

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk individu yang memiliki kebutuhan hidup dalam melangsungkan hidupnya. Manusia harus memenuhi kebutuhan hidupnya untuk bertahan hidup dan memperoleh kesejahteraan serta kenyamanan dengan melangsungkan hubungan antar sesama manusia. Salah satu hubungan antar sesama manusia yaitu dapat berupa kerjasama melalui transaksi jual beli. Dalam transaksi jual beli terdapat suatu hubungan hukum yaitu perjanjian yang melahirkan suatu perikatan sebagai dasar untuk berlangsungnya perjanjian tersebut.

Adanya perkembangan teknologi dan informasi menciptakan kemajuan yang sangat pesat dan membawa dampak positif maupun negatif. Perkembangan teknologi dan informasi menciptakan perubahan dalam bidang ekonomi, sosial, serta budaya. Hal itu dapat dilihat dari perubahan masyarakat yang melakukan transaksi jual beli secara *offline* atau interaksi secara langsung dan berkembang menjadi transaksi jual beli secara *online* atau interaksi secara tidak langsung.

Perkembangan teknologi dan informasi, khususnya internet, memberikan pengaruh yang begitu besar dalam perekonomian dunia. Internet bukanlah suatu hal yang baru dalam perkembangan dunia teknologi. Kehadiran internet mendorong kegiatan ekonomi dalam menciptakan suatu perubahan menuju *digital economics* atau ekonomi digital. Adanya *digital economics* atau ekonomi digital akan membantu kegiatan manusia sehari-hari termasuk kegiatan jual beli.

Perkembangan teknologi di era digital telah berhasil mendatangkan sejumlah manfaat dalam segala bidang, salah satunya dalam bidang ekonomi yaitu kegiatan jual beli. *Digital economics* atau ekonomi digital mampu menciptakan perubahan pada kegiatan ekonomi masyarakat dari yang awalnya serba manual dan berkembang menjadi serba otomatis. Salah satu wujud nyata dari *digital economics* atau ekonomi digital adalah kegiatan jual beli melalui sistem *online* yang menggunakan *platform* seperti *E-Commerce*.

E-Commerce ialah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak.¹ Transaksi melalui sistem *online* atau *E-Commerce* ini menjadi sangat populer, terutama sejak dikenalnya *Credit Cards*, *Automated Teller Machines*, dan *Telephone Banking*. Bahkan istilah tersebut telah dipergunakan untuk keperluan yang luas, seperti dalam kegiatan jual beli.²

Kegiatan jual beli melalui sistem *online* tentunya sangat memudahkan pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan transaksi. Perkembangan teknologi ternyata cukup memengaruhi gaya hidup masyarakat, dimana salah satunya adalah gaya berbelanja dengan melakukan transaksi secara *online*. Hal itu karena transaksi *online* merupakan pilihan yang tepat dan membuat jual beli *online* lebih praktis serta dapat dilangsungkan dimana saja selama terhubung dengan internet.³

¹ Burhanuddin S, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen&Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2011), hal. 126

² Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak Bernuansa Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hal. 153

³ Otoritas Jasa Keuangan, “Kelebihan dan kekurangan belanja *online*”, <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20608>, diakses pada 29 Agustus 2022

Hadirnya internet menciptakan kegiatan bisnis yang memercayakan transaksi jual beli melalui sistem *online*. Secara sederhana, perkembangan teknologi di era digital khususnya internet menjadi kebutuhan mutlak dalam kegiatan bisnis dengan memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya kegiatan bisnis yang memanfaatkan internet untuk menunjang kegiatan bisnisnya.

Transaksi jual beli melalui sistem *online* tidaklah lagi melibatkan jarak dan waktu. Melihat bahwa saat ini transaksi *online* semakin pesat sejak pandemi Covid-19, maka konsumen lebih memilih untuk melakukan transaksi *online* dan pelaku usaha memanfaatkan hal tersebut karena mendatangkan sejumlah manfaat seperti hanya membutuhkan modal yang relatif kecil bahkan tanpa modal, menekan biaya-biaya operasional yang biasanya ada pada bisnis *offline*, serta meminimalisir *human error*.

Dalam kehidupan sehari-hari, kegiatan bisnis merupakan hal yang penting dalam mencapai kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan produksi barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat serta memperoleh keuntungan melalui transaksi atau jual beli.⁴ Sementara itu, penggunaan teknologi khususnya internet menjadi batu loncatan dalam perubahan bisnis *offline to online*.

⁴ Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, (Yogyakarta: PT LKIS Printing Cemerlang, 2009), hal. 25

Namun di sisi lain, masalah perlindungan konsumen menjadi masalah pokok yang masih terus dibangun oleh pelaku usaha *online*. Hal itu tentunya karena terdapat kelemahan dibalik kelebihan dari transaksi *online*. Transaksi melalui sistem *online* menjanjikan sejumlah keuntungan namun pada saat yang sama juga berpotensi terhadap sejumlah kerugian, baik terhadap pelaku usaha maupun konsumen.⁵ Kerugian dari transaksi melalui sistem *online* seringkali terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

Hal itu dapat dirasakan oleh konsumen seperti ketidaksesuaian produk yang dipesan, ketidaksesuaian estimasi pengiriman, kerusakan produk dalam proses pengiriman, serta mendatangkan gaya hidup atau perilaku konsumtif. Selain itu, kerugian dari transaksi melalui sistem *online* tidak hanya dirasakan oleh konsumen saja tetapi juga dirasakan oleh pelaku usaha. Hal itu dapat berupa penipuan oleh konsumen seperti bukti pembayaran palsu.

Lain halnya dalam kegiatan jual beli secara *offline*, baik pelaku usaha maupun konsumen dapat berinteraksi secara langsung. Dalam kegiatan jual beli *offline*, pelaku usaha dapat dengan mudah membangun kepercayaan kepada konsumen ketika konsumen dapat melihat secara langsung barang atau jasa di tempat tersebut. Interaksi secara langsung antara pelaku usaha dan konsumen pun dapat memengaruhi kualitas hubungan bagi konsumen untuk melakukan sebuah transaksi.

⁵ Edmon Makarim, *Pengantar Hukum Telematika Suatu Kompilasi Kajian*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 342

Kelemahan dari transaksi melalui sistem *online* dapat terjadi salah satunya karena tidak adanya interaksi secara langsung antara pelaku usaha dan konsumen atau dengan kata lain hanya berdasarkan atas kepercayaan. Di sisi lain, dalam kegiatan jual beli secara *offline* pun terdapat kelemahan dalam pelaksanaannya seperti membutuhkan modal yang relatif besar, terdapat batas wilayah, serta kendala terhadap jangkauan distribusi.

Dapat dikatakan bahwa perkembangan teknologi memberikan kesempatan yang besar kepada para pelaku usaha untuk dapat mengembangkan bisnisnya secara *online*, baik sebagai bentuk pengembangan bisnis *offlinenya* maupun memulai bisnis secara *online*. Kesempatan tersebut harus digunakan oleh para pelaku usaha dengan sebaik-baiknya agar dapat membangun kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi secara *online*. Maka dapat dikatakan bahwa etika memegang peran penting yang harus diperhatikan dalam berbisnis.

Mengingat bahwa dasar atas berlangsungnya transaksi melalui sistem *online* adalah sebuah kepercayaan, maka dalam menjalankan bisnis *online* diperlukan hak dan kewajiban moral yaitu etika. Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak), kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, dan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.⁶ Dalam kehidupan, etika akan membantu manusia dalam mengambil sikap dan tindakan untuk melakukan sesuatu.

Etika berbeda dengan hukum, dimana etika berkaitan dengan sebuah penilaian tentang baik dan buruknya suatu hal berdasarkan pada kebiasaan yang

⁶ K. Bertens, *Etika*, (Yogyakarta: Kanisius, 2013), hal. 4

dimiliki oleh individu maupun kelompok dalam kehidupan bermasyarakat. Pada zaman globalisasi seperti saat ini, etika seringkali tidak diperhatikan dalam kehidupan bermasyarakat. Maka tak heran, apabila permasalahan akan timbul dalam kehidupan manusia ketika tidak menerapkan etika.

Perilaku etis dalam kegiatan bisnis adalah suatu hal yang penting dalam kelangsungan bisnis itu sendiri. Etika bisnis adalah ilmu yang mengatur hubungan antar perorangan ataupun hubungan antar organisasi bisnis dengan pihak-pihak yang berkepentingan, sesuai dengan standar moral yang berlaku dan diperbolehkan.⁷ Apabila suatu kegiatan bisnis tidak memperhatikan dan menerapkan etika dalam pelaksanaannya, maka satu per satu masalah akan muncul, baik masalah kecil maupun masalah besar.

Bisnis memegang peran yang sangat penting dalam kelangsungan hidup manusia. Sama halnya seperti manusia, bisnis juga memerlukan etika yang dapat membangun kesadaran moral bagi para pelaku usaha. Tak jarang pelaku usaha melanggar etika bisnis dalam kegiatan bisnisnya, baik untuk kepentingan pribadi maupun tekanan persaingan terhadap keuntungan atau laba. Hal itu tentunya memberi pengaruh terhadap kepercayaan konsumen.

Di era digital seperti saat ini, pelanggaran etika bisnis memang terlihat tak bisa dihindarkan. Pada kenyataannya, begitu banyak pelanggaran etika bisnis oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Praktik bisnis yang tidak bertanggung jawab tersebut mengarah pada tindakan mengabaikan etika dan keadilan dalam berbisnis. Maka dari itu, harus ada upaya dalam menumbuhkan kembali etika bisnis

⁷ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Islam Era 5.0*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021), hal. 24

untuk mengurangi pelanggaran etika bisnis dan mengembalikan kembali hak-hak konsumen khususnya dalam transaksi jual beli.

Globalisasi menuntut pelaku usaha untuk dapat *survive* dengan bersaing sehingga tak jarang ditemukan pelaku usaha yang melanggar etika bisnis untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Lingkungan usaha bukanlah satu-satunya faktor yang memengaruhi pelanggaran etika bisnis, tetapi juga dari minimnya kesadaran diri sendiri terhadap etika. Pelanggaran etika bisnis tentunya akan menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat. Pelanggaran etika bisnis tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga merugikan sesama pelaku usaha.

Sementara itu, untuk menciptakan kegiatan usaha yang sehat dan mampu bersaing dalam jangka panjang, diperlukan etika bisnis untuk menghindari praktik usaha tidak etis. Etika dalam berbisnis akan menumbuhkan dan membangun kepercayaan konsumen terhadap pelaku usaha. Kepercayaan merupakan modal utama dalam transaksi jual beli *online*. Ketika tumbuh rasa saling percaya antara pelaku usaha dan konsumen, maka suatu kegiatan jual beli akan berjalan dengan baik bahkan berkembang.

Menjalankan kegiatan bisnis di lingkungan yang kompetitif tentunya tidak mudah bagi pelaku usaha. Pelaku usaha dituntut untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan setiap perubahan yang ada. Dalam kegiatan jual beli, pelaku usaha harus menerapkan etika bisnis dan memiliki peran dalam memainkan emosi konsumen. Hal itu karena konsumen cenderung melibatkan perasaan dibandingkan logika saat mengambil keputusan, yang dalam hal ini adalah saat membeli suatu barang atau jasa.

Begitu banyak konsumen yang menaruh kepercayaannya pada transaksi melalui sistem *online* dengan mengharapkan kesesuaian produk. Sementara itu, pada kenyataannya konsumen seringkali dikecewakan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Hal itu dengan melihat bahwa kasus penipuan seperti ketidaksesuaian produk yang dipesan atau diperjanjikan adalah tindakan yang melanggar etika bisnis dimana seharusnya pelaku usaha memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Etika bisnis memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen. Ketika pelaku usaha telah menerapkan etika bisnis dan berhasil mendapatkan hati konsumen, maka akan lebih mudah bagi pelaku usaha untuk menjalin hubungan baik dalam jangka panjang dengan konsumen. Maka dari itu, pelaku usaha dan konsumen yang telah memiliki hubungan baik akan membuat pelaku usaha lebih mengerti dan memahami kebutuhan konsumen yang berubah-ubah.

Hal itu tentunya akan mendorong konsumen untuk memiliki *experience* yang menyenangkan dan meminimalisir *experience* yang kurang menyenangkan terhadap pelaku usaha. Adapun *goal* dari sebuah bisnis yaitu menciptakan kepuasan konsumen. Dalam mencapai kepuasan konsumen, pelaku usaha harus menerapkan etika bisnis, mempertahankan dan meningkatkan kualitas barang atau jasa, serta memahami kebutuhan konsumen yang semakin beragam.

Ketika mencapai sebuah kepuasan saat berbelanja, maka konsumen akan menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas terhadap pelaku usaha. Dalam memilih suatu produk barang atau jasa, konsumen tidak hanya bergantung pada mutu produk saja, tetapi juga bergantung pada etika bisnis, *experience* saat berbelanja,

dan penetapan harga. Pelaku usaha harus bisa meyakinkan konsumen bahwa apa yang mereka bayar sesuai dengan apa yang mereka harapkan, bahkan lebih dari apa yang mereka harapkan.

Pada era globalisasi seperti saat ini, etika bisnis sudah mulai memudar seiring dengan berjalannya perkembangan teknologi yang memberi ruang lebih luas dalam lingkungan yang kompetitif ini. Sementara itu, etika dalam berbisnis adalah hal yang sangat penting dalam menciptakan dan menjalankan sebuah bisnis yang sehat. Ketika sebuah bisnis memiliki etika dan nilai-nilai bisnis, maka bisnis yang dijalankan tidak hanya menghasilkan keuntungan secara materi, namun juga non materi sebagai upaya mendapatkan citra positif, kepercayaan, dan keberlangsungan bisnis itu sendiri.⁸

Apabila terdapat konsumen yang dirugikan akibat perbuatan pelaku usaha, maka konsumen berhak memperoleh perlindungan hukum atas hak-hak yang dilanggar oleh pelaku usaha sebagaimana yang dinyatakan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun Undang-Undang yang mengatur tentang transaksi melalui sistem *online* atau transaksi elektronik (*E-Commerce*) yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam Pasal 1 ayat (2), transaksi elektronik adalah “perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya”.

⁸ Zahir, Sri Warni, “Manfaat penerapan etika bisnis dalam perusahaan”, <https://zahiraccounting.com/id/blog/ini-manfaat-penerapan-etika-bisnis-dalam-perusahaan/>, diakses pada 29 Agustus 2022

Pelaku usaha dilarang melakukan perbuatan yang dapat merugikan konsumen maupun yang bertentangan dengan Undang-Undang. Hal itu untuk meminimalisir kerugian dan mencegah ketidakdilan dalam transaksi melalui sistem *online* atau *E-Commerce*. Pelaku usaha harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat baik dengan segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Adanya sifat amanah akan mendorong pelaku usaha untuk memiliki tanggung jawab dalam mengamalkan kewajiban-kewajibannya.⁹ Maka dari itu, pelaku usaha harus bersikap jujur dan adil terhadap konsumen dengan menerapkan etika bisnis dalam kegiatan usahanya.

Berdasarkan uraian tersebut, maka perlindungan hukum terhadap konsumen dan penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli *online* sangat diperlukan. Hal ini bertujuan untuk menegakkan kembali hak-hak konsumen dalam jual beli *online* yang sudah mulai hilang dan menumbuhkan kembali etika bisnis dalam jual beli *online* yang sudah mulai memudar berdasarkan kenyataan di lapangan. Maka dari itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM DAN ETIKA BISNIS DALAM TRANSAKSI JUAL BELI *ONLINE* (*E-COMMERCE*)”**.

⁹ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal. 237

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut dan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka penulis merumuskan sub-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli *online (E-Commerce)*?
2. Bagaimana etika bisnis dalam transaksi jual beli *online (E-Commerce)*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli *online (E-Commerce)*.
2. Untuk melakukan pengembangan ilmu hukum ke depan mengenai etika bisnis dalam transaksi jual beli *online (E-Commerce)*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan dan menambah ilmu pengetahuan dan berguna bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan atau menambah wawasan pengetahuan yang berkaitan dengan perlindungan hukum dan etika bisnis dalam transaksi jual beli *online (E-Commerce)* sehingga dapat menambah pengetahuan bagi penulis dan menambah informasi bagi pembaca.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan dapat memberi kontribusi positif bagi para pembaca khususnya pelaku usaha dan dapat memberikan gambaran secara jelas atau secara umum mengenai perlindungan hukum dan etika bisnis dalam transaksi jual beli *online (E-Commerce)* dalam upaya pembangunan nasional.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun dalam 5 (lima) bab, yang mana tiap-tiap bab dibagi lagi menjadi beberapa bagian untuk mempermudah dalam mengetahui permasalahan dan pembahasan dalam penelitian ini. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini memuat tinjauan teori dan tinjauan konseptual. Tinjauan teori memuat tentang teori perlindungan hukum. Tinjauan konseptual memuat tentang perlindungan konsumen, etika bisnis, dan jual beli *online (E-Commerce)*.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini memuat jenis penelitian, jenis data, cara perolehan data, jenis pendekatan dan analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Dalam bab ini memuat hasil penelitian serta analisis perlindungan hukum terhadap konsumen yang dirugikan dalam transaksi jual beli *online (E-Commerce)* dan analisis etika bisnis dalam transaksi jual beli *online (E-Commerce)*.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini memuat kesimpulan dan saran.

