

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara yang memiliki potensi ekonomi tinggi menetapkan prioritas utamanya dalam menggerakkan roda perekonomian. Sesuai dengan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945, yang menjelaskan mengenai dasar sistem perekonomian nasional. Oleh sebab itu demi menjaga keseimbangan, kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional, Pemerintah membentuk suatu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, dimana pengaman pembangunan nasional di bidang ekonomi disusun dan dilaksanakan untuk memajukan kesejahteraan umum melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, serta kemandirian. Kegiatan perdagangan merupakan penggerak utama pembangunan perekonomian nasional yang memberikan daya dukung dalam meningkatkan produksi, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan ekspor dan devisa, meratakan pendapatan, serta memperkuat daya saing Produk Dalam Negeri demi kepentingan nasional. Revolusi teknologi dan informasi sejak akhir abad 20 melahirkan banyak perbuatan hukum baru di seluruh dunia, termasuk di wilayah hukum Negara Republik Indonesia.¹

Khususnya dalam bidang bisnis, banyak berkembang praktek Electronic Business (*e-business*) seperti halnya dalam bidang perdagangan, yaitu Perdagangan Elektronik (*electronic commerce*). Hal ini tentunya mengakibatkan pergeseran perilaku berbelanja konsumen dari offline ke online di seluruh dunia termasuk Indonesia, salah satunya ditandai dengan pertumbuhan *e-commerce* di seluruh dunia yang sedang mengalami

¹ Dian Mega Erianti Renouw, 2017, *Perlindungan Hukum E-commerce: Perlindungan Pelaku Usaha & Konsumen E-Commerce di Indonesia, Singapura, dan Australia*, Yayasan Taman Pustaka, Jakarta, hlm. 2.

peningkatan yang signifikan.² Berdasarkan hasil survei cepat yang dilakukan MarkPlus, Inc. menyatakan bahwa setidaknya 44,1% responden di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek) mencari dan membeli produk secara online. Sedangkan 37,1% masyarakat non-Jabodetabek mencari produk secara online dan membelinya secara konvensional.³ Lalu merujuk pada data lainnya yaitu melalui Data Badan Pusat Statistik selama 7 bulan pandemi mencatat adanya peningkatan sebanyak 480% terhadap transaksi online/daring.⁴ Dengan demikian, adanya pergeseran minat belanja konsumen menjadi online memberikan kemudahan bertransaksi dan kebebasan akses yang lebih besar ke bermacam produk bagi konsumen. Begitu pula bagi pelaku usaha guna memudahkan pemasaran produk sehingga dapat memotong jalur distribusi yang menghemat biaya dan waktu, serta memudahkan produsen menghimpun database pelanggan secara elektronik.

Dan hal ini berdampak juga kepada pemerintah untuk menjadikan sektor *e-commerce* menjadi solusi dalam mengatasi defisit pajak akibat pelambatan ekonomi. *E-commerce* merupakan transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak kontrak antara pembeli dan penjual ini dilakukan dengan media elektronik, para pihak tidak hadir secara fisik. Mengingat sifat internet yang borderless, maka transaksi dalam perdagangan elektronik terlepas dari batas wilayah dan nasional.⁵ Berbagai keunggulan yang ditawarkan oleh *e-commerce* adalah:⁶

² Ahmad Farki dan Imam Baihaqi, 2016, *Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia*, Jurnal Teknik ITS, Publikasi Online ITS, Vol. 5, No. 2, <http://dx.doi.org/10.12962/j23373539.v5i2.19671>.

³ <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20201016154036-33-194944/warga-jabodetabek-kini-lebih-suka-belanja-online-kalau-kamu> , diakses pada tanggal 18 September 2021 pukul 19.20 WIB.

⁴ <https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/580/Badan-POM-Ungkap-Peredaran-Lebih-dari-10-Miliar-Rupiah-Kosmetik-Ilegal--Di-Jakarta-dan-Jawa-Barat.html> , diakses pada tanggal 18 September 2021 pukul 19.25 WIB.

⁵ Sukarini, 2008, *Cyberlaw: Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha*, Pustaka Sutra, Bandung, hlm. 10.

⁶ Mohd Ma'sum Billah, 2010, *Islamic E-commerce Terapan: Tinjauan Hukum dan Praktek*, Sweet & Maxwell, Malaysia, hlm. 83-84.

- a) Bisnis dapat dilakukan selama 24 jam;
- b) Hemat biaya;
- c) Kecepatan pengiriman,
- d) Pemasaran global,
- e) Efisiensi sumber daya manusia,
- g) Kaya informasi produk dan jasa.

Namun *e-commerce* juga memiliki kelemahan yaitu ketidakpastian kondisi produk yang akan dibeli, karena konsumen tidak bisa melihat secara langsung kondisi produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha. Dalam melakukan suatu transaksi *e-commerce* terdapat berbagai macam metode pembayaran yang dapat dilakukan seperti *transfer bank*, kartu *debit/kredit*, melalui *minimarket*, dan juga *cash on delivery* (COD). *Cash On Delivery* secara bahasa, *Cash* artinya tunai, *On* artinya pada dan saat serta *Delivery* artinya adalah pengiriman.⁷ Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Cash on delivery* (COD) adalah suatu metode pembayaran yang ditawarkan dalam bertransaksi suatu barang, dimana pembayaran dilakukan setelah barang diantar dan diterima oleh konsumen. Berdasarkan survei Jakpat, sebanyak 60% konsumen memilih *Cash On Delivery* (COD) karena menganggap metode pembayaran tersebut lebih sederhana. Ada pula 30% konsumen yang memilih *Cash On Delivery* (COD) karena malas pergi ke Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Kemudian, 14% konsumen memilih *Cash On Delivery* COD karena tidak memiliki akun perbankan. Sebanyak 13% konsumen memilih metode pembayaran tersebut karena tidak memiliki dompet digital, dan 2% konsumen lainnya memiliki alasan lain.

Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Perlindungan terhadap konsumen lebih banyak diatur dibandingkan dengan pelaku usaha, hal ini beralasan mengingat kedudukan konsumen yang timpang dengan pelaku usaha, seperti misalnya salah satu faktor dalam pembelian barang secara online dimana daya tawar (*bargaining position*) yang dimiliki konsumen masih rendah. Namun pada kenyataannya dalam transaksi *e-commerce* sangat mungkin menempatkan pelaku usaha berada pada posisi lemah karena

⁷ Moch. Alan Mulyawan, 2018, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Khiyār Dalam Jual Beli Peralatan Olahraga Dengan Sistem Cod (Cash On Delivery) (Studi Kasus di Toko Silat Shop Serang)*, Thesis Universitas Islam Negeri "Sultan Maulana Hasanuddin", Banten, hlm. 12.

dapat dirugikan oleh konsumen. Tidak sedikit pelaku usaha yang mengalami kerugian yang disebabkan oleh konsumen seperti, tidak adanya itikad baik oleh konsumen dalam bertansaksi jual beli *online*, tidak terpenuhinya hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan, bahkan hingga kerusakan barang yang membuat pelaku usaha mengalami kerugian. Sehubungan dengan itu perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Sesuai dengan Pasal 5 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, maka dalam melakukan transaksi online pihak konsumen memiliki beberapa kewajiban yang harus dipenuhi sebagai berikut: ⁸

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Serta konsumen memiliki hak yang harus terpenuhi sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;

⁸ Republik Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Dewasa ini, penerimaan pengaduan konsumen yang terjadi di Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dalam sektor *e-commerce* menempati posisi kedua terbanyak setelah sektor perumahan, yaitu sebanyak 669 pengaduan konsumen telah masuk dan dilayani oleh Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN).⁹ Salah satu pengaduan konsumen dalam sektor *e-commerce* adalah terkait dengan sistem pembayaran yang ditawarkan oleh marketplace. Sistem pembayaran *Cash On Delivery* (COD) menjadi populer ditengah pandemi *Covid-19*. Namun ternyata sistem pembayaran ini kerap menimbulkan masalah baru, baik antara konsumen dan kurir, konsumen dan pelaku usaha, serta pelaku usaha dan kurir. Seperti yang terdapat dalam kasus dialami oleh Ami, pelaku usaha *smell goodshop* pada platform Tokopedia.¹⁰ Dimana kronologi kasus bermula pada tanggal 12 Juni 2021 Ami menerima orderan dengan sistem pembayaran *cash on delivery*. Lalu Ami mengirimkan produk pesanan pada tanggal 13-16 Juni 2021 ke pihak ekspedisi SiCepat. Namun pada tanggal 17-19 produk tersebut mengalami tindakan hold dikarenakan konsumen yang tidak merespon. Dan setelah dicari tahu lebih lanjut, alasan pembatalan yang dilakukan konsumen adalah dikarenakan tidak memiliki uang. Oleh sebab itu Ami mengalami proses pengembalian barang yang memakan waktu tidak sebentar yaitu 10 hari kerja. Melihat uraian kasus diatas, penulis melihat adanya perbuatanwanprestasi yang disebabkan oleh lemahnya penegakan hukum transaksi jual beli online di Indonesia. Lalu terdapat ketidaksesuaian hukum atas tidak terjaminnya

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=or5j1m1jTiM>, diakses pada tanggal 20 September 2021 pukul 18.10 WIB.

¹⁰ <https://twitter.com/amywidi/status/1440808596648849413>, diakses pada tanggal 2 November 2021 pukul 12.27 WIB.

pemenuhan hak pelaku usaha sesuai dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin meneliti mengenai aspek perlindungan hukum terhadap pelaku usaha akibat pembatalan sepihak dalam melakukan transaksi jual beli melalui e-commerce dengan sistem pembayaran *cash on delivery* (COD), serta peran pemerintah dalam melakukan upaya penyelesaian sengketa berkaitan dengan sistem pembayaran *cash on delivery* (COD) antara konsumen dengan pelaku usaha. Atas dasar tersebut penulis memilih judul **“Perlindungan Pelaku Usaha terhadap Pembatalan oleh Konsumen E-Commerce dalam Sistem Pembayaran Cash On Delivery”** sebagai tugas akhir penulis.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis dapat mengambil rumusan masalah atas penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem pembayaran transaksi *e-commerce* antara konsumen dan pelaku usaha?
2. Bagaimana perlindungan bagi pelaku usaha apabila konsumen membatalkan transaksi *e-commerce* dalam sistem *cash on delivery*?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Agar terciptanya suatu penelitian yang sempurna, maka penulis memandang bahwa suatu rumusan permasalahan yang diangkat perlu dibatasi penyebabnya. Oleh sebab itu dalam penelitian ini penulis hanya mengandung pembahasan terkait penegakan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, atas pemenuhan hak dan kewajiban pelaku usaha serta konsumen dalam transaksi jual beli melalui *e-commerce* dengan sistem pembayaran *cash on delivery* (COD). Serta perlindungan yang diberikan platform *e-commerce* kepada pelaku usaha.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Guna menjelaskan sistem pembayaran antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*.
- b. Untuk menganalisis perlindungan bagi pelaku usaha apabila terjadi pembatalan transaksi konsumen *e-commerce* dalam sistem *cash on delivery*.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Memberikan pemikiran atau wawasan bagi penulis maupun pembaca, sehingga dengan adanya penelitian ini dapat dipergunakan dalam penulisan karya ilmiah lain di bidang Hukum Bisnis, khususnya dalam Hukum Perlindungan Konsumen.

b. Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan pemikiran dan masukan untuk Lembaga terkait sebagai penegak hukum dapat mengimplementasikan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen sesuai semestinya.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis normatif atau hukum normatif. Dengan cara menelaah teori-teori, konsep-konsep, asas-asas hukum serta peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka metode pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*),

yakni salah satu jenis pendekatan dalam penelitian hukum normatif yang dimana pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan yang bersangkutan paut dengan permasalahan (isu hukum) yang sedang dihadapi. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) biasanya digunakan untuk meneliti peraturan perundang-undangan yang dalam penormaannya masih terdapat kekurangan atau malah menyuburkan praktek penyimpangan baik dalam tataran teknis atau dalam pelaksanaannya dilapangan.

3. Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa bahan- bahan hukum yang terdiri dari:

a) Bahan Hukum Primer

Sumber Bahan Hukum Primer yaitu bahan hukum yang mempunyai otoritas (autoritatif), yaitu seperti :

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Tahun 1945;
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- 3) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen;
- 4) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- 5) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan;
- 6) Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik;
- 7) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

b) Bahan Hukum Sekunder

Merujuk sumber-sumber pustaka baik cetak maupun digital. Sumber pustaka adalah buku-buku hukum dan buku-buku bidang ilmu lainnya yang relevan dalam topik yang sedang diteliti. Sumber-sumber tersebut dipilih dengan cara melihat relevansi sumber pustaka dengan topik yang dibahas. Sumber digital sendiri terdiri dari sumber yang berasal dari

jurnal-jurnal maupun artikel yang dapat diakses secara daring. Seleksi sumber digital dilakukan dengan melihat relevansi bahasan serta kredibilitas penyedia sumber rujukan.

c) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, yang terdiri dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Inggris-Indonesia.

4. Cara Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi kepustakaan yaitu menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang akan atau sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, tesis dan disertasi, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik lain.

5. Teknik Analisa Data

Keseluruhan bahan hukum yang telah diperoleh penulis kemudian diklasifikasikan berdasar yuridis normative lalu dilakukan analisa data menentukan keterkaitan antara bagian dan keseluruhan data yang telah dikumpulkan melalui proses yang sistematis dengan dijabarkan secara deskriptif.