

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat membawa kemajuan pada hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Salah satu perkembangan teknologi yang kita kenal adalah internet, yaitu teknologi yang memberikan kemudahan komunikasi secara global dan memungkinkan manusia memperoleh serta saling bertukar informasi dengan cepat.<sup>1</sup>

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi yang demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru, termasuk didalamnya semakin meningkatnya perdagangan secara elektronik (*online*). Pemanfaatan teknologi informasi semakin memiliki peran yang sangat penting dalam perdagangan dan perekonomian suatu negara, termasuk didalamnya mengenai semakin meningkatnya kegiatan bisnis perdagangan barang dan jasa melalui media Internet.<sup>2</sup>

Dimulai pada dekade 1990-an, yang ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan internet di Indonesia. Bisnis internet mulai dikenal sekitar Tahun 1995, diawali dengan munculnya Penyedia Jasa Internet (PJI) yang menyediakan akses ke internet.<sup>3</sup>

Internet dalam beberapa tahun terakhir memiliki perkembangan yang sangat pesat sekali, baik dari sudut teknologinya maupun jumlah penggunaannya, hal ini

---

<sup>1</sup> Man Suparman Sastrawidjaja, *Perjanjian Baku Dalam Aktivitas Dunia Maya, Cyberlaw: Suatu Pengantar*, Cetakan I, Jakarta, Elips II, 2002, hlm. 14.

<sup>2</sup> Kadir, Abdul & Terra Ch Wahyuni, *Pengenalan Teknologi Informasi*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2003, hlm.12

<sup>3</sup> *Ibid*, hlm.182

dibuktikan dengan begitu banyaknya media internet dimana-mana, baik dalam bentuk warung-warung internet (*warnet*) sampai dengan modem internet yang bisa dibawa kemana-mana dengan mobilitas yang sangat mudah. Semakin banyaknya jumlah warnet, telah membuat banyak perusahaan mulai mencoba menawarkan berbagai macam produk dengan menggunakan media internet ini.<sup>4</sup>

Perkembangan internet menyebabkan terbentuknya sebuah arena baru yang lazim tersebut sebagai dunia maya. Melalui media internet setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa batasan apapun yang menghalanginya. Inilah globalisasi yang pada dasarnya telah terlaksana di dunia maya, yang menghubungkan seluruh masyarakat digital yang kerap menggunakan Internet dalam aktivitas kehidupan setiap hari.<sup>5</sup>

Perkembangan yang pesat dalam teknologi di berbagai sektor juga membawa dampak kepada perkembangan dunia usaha. Hal ini bisa disimak dari kegiatan usaha melalui perdagangan secara elektronik (*e-commerce*), sebagai hasil dari kemajuan di sektor komunikasi dan teknologi informasi.

Seluruh aspek kehidupan manusia yang terkena dampak kehadiran internet, sektor bisnis atau perdagangan merupakan sektor yang paling cepat tumbuh.<sup>6</sup> Berdagang di dunia maya dengan memanfaatkan perangkat telekomunikasi, yang kerap diistilahkan *e-commerce* (*electronic commerce*), merupakan mekanisme bisnis tersendiri yang usianya masih relatif muda dalam perdagangan secara *online* melalui media internet, namun di sinilah letak keistimewaannya.

---

<sup>4</sup> Wahana Komputer Semarang, *Apa & Bagaimana E-Commerce*, Andi Offset, Yogyakarta, 2000, hlm.1

<sup>5</sup> Zulfi Chairi, *Aspek Hukum Perjanjian Jual Beli Melalui Internet*, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, Medan, 2005, hlm 1.

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm 2

*E-commerce* mempunyai potensi untuk mendorong perkembangan dan pemberdayaan Industrialisasi dan pembangunan pada suatu negara, tidak terkecuali negara yang masuk kedalam bagian negara yang sedang berkembang, termasuk negara Indonesia.<sup>7</sup>

*E-commerce* merupakan suatu teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi dari perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.<sup>8</sup> Menurut Rachmanto Surahmat *e-commerce* dibedakan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu yang pertama adalah *front-end e-commerce*, yaitu transaksi melalui *e-commerce* antara pengusaha (baik pribadi maupun badan hukum) dengan konsumen. Jenis lainnya adalah *back-end e-commerce*, yaitu transaksi antara para pengusaha menyangkut transaksi informasi internal dengan masing-masing pengusaha atau antara para pelaku usaha menyangkut pertukaran data komersial.<sup>9</sup>

Menurut Budi Rahardjo Secara umum, transaksi *e-commerce* dapat diklasifikasikan menjadi 3 (tiga) jenis yaitu : *bussines to business*, *bussiness to consumer* dan *consumer to consumer*,<sup>10</sup> di samping ketiga jenis tersebut, ada satu jenis transaksi lain yang tidak kalah pentingnya pelaku bisnis yaitu *goverment to bussiness*.

Pada awalnya *e-commerce* dilakukan hanya antar perusahaan berupa transaksi jual beli yang difasilitasi oleh *Electronic Data Interchange* (EDI) atau perdagangan dengan sistem pertukaran data terstruktur secara elektronik, yang di

---

<sup>7</sup> Simarmata, Janner, *Pengenalan Teknologi Komputer dan Informasi*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2005, hlm.33

<sup>8</sup> Onno W Purbo dan A.A Wahyudi, *Mengenal E-commerce*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2000, hlm.2

<sup>9</sup> Rachmanto Surahmat, "*UU PPh dan Kegiatan Usaha Melalui E-Commerce*", Bisnis Indonesia, Jakarta, 2005, hlm.22

<sup>10</sup> Budi Rahardjo, *Mengimplementasikan Electronic Commerce di Indonesia*, Pusat Penelitian antar Universitas Mikroelektronika (PPAU ME) ITB, Bandung, 1999, hlm.2.

dalamnya terdapat banyak aspek hukum yang bersentuhan baik secara langsung maupun tidak langsung. Perdagangan melalui *Electronic Data Interchange* (EDI) ini sifatnya eksklusif, yaitu terbatas hanya antar perusahaan.<sup>11</sup>

Pada dasarnya perdagangan secara elektronik tidak jauh berbeda dengan perdagangan secara konvensional, hanya saja pada *e-commerce* seorang penjual tidak harus bertemu langsung dengan pembeli dalam suatu transaksi dagang. Transaksi dagang itu dapat terjadi hanya dengan surat menyurat melalui *electronic mail* (*e-mail*) dan pembayarannya juga dapat dilakukan melalui internet (*internet banking*). Transaksi *e-commerce* memberikan kemudahan dan kepraktisan, sehingga cara bertransaksi ini banyak dipilih untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari, misalnya sebuah perusahaan multinasional bermaksud membeli suatu produk dari sebuah perusahaan manufaktur (pabrik) di luar negeri, maka cukup dengan melihat-lihat layar komputer dan menekan tombol pada *keyboard* dan menekan tombol *send* bila yang diinginkan sudah ada. Kemudian, pabrik yang menerima pesanan akan membalasnya dan mengirimkan produk yang diinginkan.<sup>12</sup>

Berkembangnya kegiatan usaha *e-commerce* ternyata berhasil menggerakkan roda perekonomian sebuah negara. Transaksi-transaksi yang terjadi memang sangat menggiurkan, sehingga menarik minat pebisnis lainnya untuk mendayagunakan internet sebagai jalur pemasaran baru. Internet memungkinkan sebuah perusahaan kecil dan menengah untuk bersaing dengan perusahaan besar lainnya dan meraih peluang di pasar global. Daya tarik lain *e-commerce* adalah jangkauan pasar yang tidak lagi terbatas pada sejumlah daerah atau dalam sebuah negara, tetapi seluruh

---

<sup>11</sup>Reydinal Saat, "Electronic Commerce, peluang dan Kendala", situs: <http://www.ikht.net/artikel.lengkap.php?id=19>, diakses pada tanggal 10 Januari 2018, pukul 12.00 WIB.

<sup>12</sup> Iman Sjahputra, *Problematika Hukum Internet Indonesia*, Prehalindo, Jakarta, 2002, hlm.16

dunia. Ini tentunya yang membuat sebuah perusahaan kecil potensial mendunia sama dengan perusahaan transnasional.

Negara Indonesia sangat menyadari bahwa pemanfaatan teknologi informasi berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan perekonomian nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat, untuk itu Pemerintah sangat mendukung pengembangan teknologi informasi melalui infrastruktur hukum dan pengaturannya (regulasi), sehingga pemanfaatan teknologi informasi dilakukan secara aman untuk mencegah penyalahgunaannya dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan sosial budaya masyarakat Indonesia, hal ini dibuktikan dengan telah diundangkannya Undang-undang nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disingkat UU ITE), yang disahkan pada tanggal 25 Maret 2008 dan mulai berlaku sejak tanggal 12 April 2008.

UU ITE mencakup segala pranata hukum dan ketentuan-ketentuan yang mengakomodasi tentang perdagangan elektronik yang merupakan salah satu ornamen utama dalam bisnis. Adanya regulasi khusus yang mengatur perjanjian virtual ini, maka secara otomatis perjanjian-perjanjian di internet tersebut tunduk pada UU ITE dan hukum perjanjian yang berlaku.

Berdasarkan Pasal 1 angka 2 UU ITE, yang dimaksud dengan transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan atau media elektronik lainnya. Pada praktiknya model transaksi yang banyak dipakai oleh konsumen sampai saat ini adalah *business to business*. Pelaku bisnis yang mengadakan perjanjian adalah pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melakukan usaha dengan pihak pelaku bisnis lainnya. Pihak yang mengadakan

perjanjian ini adalah Penyedia Jasa Internet (PJI), penjual dan *customer* dengan *website* atau *keybase* (ruang elektronik). Penyedia Jasa Internet (PJI) itu sendiri adalah pengguna *website* sebagai perusahaan yang menawarkan akses internet.<sup>13</sup>

Kegiatan usaha *e-commerce* dapat dilakukan juga melalui apa yang disebut "*Application Service Provider*" (ASP) yang biasanya menjadi sarana utama bagi PJI. ASP menyediakan *disk space* untuk disewa pengusaha untuk menawarkan produknya. *Disk space* tersebut tidak dapat dipergunakan tanpa dilengkapi dengan program tertentu (dalam bentuk *software*) sehingga *space* tersebut menjadi *website*.<sup>14</sup> Pemilik ASP biasanya menyewakan *space* yang dimilikinya kepada perusahaan-perusahaan yang selanjutnya akan menggunakannya sebagai *website*-nya. Perusahaan yang menyediakan jasa internet dimaksud kemudian mengisinya dengan perangkat lunak yang dapat diakses oleh para calon pembeli *website* tersebut maka perusahaan dimaksud menawarkan barang produksinya.<sup>15</sup>

Kehadiran *e-commerce* memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen, karena konsumen tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja disamping itu pilihan barang atau jasa pun beragam dengan harga yang relatif lebih murah. Hal ini menjadi tantangan yang positif dan sekaligus negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang atau jasa yang diinginkannya. Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya. Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lebih lemah dari pada posisi pelaku usaha.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Onno W. Purbo dan A.A Wahyudi, *Op. Cit.*, hlm. 57

<sup>14</sup> Rachmanto Surahmat, *Loc Cit.*, hml.22

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm.31

<sup>16</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, Yogyakarta, 2008, hlm. 3.

Menurut Penjelasan Umum Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), faktor utama yang menjadi penyebab eksploitasi terhadap konsumen sering terjadi karena masih rendahnya kesadaran konsumen akan haknya. Tentunya, hal ini terkait erat dengan rendahnya pendidikan konsumen. Lebih dari itu, konsumen ternyata tidak memiliki bargaining position (posisi tawar) yang berimbang dengan pihak pelaku usaha. Hal ini terlihat sekali pada perjanjian baku yang siap untuk ditandatangani dan bentuk klausula baku atau ketentuan baku yang tidak informatif dan tidak bisa ditawar-tawar lagi.

Berdasarkan kondisi diatas, upaya pemberdayaan konsumen menjadi sangat penting. Untuk mewujudkan pemberdayaan konsumen akan sangat sulit jika mengharapkan kesadaran dari pelaku usaha terlebih dahulu. Karena prinsip yang dianut oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan perekonomiannya adalah prinsip ekonomi, yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Artinya, dengan pemikiran umum seperti ini, sangat mungkin konsumen akan dirugikan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk membuat sebuah penulisan ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN TERKAIT TRANSAKSI *E-COMMERCE* DALAM SUATU PERJANJIAN”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapatlah dirumuskan permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah perjanjian yang dilakukan dalam *e-commerce* dapat dibuktikan keabsahannya?

2. Dengan adanya transaksi *e-commerce* sebagai perkembangan dalam suatu perjanjian, apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi, sedangkan perjanjiannya dilakukan secara lisan dan kurangnya aturan hukum dalam bidang *e-commerce* ini, maka bagaimana penyelesaiannya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Maksud dengan dilakukannya penelitian tersebut untuk memperoleh data-data secara sistematis yang akan penulis gunakan sebagai bahan untuk menyusun skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum, adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa perlindungan hukum terhadap konsumen terkait transaksi *e-commerce* dalam suatu perjanjian apakah dapat dibuktikan keabsahannya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa penyelesaian apabila terdapat pihak yang wanprestasi sedangkan perjanjiannya dilakukan secara lisan dan kurangnya aturan hukum dalam bidang *e-commerce*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Secara praktis hasil penelitian ini sebagai sumbangan pemikiran dan solusi terutama bagi pihak-pihak yang terkait dengan materi yang dibahas dalam penelitian dan penulisan hukum ini yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen terkait transaksi *e-commerce* dalam suatu perjanjian.
2. Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan bidang hukum khususnya bidang hukum perlindungan konsumen, dalam hal ini tentang perlindungan hukum terhadap

konsumen terkait transaksi *e-commerce* dalam suatu perjanjian.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih mengarahkan dan memberi batasan dalam penyusunan penelitian nantinya, maka penulis akan memberikan batasan tentang hal-hal yang akan diuraikan dalam tulisan ini, yaitu:

**BAB I :** Pendahuluan dipaparkan uraian mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran dan dilanjutkan dengan sistematika penulisan.

**BAB II :** Merupakan Tinjauan Pustaka yang berisi tentang , Tinjauan Umum tentang Negara Hukum, Tinjauan Umum Tentang *E-commerce*, Tinjauan Umum Tentang Perlindungan konsumen .

**BAB III :** Berisikan tentang metode penelitian dan Pembahasan, mangacu pada bab II yang merupakan teori sebagai dasar pembahasan yang diuraikan dalam bab II berisikan tentang keabsahan Perjanjian *E-commerce* dan penyelesaian Perjanjian *E-commerce* apabila terjadi wanprestasi.

**BAB IV :** Merupakan merupakan hasil penelitian dan pembahasan, yang di dalamnya berisi informasi sebagai hasil penelitian diolah, dianalisis, ditafsirkan, dikaitkan dengan kerangka teoritik atau kerangka analisi yang dituangkan dalam Bab II dari pembahasan yang telah diuraikan sebagai rekomendasi berdsarakan temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian.

**BAB V :** Merupakan kesimpulan dan saran dari semua yang telah dicapai di dalam masing-masing Bab sebelumnya yang tersusun atas kesimpulan dan saran-saran.