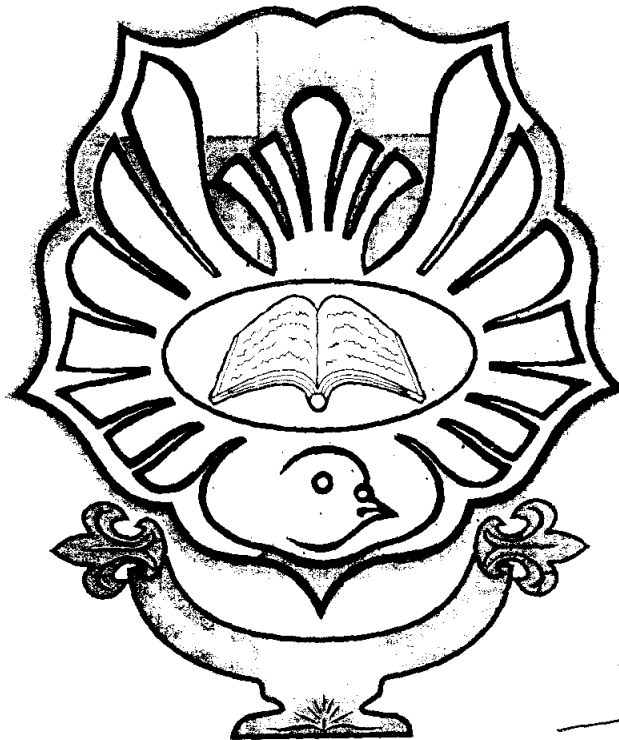


PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI BERBASIS
E-COMMERCE



0780/13
19-2-2013

FB-m
FB-M
ALF
P

Oleh :

ALFON CHANDRA H

3103004013

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2009

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI BERBASIS
*E-COMMERCE***

TUGAS AKHIR
Diajukan Kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



**OLEH:
ALFON CHANDRA H
3103004013**

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2009

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI BERBASIS
*E-COMMERCE***

OLEH:

ALFON CHANDRA H

3103004013

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH



PEMBIMBING, Dr. CHRISTINA ESTI SUSANTI, MM., CPM (AP)

Tanggal...**05.06.2009**.....

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh: ALFON CHANDRA H

NRP: 3103004013

Telah disajikan pada tanggal 31 Juli 2009 dihadapan Tim Penilai

Ketua Tim Penilai

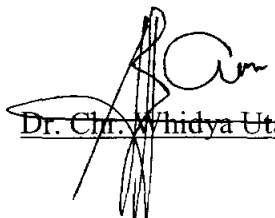


Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

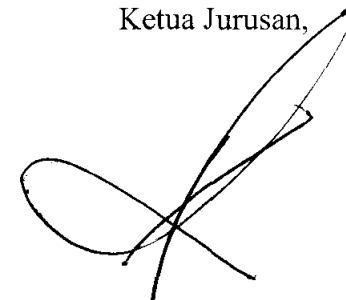
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Chr. Whidya Utami, MM



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : ALPON CHANDRA M

Nomor pokok : 30 300 4013

Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Alamat/Telepon : Jl Gunung Kemuning 14/40 / 081 753 00130

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi / Makalah Tugas Akhir*) yang saya buat adalah hasil pemikiran saya sendiri dan tidak merupakan hasil plagiat.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan bersedia menerima sanksi apabila saya melanggar hal-hal yang tidak sesuai dengan Pernyataan ini.

*) coret salah Satu.

Surabaya, 11-08-2009

Yang Membuat Pernyataan



ALPON CHANDRA M

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang karena cinta dan berkat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan makalah yang berjudul “Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Berbasis *E-commerce*” dengan baik, sebagai upaya untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya makalah ini tidak terlepas dari kerjasama, dorongan dan bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Chr. Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP), selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan bagi penulis sehingga tersusunnya makalah ini.
4. Bapak dan Ibu pengajar di Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya yang telah mendidik penulis selama kuliah.
5. Seluruh staf perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya yang telah membantu pada penyediaan literatur.
6. Orang tua dan saudara yang telah memberikan dorongan dan doa yang tiada henti.

7. Seluruh rekan dan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan, untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa terima kasih akan menerima segala kritik dan saran demi kesempurnaan makalah ini. Akhirnya penulis berharap semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, Agustus 2009

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR LAMPIRAN	v
ABSTRAKSI.....	vi
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan	1
1.2. Pokok Bahasan.....	8
1.3. Tujuan Pembahasan	8
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN	9
2.1. Artikel Terdahulu yang Terkait dengan Penulisan	9
2.2. Landasan Teori	10
2.2.1. Perlindungan Konsumen.....	10
2.2.2. Kode Etik Pelaku Bisnis Terkait dengan Perlindungan Konsumen	13
2.2.3. <i>E-commerce</i>	15
2.2.4. Perlindungan Konsumen dalam Transaksi <i>E-commerce</i>	21
BAB 3: PEMBAHASAN	23
3.1. Mekanisme Transaksi <i>E-commerce</i> bagi Posisi Konsumen	23
3.2. Pihak-pihak yang Diperlukan dalam Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Berbasis <i>pada E-commerce</i>	26

3.3. Faktor-faktor yang Perlu Diperhatikan Berkaitan dengan Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Berbasis <i>E-commerce</i>	33
BAB 4: SIMPULAN DAN SARAN	38
4.1. Simpulan	38
4.2. Saran	39

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

1. Potensi Manfaat dan Problem di *E-commerce*
2. Upaya Perlindungan Konsumen di Indonesia
3. Mengembangkan *Electronic Commerce* di Indonesia: Aspek Teknologi, Bisnis, dan Hukum,



ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi informasi terutama dengan keberadaan internet membuat ada perkembangan dalam transaksi bisnis. Internet dapat digunakan untuk mempermudah transaksi yang dikenal sebagai *e-commerce*, yaitu penjual dan pembeli dapat melakukan hubungan jual-beli melalui media internet tanpa harus bertemu secara fisik.

Perkembangan *e-commerce* menghasilkan kenyataan bahwa konsumen sering menjadi pihak yang dirugikan. Pertemuan di media internet dengan transaksi berbasis *e-commerce* membuat konsumen seringkali tidak mendapatkan produk yang dibeli padahal sudah membayar, produk yang tidak sesuai dengan gambar yang ditawarkan perusahaan atau bahkan kehilangan uang oleh penjahat di media internet yang dikenal dengan *hacker*, dan masih banyak lagi hal-hal yang merugikan konsumen. Hal ini tidak dapat dibiarkan begitu saja dan harus dilakukan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi berbasis *e-commerce*.

Perlindungan konsumen dalam transaksi berbasis *e-commerce* hendaknya dilakukan perusahaan sebagai produsen dengan melakukan kegiatan bisnis yang sesuai nilai-nilai etika. Konsumen juga harus aktif untuk mencari informasi tentang transaksi dengan berbasis pada *e-commerce* yang aman untuk melindungi kepentingan yang dimiliki. Pada sisi yang lain dukungan pemerintah juga dibutuhkan untuk melakukan perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi berbasis pada *e-commerce*.

Upaya perlindungan konsumen dalam transaksi berbasis pada *e-commerce* yang bertolak pada perusahaan, konsumen, dan pemerintah menghasilkan tuntutan bagi perusahaan untuk menjalankan kegiatan bisnis yang memenuhi nilai-nilai etika, bagi konsumen untuk meningkatkan kemampuan memilih perusahaan sebagai mitra transaksi berbasis pada *e-commerce*, dan bagi pemerintah untuk menetapkan aturan tentang perlindungan konsumen dalam transaksi berbasis pada *e-commerce* serta pengembangan berbagai lembaga penjamin atau asuransi.

Kata Kunci: Perlindungan konsumen, transaksi berbasis *e-commerce*