

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu media informasi dan telekomunikasi sangat pesat berkembang saat ini adalah internet. Internet (*interconnection networking*) sendiri adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan jutaan bahkan milyaran jaringan komputer dengan berbagai tipe dan jenis, dengan menggunakan tipe komunikasi seperti telepon, satelit dan lain sebagainya.¹ Internet merupakan sarana yang paling mudah untuk mencari informasi yang diinginkan. Berbagai macam kebutuhan dapat dicari dan ditemukan melalui Internet. Berita dan beragam informasi juga dapat ditemukan di internet.

Manfaat Internet sebagai suatu media informasi dan komunikasi elektronik diantaranya untuk berbagai kegiatan seperti mencari data, menjelajah (*browsing*), berita dan informasi, saling mengirim pesan melalui email, komunikasi melalui situs jejaring sosial, dan termasuk untuk perdagangan oleh para pelaku usaha. Kegiatan perdagangan dengan memanfaatkan media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*. *Elektronik Commerce* atau yang disingkat dengan *E-Commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *services providers* dan pedagang perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan

¹ Muchammad Zakaria, 2015, *Pengertian, Fungsi, dan Manfaat Internet*, diakses dari URL : <http://www.nesabamedia.com>, pada tanggal 29 Oktober 2015.

komputer (*computer network*) yaitu internet.² Kegiatan *E-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis.

Dalam memasarkan produk barang/jasa oleh para pelaku usaha kini dapat memanfaatkan media internet. Dengan internet pelaku usaha dapat lebih mudah memasarkan produknya karena tidak perlu lagi memiliki ruangan yang besar, toko/lahan ataupun menyewa toko untuk ruang pameran (*show room*), dan juga staff operasional dalam jumlah besar sehingga lebih hemat biaya operasional. Jangkauan pemasaran pun jauh lebih luas, karena pelaku usaha dapat dihubungi oleh pelanggan dari seluruh dunia. Waktu operasional juga tidak terbatas, yakni 24 jam nonstop. Begitu juga dengan konsumen dimana kini konsumen tidak perlu lagi meluangkan waktu khusus untuk berbelanja ke luar rumah, tinggal klik maka barang yang diinginkan bisa datang ke rumah.

Dalam setiap kegiatan perdagangan atau jual beli pasti akan berjumpa dengan transaksi. Transaksi dilakukan setelah adanya kesepakatan dari kedua belah pihak yang akan melakukan jual beli. Perbedaan antara transaksi *e-commerce* dengan transaksi pada perdagangan tradisional ialah dalam perdagangan tradisional perusahaan-perusahaan dan konsumen-konsumen melakukan transaksi melalui tatap muka secara langsung dan dengan menggunakan dokumen-dokumen dengan berbasis kertas. Sebaliknya, hubungan antara perusahaan dan konsumen yang terjadi di dalam lingkungan elektronik lebih berupa interaksi antara layar komputer

² Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, 2005, *Bisnis E-Commerce*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, hlm. 10.

dan wajah (*screen to face interaction*). Interaksi seperti ini antara lain mencakup interaksi-interaksi yang dilakukan melalui PC, transaksi-transaksi melalui mesin-mesin ATM, PDA (Personal Data Assistant) atau peralatan-peralatan elektronik lainnya, termasuk transaksi-transaksi yang dilakukan dengan menggunakan perangkat-perangkat aplikasi tanpa kabel atau perangkat-perangkat WAP(Wireless Application Protokol).³ Transaksi seperti ini dilakukan secara elektronik. Transaksi elektronik dapat dilakukan setiap saat dengan cara mengakses sistem produk yang diinginkan dalam jaringan internet.

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 1 angka 2, transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan Komputer, jaringan Komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Dalam kamus *Black's Law Dictionary Seventh Edition E-Commerce*, transaksi *E-Commerce* didefinisikan sebagai pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen *online* di internet. Namun didalam transaksi *E-Commerce*, yang dianggap sebagai konsumen adalah pengguna internet yang membeli barang/jasa melalui media internet itu sendiri. Dalam Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1, bahwa yang dimaksud dengan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jadi dari beberapa rumusan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam transaksi yang terjadi

³ H.M.Arsyad Sanusi, 2011, *Hukum E-Commerce*, Saswarna Printing, Jakarta, hlm. 245-246.

antara penjual dan pembeli melalui internet atau transaksi *E-Commerce*, ternyata internet hanyalah sebagai media atau fasilitas untuk melakukan transaksi jual beli yang selama ini dilakukan secara konvensional.

Dalam transaksi *E-Commerce*, konsumen tidak dapat menyentuh barang yang akan dibelinya. Sebelum konsumen menerima penawaran yang diajukan produsen atau pemilik situs internet, biasanya dalam situs jual beli *online* tersebut, si pemilik situs atau produsen mencantumkan suatu klausula baku yang dibuat sendiri oleh pemilik situs yang berisi pengaturan perjanjian jual beli yang mau tak mau harus disetujui oleh si konsumen jika ingin membeli produk barang dalam situs internet tersebut. Hal ini memberikan peluang pada pelaku usaha untuk mencantumkan ketentuan klausula baku dalam bentuk *disclaimer* tersebut untuk mengalihkan tanggung jawabnya. *Disclaimer* adalah suatu pernyataan atau klausula yang digunakan untuk membatasi hak dan kewajiban dari sebuah perikatan dan perbuatan hukum.⁴

Disclaimer tidak memberikan perlindungan kepada konsumen, tetapi hanya memberikan perlindungan pada pelaku usaha itu sendiri. Pencantuman klausula baku dalam bentuk *disclaimer* ini seolah-olah menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk mengalihkan tanggung jawabnya. Dengan adanya pencantuman *disclaimer* ini, menyebabkan penempatan posisi yang tidak seimbang antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha dengan bebas dapat mengalihkan tanggung jawabnya yang bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum bagi dirinya. Sedangkan

⁴ Diana Kusumasri, 2011, *Status hukum pencantuman Disclaimer*, diakses dari URL : <http://www.hukumonline.com>, pada tanggal 08 November 2015.

konsumen dirugikan karena tidak dapat mengajukan klaim atau meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha yang menjual produk barangnya melalui internet tersebut.

Di Indonesia pengaturan mengenai pencantuman *disclaimer* terkait dengan perjanjian *E-Commerce* yang dikaitkan juga dengan perlindungan terhadap konsumen belum diatur secara tegas. Ketentuan yang tidak jelas dan tegas ini menimbulkan ketidakpastian hukum dan risiko yang tinggi, misalnya kerugian biaya yang ditanggung oleh konsumen akibat kelalaian pihak produsen dalam pengiriman menjadi risiko yang harus diemban oleh konsumen, lalu juga karena tidak terlihatnya barang yang dibeli oleh konsumen serta tidak dapat dikembalikannya barang yang telah dibeli akibat tidak adanya pemahaman konsumen atas perjanjian baku yang ditawarkan oleh produsen dalam bentuk *disclaimer* tersebut. Ditambah lagi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen masih terbatas ruang lingkup berlakunya, yakni tidak berlaku di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Hal-hal yang telah diuraikan di ataslah yang telah menimbulkan ketertarikan bagi penulis untuk mengetahui lebih lanjut pengaturan mengenai Pencantuman *Disclaimer* Dalam Situs Internet, yang diangkat dalam sebuah penulisan Karya Ilmiah dengan judul : “ **PENCANTUMAN *DISCLAIMER* (PENOLAKAN TANGGUNG JAWAB) DALAM SITUS INTERNET DIKAITKAN DENGAN UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaturan mengenai pencantuman *disclaimer* (penolakan tanggung jawab) dalam situs internet dikaitkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum berkaitan dengan pencantuman *disclaimer* dalam situs internet dikaitkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Setiap aktivitas yang dilakukan oleh seorang maupun sekelompok orang, tentunya akan memiliki suatu tujuan-tujuan yang hendak kita capai. Demikian juga halnya dalam penulisan suatu Karya Ilmiah ini.

Adapun yang menjadi tujuan dari penulis dalam penulisan Karya Ilmiah ini, antara lain adalah :

1. Untuk mengetahui Bagaimana pengaturan mengenai pencantuman *disclaimer* (penolakan tanggung jawab) dalam situs internet dikaitkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Untuk mengetahui Bagaimana bentuk perlindungan hukum berkaitan dengan pencantuman *disclaimer* dalam situs internet dikaitkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

D. Manfaat Penelitian

Setelah menguraikan tujuan dari penulisan ini, penulis menemukan beberapa manfaat dalam pembahasan proposal ini, yaitu :

1. Manfaat teoritis

- a. Sebagai bahan masukan bagi penulis/ mahasiswa/ dosen/ praktisi hukum maupun masyarakat dalam memahami ilmu pengetahuan hukum khususnya di bidang hukum perdata mengenai pengaturan dalam pencantuman *disclaimer* dalam situs internet;
- b. Sebagai bahan masukan bagi masyarakat tentang legalitas dan perlindungan hukum dalam transaksi jual beli secara *online* terkait dengan pencantuman *disclaimer* dalam situs jual beli *online*, sehingga masyarakat dapat melakukan transaksi jual beli secara *online* dengan aman;

2. Manfaat Praktis

- a. Melatih kemampuan dan keterampilan dalam penulisan karya ilmiah;
- b. Mengaplikasi ilmu yang diperoleh di bangku Perguruan Tinggi untuk kemajuan masyarakat dalam bidang hukum;

E. Metode Penelitian

Untuk mencapai tujuan dan manfaat penulisan sebagaimana yang telah ditetapkan, maka diperlukan suatu metode yang berfungsi sebagai pedoman dalam pelaksanaan penulisan . Metode yang penulis gunakan adalah:

1. Metode Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder.⁵ Pada metode ini seringkali hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (law in books) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan atau pedoman berperilaku manusia yang dianggap pantas.⁶

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah bersifat deskriptif yaitu penelitian yang mencoba menggambarkan hal-hal yang berkaitan pencantuman *disclaimer* dalam situs Internet dikaitkan dengan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hal-hal yang digambarkan itu adalah Bagaimana pengaturan mengenai pencantuman *disclaimer* (penolakan tanggung jawab) dalam situs internet dikaitkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta Bagaimana bentuk perlindungan hukum berkaitan dengan pencantuman *disclaimer* dalam situs internet dikaitkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

3. Sumber dan Jenis Data

⁵ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 2003, *Penelitian Hukum Normatif*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm.13.

⁶ Amiruddin dan Zainal Asikin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 118.

Penelitian ini menggunakan data kepustakaan yang bersumber antara lain:

- a. Perpustakaan Universitas Andalas
- b. Perpustakaan Hukum Universitas Andalas
- c. Perpustakaan Pribadi

Adapun jenis data yang dikumpulkan berupa data sekunder dengan bahan hukum :

a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer merupakan bahan-bahan hukum yang mengikat.⁷ Bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- 3) Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
- 4) Peraturan perundang-undangan lainnya yang berhubungan penelitian.

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer.⁸ Bahan hukum sekunder ini berupa semua

⁷ *Ibid*, hlm. 18.

⁸ Bambang Sunggono, 2010, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 114.

publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi seperti buku-buku, majalah atau jurnal hukum, teori-teori atau pendapat sarjana, hasil penelitian hukum, hasil karya ilmiah dari kalangan hukum, dan sebagainya.⁹ Bahan hukum sekunder yang digunakan adalah:

1) Buku – Buku yang berkaitan dengan *Disclaimer*

2) Karya – karya ilmiah yang berkaitan dengan *Disclaimer*

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier yakni bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.¹⁰ Bahan hukum tersier ini berupa kamus hukum, kamus bahasa Inggris, kamus bahasa Indonesia, ensiklopedia, dan sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan langkah awal dari setiap penelitian hukum (baik normatif maupun sosiologis). Untuk itu dipelajari buku-buku, jurnal, dan dokumen-dokumen serta artikel yang dapat mendukung permasalahan yang dibahas.

⁹ Peter Mahmud Marzuki, 2011, *Penelitian Hukum*, Kencana Predana Media Group, Jakarta, hlm. 141.

¹⁰ Bambang Sunggono, *Loc. Cit.*,

b. Observasi

Didalam kehidupan sehari-hari, manusia telah terbiasakan untuk melakukan pengamatan terhadap sesamanya. Dengan melakukan pengamatan-pengamatan tertentu, manusia juga dapat mempelajari gejala-gejala di sekitarnya yang pada suatu saat menjadi pusat perhatiannya. Sudah tentu bahwa sesuai dengan tujuannya, maka penggunaan pengamatan sebagai sarana pengumpulan data mengenai perilaku yang nyata.

5. Pengolahan dan Analisis Data

a. Pengolahan Data

Data yang digunakan atau yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan cara:

1) Editing

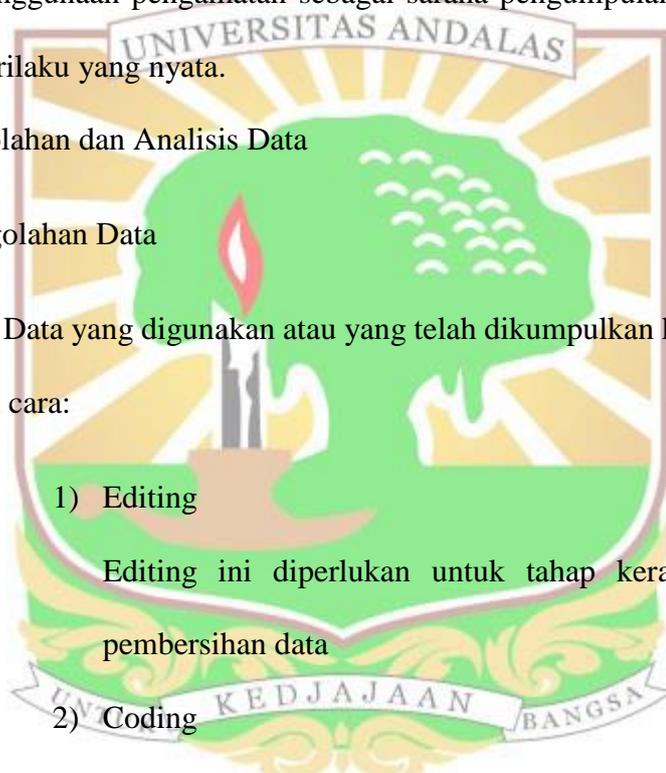
Editing ini diperlukan untuk tahap kerapian data atau pembersihan data

2) Coding

Penggunaan Coding untuk pemberian tanda-tanda atau kode-kode tertentu terhadap masing-masing data, sehingga memudahkan penyusunan data.

b. Analisis Data

Metode yang digunakan dalam menganalisis data penelitian bersifat kualitatif, yaitu berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku



dan pendapat para ahli. Selanjutnya disusun dalam bentuk uraian kalimat secara sistimatis.¹¹

F. Sistematika Penulisan

Isi dari skripsi yang akan penulis buat terdiri atas empat bab dan tiap-tiap bab terdiri dari sub-sub bab. Bab-bab tersebut adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat beberapa kajian antara lain:

Gambaran umum tentang perjanjian, *disclaimer*, *e-commerce*, dan mengenai perlindungan konsumen.

BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum tentang pengaturan mengenai pencantuman *disclaimer* (penolakan tanggung jawab) dalam situs internet dikaitkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta gambaran umum tentang bentuk perlindungan hukum berkaitan dengan pencantuman

¹¹ Soejono Soekanto, 2008, *Pengantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia, Jakarta, hlm.98.

disclaimer dalam situs internet dikaitkan dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

BAB IV : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari objek permasalahan yang diteliti dan saran yang diberikan terhadap objek permasalahan yang diteliti.

