

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Pembangunan di bidang teknologi dihadirkan dengan adanya fenomena baru yang mampu mengubah hampir setiap aspek kehidupan manusia, yaitu perkembangan teknologi informasi. Di samping itu, perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) dan menyebabkan perubahan sosial yang secara signifikan berlangsung demikian cepat pada berbagai lini kehidupan terutama pada bidang ekonomi.

Kegiatan ekonomi saat ini berkembang demikian pesatnya telah mengubah pola hidup masyarakat dan berkembang dalam tatanan kehidupan baru serta mendorong terjadinya perubahan social, budaya, pertahanan, keamanan, penegakan hukum dan tentunya dalam bidang ekonomi. Kemajuan teknologi yang secara tidak langsung menjadi penyebab perubahan kegiatan kegiatan perdagangan atau kegiatan dalam bidang ekonomi, memaksa para pelaku ekonomi untuk memasarkan produk yang dijual bukan hanya secara *offline* tetapi juga dengan menggunakan media *online*. Jual beli pada umumnya dilakukan dengan cara penjual (*seller*) bertemu secara bertatap muka (*offline*) dengan pembeli (*buyer*) untuk memenuhi kebutuhan primer, sekunder maupun tersier atas barang dan/atau jasa. Pembeli melihat secara langsung, dapat menyentuh bahkan merasakan barang yang ditawarkan oleh penjual pada saat inilah terjadi transaksi jual beli terjadi. Perkembangan teknologi dan informasi merubah kegiatan jual

beli tidak lagi dilakukan secara langsung (*offline*) namun kegiatan jual beli juga bisa dilakukan menggunakan media internet (*cyberspace*). Transaksi *online* atau bisnis melalui *virtual world* (dunia maya) atau media internet biasa disebut dengan *e-commerce*.

Pada prinsipnya transaksi yang terjadi secara *online* merupakan jual beli yang membedakan hanya media yang digunakan. Kegiatan jual-beli secara *online* maupun *offline* tetap merujuk pada ketentuan jual beli pada Kitab Undang- Undang Hukum Perdata selanjutnya disebut KUHPerdata.

Jual beli merupakan kegiatan yang dilakukan manusia dalam rangka pemenuhan terhadap kebutuhan sehari-hari, jual beli dalam KUHPerdata termasuk dalam perjanjian bernama (*innominat*). Perjanjian jual beli merupakan transaksi umum yang sering dilakukan oleh masyarakat. Jual beli adalah suatu perjanjian untuk mencapai kesepakatan atas barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh (*seller*) dengan pembeli (*buyer*) berdasarkan ketentuan pada pasal 1457 KUHPerdata menyatakan “Jual beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan”. Pengertian perjanjian berdasarkan ketentuan pasal 1313 KUHPerdata menyatakan “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih” Berdasarkan ketentuan dalam KUHPerdata para pihak dalam transaksi jual beli pada umumnya membuat persetujuan terlebih dahulu lalu kemudian saling mengikatkan diri untuk penjual menyerahkan barang dan pembeli membayar harga yang disepakati. Perjanjian sudah lahir ketika

terjadi kesepakatan atas barang atau harga barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh penjual (*seller*), hal ini sesuai dengan ketentuan pasal 1458 KUHPerdara menyatakan “jual beli dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan, maupun harganya belum dibayar”. Perjanjian jual beli secara langsung, kesepakatan yang terjadi pada para pihak dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan. Para pihak dalam transaksi *online* berkomunikasi melalui media jaringan internet (*cyberspace*). Pengguna transaksi *e-commerce* melakukan transaksi jual beli *online* melakukan kesepakatan tanpa tatap muka satu dengan yang lainnya, kesepakatan atas barang dan/atau jasa dilakukan melalui rangkaian kata-kata yang diketik sebagai gambaran atas hubungan penjual (*seller*) dengan pembeli (*buyer*). Para pihak (*seller* dan *buyer*) dalam transaksi *e-commerce* mendasarkan transaksi jual beli tersebut atas dasar rasa percaya satu sama lain. *E-commerce* meniadakan beberapa formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi pada umumnya.

Transaksi jual beli menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pembeli dan penjual, dalam hal ini penjual wajib memberikan informasi secara detail dan menyeluruh terkait barang yang dijual, menyerahkan barang atau jasa yang menjadi hak pembeli apabila sudah menerima pembayaran. Pengguna transaksi *online* harus dapat mendapatkan jaminan atas barang atau jasa yang sudah disepakati sesuai dengan aslinya apabila barang diterima oleh pembeli, sehingga apabila pembeli menerima barang tidak sesuai dengan yang disepakati bisa menuntut haknya atau apabila terjadi penipuan atas produk yang dilakukan oleh penjual.

Transaksi jual beli menggunakan *e-commerce* merupakan pilihan yang paling aman digunakan oleh penjual maupun pembeli dalam transaksi *online*. Transaksi *online* dalam era pandemic covid-19 saat ini semakin banyak digemari oleh pengguna internet karena nyaman dan aman.

Perkembangan perdagangan melalui jaringan internet (*cyberspace*) sangat pesat mengikuti kemajuan teknologi dan informasi, bukan hanya dalam barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tetapi tata cara perdagangan atau cara transaksi *online*. Internet memiliki banyak manfaat bagi penjual (*seller*) maupun pembeli (*buyer*), manfaat yang diterima penjual (*seller*) lebih banyak menjangkau pembeli (*buyer*) dalam memasarkan barang dagangan, penjual (*seller*) dapat mengurangi biaya produksi dengan tidak perlu membuka toko ,membayar karyawan, sehingga dapat mengurangi harga jual barang diperdagangkan sehingga dapat meningkatkan daya saing dengan penjual (*seller*) lainnya.

*Cyberlaw* atau dalam bahasa Indonesia lebih dikenal dengan Hukum Telematika, dapat diartikan sebagai keseluruhan asas-asas, norma atau kaidah-kaidah yang mengatur kegiatan virtual yang dilaksanakan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. *Cyberlaw* merupakan upaya Pencegahan dan penanganan *cyber crime* yang mungkin timbul dari *cyber space* (jaringan internet). *Cyberlaw* berisi hukum formil dan hukum materiil untuk memberikan perlindungan bagi pengguna transaksi *online*.

Permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam transaksi *online* memberikan akibat positif maupun negative bagi pengguna transaksi *e-commerce*, jual beli *online* menimbulkan dampak bagi perkembangan hukum di

Indonesia, termasuk didalamnya pengaturan mengenai ingkar janji (*wanprestasi*) dalam transaksi *online* yang tentu terdapat perbedaan dengan transaksi jual beli pada umumnya. Kepastian hukum dalam transaksi *online* akan memberikan kenyamanan bagi pengguna transaksi *online* dalam melakukan transaksi melalui media internet (*cyber space*).

## **I.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah perlindungan hukum yang tersedia bagi pengguna transaksi *electronic commerce (e-commerce)* ?
2. Apakah penerapan perlindungan hukum bagi pengguna transaksi *e-commerce* sudah memadai ?

## **I.3. TUJUAN PENELITIAN**

### **I.3.1 Tujuan Akademis**

Hasil Penelitian ini digunakan sebagai prasyarat untuk menyelesaikan pendidikan program Magister Hukum pada Universitas Pelita Harapan dan dapat digunakan sebagai kajian ilmu dan menambah referensi yang berkaitan dengan *cyberlaw*.

### **I.3.2. Tujuan Praktis**

1. Mengetahui perbedaan jual beli pada umumnya dan jual beli *online*.
2. Mengetahui hak dan kewajiban penjual (*seller*) dan pembeli (*buyer*) dalam transaksi *online*

3. Mengetahui bagaimana tata cara transaksi *e-commerce*
4. Mengetahui dan memahami sistem hukum yang berlaku di Indonesia terkait pengaturan kejahatan *e-commerce, cyberlaw*.
5. Mengetahui perlindungan hukum bagi pengguna transaksi *e-commerce* di Indonesia telah sudah terakomodir oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

## **I.4 METODE PENELITIAN**

### **I.4.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan *yuridis normatif* adalah penelitian yang dilakukan dengan dasar bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini. Pendekatan ini dikenal pula dengan pendekatan kepustakaan, yakni dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

### **I.4.2 Pendekatan Masalah**

Adapun pendekatan dalam melakukan penelitian ini menggunakan pendekatan :

1. Pendekatan Perundangan-undangan (*Statute Approach*) yang artinya Pendekatan perundangan-undangan adalah pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut dengan isu hukum yang ditangani.
2. Pendekatan Konseptual (*Conceptual Approach*) adalah pendekatan ini

beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum. Pendekatan ini menjadi penting sebab pemahaman terhadap pandangan/doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum dapat menjadi pijakan untuk membangun argumentasi hukum ketika menyelesaikan isu hukum yang dihadapi. Pandangan/doktrin akan memperjelas ide-ide dengan memberikan pengertian-pengertian hukum, konsep hukum, maupun asas hukum yang relevan dengan permasalahan.

#### **I.4.3 Sumber Penelitian Hukum**

Sumber-sumber penelitian hukum dapat dibedakan menjadi sumber-sumber penelitian yang berupa bahan-bahan hukum primer dan bahan-bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, yang artinya memiliki otoritas. Sedangkan bahan hukum sekunder merupakan semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumentasi resmi.<sup>1</sup>

##### **a. Bahan Hukum Primer**

- Kitab Undang Undang Hukum Perdata selanjutnya disingkat KUHPerdata.
- Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

---

<sup>1</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, Jakarta, 2010, H.180)

- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan perubahan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik
  - Undang Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
  - Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
  - Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik
- b. Bahan Hukum Sekunder.
- Literatur-literatur/buku-buku yang terkait dengan *e-commerce*, perlindungan konsumen, *cyberlaw*.
  - Literatur-literatur yang terkait dengan perlindungan konsumen.

#### **I.4.4. Langkah Penelitian**

##### **a. Langkah Pengumpulan Bahan Hukum.**

Pengumpulan bahan hukum diawali dengan Inventarisasi yaitu mengumpulkan bahan-bahan hukum berdasarkan sumber hukum primer dan bahan hukum sekunder kemudian diklasifikasikan yaitu menyusun fakta-fakta serta hubungan hukum yang kemudian dikelompokkan berdasarkan prinsip-prinsip hukum untuk menanggapi fakta secara sistematis yang dapat diartikan merumuskan fakta-fakta hukum sehingga membentuk suatu sistem yang mampu menerangkan sebab dan akibat secara menyeluruh.

## **b. Langkah Analisis**

Penelitian ini menggunakan metoda/Silogisme Deduksi digunakan untuk membahas suatu permasalahan hukum secara umum untuk kemudian mengarah kepada pembahasan secara khusus dalam hal ini penulis akan membahas terkait *cybercrime* dalam pengaturan hukum pidana positif yang berlaku di Indonesia terlebih dahulu kemudian bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi pengguna jasa *e-commerce*.

Penelitian ini fokus pada Penafsiran autentik yang bermakna Penafsiran yang diberikan oleh pembuat undang-undang seperti yang dilampirkan penjelasan undang-undang, Selain penafsiran autentik juga menggunakan penafsiran sistematis yaitu menafsirkan peraturan perundang-undangan dengan menghubungkan peraturan hukum atau undang-undang lain atau dengan keseluruhan system hukum sehingga tidak menyimpangi atau keluar dari sistem perundang-undang atau sistem hukum.

### **I.5 Kerangka Teoritik**

Pengertian Perjanjian jual beli diatur buku III KUHPerdara Tentang Perikatan, syarat sahnya perjanjian diatur dalam pasal 1320 KUHPerdara, menyatakan untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan diri
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal

Syarat subyektif dalam perjanjian, para pihak harus sepakat untuk saling mengikatkan diri kemudian harus cakap untuk membuat perikatan. Ketentuan yang mengatur subyek hukum cakap untuk melakukan suatu perjanjian ditentukan dalam pasal 1329 KUHPerdota yang menyatakan “Setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tak-cakap”. Syarat obyektif dalam perjanjian yaitu suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal, ketentuan terkait suatu sebab yang halal dinyatakan dalam pasal 1337 KUHPerdota “Suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum”. Apabila syarat sah suatu perjanjian telah terpenuhi syarat subyektif dan syarat obyektif maka perjanjian akan mengikat para pihak sebagaimana dinyatakan dalam pasal 1338 KUHPerdota “ Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya” Pengertian perjanjian jual beli secara konvensional atau jual beli yang terjadi pada umumnya berdasarkan pada pasal 1313 KUHPerdota menyatakan “tunduk pada ketentuan pasal-pasal pada KUHPerdota, namun jual beli secara *online* atau lebih dikenal dengan transaksi *electronic* yang muncul karena perkembangan teknologi informasi berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia selain tunduk pada ketentuan KUHPerdota juga harus berpedoman pada Undang Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan perubahan Undang-Undang Republik Indonesia

Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik selanjutnya disebut dengan UU ITE sebagai hukum materiil dalam melaksanakan jual beli *online*, sebagai hukum formil adalah Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik Selanjutnya disebut sebagai PPPST dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik selanjutnya disebut dengan PPPSE.

*E-Commerce* telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan. Melalui *E-Commerce* semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi disamping tentunya konsumen memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi produk yang diinginkan tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Jual beli *online* atau transaksi elektronik dalam pasal 1 ayat (2) UU ITE menyatakan “ Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer dan/atau media elektronik lainnya”, Pengguna *e-commerce* adalah konsumen akhir atau konsumen yang menggunakan barang dan jasa, Pelaku usaha Perorangan (*natuurlijkpersoon*) dan/atau badan usaha. Pengguna transaksi *electronic* bukan hanya yang berbadan hukum (*rechtspersoon*) namun berdasarkan ketentuan pasal 1 ayat (22) UU ITE “ badan usaha adalah perusahaan perseorangan atau perusahaan persekutuan baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum.” Pemanfaatan ruang dan teknologi diharapkan dapat meningkatkan sektor ekonomi sebagaimana Pasal 3 Undang-Undang ITE menyatakan “Pemanfaatan

Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, itikad baik dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi” dalam hal ini dalam pasal 3 Undang-Undang ITE terkandung beberapa asas yaitu :

- a. Asas Kepastian Hukum, yang bermakna Pengguna transaksi elektronik memiliki rasa aman dalam melakukan transaksi bisnis meskipun tidak bertatap muka secara langsung. memberikan landasan hukum pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik serta segala sesuatu yang mendukung terselenggaranya transaksi elektronik mendapat pengakuan hukum baik didalam pengadilan (litigasi) maupun diluar pengadilan (non litigasi).
- b. Asas manfaat, berarti pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik diharapkan dapat membuka kesempatan seluas-luasnya bagi setiap orang untuk memajukan kemampuan dan pemanfaatan teknologi secara optimal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik.
- c. Asas kehati-hatian, bermakna para pihak atau pengguna *e-commerce* harus memperhatikan segala aspek yang berpotensi mendatangkan kerugian bagi diri sendiri maupun orang lain.
- d. Asas Itikad baik, berarti para pihak yang melakukan transaksi elektronik memiliki dasar itikad baik sehingga tidak ada unsur kesengajaan untuk mendatangkan kerugian (*bad faith*) pada diri sendiri maupun orang lain.

- e. Asas netral teknologi, pemanfaatan sistem informasi dan teknologi tidak terfokus pada asal (ras, negara, warna kulit, kepercayaan, ideologi tertentu) pembuat teknologi atau jaringan komunikasi tertentu sehingga dapat mengikuti perkembangan jaman.

PPPSE dalam pasal 2, menerangkan komponen yang menjadi ruang lingkup dalam *e-commerce* meliputi :

- a. Pihak yang melakukan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE);
- b. Persyaratan dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE);
- c. Penyelenggaraan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE);
- d. Kewajiban Pelaku Usaha;
- e. Bukti transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE);
- f. Iklan Elektronik;
- g. Penawaran Secara Elektronik, Penerimaan Secara Elektronik, dan Konfirmasi Elektronik;
- h. Kontrak Elektronik;
- i. Perlindungan terhadap data pribadi;
- j. Pembayaran dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE);
- k. Pengiriman Barang dan Jasa dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE);
- l. Penukaran Barang atau Jasa dan pembatalan pembelian dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE);
- m. Penyelesaian sengketa dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE); dan

n. Pembinaan dan pengawasan.

Subyek hukum yang melakukan kegiatan *e-commerce*, bisa perorangan (*natuurlijkpersoon*) dan badan hukum (*rechtspersoon*) dan instansi penyelenggara negara sesuai dengan ketentuan pada pasal 4 Peraturan Pemerintah PSE, dalam hal ini hubungan hukum yang terjadi antara pengguna *e-commerce* merupakan ranah hukum privat (*privatrecht*). Pengguna *e-commerce* dapat digolongkan menjadi 3 (tiga) *stakeholder*, Pertama adalah Pelaku bisnis dapat disimbolkan menjadi “B” (*business*), bisa berbadan hukum (*rechtspersoon*) atau badan usaha. Kedua adalah konsumen sebagai pengguna barang dan jasa dapat disimbolkan dengan “C” (*consumenten*). Ketiga adalah Pemangku kepentingan yaitu pemerintah, dapat disimbolkan dengan “G” (*government*) dalam hal ini perusahaan. Pasal 5 PP PSE menyatakan Pelaku Usaha Pada perdagangan yang menggunakan sistem elektronik meliputi :

- a. Pelaku Usaha Dalam Negeri yang meliputi:
  1. Pedagang dalam negeri;
  2. Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dalam negeri; dan
  3. Penyelenggara Sarana Perantara dalam negeri;
- b. Pelaku Usaha Luar Negeri yang meliputi:
  1. Pedagang luar negeri;
  2. Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik luar negeri; dan
  3. Penyelenggara Sarana Perantara luar negeri.

Transaksi-transaksi dalam *e-commerce*, dapat digolongkan bisnis ke bisnis (*Business to Business* atau dapat disingkat B2B), bisnis ke konsumen, (*Business to*

*Consumer* dapat disingkat B2C) konsumen ke konsumen (*Consumer to Consumer* dapat disingkat C2C), konsumen ke bisnis (*Consumer to business* dapat disingkat C2B), bisnis ke pemerintah (*Business to Government* dapat disingkat B2G), Pemerintah ke konsumen (*Government to consumer* atau dapat disingkat G2C)

### **1. E-Commerce Business to Business (B2B)**

Transaksi *e-commerce* ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan, atau secara sederhana berlangganan. Aktifitas *e-commerce* dalam ruang lingkup ini bertujuan untuk menunjang kebutuhan para pelaku bisnis sendiri. Contoh sederhana dari B2B ini yaitu *produsen* dan *supplier* yang saling bertransaksi secara online baik untuk konsultasi kebutuhan barang, hingga proses pembayarannya. Karakteristik B2B adalah :

- a. *Trading partners*
- b. Pertukaran atau transaksi dilakukan secara berkala atau berulang- ulang.
- c. Pertukaran informasi dilakukan atas dasar saling percaya dan adanya kebutuhan.
- d. Model umum yang digunakan adalah *peer to peer* dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan pada kedua pelaku bisnis contoh; Jual beli tanah.

## **2. E-commerce Business to Consumer (B2C)**

*Business to consumer* dalam *e-commerce* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu<sup>2</sup> dapat didistribusikan pada kedua pelaku bisnis contoh; Jual beli Produk yang diperjual-belikan berupa barang dan jasa dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk digital atau elektronik yang telah siap untuk dapat dipergunakan. Karakteristik *e-commerce* jenis ini :

- a. Terbuka untuk umum, informasi disebarakan secara umum.
- b. *Service* yang diberikan bersifat umum dan mudah digunakan/atau mudah dimengerti masyarakat umum contoh sistem web.
- c. *Service* yang diberikan atas dasar permintaan atau inisiatif dari konsumen, produsen harus siap dalam memberikan respon yang diminta oleh konsumen.
- d. Pendekatan yang digunakan adalah *client server*, konsumen menggunakan sistem yang minimal (berbasis web), penyedia barang dan jasa (produsen) berada pada pihak server (*business procedure*).  
Contoh; Penjualan buku online.

## **3. E-commerce C2C (Consumer to Consumer) Konsumen Ke Konsumen**

Konsumen melakukan transaksi langsung dengan konsumen lainnya. Aktifitas bisnis atau penjualan yang dilakukan individu atau perorangan (*natuurlijkpersoon*) dengan individu lainnya. Konsumen pengguna jasa yang ditawarkan oleh pemilik

---

<sup>2</sup> Jay MS, "peran *e-commerce* dalam sektor ekonomi dan industry", Makalah disampaikan pada seminar sehari aplikasi internet di era millennium ketiga, Jakarta, hlm 7

website kemudian menjual barang dan jasa melalui website melakukan transaksi dengan pengguna website yang mencari kebutuhan barang dan jasa melalui website tersebut. C2C terjadi pada pengguna jasa pada aplikasi Tokopedia, Bukalapak, OLX dan sejenisnya, maka inilah yang dinamakan *C2C e-commerce*. Transaksi jual beli dilakukan secara online melalui marketplace. C2C membutuhkan perantara *marketplace* antara penjual dan pembeli.

#### **4. *Consumer to Business (C2B)***

C2B merupakan kebalikan B2C yaitu konsumen terakhir bertindak sebagai penjual dan perusahaan bertindak sebagai pembeli. C2B model bisnis yang diciptakan oleh konsumen atau individu yang menciptakan dan membentuk nilai akan proses bisnis. Contoh C2B adalah *content writer* merupakan bisnis dalam bidang yang dilakukan oleh perorangan untuk menulis atau *review product* barang atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan.

#### **5. *B2G (business to Government)***

B2G merupakan turunan dari B2B (*business to business*), perbedaannya proses ini terjadi antara Pelaku bisnis dengan instansi pemerintah. Bisnis B2G ini menawarkan jenis layanan product barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan operasional atau proyek yang sedang dijalankan oleh pemerintah.

#### **6. *G2C (Government to consumer)***

Pemerintah dengan Masyarakat. Konsumen dalam hal ini masyarakat, dapat dengan mudah menjangkau barang dan jasa yang ditawarkan oleh pemerintah sehingga memperoleh kemudahan dalam pelayanan sehari-hari berupa barang dan

jasa. Contoh transaksi elektronik pada website resmi BPJS atau direktorat pajak (pajak.go.id).

*E-commerce* merupakan kegiatan jual beli atau perdagangan menggunakan sistem elektronik, pembeli dan penjual bertemu melalui *market place* atau akun social media yang menawarkan barang dan jasa kemudian pembeli akan melakukan order atau pesan order (PO) apabila barang atau yang diinginkan masih ada (*in stock* atau *ready stock*) kemudian terjadi kesepakatan atas barang tersebut oleh pembeli dengan penjual kemudian pembayaran dilakukan dengan cara transfer atau mengirim sejumlah uang pada rekening bank milik penjual setelah uang diterima oleh penjual maka barang akan dikirim ke rumah pembeli menggunakan kurir atau jasa pengiriman. Pengertian *e-commerce* merupakan serangkaian proses yang dilakukan oleh konsumen atau pengguna internet untuk membeli dan menjual *product* berupa barang dan jasa, secara elektronik dengan menggunakan komputer, internet sebagai perantara transaksi bisnis.

*Elektronik commerce (e-commerce)* biasa disebut dengan perdagangan elektronik berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 82 Tahun 2021 Tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik selanjutnya sebut dengan PPPSTE pasal 1 ayat (2) menyatakan “Perdagangan melalui sistem elektronik yang selanjutnya disebut dengan PMSE adalah perdagangan yang transaksinyadilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik”. Menurut wong (2010) pengertian *e-commerce* adalah proses jual-beli dan memasarkan barang dan jasa melalui sistem elektronik. UU ITE mengatur mengenai transaksi elektronik pada Pasal 1 ayat (2) menyatakan “Transaksi elektronik adalah

perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan computer, jaringan computer, dan/atau media elektronik lainnya.” Sesuai dengan pengertian maka kegiatan jual beli yang dilakukan melalui komputer, jaringan internet pada computer *cyberspace* dapat dikategorikan sebagai transaksi elektronik.

Sistem elektronik meliputi radio, televisi, *cyberspace* (jaringan internet), computer. PP PSTE pasal 1 ayat (3) menyatakan “sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik.

## **I.6. PERTANGGUNGJAWABAN SISTEMATIKA**

### **Bab I; Pendahuluan**

Bab I pendahuluan merupakan awal penulisan tesis dengan diawali mengemukakan latar belakang transaksi elektronik yang mengemukakan permasalahan perlindungan hukum yang terjadi pada pengguna transaksi elektronik Bab ini dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta tipe penelitian yang digunakan yaitu *yuridis normative*.

### **Bab II; Hakekat dan Perlindungan Hukum Positif dalam Transaksi Elektronik**

Bab ini mengemukakan landasan hukum transaksi elektroni atau *e-commerce*. Bab ini terdiri dari 2 sub bab. Bab II.1. Pengertian Jual Beli Pada Umumnya dan jual beli *online*, bab ini mengupas jual beli secara konvensional sebagai dasar transaksi menurut KUHPerdara, dilanjutkan dengan pengertian jual beli secara *online* yang

diatur dalam UU ITE sebagai hukum materiil dan Peraturan Pemerintah sebagai hukum formil. Bab II.2 Perlindungan hukum transaksi elektronik diluar UU ITE. Bab ini mengemukakan undang undang diluar UU ITE yang mengupas transaksi elektronik antara lain dalam UU Perdagangan dan Peraturan Pemerintah sebagai pelaksana dari UU ITE

### **Bab III ; Perlindungan Hukum Bagi Pengguna E-commerce**

Bab ini terdiri dari 2 (dua) sub bab yang terdiri atas bab III.1 Perlindungan Hukum Bagi Konsumen melalui Undang-Undang mengutarakan pasal-pasal penting yang digunakan untuk memberikan perlindungan hukum bagi pihak konsumen, hak dan kewajiban konsumen (*buyer*) dan larangan bagi pengusaha atau penjual (*seller*). Bab III.2 Analisa Penerapan Perlindungan Hukum bagi Konsumen *e-commerce* secara actual. Bab ini mengemukakan sisi positif dan negative perlindungan hukum bagi konsumen dari hukum positif yang berlaku di Indonesia,

### **Bab IV; Penutup Simpulan dan Saran.**

Simpulan adalah Jawaban singkat atas permasalahan yang dikemukakan pada Bab I dan Bab II , sedangkan saran adalah masukan kedepan bagi pemerintah atau Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) terkait peraturan perundangan-undangan yang mengatur terkait transaksi elektronik atau transaksi *e-commerce*, mengingat hukum bersifat perspektif.