

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era perkembangan teknologi 4.0 yang cukup pesat ini telah mengubah banyak hal. Mulai dari aspek komunikasi, aspek ekonomi, aspek sosial, aspek kesehatan, aspek pendidikan dan aspek perdagangan. Aspek-aspek tersebut dipengaruhi oleh teknologi yang berbasis internet. Salah satunya adalah belanja *online E-Commerce* yang merupakan salah satu perdagangan yang berbentuk digital dan juga merupakan mekanisme bisnis tersendiri yang masih seumur jagung. *E-commerce* merupakan model bisnis modern yang *non-face* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik) dan *non-sign* (tidak memakai tanda tangan asli). Dalam transaksi *e-commerce* diciptakan transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa kertas (*paperless*) dan dalam transaksi *e-commerce* dapat tidak bertemu secara langsung (*face to face*) para pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat dikatakan *e-commerce* menjadi penggerak ekonomi baru.¹

Di sinilah keistimewaannya, karena untuk pertama kalinya, seluruh manusia dapat memiliki kesempatan dan peluang yang sama agar dapat berhasil berbisnis di dunia maya. Dengan adanya *E-Commerce* penjual dan pembeli tidak lagi harus bertatap muka secara langsung. *E-Commerce* sendiri secara bertahap telah menggantikan toko tradisional (*Offline*). Di Asia sendiri, masih menjadi pasar

¹ Mila, Nila. "Penyelesaian Sengketa Dalam Perjanjian Jual Beli Secara Online". *Jurnal Cahaya Keadilan*. Vol 5. No. 2(2017) ISSN: 2339-1693, E-ISSN (online) :2580-246. Hlm 74.

yang menjanjikan bagi pertumbuhan *E-Commerce*, terutama Cina dan Negara ASEAN. Diprediksi pertumbuhan *E-Commerce* di tahun 2013 hingga 2017 mencapai 25%, hasil ini masih jauh berada di atas pertumbuhan pasar di Amerika Serikat yang hanya 11% dan Negara Uni Eropa yang hanya 10%.²

Belanja online merupakan kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet. Belanja *online* diklasifikasikan menjadi beberapa jenis *E-Commerce*. Untuk memperkecil sasaran penelitian, penulis mengambil jenis *E-Commerce* sebagai transaksi *E-Commerce Consumer to Consumer (C2C)*. C2C adalah transaksi barang atau jasa yang dibuat antara konsumen. C2C ini menawarkan kebebasan untuk pembeli dan penjual untuk bertransaksi secara langsung.

Munculnya media internet sangatlah mempermudah semua orang dalam segala aspek kehidupan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah penduduk Indonesia yang lebih dari 269 juta jiwa, yang menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar terbesar di Asia Tenggara bagi pelaku *E-Commerce*. Dengan 130 juta penduduk terhubung ke internet dan pengguna *smartphone* yang jumlahnya lebih dari 70 juta orang.³ Dengan internet, batas-batas wilayah negara dalam melakukan transaksi dagang tidak lagi signifikan. Praktik perdagangan melalui internet digambarkan juga sebagai "*final*

² A.T.Keaney." *Lifting The Barries of E-Commerce in ASEAN*". (CIMB ASEAN Research Institute).2015.hlm 5.

³ [Kompas.com](https://money.kompas.com/read/2019/12/10/110500326/terus-tumbuh-signifikan-begini-masa-depan-e-commerce-di-indonesia) dengan judul "Terus Tumbuh Signifikan, Begini Masa Depan E-Commerce di Indonesia" diakses dari , <https://money.kompas.com/read/2019/12/10/110500326/terus-tumbuh-signifikan-begini-masa-depan-e-commerce-di-indonesia> pada tanggal 28 September 2020.

frontiers of commerce” pada abad ke-21 ini.⁴ Industri *E-Commerce* di Indonesia diharapkan mampu untuk terus berkembang. Karena industri *E-Commerce* tak cuma sekedar pendukung perekonomian negeri ini, tapi juga menjadi tulang punggung Indonesia di era digital ekonomi.⁵

Dari hal tersebut, penggunaan *E-Commerce* di Kota Semarang sangatlah tinggi. Dikarenakan di era digital ini, masyarakat Kota Semarang semakin terbantu dengan adanya sistem belanja *online E-Commerce*. Apalagi di masa pandemi wabah Covid-19 seperti sekarang ini, semua serba dibatasi, termasuk dalam transaksi berbelanja. Sehingga penggunaan *E-Commerce* sangat dibutuhkan, karena transaksi jual beli tidak harus bertemu secara langsung atau dengan kata lain transaksi yang dilakukan adalah secara *online*. Wabah Covid-19 ini seakan memaksa masyarakat bergeser ke era digital.

Dalam situasi di wabah pandemi Covid-19 saat ini, kita sering dikejutkan dengan berbagai pemberitaan bahwa banyak kecurangan, yang dilakukan pelaku usaha kepada konsumen dalam jual beli *online* ini. Seperti barang yang tidak sesuai dengan pesanan, barang yang dikirimkan rusak, barang tidak sampai kepada konsumen dan lain-lain.

⁴ Kamlesh K. Bajaj & Debjani Nag. “*E-Commerce: The Cutting Edge of Business*”. (New Delhi: Tata Mcgraw-Hill Publishing Company Limited 1999).hal 162.

⁵ Harian Kompas.2020.”*Volume Bisnis E-Commerce di Indonesia Mencapai USD 130 M*”.diakses dari <https://biz.kompas.com/read/2015/11/20/101500128/Tahun.2020.Volume.Bisnis.Ecommerce.diIndonesia.Mencapai.USD.130.Miliar> pada tanggal 6 Oktober 2020.

Dewasa ini, para pelaku usaha dan konsumen di Kota Semarang sudah mempunyai media yang mereka gunakan dengan terpercaya dalam bertransaksi online. Hal ini berarti menandakan bahwa dengan mudahnya situs-situs transaksi *E-Commerce* dapat dijangkau. Adapun beberapa platform *E-Commerce C2C* yang digunakan oleh konsumen di Indonesia antara lain, yaitu: Shopee, BukaLapak, Tokopedia, dan masih banyak lagi platform jual beli yang lainnya. Platform *E-Commerce* tersebut merupakan beberapa platform jual beli *online* yang situs platformnya paling sering diakses oleh pengguna internet dalam melakukan transaksi *online*. Platform-platform *C2C* tersebut hanya berfungsi untuk menghubungkan penjual dengan konsumennya.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) mencatat telah terjadi peningkatan signifikan pelanggaran konsumen pada awal tahun ini dibandingkan sebelumnya. Tercatat pengaduan konsumen terus bertambah sepanjang tahun mulai dari 5 pengaduan pada 2018, 18 pengaduan pada 2019 hingga jadi 70 pengaduan pada Januari-Mei pada 2020. “Baru sampai Mei saja total pengaduan yang kami terima sudah 582 pengaduan dan 70 di antaranya itu e-commerce. Ini bukti minat konsumen belanja *online* meningkat tapi

di sisi lain pengaduan banyak,” kata Komisioner BPKN, Frida Adiati.⁶

Sejak wabah pandemi Covid-19 meluas di Indonesia dan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) diterapkan di berbagai daerah mengubah pola konsumsi masyarakat yang menjadikan nilai transaksi *E-commerce* meningkat drastis. Perilaku konsumen paling besar yaitu dalam hal Belanja Online, dimana menurut *Analytic Data Advertising* (ADA) aktivitas belanja online naik 400% sejak Maret 2020 akibat pandemi ini. Data Bank Indonesia (BI) menyebut transaksi *E-Commerce* meningkat dengan cepat pada saat pandemi Covid-19 ini. Pada bulan Agustus 2020 naik hingga mencapai 140 juta transaksi dibandingkan tahun lalu sebelum ada pandemi Covid-19 mencapai 80 juta transaksi dan tahun lalu pada Bulan Agustus 2018 sebanyak 40 juta transaksi.⁷

Pemanfaatan teknologi internet yang dipraktekkan dalam transaksi jual beli *online*, pada kenyataannya dijelaskan bahwa pelaku usaha yang menjual barang dan atau jasa secara *online* kerap mencantumkan “*kontrak baku*”. Dimana kontrak tersebut melahirkan ketidaksejajaran kekuatan daya tawar antara pelaku usaha dan konsumen.⁸ Menyadari akan hal tersebut, maka upaya untuk

⁶Hukum Online.com.2020.”*Ragam Pelanggaran Terhadap Konsumen E-Commerce*”.,Diakses dari [Ragam Pelanggaran Terhadap Konsumen E-Commerce di Masa Pandemi - hukumonline.com](https://ragam.pelanggaranterhadapkonsumene-commerce-di-masa-pandemi-hukumonline.com),pada tanggal 4 Januari 2021,pukul 20.00 WIB.

⁷Tempo.com.2020.”*Bank Indonesia :Transaksi E-Commerce 2020 Naik Hingga Mencapai 140 Juta*” .Diakses dari [Bank Indonesia: Transaksi E-Commerce Agustus 2020 Naik hingga Mencapai 140 Juta - Bisnis Tempo.co](https://bisnis.tempo.co),pada tanggal 4 Januari 2021,pukul 22.10 WIB.

⁸Jurnal Serambi Hukum Vol. 08 No. 02 Agustus 2014 – Januari 2015

memberikan perlindungan kepada konsumen dalam bertransaksi jual beli *online* produk-produk yang akan dibeli dari pelaku usaha *E-Commerce*, sifatnya adalah urgent dan sangat penting untuk melindungi konsumen. Karena dibalik segala kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan, mulai dari kepraktisan dalam bertransaksi, kemudahan pembayarannya, efisiensi waktu dan juga banyak promo yang ditawarkan, pasti timbul kekhawatiran akan tanggung jawab para pelaku usaha, mengingat begitu banyaknya pelaku usaha *online*. Hak konsumen yang terkadang diabaikan oleh para pelaku usaha perlu dicermati secara seksama. Keberadaan *E-Commerce* dalam UU Perdagangan dirasa sangat penting, karena melihat potensi pertumbuhan bisnis *online* di Indonesia ini, serta pentingnya melihat konsumen sebagai subjek yang sangat erat kaitannya dengan *E-Commerce* tersebut, sehingga diperlukan perlindungan bagi para konsumen. Jangan sampai perdagangan elektronik dijadikan alat bagi orang-orang yang tidak bertanggung jawab dalam memasarkan produknya.⁹

Di Kota Semarang sudah banyak kasus penipuan jual beli *online*, kasus yang terbanyak yaitu konsumen sudah membayarkan tagihan dari si penjual namun barang tersebut tidak dikirim oleh si penjual. Hal ini termasuk wanprestasi. Salah satu kasus yang terjadi adalah, seorang wanita bernama Raissa (24 tahun). Hal ini terjadi

⁹Liputan6.com.2015. "*Bisnis Penjualan Online Kue Ganja Dibongkar*", diakses dari <https://www.liputan6.com/news/read/2221236/bisnis-penjualan-online-kue-ganja-dibongkar>, pada tanggal 6 Oktober 2020, pukul 10.38 WIB.

di bulan Oktober tahun 2019. Awal mulanya Raissa membeli tas secara online lewat aplikasi Instagram. Penjual tersebut mempunyai akun dengan nama @indotasku dan @indotas.id. Raissa sudah meilih tas sesuai dengan keinginannya. Lalu dia chat dengan admin dari akun tersebut. Lalu Raisaa melakukan payment sebelum barang dikirimkan dan setelah itu mengkonfirmasi ulang pembayaran tersebut kepada admin @indotasku. Namun, setelah Raissa melakukan pembayaran lewat transfer ATM sebesar Rp. 120.000,00 tersebut, barang yang sudah dipesan dan dibayar tidak kunjung datang. Raissa meminta resi penjualan kepada admin @indotasku juga tidak diberikan dengan banyak alasan. Setelah bebeapa hari kemudian Raissa menanyakan kembali perihal tas yang sudah dipesannya. Namun, ternyata nomer dari admin @indotasku tersebut sudah tidak aktif dan Raissa sudah diblokir. Hingga detik ini barang yang dipesan juga tidak ada wujudnya.

Maka perlunya perlindungan bagi para konsumen, seperti yang telah diatur oleh Pemerintah lewat Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 Tentang Perdagangan (UU Perdagangan) dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) yang merupakan acuan bagi setiap pelaku usaha dalam melakukan transaksi perdagangan, baik perdagangan konvensional maupun perdagangan secara *online* atau *E-Commerce* dan juga merupakan pedoman bagi pelaku usaha dan konsumen

agar dapat menjalankan usahanya secara *fair* dan tidak merugikan konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dikeluarkan pemerintah karena pemerintah melihat asal mula kejadian sengketa konsumen adalah bermula dari barang dan atau jasa yang ditransaksikan dalam kondisi “*tidak baik*.”¹⁰ Adanya Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen ini tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha. Undang-Undang Perlindungan Konsumen justru bisa mendorong iklim usaha yang sehat serta mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan yang ada dengan menyediakan barang/jasa yang berkualitas.¹¹ Namun di sisi lain, Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini tidak seperti Undang-undang lain yang bersifat menghukum atau preventif, ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini bersifat kompensasi.¹²

Pemerintah Indonesia pada tahun 2008 juga telah menerbitkan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang salah satu pasalnya mengatur tentang kegiatan jual beli dalam media *internet*. Dalam pasal 1 ayat (2) yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer

¹⁰ 1M.Makhfudz, “Kondisi Perlindungan Konsumen Di Negara Indonesia Pada Tahun 2019”, Jurnal Sosial & Budaya Syar’i, Vol.7 No. 2 (2020), hal.198.

¹¹ Susanto, Happy. “Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan”. (Jakarta: Visimedia, 2008). hlm 2.

¹² Riptek. Taslim, Gunarto. “Stagnasi Kinerja BPSK Semarang Pasca Penetapan UU No. 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.”. Vol. II, No. 2, Tahun 2017 Hal. 75-86.

dan/atau media elektronik lainnya.”¹³ Maka kegiatan jual beli yang dilakukan melalui komputer maupun handphone dapat dikategorikan sebagai transaksi elektronik.

Namun dalam hal perlindungan konsumen pemerintah masih kurang berperan untuk menjadi wasit dalam mengatasi mekanisme pasar yang *unfair* dan cenderung merugikan konsumen.¹⁴ Perkembangan ekonomi dan industrialisasi sangat kuat sehingga konsumen menjadi lemah. Maka dari itu, kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi online sangat diperlukan. Selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, hal ini juga untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen.

Maka dalam permasalahan tersebut penulis akan mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* di Kota Semarang di dalam masa pandemi Covid-19. Hal ini yang membedakan dengan skripsi penulis dengan skripsi orang-orang terdahulu yang sudah mengambil skripsi tentang *E-Commerce*, dimana penelitian ini dilaksanakan pada masa pandemi Covid-19. Dimana dalam jual beli *online*, di dalamnya terdapat pelaku usaha tidak patuh terhadap UU yang sudah di buat oleh pemerintah, sehingga perlunya perlindungan untuk konsumen yang melakukan transaksi *E-Commerce* di Kota Semarang sebagai dasar

¹³ <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/users/4761/UU%2019%20Tahun%202016.pdf> diakses pada tanggal 5 Oktober 2020,pukul 22:39 WIB.

¹⁴ Atsar,Abdul dan Rani Apriani.2019.”(Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen)”.Yogyakarta: Deepublish.

penyusunan penulisan hukum dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN DALAM JUAL BELI ONLINE DI KOTA SEMARANG.”**

1.2 Perumusan Masalah

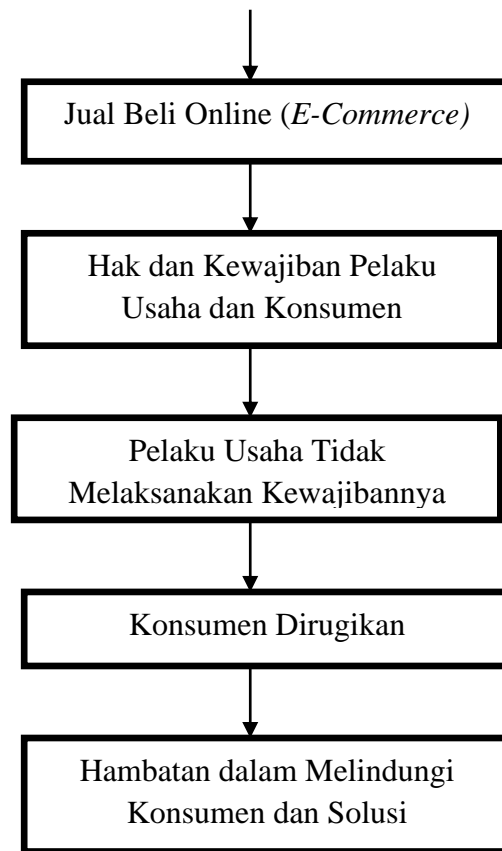
Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat disimpulkan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen dalam bertransaksi jual beli online dalam situs *E-Commerce* ?
2. Bagaimanakah hambatan dalam upaya melindungi konsumen dan bagaimana solusinya?

1.3 Kerangka Pemikiran

Perlindungan Konsumen :

- *Burgerlijk Wetboek*, yakni Kitab Undang-undang Hukum Perdata.
- UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang “Perlindungan Konsumen.”
- UU No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No.11 Tahun 2008 tentang “ITE”
- PP No. 80 Tahun 2019 tentang “Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”.
- PP No. 71 Tahun 2019 tentang “Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik”.



Kerangka pemikiran ini, menggambarkan secara singkat tentang isi skripsi ini. Dimana membahas tentang Perlindungan Konsumen yang diatur di dalam “Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”. Di dalam Undang-Undang tersebut mengatur tentang hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha. Perlindungan Konsumen dalam jual beli *online* juga ada sangkut pautnya dengan KUHPPer, UU No. 7 tahun 2014 tentang “Perdagangan”, UU No. 19 tahun 2016 tentang atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang “ITE”, PP No. 80 Tahun 2019 tentang

“Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”, PP No. 71 Tahun 2019 tentang “Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik”.

Pada kenyataannya, kewajiban-kewajiban para pelaku usaha seringkali diabaikan dan seringkali juga tidak memperhatikan resiko-resiko yang akan diterima oleh konsumen jika barang yang dijualnya tidak sesuai. Padahal hal tersebut sangat penting bagi konsumen. Karena, kepuasan konsumen adalah yang utama untuk para pelaku usaha jika menginginkan usahanya mendapatkan banyak pelanggan dan dikenal oleh banyak orang.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian :

Sejalan dengan rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan, Undang-Undang No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPer), PP No. 80 Tahun 2019 tentang “Perdagangan Melalui Sistem Elektronik”, PP No. 71 Tahun 2019 tentang “Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik”.

2. Untuk mengetahui hambatan dalam upaya melindungi konsumen yang bertransaksi secara online (Shopee, TokoPedia, BukaLapak, Instagram) di wilayah Kota Semarang dan memberikan penjelasan mengenai solusi akan hambatan tersebut.

b. Manfaat Penelitian :

Selain tujuan penelitian yang disebutkan diatas, terdapat juga manfaat yang akan dicapai dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis :

- a. Penulisan hukum ini diharapkan dapat berguna sebagai suatu pemikiran dalam bentuk pemahaman bagi yang akan membuat skripsi lanjutan tentang perlindungan konsumen.
- b. Penulisan hukum ini diharapkan juga mampu menjadi nilai tambah pengetahuan ilmiah dalam bidang hukum khususnya tentang perlindungan konsumen dalam jual beli *E-Commerce*.

2. Kegunaan Praktis :

- a. Bagi Penulis :

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang perlindungan konsumen dalam jual beli *E-Commerce*.

- b. Bagi Pembaca :

Dapat menambah ilmu pengetahuan tentang adanya Undang-Undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen (Undang-Undang No.8 Tahun 1999).

- c. Bagi Konsumen :

Konsumen sebagai subyek penelitian ini, diharapkan dapat lebih berhati-hati lagi dalam belanja *online* dan juga lebih mengetahui lagi bahwa ada Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen yang menaungi konsumen jika suatu saat terjadi suatu sengketa hukum antara konsumen dan pelaku usaha.

d. Bagi Pelaku Usaha *E-Commerce* :

Diharapkan dapat lebih memahami hak-hak para konsumen dan apa saja yang seharusnya dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjual barangnya di situs *E-Commerce* yang sesuai dengan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini penulis akan membuat sistematika persoalan-persoalan yang akan dibahas menjadi beberapa bab agar lebih mudah dipahami dan sistematis, sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, kerangka pemikiran, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka meliputi tinjauan umum dan tinjauan khusus.

1. Tinjauan umum meliputi :

Pengertian perjanjian, asas-asas perjanjian, pengertian *E-commerce*, pengertian konsumen dan pelaku usaha.

2. Tinjauan khusus meliputi :

Jenis-jenis *E-commerce*, tinjauan khusus platform *E-commerce*, hak dan kewajiban konsumen, pengertian hukum perlindungan konsumen, asas-asas perlindungan konsumen, tahap-tahap transaksi *E-commerce*, macam-macam bentuk pelanggaran hak konsumen.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini, akan diuraikan metode penelitian yang digunakan penulis dalam skripsi ini yang meliputi : tipe penelitian, spesifikasi penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini, akan disajikan hasil penelitian dan analisis data yang membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen *E-commerce* di Kota Semarang.

BAB V : PENUTUP

Bab ini, merupakan penutup dari pembahasan skripsi ini yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian di bab sebelumnya, memuat saran ,daftar pustaka dan juga lampiran-lampiran selama penelitian skripsi ini.