




27% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Submitted works
- ▶ Internet sources

Top Sources

- 0%  Internet sources
- 27%  Publications
- 0%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 0% Internet sources
- 27% Publications
- 0% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Publication	Zahida I'tisoma Billah, Wahyu Nuril Khotimah. "Jual Beli Online Dalam Perspektif ...	2%
2	Publication	Ibnu Dwi Lesmono - AMIK BSI Purwokerto, Fahlepi Romadoni - AMIK BSI Purwoke...	1%
3	Publication	Putri Ramadhani. "PERSPEKTIF HUKUM JUAL BELI ONLINE DI TINJAU DARI HUKU...	1%
4	Publication	Sunarto Sunarto. "Kedudukan Otoritas Jasa Keuangan Dalam Pengawasan Baitul ...	1%
5	Publication	Siti Zulaekha, Hidayat Darwis. "PENGARUH PERSEDIAAN TERHADAP PENJUALAN P...	1%
6	Publication	Abas Mei Julita Pasaribu, Timbo Mangaranap Sirait. "Implementasi Sanksi Pidana ...	1%
7	Publication	Dya Ayu Wulansari. "PENGARUH PENJUALAN ONLINE TERHADAP OMZET PENJUAL...	1%
8	Publication	Amiek Soemarmi, Luthfi Hafidz Rafsanjani. "Climate Justice in Coral Reef Manage...	1%
9	Publication	Syaima Nida, Alfi Nurhakim, Jelita Miranda Noor Isiqamah, Nuraini. "ANALISIS PE...	1%
10	Publication	Mawaddatul husna. "SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PEMBUATAN PERANGKAT L...	<1%
11	Publication	Janner Damanik. "ANALISIS HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP SUA...	<1%

12	Publication	Anik Yuniati, Mahfudz Fahrazi. "PELAKSANAAN ZAKAT PROFESI BAGI APARATUR S...	<1%
13	Publication	Efan Elfanso, Laura Monica. "Analisis dampak transaksi E-Commerce terhadap pe...	<1%
14	Publication	Jeperson Hutahaeen, Neni Mulyani, Zulfi Azhar, Adinda Salsabila, Dewi Ananda. "...	<1%
15	Publication	Wiska Watubtaran Rengmas Rahantoknam. "Pemasyarakatan Narapidana Narko...	<1%
16	Publication	Atie Rachmiate, Ike Junita Triwardhani, Alhamuddin, Cep Ubad Abdullah. "Islam, ...	<1%
17	Publication	Imam Magribi, Dewi Tuti Muryati, Supriyadi -. "Perlindungan Hukum Bagi Kredito...	<1%
18	Publication	Ina Maryani, Fabriyan Fandi Dwi Imaniawan, Yollandhita Arum Puspa. "PENERAP...	<1%
19	Publication	Riyan Latifahul Hasanah, Sutantri Sutantri. "Perancangan E-Commerce Penjualan...	<1%
20	Publication	Yuniska Prasetyanti. "PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATA...	<1%
21	Publication	Muhammad Alfian Williandanu, Arikha Saputra. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHA...	<1%
22	Publication	Heni Pratiwi. "JURIDICAL ANALYSIS OF DISCLAIMER CLAIMS BY ENTREPRENEURS ...	<1%
23	Publication	M. Iqbal Sun'an Santoso, Icha Cahyaning Fitri. "Alih Fungsi Lahan Persawahan Me...	<1%
24	Publication	Agus Saiful Abib, Doddy Kridasaksana, A. Heru Nuswanto. "PENERAPAN KLAUSUL...	<1%
25	Publication	Ardhiana Hidayah, Marsitiningasih Marsitiningasih. "Aspek Hukum Perlindungan D...	<1%

26	Publication	Ibnu Dwi Lesmono. "RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN SEPATU ...	<1%
27	Publication	Diana Yusyanti. "Tindak Pidana Pembakaran Hutan dan Lahan Oleh Korporasi Un...	<1%
28	Publication	Rizqon Jamil Farhas, Zulfan Ependi. "Digital Marketing And Branding Analysis : Co...	<1%
29	Publication	Adnasohn Aqilla Respati. "Reformulasi UU ITE terhadap Artificial Intelligence Dib...	<1%
30	Publication	Eureka Inola Kadly, Sinta Dewi Rosadi, Elisatris Gultom. "Keabsahan Blockchain-S...	<1%
31	Publication	Teguh Tresna Puja Asmara, Tri Handayani. "Ketidakpastian Hukum Penggunaan ...	<1%
32	Publication	Eriawan Agung Nugroho. "IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG NEGARA REPUBLIK ...	<1%
33	Publication	Scivi Junifer Kapoh. "KAJIAN HUKUM PENERAPAN KONTRAK BAKU ELEKTRONIK PA...	<1%
34	Publication	Devi Andani. "KEKUATAN HUKUM BATIKMARK SEBAGAI SARANA PERLINDUNGAN ...	<1%
35	Publication	Ekawati (UNTAG Samarinda). "TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PERJANJIAN JUAL BE...	<1%
36	Publication	Wawan Fransisco. "Peranan Hukum Terhadap Konsumen Jual Beli Online di Indon...	<1%
37	Publication	Ahmad Baihaki, Rabiah Al Adawiah, Naffa Rizky Hermawati. "Perlindungan Huku...	<1%
38	Publication	Ahyar Ahyar. "Optimalisasi Pelayanan Bantuan Hukum Bagi Masyarakat Miskin", ...	<1%
39	Publication	Heru Ependi, Reza Widhar Pahlevi. "KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA PADA P...	<1%

40	Publication	Iksan, Adnan. "Gugatan Konvensi Dan Rekonvensi Dalam Bingkai Syariat Islam (...)"	<1%
41	Publication	Nila Muhedina Simarmata, Debora, Lesson Sihotang. "Influencer Responsibility..."	<1%
42	Publication	Irlina Dewi, Yuni Dhea Utari, Asfar Hamidi Siregar, Rino Riyaldi. "Legality Of E-Co..."	<1%
43	Publication	Aminah Rizkiyah, Budiono Prestyadi. "PENGARUH SISTEM PENJUALAN ONLINE TE..."	<1%
44	Publication	Endhang Boedhiarti. "URGENSI PENGATURAN CONTEMPT OF COURT DI INDONESIA..."	<1%
45	Publication	Qurani Dewi Kusumawardani. "Perlindungan Hukum bagi Pengguna Internet ter..."	<1%

IMPLEMENTASI PENJUALAN ONLINE BERBASIS ELEKTRONIK KOMERSIAL DILIHAT DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1998 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Muhammad Kevin Setyawan¹, Muhammad Yusuf Ibrahim², Irwan Yulianto³

¹email: kevinsetyawan56@gmail.com

^{1,2,3}Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

ABSTRAK

Implementasi penjualan online berbasis elektronik komersial dilihat dari undang-undang-nomor 8 tahun 1998 tentang Perlindungan Konsumen.

E-commerce merupakan suatu cara masyarakat dalam memenuhi kebutuhan di tengah kesibukan sehari-hari. Di Indonesia banyak market place yang menyediakan untuk melakukan e-commerce. Dengan banyaknya penyedia e-commerce, banyak juga masalah yang timbul di dalamnya..

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yaitu penelitian kepustakaan, yaitu penelitian tentang peraturan perundang-undangan dan kepustakaan yang berkaitan dengan materi yang dibahas.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa pelaksanaan transaksi jual beli online berbasis *E-commerce* dimana masyarakat dengan secara mudah melakukan jula beli baik sebagai penjual ataupun pembeli yang berbasis tehnologi ini, dimana penerapan sistem ini sangat mempermudah dan lebih menguntungkan banyak pihak, baik pihak konsumen, maupun penjual. Sehingga Faktor yang mendorong masyarakat melakukan e-commerce karena lebih hemat, lebih lengkap, lebih murah, lebih praktis. Selain itu juga Perlindungan konsumen dalam market place melarang dan membatasi penjualan barang yang bila digunakan mengganggu keselamatan diri sendiri dan masyarakat. Perkembangan e-commerce di Indonesia sangat pesat, kini banyak ecommerce yang menawarkan keunggulan kompetitif yang beragam, sehingga persaingan bisnis jual beli online semakin ketat. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian online diantaranya adalah kualitas keamanan dan kemudahan, selain itu citra merek juga berpengaruh bagi konsumen dalam memilih e-commerce untuk memenuhi kebutuhan mereka

Kata Kunci: Jual beli Online, E-Commerce, Konsumen

ABSTRACT

Implementation of E-commerce-based online sales seen from law number 8 of 1998 concerning Consumer Protection.

E-commerce is a way for people to meet their needs in the midst of their daily activities. In Indonesia, there are many market places that provide e-commerce services. With so many e-commerce providers, there are also many problems that arise in it.

The research method used in this thesis uses normative juridical research methods, namely library research, namely research on laws and literature related to the material discussed.

Based on the results of the study that the implementation of E-commerce-based online buying and selling transactions where people easily buy and sell either as sellers or buyers based on this technology, where the application of this system greatly facilitates and benefits many parties, both consumers and sellers. So the factors that encourage people to do e-commerce because it is more efficient, more complete, cheaper, more practical. Apart from that, consumer protection in the market place prohibits and limits the sale of goods which, if used, can disrupt the safety of oneself and the community. The development of e-commerce in Indonesia is very rapid, now there are many e-commerce that offer various competitive advantages, so that the business competition for buying and selling online is getting tougher. Factors that influence online purchasing decisions include the quality of security and convenience, besides that brand image also influences consumers in choosing e-commerce to meet their needs.

Keywords : Online buying and selling, E-Commerce, Consumers

PENDAHULUAN

Saat ini, banyak para pelaku bisnis yang memanfaatkan internet untuk meningkatkan jumlah penjualan mereka, mengingat internet mempunyai cakupan yang sangat luas, karena informasinya tersebar secara global. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan membuat sistem informasi berbasis website Dengan menerapkan sistem informasi penjualan berbasis website akan dapat meningkatkan penjualan dan dapat memudahkan untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan.

7
7
28
1

Teknologi internet sudah tidak asing lagi bagi beberapa pengusaha dan pelaku bisnis. Saat ini para pengusaha sudah banyak yang memanfaatkan media internet sebagai sarana penginformasian produk yang dijual, hal tersebut dilakukan semata-mata agar produknya dapat dikenal di semua kalangan masyarakat, mengingat dunia maya tidak mengenal batasan ruang dan waktu. Hal ini membuktikan bahwa teknologi internet sangatlah berperan penting bagi kemajuan dan perkembangan dunia bisnis dalam persaingan. Jumlah pengguna internet telah menarik berbagai macam bisnis yang digunakan untuk mempromosikan produknya di internet dan sekaligus untuk melakukan transaksi perdagangan.

1
1
10

Perkembangan teknologi ini dirasakan di dalam berbagai bidang antara lain transportasi, komunikasi, elektronik, bahkan di dunia maya. Salah satu contoh yang sangat mencolok dari perkembangan teknologi tersebut adalah gadget dan masyarakat cenderung beraktifitas di dunia maya seperti belanja secara online atau sering disebut dengan online shop. Bisnis yang menggunakan internet dalam mempromosikan atau menjual produknya sering disebut dengan bisnis online atau sering juga disebut dengan istilah online shop. Online shop adalah salah satu jenis bisnis yang akhir-akhir ini yang sedang marak dan banyak diminati oleh sebagian orang karena pertumbuhannya yang pesat serta mudah digunakan sebagai media promosi dan pemasaran.

26
19
9

Di masa lalu, aktivitas dunia perdagangan (*E-commerce*) dilakukan melalui penawaran langsung tapi pertumbuhan drastis dari internet telah mengubah paradigma tersebut. Melalui internet, pedagang dapat menawarkan produknya secara online kepada pembeli tanpa perlu bertatap muka atau disebut juga dengan E-commerce. Satu alasan bagi pesatnya perkembangan teknologi tersebut adalah adanya perkembangan jaringan, protokol, perangkat lunak, dan spesifikasi. Alasan lain adalah meningkatnya persaingan dan berbagai tekanan bisnis lain.

5
5

Begitu pula dengan penjualan. Penjualan juga memegang peranan penting bagi setiap perusahaan, baik itu perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan manufaktur. Penjualan merupakan suatu hal yang utama yang dilakukan oleh setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan dari penjualan,

perusahaan akan memperoleh uang masuk yang akan digunakan untuk menunjang kegiatan operasi perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan.

20 Selain itu sebagian besar pendapatan perusahaan diperoleh juga penjualan. Keberhasilan usaha penjualan dapat dilihat dari angka penjualan yang didapat. Dengan kata lain, apakah perusahaan itu dapat mendapatkan laba atau tidak sangat bergantung pada keberhasilan penjualan. Dengan memanfaatkan teknologi internet proses pemasaran dan penjualan suatu perusahaan dapat berkembang dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya sehingga akan meningkatkan angka penjualan dan juga meningkatkan pendapatan suatu perusahaan.

43 Salah satu bentuk pemanfaatan internet yang paling besar dapat dirasakan yaitu pada bidang bisnis dan penjualan atau promosi sebuah produk dan jasa. Transaksi yang dilakukan melalui teknologi internet dikenal pula dengan istilah *E-Commerce* (perdagangan elektronik). Teknologi internet berdampak cukup besar pada dunia bisnis (*E-Commerce*) dengan adanya perdagangan melalui internet maka akan sangat memudahkan bagi calon pelanggan untuk melihat informasi produk dan promosi produk, membeli maupun melakukan pembayaran.

2
2
2
2
18
18
Itu berarti transaksi penjualan secara online memiliki potensi yang bagus untuk mendapatkan calon pelanggan dari seluruh dunia. Dengan adanya penjualan melalui website akan memudahkan perusahaan untuk menginformasikan dan menjual produk kepada pelanggan tanpa harus dibatasi ruang dan waktu. Mulai dari usaha kecil hingga perusahaan besar telah menjadikan sistem penjualan secara online sebagai sarana promosi yang murah dan sangat terjangkau. Sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

2
2
Saat ini, banyak para pelaku bisnis yang memanfaatkan internet untuk meningkatkan jumlah penjualan mereka, mengingat internet mempunyai cakupan yang sangat luas, karena informasinya tersebar secara global. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan membuat sistem informasi berbasis website. Dengan menerapkan sistem informasi penjualan berbasis website akan dapat meningkatkan penjualan dan dapat memudahkan untuk mengetahui informasi yang dibutuhkan.

3 Sedangkan bagi para pelaku bisnis, kemudahan yang di tawarkan internet dan kecenderungan masyarakat terhadap internet saat ini mereka jadikan sebagai peluang bisnis. Penggunaan internet untuk keperluan bisnis sering disebut dengan istilah *E-Commerce*. Dengan *E-Commerce* memungkinkan kita bertransaksi dengan cepat dan biaya yang murah tanpa melalui proses yang sulit, dimana pihak pembeli (buyer) cukup mengakses internet ke website perusahaan yang mengiklankan produknya di internet, yang kemudian pihak pembeli (*Buyer*) cukup mempelajari *term of condition* (ketentuan-ketentuan yang di syaratkan) oleh pihak penjual.

24 Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah paparkan di atas, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul "Implementasi Penjualan Online Berbasis *E-Commerce* Dilihat Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1998 Tentang Perlindungan Konsumen."

METODE PENELITIAN

Berdasarkan uraian yang telah penulis dipaparkan diatas, dalam penulisan ini menggunakan metode penulisan antara lain sebagai berikut:

1. Pendekatan masalah

29 Pendekatan yang dilakukan oleh penulis meliputi 3 (tiga) macam pendekatan, yaitu pendekatan yuridis normative (*doktrinal*), pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*):

- 4 a. Pendekatan yuridis normatif (*doktrinal*) adalah pendekatan yang dilakukan berdasarkan teori, asas hukum, peraturan perundang-undangan dan suatu Putusan Mahkamah Konstitusi yang berhubungan dengan Pendekatan ini dikenal pula dengan pendekatan kepustakaan, yakni dengan mempelajari buku-buku, peraturan perundang-undangan dan dokumen lain yang berhubungan dengan penelitian ini.
- 12 b. Pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Hasil dari

telaah tersebut merupakan suatu argument untuk memecahkan isi yang dihadapi.

- c. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*), yaitu suatu metode pendekatan yang beranjak dari perundang-undangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam hukum badan asas-asas hukum yang relevan dengan isu hukum.

2. Jenis Penelitian

Mengacu pada judul dan perumusan masalah, maka penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian normatif atau penelitian kepustakaan. Penelitian Kepustakaan, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau bahan sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Dilihat dari bentuknya penelitian ini termasuk penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksud untuk memberikan bahan yang diteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya. Maksud dari penelitian deskriptif adalah untuk mempertegas hipotesa-hipotesa agar dapat membantu memperkuat teori-teori baru. Ditinjau dari metodenya, penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan melakukan pengumpulan bahan berupa kata-kata, gambar-gambar, serta informasi verbal dan bukan bentuk angka-angka. Sedangkan bahan-bahan tersebut disusun secara sistematis, dikaji, kemudian ditarik suatu kesimpulan dalam hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Senada dengan Soerjono Soekanto bahwa penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti suatu bahan pustaka atau bahan sekunder belaka dapat dinamakan penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan. Penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian normatif ini adalah tinjauan yuridis perlindungan dan pengelolaan terumbu karang di Indonesia menurut hukum Internasional.

3. Jenis Bahan Hukum

Jenis bahan yang digunakan dalam penelitian ini berupa bahan sekunder, yaitu bahan atau informasi yang di dapat dari sejumlah keterangan atau fakta-fakta yang diperoleh secara tidak langsung dan merupakan hasil penelitian dokumen penelitian serupa yang pernah dilakukan sebelumnya. Bahan kepustakaan seperti buku-buku, literatur, koran, majalah, jurnal maupun arsip-arsip yang sesuai dengan penelitian yang akan dibahas.

4. Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan adalah tempat dimana sumber penelitian ini diperoleh. Sumber bahan dalam penelitian ini adalah sumber bahan sekunder, yaitu tempat dimana diperoleh bahan sekunder digunakan dalam penelitian ini, meliputi:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer adalah bahan-bahan hukum yang bersifat dan mengikat yang menjadi bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah Undang-Undang: Tinjauan yuridis perlindungan dan pengelolaan terumbu karang di Indonesia menurut hukum Internasional.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian hukum ini antara lain buku-buku terkait, karya ilmiah, makalah, artikel dan lain sebagainya berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder primer. Bahan hukum tersier seperti kamus besar bahasa Indonesia, kamus hukum, ensiklopedia dan bahan-bahan dari media internet yang relevan dengan penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Metode ini dipergunakan untuk mengumpulkan bahan sekunder, yang dilakukan dengan cara mencari, menginvestigasi dan mempelajari

8 Tinjauan Yuridis terhadap Tinjauan yuridis perlindungan dan pengelolaan terumbu karang di Indonesia menurut hukum Internasional. Adapun instrument pengumpulan yang digunakan berupa form dokumentasi, yaitu suatu alat pengumpulan bahan sekunder, yang berbentuk format-format khusus, yang dibuat untuk menampung segala macam bahan yang diperoleh selama kejadian dilakukan.

6. Teknik Analisis Bahan Hukum

Suatu penelitian pasti membutuhkan bahan yang lengkap, dalam hal ini dimaksud agar bahan yang terkumpul benar-benar memiliki nilai validitas dan reabilitas yang cukup tinggi. Faktor terpenting dalam penelitian untuk menentukan kualitas penelitian yaitu dengan analisis bahan. Bahan yang telah kita peroleh setelah melewati mekanisme pengolahan bahan, kemudian ditentukan jenis analisisnya, agar nantinya bahan yang terkumpul tersebut lebih dapat dipertanggung jawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan E-Commerce

13 Tingginya laju pengguna e-commerce di Indonesia tentunya disebabkan oleh beberapa faktor. Hal yang mendasari perkembangan yang signifikan ini diantaranya adalah pertumbuhan penduduk yang meningkat, kemudahan mengakses internet, hingga perkembangan teknologi yang semakin maju. 13 Berikut beberapa faktor utama yang mempengaruhi pertumbuhan e-commerce di Indonesia adalah sebagai berikut ;

1. Pertumbuhan penduduk meningkat

Faktor terbesar yang menyebabkan peningkatan penggunaan e-commerce adalah tingginya angka pertumbuhan penduduk di Indonesia. Pada tahun 2019, kelas menengah di Indonesia mencapai peningkatan sebesar 21% dari total populasi. Meningkatnya penduduk ini berpengaruh pada aktivitas berbelanja online. Terhitung peningkatan jumlah transaksi yang dilakukan di marketplace naik 23% dari tahun 2022 ke 2023.

2. Pengguna Smartphone Meningkat

Industri ponsel pintar di Indonesia telah memberikan inovasi terbaik agar setiap orang dapat mengakses internet. Hal ini berhasil dibuktikan dengan hampir 89% dari total penduduk Indonesia telah menggunakan ponsel pintar pada tahun 2020 silam. Besarnya angka pengguna smartphone di Indonesia didasari oleh kebutuhan saat ini. Era pandemi mengharuskan anak sekolah memiliki perangkat pendukung seperti smartphone dan laptop. Ditambah lagi, harga telepon pintar di Indonesia cukup terjangkau sehingga bisa dimiliki orang dari berbagai kelas.

3. Pengguna Internet Meningkat

Pengguna smartphone yang meningkat berbanding lurus dengan jumlah pengguna internet di Indonesia. Tercatat 70% pengguna internet di Indonesia menggunakan ponsel pintar untuk menjelajah internet. Dalam melakukan pembayaran di marketplace pun, pengguna smartphone mendominasi sebesar hampir 75%, dibanding transaksi online melalui laptop ataupun PC.

4. Banyaknya Pengguna Media Sosial

Umumnya, pembelian barang di e-commerce dipengaruhi juga oleh strategi marketing yang dilakukan penjual di media sosial. Maka dari itu, banyaknya pengguna media sosial di Indonesia berpengaruh besar pada peningkatan laju e-commerce. Dengan banyaknya pengguna, tidak heran jika banyak perdagangan yang terjadi di media sosial tersebut. Fenomena influencer juga dapat menjadi faktor pendukung para pengguna media sosial untuk melakukan transaksi di e-commerce tertentu.

5. Perusahaan Teknologi Finansial Semakin Berkembang

Faktor terakhir yang mempengaruhi tingginya angka pertumbuhan e-commerce di Indonesia adalah teknologi finansial yang semakin berkembang. Tercatat sekitar 66% persen masyarakat Indonesia belum memiliki rekening bank pada pertengahan 2018. Namun, seiring banyaknya e-commerce yang muncul, pengguna rekening bank dan transaksi cashless meningkat drastis. Data yang diperoleh dari Bank Indonesia menyatakan total transaksi cashless yang terjadi pada tahun 2020 yang mencapai sekitar Rp126,95 Triliun, setelah sebelumnya hanya mencapai Rp47,19 Triliun. Lonjakan penggunaan uang elektronik ini lah yang mendukung laju pertumbuhan marketplace di Indonesia semakin pesat. Pembayaran dengan e-money yang mudah membuat masyarakat Indonesia lebih menyukai berbelanja di toko online.

Alasan yang mempengaruhi seseorang dalam berbelanja online, diantaranya:

1. Kepraktisan.

Salah satu yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli sebuah produk secara online yaitu kepraktisannya. Sesuai dengan hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) pada November 2022 bahwa alasan paling banyak konsumen berbelanja online karena jauh lebih cepat dan praktis dengan persentase sebesar 10,3%. Contohnya sebelum adanya situs jual beli online, untuk berbelanja kita harus mendatangi dulu tokonya. Sampai di toko, terkadang barang yang diinginkan sudah habis persediaannya. Masalah-masalah ini tidak akan ditemukan saat belanja online. Konsumen bisa menghemat waktu, tenaga, serta langsung melihat ketersediaan barang dan modelnya lewat layar handphone.

2. Harga yang murah.

Konsumen juga melakukan pembelian secara online karena harga yang lebih terjangkau. Sesuai dengan hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) pada November 2022 bahwa alasan paling banyak konsumen berbelanja online karena harga yang jauh lebih murah dengan persentase sebesar 15,2%. Daya tarik dari situs belanja online yaitu banyaknya promo menarik yang ditawarkan. Promo yang ditawarkan sangat beragam, bisa dalam bentuk potongan harga, cashback, point reward, hingga gratis ongkir

untuk pembelian tertentu. Bahkan beberapa merchant juga bekerja sama dengan kartu kredit atau e-wallet untuk menambah promo. Promonya juga bisa dikumpulkan atau ditukar pada lain waktu selama masih berlaku. Banyaknya promo yang diberikan membuat harga produk bisa lebih bersahabat dengan kantong konsumen. Selain itu, ada beberapa merchant/toko yang menawarkan gratis ongkir dengan transaksi tertentu, sehingga biaya untuk belanja bisa fokus hanya pada barang yang dibeli.

3. Banyak Pilihan.

Alasan konsumen melakukan pembelian produk secara online yaitu memberi kemudahan kepada konsumen untuk mengetahui informasi produk melalui ulasan produk yang disediakan oleh pihak platform sehingga mempermudah konsumen melakukan penilaian pada barang yang ditawarkan. Konsumen akan mulai mencari informasi seputar produk yang diinginkan dan mencari toko online mana yang menjual produk yang dibutuhkanya tersebut. kehadiran official store ini pun makin meningkatkan kepercayaan pembeli. Selain itu, anak muda juga bisa membeli barang impor yang tidak diperjualbelikan di Indonesia lewat situs jual beli online ini. Pilihan berbelanja pun semakin lengkap dan banyak untuk dipilih.

4. Efektivitas.

Konsumen dapat melakukan pembelanjaan tak terbatas, karena dapat dilakukan secara online maka dapat diakses tanpa batasan tempat maupun waktu. sehingga tidak membuang- buang waktu. Konsumen dapat melihat review orang lain sebelum membeli sehingga dapat dijadikan patokan bahwa merchant/toko tersebut terpercaya atau tidak. Selain itu, konsumen dapat menyelesaikan pembayaran dengan layanan e-wallet yang ada pada aplikasi yang digunakan. Salah satu *E-commerce* yang menerapkannya yaitu shopee yang menyediakan shopeepay untuk pembayaran non tunai. Bahwa kemudahan menjadi faktor paling dominan dalam belanja online. Mahasiswa yang merupakan salah satu generasi milenial sudah pasti mengenal *e-commerce*. Ini sesuai dengan hasil riset Kredivo dan Katadata Insight Center yang menyebutkan bahwa 36% transaksi pada ecommerce dilakukan oleh konsumen dengan rentan usia 18-25 tahun.

Perilaku konsumen merupakan rangkaian proses di dalam aktivitas pembelian yang dapat berupa pencarian informasi, penelitian, serta penilaian

terhadap produk maupun jasa. Perilaku konsumen merupakan bagian dari proses agar konsumen dapat menentukan keputusan pembelian. Sebelum menentukan produk mana yang akan dibeli atau jasa mana yang akan digunakan, tentu konsumen akan melakukan sebuah pertimbangan terkait dengan hal – hal seperti harga, bentuk barang, manfaat atas barang atau jasa, kualitas, dan hal lainnya. Hal tersebut merupakan bagian dari bentuk perilaku konsumen.

Perilaku konsumen sebagai bagian dari proses mengenai bagaimana konsumen mendapatkan, memanfaatkan, menggunakan, serta menolak penawaran atas barang dan jasa dari penjual. Perilaku konsumen bukan hanya berkaitan dengan aktivitas pembelian barang saja, melainkan dapat berupa kegiatan barter, atau aktivitas jasa seperti memperoleh pinjaman dari lembaga keuangan, dan sebagainya.

Selain itu, perilaku konsumen yang berpengaruh pada keputusan pembelian seseorang, juga akan memberikan pengaruh pada konsumen lain yang tentu akan berdampak pada tingkat penjualan suatu perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan pengalaman yang didapatkan serta penilaian terhadap produk dan jasa dari konsumen yang sebelumnya. bahwa perilaku konsumen mempelajari aktivitas perseorangan, kelompok-kelompok, organisasi-organisasi dalam memilih, menjamin, menggunakan, serta menghabiskan nilai barang atau jasa yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan, yangmana proses tersebut mampu memberikan pengaruh kepada khalayak luas. Perilaku konsumen tidak hanya mengacu kepada aktivitas jual beli saja, melainkan juga berkaitan dengan dampak yang akan ditimbulkan yang mampu berpengaruh pada masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu

1. Konsumen mencari harga yang lebih murah dan tawarmenawar ketika mereka berbelanja online, menjadikannya salah satu faktor dominan yang memotivasi konsumen online di Indonesia untuk berbelanja online. Temuan ini juga menunjukkan bahwa penjual online perlu memberikan harga yang kompetitif untuk produk mereka untuk menarik pembeli

online ke situs web mereka dan mendorong mereka untuk membuat keputusan pembelian.

2. Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik pada Transaksi Online oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan belum terlaksana dengan baik sehingga Lembaga Sertifikasi Keandalan (LSK) belum mampu memberikan perlindungan terhadap konsumen sebagaimana diharapkan dan dimaksudkan dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Hukum yang berlaku sekarang (*Ius constitutum*) tidak mengatur secara jelas seperti dalam Pasal 10 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 menentukan "Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik "dapat" disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan." Kata dapat mengartikan tidak ada kewajiban bagi pelaku usaha melakukan sertifikasi website. Terdapat juga ketidak konsistensian dalam Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) Pasal 5 ayat (2) Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) menyatakan bahwa "Penyelenggara Sistem Elektronik untuk nonpelayanan publik "dapat" melakukan pendaftaran" sementara dalam Pasal 59 ayat (2) Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) menyatakan bahwa "Penyelenggara Sistem Elektronik untuk nonpelayanan publik "harus" memiliki Sertifikat Elektronik". Selain itu Lembaga Sertifikasi Keandalan dalam negeri belum terbentuk sampai saat ini. Akibat belum terbentuknya Lembaga Sertifikasi Keandalan (LSK) dalam negeri menjadi kendala bagi pelaku usaha untuk mensertifikasi websitenya. Oleh sebab itu diharapkan Hukum yang berlaku dimasa yang akan datang (*ius constituendum*) mewajibkan pelaku usaha mensertifikasi system elektronik dan website-website yang digunakan untuk tujuan bisnis.

Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

1. Meskipun potensi pertumbuhan *e-commerce* dan minat yang terus meningkat dalam belanja online di Indonesia, masih ada kurangnya pemahaman mengenai karakteristik pembeli online di Indonesia dan potensi dampaknya pemasaran pada konsumen. Hal ini terutama disebabkan oleh fakta bahwa belanja online agak baru di Indonesia dan baru mulai mengambil tempatnya sebagai saluran belanja alternatif bagi konsumen untuk berbelanja barang dan jasa. Konsep yang baru muncul ini telah menarik minat penjual dan bisnis, lembaga keuangan, penyedia layanan telekomunikasi, pejabat pemerintah dan bahkan konsumen karena berdasarkan karakteristik uniknya. Belanja online memiliki potensi menjadi saluran belanja alternatif yang dominan dalam waktu dekat yang tidak dapat dengan mudah ditantang oleh metode konvensional.
2. Pemerintah hendaknya tidak hanya melakukan perlindungan melalui hukum, tetapi juga harus melakukan edukasi dan pencegahan dari sisi teknik. Melakukan edukasi mengenai pemanfaatan teknologi informasi serta Membentuk database daftar website tersertifikasi dan dapat diakses oleh publik sehingga konsumen dapat memastikan website layak akses. Perlindungan *teknopreventif* dengan menciptakan *tools* yang secara otomatis memblokir website-website transaksi elektronik yang belum memiliki sertifikat. Pemerintah atau swasta yang disahkan oleh pemerintah dapat membentuk lembaga perantara dalam transaksi elektronik, lembaga ini berfungsi sebagai perantara dalam pembayaran jual beli.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ahmad Zein, Yahya, 2009, *Kontrak Elektronik & Penyelesaian Sengketa Bisni e-commerce*, Mandar Maju, Bandung.

Assafa, Endhesaw, 2014, *Hukum E-commerce dan Internet dengan Fokus di Asia Pasifik*, Jakarta.

Shidarta, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Grasindo, Jakarta.

- Rifan Adi Nugraha, Jamaluddin Mukhtar, 2014, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Online*, Jurnal Serambi Hukum.
- Dewi, Shinta. 2009. *Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi dalam E-commerce Menurut Hukum Internasional*. Bandung.
- Pustaka Setia Djojodordjo, Moegni. 1997. *Perbuatan Melawan Hukum*. Jakarta:
- Pradnya Paramita Endeshaw, Assafa. 2007. *Hukum E-commerce dan Internet, Dengan Fokus Asia Pasifik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- John Wiley Halim, Abdul, Barkatullah. 2008. *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nusa Media
- Halim, Abdul, Barkatullah. Teguh Prasetyo. 2005. *Bisnis E-Commerce Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Happy, Susanto, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, Visi Media*, Yogyakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2001. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika
- Mahmud, Peter, Marzuki. 2005. *Penelitian Hukum Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Meliala, Adrianus. 1993. *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Miru, Ahmadi. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Muhammad, Ahmad, Ramli. 2006. *Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia*. Bandung: Refika Aditama
- Muthiah, Aulia. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen: Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Nur, Intan, Rahmawati dan Rukiyah Lubis. 2014. *Win-win Solution Sengketa Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia
- Onno W. Purbo. 2000. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo
- P.N.H., Simanjuntak, 2009, Pokok-pokok Hukum Perdata, Edisi Revisi, Djambatan, Jakarta.
- Rosmawati. 2018. *Pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenada Media
- Samsul, Inosentius. 2004. *Perlindungan Konsumen, Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Shidarta. 2000. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo

- Shofie, Yusuf. 2003. *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Sidabalok, Janus. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Sidabalok, Janus. 2014. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Soeroso, R, P. 2011. *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika
- Syahdeni. Sutan Remy. 2009. *Kejahatan dan Tindak Pidana Komputer*. Jakarta: Pustaka Utama Grafia
- Subekti. 2002. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa, Cet. XIII
- Sunarso. Siswanto. 2009. *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik, Studi Kasus Prita Mulyasari*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Usman, Racmadi. 2000. *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*. Jakarta: Cet. I. Djambatan
- Vyctoria, 2013. *Bongkar Rahasia E-Banking Security dengan Teknik Hacking dan Carding*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.