

# **BAB I**

## **PENDAHUALUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan zaman yang semakin pesat mendorong percepatan kemajuan teknologi. Kemajuan tersebut dapat kita rasakan setiap saat, seperti handphone yang sering kita pakai untuk berkomunikasi dengan keluarga yang jaraknya yang cukup jauh. Kemajuan teknologi juga diiringi dengan penemuan internet yang semakin memudahkan kita, tak hanya Indonesia namun seluruh dunia ikut merasakan perkembangan tersebut. Perkembangan internet semakin hari juga semakin dipercepat dengan beberapa aplikasi-aplikasi yang sangat membantu memudahkan aktivitas banyak orang. Misalnya kemudahan dalam berbelanja secara online menggunakan aplikasi marketplace yang sudah tersedia di *Apps Store* atau *Play Store* seperti Tokopedia, Bukalapak, Lazada, JD.id, Blibli, Zalora, Sendo, Amazon, Rakuten. Percepatan proses globalisasi dapat dirasakan secara fundamental telah dimana telah mengubah struktur dan pola hubungan perdagangan hingga keuangan internasional dimana hal tersebut menjadi fenomena baru yang ditandai adanya pertumbuhan

perdagangan yang cukup pesat<sup>1</sup>. Semua kebutuhan dapat dibeli melalui perdagangan elektronik atau e-commerce. Dengan bantuan internet kita dapat memesan kebutuhan apapun menjadi mudah, hanya melalui telfon genggam kita yang canggih, kita dapat memesan barang yang ingin kita beli hanya dari rumah tanpa harus bertemu langsung dengan pedagangnya.

Penggunaan *marketplace* ataupun *e-commerce* diketahui oleh banyak orang ketika masyarakat mulai mengenal internet, dengan perkembangan globalisasi yang bergitu pesat hampir setiap kegiatan diusahakan agar dilaksanakan dengan lebih efektif dan efisien<sup>2</sup>. Marketplace merupakan suatu terobosan baru dalam bertransaksi secara online yang dimana baik pelaku usaha maupun konsumen tidak perlu bertemu secara langsung, terobosan baru tersebut akan terus berjalan dan semakin berkembang dikarenakan jual beli merupakan suatu pemenuhan kebutuhan masyarakat baik itu kebutuhan secara primer, sekunder, dan tersier<sup>3</sup>. Terobosan itu juga sangat didukung oleh keadaan dimana jasa pengangkutan barang menjadi sangat berkembang dan para konsumen cukup bebas memilih jasa pengangkutan yang

---

<sup>1</sup> Bismar Nasution, *Hukum Kegiatan Ekonomi 1* (bandung: Books Terrace & Library, 2009).

<sup>2</sup> Deki Paryadi, "Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang Undang Perlindungan Konsumen," *Jurnal Hukum Dan Pembangunan* 48 (2018): 41.

<sup>3</sup> Lathifah Hanim, "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam E-Commerce Sebagai Akibat Dari Globalisasi Ekonomi," *Jurnal Pembaharuan Hukum* 1 No. 2 (2014): 191.

diinginkan sesuai dengan harga dan waktu yang telah disepakati oleh konsumen, terlebih lagi beberapa jasa pengakutan tersebut sudah bekerja sama dengan pihak aplikasi *marketplace* yang digunakan untuk menawarkan potongan-potongan harga yang membuat konsumen semakin tertarik dan memilih untuk membeli kebutuhannya secara online mengingat kondisi pandemi yang membuat masyarakat semakin cemas apabila kontak dengan banyak orang jika membeli kebutuhan tersebut kepasar. Tidak hanya mengenai perkembangan jasa pengakutan saja yang membuat masyarakat menjadi membeli barang-barang secara online melainkan berbagai produk-produk kesaharian, sekunder bahkan tersier tersebut harganya tergolong cukup murah apabila dibandingkan membeli secara langsung.

Bisnis *marketplace* tidaklah hanya mengandalkan produknya saja melainkan berbagai pelayanan yang baik terhadap konsumen, struktur organisasi yang matang, jaringan infrastruktur, desain yang menarik pada aplikasi *marketplace* tersebut dan jaminan keamanan bagi setiap pengguna dari aplikasi tersebut<sup>4</sup>. Semenjak terjadinya pandemi COVID-19 pada awal tahun 2020, situasi ini mendorong para pedagang untuk menjual barang-barangnya secara online, dengan begitu pelanggan e-commerce juga meningkat. Setidaknya jumlah pelanggan e-commerce di Indonesia sejak bulan Januari

---

<sup>4</sup> Julian Iqbal, "Perlindungan Bagi Konsumen Online Marketplace Melalui Mekanisme Online Dispute Resolution (Odr)," *Jurist-Diction* 1, no. 2 (2019): 558, <https://doi.org/10.20473/jd.v1i2.11008>.

hingga Juli 2020 meningkat hingga 38,3 persen, dibalik belum membaik nya keadaan pandemi di tahun 2021 peningkatan penggunaan *marketplace* terus bertumbuh yang dimana diprediksi tumbuh 15% dari total 138 juta pengguna pada tahun 2020, atau mencapai 159 juta pengguna di tahun 2021<sup>5</sup>. Dengan semakin luas nya pertumbuhan penggunaan *marketplace* di indonesia tidak dapat dipungkiri banyak juga terhadap pelanggaran perlindungan konsumen dari barang yang tidak sesuai saat diterima. Pengaduan konsumen yang berkaitan dengan jual beli online berada di urutan pertama pada 2021 dengan jumlah 4.855 atau 95% dari 5.103 yaitu total keseluruhan aduan yang masuk ke Dirjen Perlindungan Konsumen dan Tertib Niaga (PKTN)<sup>6</sup>, dari pengaduan-pengaduan tersebut terdiri berbagai permasalahan seperti; pembelian barang yang tidak sesuai dengan perjanjian atau rusak, barang tidak diterima oleh konsumen, pembatalan sepihak oleh pelaku usaha, waktu kedatangan barang tidak sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, penipuan belanja daring.

Berkembangnya *marketplace* menimbulkan kesadaran beberapa permasalahan hukum yang cukup serius

---

<sup>5</sup> Azela M Yunarko, "Transaksi E- Commerce Meningkat Hingga Kuartal IV 2020, Tren e-Commerce 2021 Diprediksi Tumbuh Positif" ([jetcommerce.co.id](https://jetcommerce.co.id), 2021), <https://jetcommerce.co.id/update/transaksi-e-commerce-meningkat-hingga-kuartal-iv-2020-tren-e-commerce-2021-diprediksi-tumbuh-positif/>.

<sup>6</sup> Tira Santia, "Kemendag: 95 Persen Pengaduan Konsumen Soal Transaksi Belanja Online" ([liputan6.com](https://www.liputan6.com), 2021), <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4613942/kemendag-95-persen-pengaduan-konsumen-soal-transaksi-belanja-online>.

salah satunya ialah mengenai perlindungan konsumen bagi pengguna, dimana dalam penyelesaian permasalahan-permasalahan tersebut biasanya diselesaikan dengan konsep ADR (*Alternative, Dispute, Resolution*), yang mencakup mediasi, negoisasi, konsiliasi, dan arbitase<sup>7</sup>. Salah satu penerapan konsep ADR dapat dilihat di setiap fitur aplikasi *marketplace* yang digunakan, seperti fitur Tokopedia Care yang terdapat pada aplikasi Tokopedia atau konsumen dapat memberi pesan kepada pelaku usaha secara langsung melalui fitur percakapan pribadi dengan pelaku usaha, yang dimana apabila keluhan tersebut mencapai kesepakatan maka hasil dari kesepakatan dapat berupa penukaran barang atau pengembalian uang kepada konsumen, namun tidak sedikit pula kesepakatan tidak tercapai dan pelaku usaha yang tidak taat aturan seperti tidak merespon keluhan dari konsumen terhadap barang yang dibeli sehingga dalam penyelesaian permasalahan tersebut memerlukan pihak lain.

Jual beli yang dilakukan melalui *marketplace* termasuk dalam transaksi elektronik yang dimana pihak yang didalamnya secara tidak langsung melakukan hubungan hukum yaitu suatu perjanjian atau kontrak yang dilakukan secara elektronik pula, sesuai ketentuan pasal 1 angka 18 Undang-Undang Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik<sup>8</sup>. Produk-produk yang dijual oleh pelaku usaha haruslah sesuai dengan pendeskripsian produk, agar

---

<sup>7</sup> Iqbal, Op.Cit., hlm. 559

<sup>8</sup> Hanim, Op. Cit., hlm. 192

perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen tercapai, hal tersebut juga sesuai dengan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang terdapat pada Pasal 4, dimana pasal tersebut berisikan hak-hak konsumen yang harus dipenuhi pada saat melakukan jual-beli produk di *marketplace*, oleh karena itu Penulis ingin mengupas bagaimana apabila perjanjian tersebut tidak susai dan penyelesaian antara pihak pelaku usaha dengan kosumen tidak tercapai berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan apakah *Retur* yang menjadi salah satu konsep dari ADR sudah solutif mengingat memerlukan perpanjangan waktu yang diperlukan saat proses *Retur* tersebut dilakukan.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen terhadap ketidaksesuaian barang yang diterima, dalam hal ini kondisi yang dideskripsikan atas pembelian di Tokopedia pada masa Covid- 19 ?
2. Bagaiaman penyelesaian permasalahan terhadap ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan apakah kebijakan *return* barang di Tokopedia sudah menjadi solusi ?

## **C. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini memiliki batasan variabel masalah dengan tujuan, penelitian yang dilakukan lebih fokus dan mendalam terhadap perlindungan konsumen dalam hal ketidaksesuaian barang yang diterima saat pembelian di Tokopedia pada masa covid-19. Penulis juga akan menggunakan angket dalam bentuk kuesioner online sebagai sumber tambahan dengan sampel mahasiswa aktif Fakultas Hukum UPN Veteran Jakarta dalam pembahasan apakah kebijakan retur sudah menjadi solusi mengingat waktu pemrosesan retur tergolong cukup lama.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1) Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas , maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Agar memahami payung hukum terhadap konsumen yang haknya dilanggar pada pembelian suatu barang di *marketplace* terhadap ketidaksesuaian barang yang diperoleh dengan perjanjian awal.
- b. Agar memahami penyelesaian permasalahan ketidaksesuaian barang yang diperoleh konsumen berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan kebijakan retur barang yang dijadikan salah satu solusi permasalahan.

##### 2) Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan kepada berbagai pihak, antara lain :

- a. Manfaat Teoritis

Menganalisis permasalahan terhadap Pelanggaran hak-hak konsumen yang semakin meningkat pada masa pandemi covid-19 seiring meningkatnya transaksi jual-beli di marketplace.

b. Manfaat Praktis

1. Mengedukasi masyarakat mengenai adanya aturan hukum yang melindungi hak-hak setiap konsumen
2. Mengedukasi masyarakat mengenai ketidaksesuaian barang yang diterima dalam jual beli di *Marketplace*, hal tersebut merupakan pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang memiliki akibat hukum.

## E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan yuridis normatif yaitu hukum digambarkan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berprilaku orang yang dianggap pantas<sup>9</sup>. Permasalahan yang diteliti dan dikaji berpegang pada aspek yuridis normatif yaitu berdasarkan pada norma-norma, peraturan-peraturan, perundang-undangan, teori-teori hukum, pendapat-pendapat para ahli hukum, terlebih dalam hal ini menggunakan Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Menurut Soerjono soekanto,

---

<sup>9</sup> Amiruddin & Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, 10th ed. (Depok: Rajawali Pers, 2021).



pendekatan metode yuridis normatif merupakan penelitian yang dilakukan dengancara meneliti suatu bahan-bahan pustaka maupun data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelurusan terhadap berbagai peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.<sup>10</sup>

## 2. Pendekatan Penelitian

Penulisan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kasus (*case approach*) dengan maksud melihat suatu permasalahan dari kasus yang nyata terjadi di kehidupan sehari-hari dan pendekatan perundang-undangan (*Statute Approach*).

## 3. Sumber-Sumber Data

Penulis melakukan penelitian yuridis normatif dengan sumber data sebagai berikut :

- a. Bahan Hukum Primer merupakan bahan-bahan hukum yang mempunyai kekuatan hukum mengikat, sehingga dalam penelitian ini penulis menggunakan Undang-Undang No. 18 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan KUHPERdata
- b. Bahan Hukum Sekunder merupakan bahan-bahan hukum yang berkaitan dengan bahan bacaan dari bahan hukum

---

<sup>10</sup> Surjono Sukanto dan Sri Mamuji, *Sosiologi Hukum* (Cirebon: Nusa Litera Inspirasi, 2019).

primer seperti artikel, jurnal dan buku yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

- c. Bahan hukum Tersier merupakan bahan-bahan tambahan lain yang ada hubungannya dengan pokok-pokok rumusan permasalahan, kejelasan terhadap apa isi informasi, dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, dalam hal ini penulis menggunakan angket berupa kuesioner online yang ditujukan kepada mahasiswa aktif Fakultas Hukum UPNVJ sebagai sumber tambahan dengan tujuan melengkapi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Penulis akan menggunakan data melalui studi kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian ini, sesuai penjelasan tersebut pengumpulan data meliputi beberapa hal ;

- a) Menseleksi data yang didapat sesuai dengan pokok permasalahan pada penelitian ini.
- b) Mengelompokkan data yang diperoleh sesuai dengan pokok bahasan.
- c) Menyusun data secara sistematis agar memudahkan untuk menganalisa data.

#### 5. Teknik Analisis Data

Penulis akan menyajikan hasil analisis data dalam penelitian ini secara analisa kualitatif, yaitu data yang diperoleh, kemudian disusun secara sistematis untuk selanjutnya dianalisa secara kualitatif, untuk

mencapai kejelasan masalah yang akan dibahas<sup>11</sup>. Dalam hal ini berkaitan dengan permasalahan adanya hak-hak konsumen yang tidak terpenuhi dalam pembelian barang di *marketplace* dimasa covid-19.

---

<sup>11</sup> Ronny Hanitjo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum Dan Jurimetri*, 4th ed. (jakarta: Ghalia Indonesia, 1990).