

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari oleh manusia, khususnya di era modern. Perkembangan teknologi menjadi perkembangan yang sangat pesat pada abad sekarang, karena berkaitan dengan perkembangan lainnya seperti bidang ekonomi dan hukum. Perkembangan teknologi di nilai berkembang pesat karena pengaruhnya yang membantu aktivitas manusia menjadi efisien. Seiring perkembangannya teknologi informasi menyadarkan dunia akan sebuah dunia yang baru, yaitu sebuah dunia komunikasi berbasis komputer (*computer mediated communication*) dan telah menjadi dunia baru atau yang disebut sebagai *cyberspace*.<sup>1</sup> Banyak kegiatan yang dapat dilakukan manusia seperti kegiatan sehari-hari yang membuat kegiatannya menjadi lebih mudah di dalam *cyberspace*, seperti jual beli. Di era sekarang ini banyak orang lebih mengenal dengan istilah Internet.

Kata Internet berasal dari bahasa latin, *inter*, yang berarti antara. Kata antara yang dimaksud disini merupakan jaringan atau penghubung karena jika dilihat dari fungsinya, internet menghubungkan jaringan yang dapat menghubungkan penggunanya sehingga mereka dapat berkomunikasi. Internet merupakan media informasi yang dapat digunakan dalam berbagai kegiatan seperti mencari

---

<sup>1</sup> Maskun dan Wiwik Meilarati, *Aspek Hukum Penipuan Berbasis Internet*, (Bandung : Keni Media, 2017), hal. 2-3

informasi, berkomunikasi melalui surat elektronik (*e-mail*) dan juga perdagangan tentunya. Pengguna layanan internet kian banyak digunakan bagi pebisnis dikarenakan dapat meminimalisir pengeluaran, yang sebelumnya mereka harus membuat tempat dan menentukan konsep-konsep lain seperti bangunan dalam mempromosikannya.

Tentunya hal ini tidak sama dengan perdagangan secara tradisional dimana mereka bertemu satu sama lain dimana sangat mungkin hal ini menjadi masalah bagi pembeli, sebagai contoh, pembeli tidak melakukan kewajibannya sebagaimana mestinya, Oleh karena itu transaksi jual beli elektronik ini sudah seharusnya dibahas dengan instrumen-instrumen yang ada di dalamnya seperti internet, teknologi informasi, dan lain sebagainya.

Transaksi jual beli *online* pada dasarnya sama seperti transaksi jual beli pada umumnya dan dapat dikatakan sebagai transaksi yang sah. Menurut istilah (terminologi) yang dimaksud dengan jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.<sup>2</sup> Jual beli *online* menjadi alternatif yang menarik bagi konsumen untuk berbelanja karena memudahkan konsumen melakukan transaksi jual beli dengan setiap orang, kapanpun dan dimanapun. Umumnya jual beli *online* dilakukan melalui media sosial, seperti twitter, instagram atau handphone sebagai alat pemasarannya. Objek penjualan hanya berupa gambar dan spesifikasi dari produk yang akan dijual. Pada transaksi jual beli *online*

---

<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hal. 135.

memenuhi unsur-unsur dari pengertian jual beli diatas yaitu menukar barang dengan uang dan melepaskan hak milik untuk diberikan kepada salah satu pihak lainnya.

Sudah 2 (dua) dekade lamanya penggunaan internet berkembang sangat pesat yang membuat internet itu sendiri menjadi salah satu media yang efektif bagi penjual maupun pembeli bahkan mereka dapat bertransaksi hingga seluruh dunia. Seiring perkembangannya, teknologi informasi telah mengubah cara-cara bertransaksi dan membuka peluang-peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis.<sup>3</sup> Transaksi jual beli *online* ini dikenal disebut sebagai *E-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis.<sup>4</sup> Ada banyak contoh *e-commerce* yang dapat kita temui di era sekarang ini seperti contohnya kita dapat membeli pakaian, sepatu, bahkan membeli tiket-tiket seperti membeli tiket bioskop hingga tiket transportasi.

Ada pula proses transaksi yang menggunakan sistem pembayaran yang melibatkan pihak ketiga sebagai rekening bersama atau *escrow account*, dimana ketika pihak pembeli dan penjual sepakat atas transaksi maka akan menghubungi pihak rekening bersama atau yang dikenal dengan kata rekber untuk menjembatani jalannya transaksi tersebut. Ketika pembeli melakukan pembayaran, tidak langsung

---

<sup>3</sup> Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), hal. 42.

<sup>4</sup> Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, *Sistem Informasi Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hal. 48.

menuju rekening penjual namun ke rekening pihak ketiga, dan agar penjual mendapat pembayaran yang berada di rekening pihak ketiga, maka penjual harus mengirimkan barang yang dimaksud kepada pembeli. Barulah setelah pembeli menerima barang dan mengkonfirmasi kepada pihak ketiga maka pihak ketiga akan mencairkan pembayaran pihak pembeli kepada pihak penjual.

Cara ini dianggap sebagai yang paling aman sekaligus paling rumit, karena melibatkan pihak ketiga juga membutuhkan komunikasi yang baik dari ketiga pihak tersebut. Dengan alasan efisiensi, nampaknya model transaksi pertama menjadi yang paling populer di seluruh lapisan masyarakat, dikarenakan pihak yang terlibat lebih sedikit serta tidak perlu melakukan *effort* yang berlebihan, cukup dengan bermodalkan media sosial atau marketplace maka pembeli dapat membeli barang yang diinginkan dan penjual dapat mendapat keuntungan tanpa harus mengeluarkan biaya lebih untuk promosi, toko fisik, maupun faktor-faktor usaha lain.

*Platform online* seperti ini dapat ditemui dalam berbagai bentuk seperti *websites* dan yang sedang marak terjadi pada zaman sekarang yaitu aplikasi contohnya Shopee, Lazada, Tokopedia, dan masih banyak lagi. Transaksi elektronik (*E-commerce*) merupakan transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan memanfaatkan media internet, sehingga proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet.<sup>5</sup> Transaksi elektronik diatur di dalam Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut UU ITE.

---

<sup>5</sup> Anon, "Pengaruh e-commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia" <https://yoursay.suara.com/news/2020/02/10/162614/pengaruh-e-commerce-terhadap-pertumbuhan-ekonomiindonesia> (diakses pada tanggal 12 desember 2020)

Didalam pasal 1 angka 2 UU ITE dijelaskan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Ketentuan ini sekaligus menjelaskan mengenai ruang lingkup *e-commerce* yang juga merupakan suatu yang dilakukan menggunakan komputer sebagai media, jaringan komputer maupun alat elektronik lainnya. Atau dengan kata lain, Transaksi *e-commerce* yang dilakukan di dunia maya. Hal ini diatur di dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Penyelenggara sistem elektronik adalah setiap orang, penyelenggara negara, badan usaha, dan masyarakat yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan sistem elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada pengguna sistem elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain. Dengan landasan inilah *E-commerce* dapat menjalankan usahanya dengan diawasi oleh peraturan-peraturan yang ada.

Dengan adanya *E-commerce* memungkinkan terciptanya persaingan yang sehat antara pelaku usaha kecil, menengah, dan besar dalam berkompetisi merebut pangsa pasar. Terdapat berbagai keuntungan pada transaksi *online* ini, memudahkan baik calon-calon produsen maupun konsumen untuk bertransaksi, cara bertransaksi *online* dinilai praktis seperti tanpa kertas hingga tidak perlu bertemu secara langsung antara pihak yang melakukan transaksi. Ada banyak contoh *e-commerce*, seperti yang sudah disebutkan sebelumnya merupakan *e-commerce* terbaik di Indonesia, tentu ada beberapa *e-commerce* yang terkenal di dunia saat ini seperti Amazon dan Alibaba. Pada prakteknya penjual hanya

menawarkan calon pembeli dengan bentuk visual dengan detail harga dan spesifikasi produk yang ditawarkan. Metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* bermacam-macam mulai dari pembayaran dengan kartu kredit atau juga dapat dilakukan dengan pembayaran bank hal ini biasa disebut dengan pembayaran *Internet Banking*.<sup>6</sup>

Dalam hal ini, jika pihak dari *e-commerce* sudah mendapatkan pembayaran maka akan disampaikan kepada pihak penjual dan pihak penjual akan melakukan proses barang yang diminta dari konsumen, baru uang akan ditransfer kepada pihak penjual. Selain keuntungan tersebut, Terdapat suatu perjanjian bagi konsumen dan penjual untuk melakukan kewajiban dan menerima hak masing-masing tentu ada sisi negatif dari hal tersebut adalah soal keamanan yang mungkin masih dapat diselewengkan oleh oknum tertentu dengan proses transaksi yang tidak bertatap muka memungkinkan pelaku usaha atau penjual melakukan kecurangan, yang cenderung dapat merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan-permasalahan terutama pada sudut pandang hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

Terdapat hasil penelitian yang menyatakan bahwa terdapat 91.1% dari 112 responden yang pernah mengalami kerugian dalam transaksi jual beli di internet.<sup>7</sup> Berdasarkan hasil survei Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP) mengenai

---

<sup>6</sup> Abdul halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce : Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hal. 7

<sup>7</sup> Nadia Ulfa, “Resiko Jual Beli di Internet dan Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam dan Hukum Konvensional Pada Toko Online Hijabenska”, *Skripsi*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019, hal. 5

produk palsu terhadap ekonomi nasional selama tahun 2014 Indonesia mengalami kerugian yang mencapai Rp 65 Triliun akibat peredaran barang palsu.<sup>8</sup> Kerugian yang terjadi pada saat transaksi jual beli *online* memang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan kerugian yang dialami konsumen pada saat transaksi jual beli *offline* atau secara langsung. Kerugian yang sering dialami oleh konsumen pada saat transaksi jual beli *online* adalah menerima barang yang tidak sesuai. Barang yang tidak sesuai sangat bermacam-macam, salah satunya adalah barang palsu. Menurut KBBI palsu berarti tiruan, oleh karena itu barang palsu adalah sebagai barang tiruan dari barang yang sebenarnya.

Barang palsu banyak beredar di Indonesia, terdapat 3 faktor yang menyebabkan beredarnya barang palsu yaitu:<sup>9</sup>

1. Faktor sosial yaitu perilaku masyarakat Indonesia yang memiliki kebiasaan untuk mengkonsumsi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup terutama penampilan fisik. faktor itulah yang menumbuhkan perilaku konsumtif.
2. Faktor ekonomi yaitu mengenai harga. harga merupakan alasan yang penting bagi masyarakat dalam mengkonsumsi barang. Harga yang murah identik dengan harga yang murah daripada barang original.

---

<sup>8</sup> Anon, "Kerugian Akibat Peredaran Barang Palsu Capai Rp 65 T"  
<https://kemenperin.go.id/artikel/9703/Kerugian-Akibat-Peredaran-Barang-Palsu-Capai-Rp-65-T>  
diakses 2 februari 2021

<sup>9</sup> Paulina Kasih, "*Perlindungan Hukum Bagi Masyarakat Terhadap Peredaran Barang Palsu*,  
*Jurnal Hukum*", 2016, hal. 4

3. Faktor kebudayaan yaitu masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang mengikuti perkembangan peradaban *trend* semata-mata hanya untuk diterima ditengah masyarakat dan untuk bisa memenuhi kebutuhan hidup dalam suatu masyarakat.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut, masyarakat sebagai konsumen memang lebih menyukai barang dan/jasa dengan harga yang murah, tetapi ingin mengikuti *trend* yang ada sehingga banyak konsumen yang pada akhirnya mengalami kerugian karena mendapatkan barang yang tidak sesuai atau palsu. Barang palsu juga dikenal dengan sebutan barang KW di Indonesia. Kata KW berasal dari “kwalitas” yang konotasinya “imitasi” atau “tiruan”.<sup>10</sup> Pada dasarnya barang palsu dan barang KW adalah sama yaitu meniru atau menjiplak hasil karya atau merek yang memiliki hak cipta. Mengenai perdagangan produk atau barang palsu atau yang juga dikenal dengan barang "KW", dalam Pasal 100 sampai dengan Pasal 102 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis diatur mengenai tindak pidana terkait merek, dan contoh pada pasal 100 ayat 1 yang berbunyi:

“Setiap Orang yang dengan tanpa hak menggunakan Merek yang sama pada keseluruhannya dengan Merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”.

---

<sup>10</sup> Dimas Rais, “Jual Beli Barang Tiruan Dalam Perspektif Etika Bisnis Hukum Islam”, *Skripsi*,



Menurut Pasal 378 Kitab Undang-undang Hukum Pidana, “Barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu atau martabat palsu, dengan tipu muslihat, ataupun rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan barang sesuatu kepadanya, atau supaya memberi hutang maupun menghapuskan piutang diancam karena penipuan dengan pidana paling lama empat tahun”.

Adapun Pasal 28 ayat (1) UU ITE mengatur mengenai berita bohong yang menyebabkan kerugian terhadap konsumen dalam transaksi elektronik yang berbunyi “Setiap Orang dengan sengaja, dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik”. Walaupun kedua tindak pidana yang telah dipaparkan diatas memiliki unsur yang sama, yaitu dapat mengakibatkan kerugian pada orang lain. Namun, rumusan pasal 28 ayat (1) UU ITE tidak menyebutkan adanya unsur “menguntungkan diri sendiri atau orang lain” sebagaimana telah disebutkan didalam pasal 378 KUHP. Maka dari itu pelaku penipuan barang dapat dijerat dengan pasal 378 KUHP, akan tetapi perlu adanya Pasal 28 ayat (1) apabila penipuan tersebut dilakukan secara *online*.

Peraturan yang dapat dikaitkan dengan transaksi yang ada di *e-commerce*, yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Berdasarkan UUPK pasal 3, tujuan adanya UUPK adalah untuk menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi serta menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan

konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

Banyak hal yang dapat terjadi dalam transaksi *online* dan dapat menimbulkan masalah-masalah hukum dan berdasarkan apa yang telah dipaparkan di atas dapat dikatakan bahwa dampak negatif dari *e-commerce* itu sendiri cenderung lebih merugikan konsumen. Diantaranya dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan merupakan barang palsu dimana tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya. Dalam menentukan pertanggungjawaban apa yang dapat diberikan kepada *e-commerce* tersebut terhadap konsumen ketika mendapat produk yang terbilang cacat dalam artian palsu, maka keadaan seperti itu dapat dikatakan dalam perbuatan melawan hukum. Contoh kasus saat sedang belanja *online*, namun barang yang sampai merupakan barang palsu dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan atau tidak sesuai dengan spesifikasi yang tertera di atau ditampilkan di lapak penjual.

Seorang konsumen membeli *Airpods* yang merupakan headset yang dapat dipasang dengan *Bluetooth* di salah satu toko *online* yang memberikan spesifikasi detail bahwa barang tersebut merupakan 100% asli, tetapi setelah barang diterima oleh konsumen barang tersebut tidak muncul logo *Apple*, hal tersebut membuktikan bahwa barang tersebut tidak original. Kerugian yang dialami oleh konsumen sangat sering terjadi pada transaksi jual beli *online*. Hal ini tentu bertentangan dengan Pasal 4 huruf b UUPK yang berbunyi “hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi

serta jaminan yang dijanjikan”. Tulisan ini akan memaparkan mengenai bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam menghadapi kenyataan peristiwa yang sedang sering terjadi dengan adanya kerugian yang ditimbulkan dari penjual dalam transaksi jual-beli secara *online (e-commerce)*.

Berdasarkan apa yang sudah diuraikan di atas, terkait dengan banyaknya problematika yang dirasakan oleh berbagai pihak dalam melakukan transaksi jual beli melalui *e-commerce* dari hal-hal yang menyangkut terhadap kerugian dari konsumen apabila menerima barang pesanan yang ternyata palsu serta landasan-landasan hukum yang sudah dipaparkan untuk menjadi acuan terhadap problematika yang ada. Oleh sebab itu berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan studi ilmiah mengenai “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen yang Menerima Barang Palsu dalam Transaksi Jual Beli *Online (E-commerce Shopee)*”

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang menerima barang palsu dalam transaksi jual beli *online*?
2. Bagaimana upaya hukum terhadap pertanggungjawaban pelaku usaha yang terbukti menjual barang palsu dalam transaksi jual beli *online*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pertanggungjawaban pelaku usaha yang terbukti menjual barang palsu dalam

transaksi jual beli *online* dan untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang menerima barang palsu dalam transaksi jual beli *online*

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan hukum di Indonesia, terutama dalam menambahkan pengetahuan mengenai bagaimana konsumen dapat menghindari resiko kerugian dalam perdagangan *online* dan pemanfaatan upaya hukum yang diberikan oleh UUPK dapat melindungi konsumen ketika konsumen mengalami kerugian

##### 1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk penulis, masyarakat atau pihak yang terkait pada penulisan ini sebagai pengetahuan baik untuk pemerintah atau penegak hukum yang terkait terhadap penelitian ini dan juga dapat menjadi referensi untuk rekan mahasiswa dalam memperdalam pengetahuan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan juga perdagangan *online*, juga terhadap masyarakat umum yang ingin menyumbang pikiran maupun memberi bahan masukan apabila konsumen mengalami kerugian dalam perdagangan *online*

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang merupakan garis besar materi-materi mengenai masing-masing bab, namun dalam satu kesatuan yang saling mendukung dan melengkapi.

## BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan pendahuluan yang merupakan garis besar dari keseluruhan isi dari penulisan ini ataupun sebuah gambaran dari isi bab-bab. Diawali dengan latar belakang masalah tentang apa yang menjadi alasan memilih topik dan bagaimana pokok permasalahannya. Selanjutnya diperjelaskan dengan tujuan penelitian dan manfaat penelitian secara teoritis dan praktis. Bab pertama ini menjadi gambaran dan menjadi pedoman untuk bab kedua, bab ketiga, bab keempat dan bab kelima.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam tinjauan pustaka ini peneliti akan membahas perkembangan perdagangan *online* di Indonesia, keunggulan *e-commerce* sebagai sarana perdagangan *online* di Indonesia, peraturan perundang-undangan perdagangan *online* di Indonesia, perkembangan perlindungan konsumen pada transaksi *e-commerce*, dasar-dasar hukum perlindungan konsumen, bentuk-bentuk kerugian konsumen dalam transaksi dengan resiko-resiko yang ada dalam *e-commerce* dan upaya hukum apabila timbulnya kerugian konsumen.

## BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab metodologi penelitian ini, peneliti membahas mengenai jenis penelitian yang digunakan dan prosedur untuk memperoleh bahan penelitian yang kemudian dilanjutkan dengan pembahasan mengenai sifat dari analisis penelitian. Singkatnya, bab ini menguraikan tentang metode-metode penelitian yang digunakan untuk meneliti permasalahan yang diangkat sesuai dengan topik yang dipilih dalam penelitian ini.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Dalam bab ini diuraikan mengenai hasil penelitian dari rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu mengurangi resiko kerugian yang dialami oleh konsumen dalam perdagangan *online* dan pemanfaatan upaya hukum melalui hukum perlindungan konsumen apabila menerima barang pesanan palsu dengan menggunakan teori-teori dasar tinjauan pustaka yang sudah dipaparkan sebelumnya.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir dari apa yang sudah dipaparkan. Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari pembahasan bab-bab sebelumnya dan saran mengenai hasil penelitian dalam skripsi ini.

---