihak dalam perjanjian. Akibatnya akan muncul satu pertanyaan sejak kapan perjanjian yang dibuat lewat teknologi internet itu dianggap sah dan mengikat para pihak.⁵

Dalam praktiknya, syarat-syarat perjanjian diatur dalam Pasal 1320 KUHPerduta. Menurut ketentuan ini sahnya suatu perjanjian harus memenuhi empat persyaratan utama;

1. Adanya kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Adanya kecakapan untuk membuat suatu perjanjian;
3. Harus ada hal tertentu;
4. Harus ada kausa yang halal.

Penting dicatat bahwa setiap transaksi perniagaan elektronik yang memenuhi syarat Pasal 1320 harus diakui sebagai perjanjian yang mengikat para pihak. Oleh karena itu seluruh bentuk perjanjian yang dibuat secara *online* memiliki kekuatan hukum berlaku (*enforceable*) dan mengikat (*binding*) para pihak dalam perjanjian.

Transaksi perdagangan secara elektronik memiliki resiko yang jauh lebih besar daripada periode tradisional sebelumnya. Bertransaksi atau berbelanja di pasar tradisional/konvensional, ketika seorang konsumen

⁵ Ahmad M. Ramli, *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum di Indonesia*, Cetakan kesatu, Refika Aditama, Bandung, 2004, hlm. 36.

merasa dirugikan atas perbuatan pelaku usaha/penjual, maka konsumen dapat segera melakukan *complain*, namun ketika seorang konsumen bertransaksi melalui internet, ketika terjadi perbuatan curang oleh pelaku usaha atau penjual, maka biasanya sulit bagi konsumen untuk melakukan *complain* kepada pelaku usaha atau penjual yang dapat dikarenakan oleh beberapa sebab, misalkan konsumen tidak mengetahui keberadaan pelaku usaha, atau pelaku usaha tidak menerima *complain* setelah barang di kirimkan atau bahkan ada itikad tidak baik dari pelaku usaha yang mengatakan bahwa uang pembayaran belum diterima pelaku usaha dan lain-lain.

Ketika seorang konsumen mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk barang ataupun jasa, maka setiap konsumen pasti menginginkan adanya kepuasan terhadap produk tersebut, minimal konsumen menginginkan adanya informasi yang jelas atas produk yang akan dibeli, keyakinan bahwa produk yang dibeli tidak berbahaya bagi kesehatan dan aman bagi jiwanya, produk yang dibeli cocok dan sesuai dengan keinginannya, baik segi kualitas maupun harga, konsumen tahu cara penggunaannya, ada garansi dari produk yang dibelinya. Namun kenyataan yang muncul seringkali konsumen tidak memperoleh apa yang diharapkannya secara maksimal sehingga akibatnya konsumen merasa dirugikan.

Lemahnya posisi konsumen seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari

konsumen. Faktor ketidak tahuan konsumen, tidak jelasnya informasi terhadap barang/jasa yang diberikan pelaku usaha, tidak pahamnya konsumen pada mekanisme transaksi menjadi faktor penyebab lemahnya kedudukan konsumen. Oleh karena itu, dalam rangka menciptakan iklim berusaha yang sehat bagi konsumen dalam melakukan transaksi perdagangan melalui *e-commerce*, maka perlu diupayakan suatu bentuk pengaturan hukum yang baru sekaligus memadai yang mampu mengatur segala aktivitasnya.⁶

Di Indonesia telah diatur Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang di dalamnya ada aturan mengenai hak-hak konsumen. Dalam setiap transaksi atau penggunaan suatu produk barang dan jasa tertentu, pelaku usaha harus menjamin semua hak konsumen terpenuhi. Dalam Pasal 17 UUPK juga diatur tentang larangan pelaku usaha memproduksi iklan yang mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa. Pelaku usaha juga dilarang mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa, serta pelaku usaha dilarang memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa.⁷

Selain itu juga diatur Undang-Undang No. 19 tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan

⁶Elisatris Gultom, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce, Dalam Cyber law : Suatu Pengantar*, Elips, Bandung, 2002, hlm. 55.

⁷ <http://e-journal.uajy.ac.id/6634/1/JURNAL%20HK10085.pdf>, diakses pada tanggal 2 Februari 2017, Jam 22.00 WIB

Transaksi Elektronik (UU ITE). Di dalam Pasal 9 UU ITE ini disebutkan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Dalam hal ini informasi yang dibuat oleh pelaku usaha untuk menarik konsumen harus benar-benar sesuai dengan barang / jasa yang ditawarkannya agar tidak memunculkan ekspektasi yang berbeda dari pihak konsumen.

Pada umumnya kerugian yang sering dialami oleh konsumen adalah tidak mendapatkan barang sesuai informasi yang diberikan oleh pelaku usaha sebelumnya, dan tidak sedikit konsumen memilih untuk pasrah dan tidak berusaha untuk memperjuangkan hak-haknya yang telah dirugikan oleh pihak pelaku usaha dalam transaksi elektronik.⁸ Oleh sebab itu penulis ingin meneliti lebih lanjut mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli melalui internet dengan membuat judul skripsi: **Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online (Situs Lazada.co.id)**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses transaksi jual beli secara online(Situs Lazada .co.id)?
2. Apa yang menjadi masalah dalam transaksi jual beli secara online dan bagaimana upaya penyelesaiannya ?

⁸*Ibid.*,

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses transaksi jual beli secara online(Situs Lazada.co.id)
2. Untuk mengetahui masalah dalam transaksi jual beli secara online dan upaya penyelesaiannya

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat berguna, baik dari segi teoritis maupun segi praktis. Kegunaan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Segi Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan wawasan yang lebih luas terhadap ilmu hukum, pemerintah, masyarakat serta di bidang hukum perdata pada khususnya.

2. Segi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan edukasi dan masukan kepada masyarakat pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya mengenai perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *yuridis normatif*, artinya penelitian hukum ini dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka, yang dalam hal ini berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli secara online

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif analisis, yakni menggambarkan masalah yang kemudian menganalisa permasalahan yang ada melalui data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah serta disusun dengan berlandaskan kepada teori-teori dan konsep-konsep yang digunakan. Dikatakan deskriptif karena dari penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran yang jelas, rinci, dan sistematis, sedangkan dikatakan analisis karena bahan yang diperoleh dari penelitian kepustakaan akan dianalisa untuk memecahkan terhadap permasalahan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Sumber Data

Jenis dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang menunjang kelengkapan data primer. Data sekunder mencakup:

a. Bahan hukum primer terdiri : Undang-Undang Dasar Negara

Republik Indonesia Tahun 1945, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik serta peraturan-peraturan berupa konvensi

- b. Bahan hukum sekunder dalam hal ini adalah yang memberikan penjelasan dan tafsiran terhadap sumber bahan hukum primer, seperti buku ilmu hukum, jurnal hukum, laporan hukum, media cetak atau elektronik, pendapat para sarjana, kasus-kasus hukum, serta simposium yang dilakukan pakar terkait dengan masalah yang diteliti;
- c. Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk atau penjelasan bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus hukum, ensiklopedia, artikel, dan dokumen yang terkait.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah model studi *pustaka (library research)*, yang dimaksud dengan studi kepustakaan adalah pengkajian informasi tertulis mengenai hukum yang berasal dari berbagai sumber dan dipublikasikan secara luas serta dibutuhkan dalam penelitian hukum normatif, yakni penulisan yang didasarkan pada bahan hukum yang dijadikan objek penelitian, seperti peraturan

perundang-undangan, buku-buku pustaka, majalah, artikel, surat kabar, buletin tentang segala permasalahan yang sesuai dengan skripsi ini yang akan disusun dan dikaji secara komprehensif.

5. Metode Analisis Data

Analisis yang dipergunakan dalam skripsi ini adalah *analisis kualitatif*, yaitu suatu tata cara penelitian yang menghasilkan data *deskriptif analisis*, yaitu apa yang diperoleh dari penelitian kepustakaan, diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, serta Sistematika Penelitian Skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka berisi tentang Hukum Perlindungan Konsumen yang meliputi : pengertian hukum perlindungan konsumen, asas dan tujuan hukum perlindungan konsumen, pengertian konsumen, hak dan kewajiban konsumen, dasar hukum perlindungan konsumen. Pelaku Usaha yang meliputi : pengertian pelaku usaha, hak dan kewajiban

pelaku usaha, tanggungjawab pelaku usaha. Perjanjian Jual beli yang meliputi : pengertian perjanjian jual beli, asas-asas dan syarat perjanjian jual beli, subyek dan obyek perjanjian jual beli, hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian jual beli, bentuk bentuk perjanjian jual beli, jual beli dalam perspektif islam. Transaksi Jual beli Online yang meliputi : pengertian jual beli online (*E-commerce*), para pihak dalam jual beli online, jenis jenis transaksi online

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan dalam bentuk penyajian data yang terdiri dari: proses transaksi jual beli secara online (Situs Lazada.co.id) serta masalah dalam jual beli secara online dan upaya penyelesaiannya

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini berisi Kesimpulan dari penelitian yang dilengkapi dengan Saran sebagai masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.