

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pertumbuhan serta pemanfaatan teknologi data serta komunikasi telah tumbuh pesat. Teknologi data serta komunikasi telah mengganti seluruh sikap warga serta peradaban manusia secara global. Teknologi data serta komunikasi ini telah banyak dimanfaatkan dalam kehidupan sosial bermasyarakat dalam bermacam zona kehidupan baik zona pemerintahan, bisnis, perbankan, pembelajaran, kesehatan, kehidupan individu serta masih banyak yang lain. Teknologi data serta komunikasi dikala ini telah menuju kepada konvergensi yang mempermudah aktivitas manusia selaku pencipta, pengembang serta pengguna teknologi itu sendiri.

Menurut Penelitian dari (Ramli, 2004) menyatakan bahwa internet saat ini selaku sesuatu media serta komunikasi elektronik yang banyak di manfaatkan buat bermacam aktivitas di susunan warga, antara lain buat mencari kabar di bermacam penjuru dunia, silih mengirim pesan lewat *email*, serta jual beli. Dikala ini banyak pelakon usaha serta konsumen melaksanakan transaksi jual - beli lewat internet. Media yang digunakan juga oleh pelaku usaha serta konsumen dalam melaksanakan transaksi online antara lain, ialah: shopee, lazada, facebook,olx, serta lain sebagainya. Aktivitas jual beli dengan menggunakan media internet ini diketahui dengan sebutan *e-commerce*. Salah satu faktor yang mendesak konsumen melaksanakan transaksi jual beli dalam jaringan sebab lewat transaksi tersebut konsumen memperoleh banyak khasiat

dan kemudahan salah satu di antara lain bisa memilah bermacam- macam benda yang di idamkan tidak hanya itu konsumen tidak butuh berangkat ke toko cuma buat sekedar membeli sesuatu barang yang diperlukan, terlebih bila toko tersebut jaraknya jauh dari konsumen, pasti perihal ini sangat menolong konsumen sebab bisa mengirit waktu sekaligus memudahkan konsumen untuk membeli suatu barang.

Melalui transaksi jual beli dalam jaringan lumayan dengan mengakses situs- situs yang menawarkan benda kebutuhan, konsumen tinggal memilah serta menyamakan mutu dan harga benda yang di idamkan, perihal ini tentu dirasa lebih instan serta hemat waktu dibanding dengan membeli secara langsung dengan berangkat ketoko ataupun Mall (Ramli, 2004).<sup>1</sup>

Tetapi demikian, khasiat teknologi internet buat melaksanakan transaksi online memiliki akibat lumayan negatif pada konsumen. Mengingat pembelian lewat transaksi online dicoba oleh pelaku usaha serta konsumen yang tidak saling bertatap muka secara langsung dan tidak memahami satu sama lain dengan kata lain transaksi online dicoba atas rasa silih yakin dari kedua belah pihak, setelah itu timbul kasus yang bisa terjadi pada transaksi online antara lain, kalau mutu benda yang dipesan tidak cocok dengan apa yang dijanjikan oleh pelakon usaha, waktu pengiriman tidak cocok dengan waktu yang telah disepakati, dalam proses pengiriman benda pula sangat rawan terjalin kehancuran. Permasalahan lainnya yang dapat terjalin yaitu barang yang telah terlanjur dipesan serta dibayar oleh konsumen tidak dikirim oleh pelaku usaha.

---

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

Oleh sebab itu berkaitan dengan kasus perlindungan konsumen, hingga perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *e-commerce* dikira sangat berarti. Disebabkan banyak laporan yang masuk tentang penipuan jual beli lewat media internet yang diterima oleh kepolisian ataupun penyidik, hingga kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi online sangat dibutuhkan. Tidak hanya itu lemahnya kedudukan konsumen oleh pelaku usaha dalam melakukan transaksi online tentu sangat merugikan konsumen dan melanggar hak-hak konsumen berdasarkan Pasal Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999. Hal ini untuk memastikan bahwa semua konsumen tidak selalu menjadi korban dan berada pada posisi yang paling lemah atau selalu dirugikan oleh para pelaku perdagangan jual beli online, yang terkadang membenarkan dalam berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan besar dengan menjual barang. (Mantri, 2007).<sup>2</sup>

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen pada perjanjian jual beli dalam jaringan melalui internet (*E-Commerce*) di Semarang?
2. Bagaimana bentuk perjanjian jual beli dalam jaringan yang dilakukan oleh konsumen melalui internet (*E-Commerce*) di Semarang?

---

<sup>2</sup> Mantri, B. H.. (2007). "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi E-Commerce*" Diss. Tesis. Program Pascasarjana Universitas: Diponegoro.

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bentuk perjanjian jual beli dalam jaringan yang dilakukan oleh konsumen melalui internet (*E-Commerce*) di Semarang.
2. Mengetahui upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen bilamana terdapat hak – hak yang merugikan konsumen pada transaksi jual beli dalam jaringan yang tidak terpenuhi.

### **D. Manfaat Penelitian**

Menurut permasalahan yang telah menjadi fokus kajian penelitian ini dan tujuan yang ingin dicapai maka diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan tambahan informasi bagi ilmu pengetahuan hukum konsumen terhadap perjanjian jual beli dalam jaringan (*E-Commerce*) di Indonesia.