

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang yang terstruktur atau terorganisasi untuk mencapai tujuan yang sama yaitu mencari keuntungan atau mendapatkan laba melalui penyediaan produk yang di butuhkan oleh masyarakat. Adanya kegiatan bisnis ini dapat menyalurkan barang dan jasa dengan saluran produktif yang mana dilakukan mulai dari pembelian bahan mentah hingga menjadi barang yang memiliki nilai sehingga dapat di jual kepada konsumen.

Sebagian ahli ekonomi berpendapat bahwa bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari keuntungan semata-mata. Karena itu cara apapun boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Konsekuensinya bagi pihak ini, aspek moralitas tidak bisa dipakai untuk menilai bisnis dan bahkan dianggap membatasi aktivitas bisnis. Berlawanan dengan kelompok pertama, kelompok lain berpendapat bahwa bisnis bias disatukan dengan etika. Kalangan ini beralasan bahwa etika merupakan alasan-alasan rasional tentang semua tindakan manusia dalam semua aspek kehidupannya, tidak terkecuali aktivitas bisnis.<sup>1</sup>

Kegiatan yang dilakukan pembisnis ini mampu menciptakan, mengembangkan dan menggunakan teknologi dan komunikasi saat ini sedang mengarah marak digunakan guna memudahkan konsumen itu sendiri. Adanya internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi secara elektronik ini telah mendapat banyak manfaat untuk berbagai kegiatan termasuk perdagangan.

Kebiasaan masyarakat dalam penggunaan teknologi informasi telah berubah. Sebelum ada teknologi informasi masyarakat terbiasa jual beli secara tatap muka namun seiring berjalannya waktu teknologi informasi merubahnya menjadi hal yang lebih mudah. Kini perlahan masyarakat mulai terbiasa dengan gaya baru dengan menggunakan transaksi jual beli *online* melalui internet.

---

<sup>1</sup> M. Yusri, “*Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam*”, Ulumuddin, Volume V (2011): h. 7

Internet adalah rangkaian hubungan jaringan komputer yang dapat diakses secara umum diseluruh dunia, yang mengirimkan data dalam bentuk paket data berdasarkan standar *Internet Protocol* (IP). Lebih dalam lagi, internet adalah kumpulan jaringan dari jaringan-jaringan komputer dunia yang terdiri dari jutaan unit-unit kecil, seperti jaringan pendidikan, jaringan bisnis, jaringan pemerintahan dan lain-lain, yang secara bersama menyediakan layanan informasi seperti *e-mail*, *online chat*, *transfer file* dan saling keterhubungan (*linked*) antara satu halaman *web* dengan sumber halaman *web* lainnya.<sup>2</sup>

Melihat bentuknya situs jual beli *online* pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli, yang dikategorikan sebagai jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi. Secara umum perdagangan menjelaskan adanya transaksi yang bersifat fisik, dengan menghadirkan benda tersebut sewaktu transaksi, sedangkan situs jual beli *online* tidak seperti itu. Dan permasalahannya juga tidaklah sesederhana itu. situs jual beli *online* merupakan model perjanjian jual beli dengan karakteristik yang berbeda dengan model transaksi jual beli biasa, apalagi dengan daya jangkau yang tidak hanya lokal tapi juga bersifat global.

Dewasa ini banyak pelaku usaha dan konsumen melakukan transaksi jual beli melalui *online*. Media yang digunakan oleh pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi *online* antara lain, yaitu : lazada, forum jual beli kaskus, olx, berniaga. Faktor yang mendorong pelaku usaha melakukan transaksi *online* karena melalui transaksi *online* pelaku usaha dapat menekan biaya pemasaran, distribusi dan lain-lain sehingga pelaku usaha hanya memerlukan modal yang relatif sedikit dalam menjalankan bisnisnya. Sedangkan faktor yang mendorong konsumen melakukan transaksi *online* karena melalui transaksi *online* konsumen mendapatkan manfaat serta kemudahan antara lain dapat memilih beragam barang yang diinginkan selain itu konsumen tidak perlu pergi ke toko untuk sekedar membeli barang yang dibutuhkan, apalagi jika toko tersebut berada jauh dari konsumen, tentu hal ini sangat membantu konsumen karena dapat menghemat waktu sekaligus mempermudah konsumen. Melalui transaksi *online* cukup

---

<sup>2</sup> Yuhefizar. *10 Jam Mengusai Internet: Teknologi dan Aplikasinya*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo 2008, hal 2.

dengan mengakses situs-situs yang menawarkan barang kebutuhan, konsumen sudah dapat memilih dan membandingkan kualitas serta harga barang yang diinginkan, hal ini dirasa lebih praktis dan hemat dibandingkan dengan membeli secara langsung dengan pergi ketoko.<sup>3</sup>

Transaksi elektronik yang dipraktekkan dalam transaksi *online* melahirkan kekuatan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dan konsumen. Dapat dijelaskan dengan kenyataan bahwa pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasanya secara *online* kerap mencantumkan kontrak baku, sehingga memunculkan daya tawar yang asimetris (*unequal bargaining power*)

4

Kegiatan jual beli secara *online* merupakan cara baru yang cukup berkembang saat ini, sebab dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan berbelanja. Transaksi *online* menjadi pilihan karena memiliki keunggulan antara lain lebih praktis serta mudah dan dapat dilakukan kapanpun selama memiliki koneksi internet, namun di sisi lain memiliki dampak negatif yaitu timbulnya permasalahan hukum yang dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen.<sup>5</sup>

Dengan adanya kejadian tersebut maka perlu adanya penegak hukum yang mampu melindungi konsumen jual beli *online*. Peran pemerintah untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen yang dilakukan pelaku usaha terdapat pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan adanya peraturan dari pemerintah ini konsumen memiliki hak yang harus didapatkan serta pelaku usaha memiliki keajiban untuk memenuhi hak pada konsumen tersebut.

---

<sup>3</sup> Nugraha, dkk, 2014 *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Online. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online* ISSN: 1693-0819 Jurnal Serambi Hukum Vol. 08 No. 02 Agustus 2014 Januari 2015, hlm 91-92

<sup>4</sup> Sjahputra, Iman, 2010, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, Bandung: PT.ALUMNI. hlm. 69

<sup>5</sup> Husni Syawali dan Neni Sri Maniyati, 2000, *Aspek Hukum Transaksi Online*, CV. Mandar Maju, Bandung, h. 41.

Pentingnya perlindungan hukum terhadap konsumen dikarenakan konsumen mensyaratkan adanya pemihakan kepada posisi tawar yang lemah (konsumen). Adanya perlindungan hukum untuk konsumen ini merupakan suatu masalah yang besar dengan adanya persaingan global yang terus berkembang. Adanya perlindungan hukum yang di terbitkan oleh pemerintah ini telah membuat rasa aman dan nyaman kepada masyarakat terlebih untuk menggunakan layanan jual beli *online* melalui internet dan menjadikan masyarakat terhindar dari hal penipuan atau yang lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti terdorong untuk mendalami kembali mengenai sistim pembuktian terbalik yang diberlakukan pada perlindungan hukum terhadap konsumen oleh karena itu peneliti ingin menuangkan hasil penelitian melalui tulisan dengan judul **“Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui on Line di Kota Semarang”**.

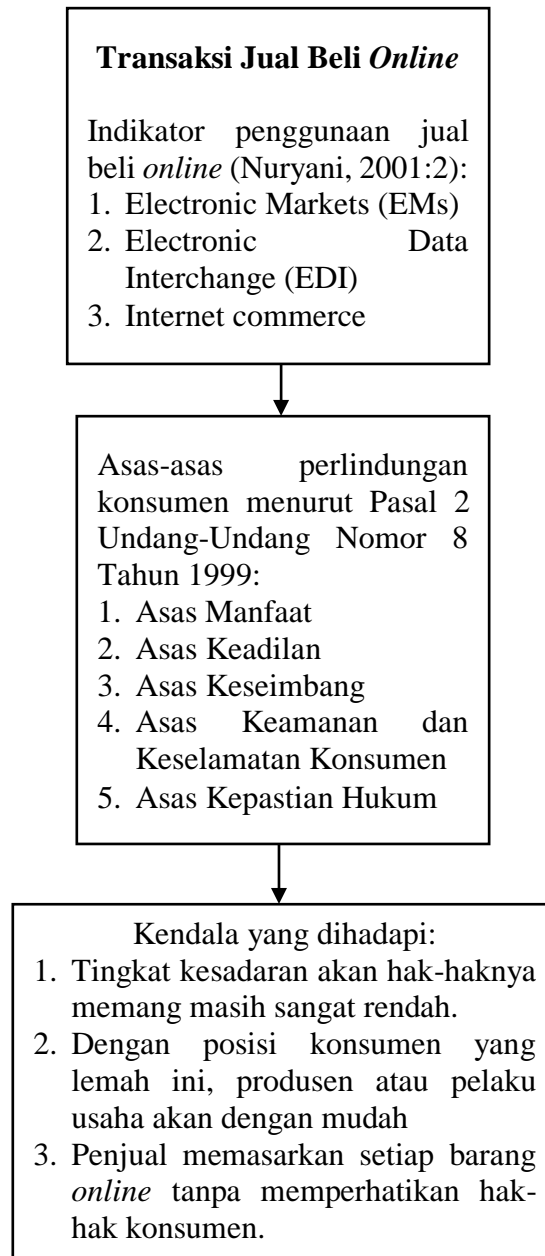
## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalahnya dalam skripsi ini adalah :

1. Bagaimanakah pengaturan jual beli secara on line?
2. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi konsumen di Kota Semarang yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli on line.
3. Bagaimanakah kendala-kendala yang terjadi dalam upaya perlindungan hukum bagi konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui on Line di Kota Semarang?

## **1.3 Kerangka Pemikiran**

Adapun gambar kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat lihat pada gambar 1.1 sebagai berikut :



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**

Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* sangat penting untuk di atur. Pemerintahan telah mengeluarkan perlindungan hukum perlindungan konsumen pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999. Dengan adanya peraturan yang memuat atau melindungi konsumen untuk menjual atau membeli barang atau jasa ini sangat diharapkan oleh seluruh konsumen agar terhindar dari penipuan atau sejenisnya.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.1.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaturan jual beli secara online.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi konsumen di Kota Semarang yang mengalami kerugian dalam transaksi jual beli online.
3. Untuk mengetahui kendala-kendala yang terjadi dalam upaya perlindungan hukum bagi konsumen dalam Transaksi Jual Beli melalui online di Kota Semarang

### **1.1.2 Manfaat Penelitian**

Di dalam penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis selanjutnya dikemukakan manfaat penelitian :

1. Secara Teoritis
  - a. Memberikan informasi yang bermanfaat bagi konsumen dalam transaksi jual beli melalui *online*.
  - b. Memperkaya wawasan dan pengetahuan tentang perkembangan jual beli *online* dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen.
2. Secara Praktis
  - a. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat di jadikan masukan, wawasan dan menambah ilmu pengetahuan bagi masyarakat yang melakukan jual beli *online*.
  - b. Bagi Lembaga Pendidikan

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang ilmu hukum pada khususnya hukum perlindungan konsumen pada Fakultas Hukum Universitas Stikubank

Semarang dan bagi kalangan akademik pada umumnya sehingga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya terutama dalam lingkup hukum perlindungan konsumen.

c. Bagi Pihak Pelaku Usaha

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pelaku jual beli dalam meningkatkan perlindungan hukum jual beli melalui *Online*.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Dalam bagian ini, penulis akan menggunakan sistematika skripsi yang dapat digunakan sebagai kerangka pikir dalam hal pembahasan. Selanjutnya penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, kerangka pemikiran, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam Bab II diuraikan tentang tinjauan umum terdiri dari Pengertian Perlindungan Hukum, Unsur-unsur Hukum Perlindungan, Pengertian Konsumen, Hak Dasar dan Kewajiban Konsumen, Teori Perlindungan Hukum Konsumen, Tujuan Perlindungan Hukum Konsumen, Pengertian Jual Beli, Asas-Asas dalam Perjanjian Jual Beli *Online*, Indikator Jual Beli *Online*, Manfaat Jual Beli *Online*. Jenis Jual Beli *Online*.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang metode yang digunakan dalam penelitian. Metode penelitian dalam skripsi ini memuat tipe penelitian, spesifikasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, metode penyajian data, dan metode analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Dalam Bab IV ini akan diuraikan hasil penelitian tentang Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

#### **BAB V PENUTUP**

Dalam Bab V penutup berisikan kesimpulan dan saran-saran.